

CLÁUDIO COSTA MÉRCIO

**UMA VOZ A SERVIÇO DO RIO GRANDE:
*FRAGMENTOS IDENTITÁRIOS DO GAÚCHO NA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO
GUAIBA AM DE PORTO ALEGRE***

Tese de doutorado apresentada
requisito parcial para obtenção do
título de Doutor em Comunicação Social.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Doris Fagundes Haussen

Porto Alegre

2008

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M555u Mércio, Cláudio Costa
Uma voz a serviço do Rio Grande: fragmentos
identitários do gaúcho na programação da Rádio Guaíba
AM de Porto Alegre. / Cláudio Costa Mércio. – Porto
Alegre, 2008.
454 f.

Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade
de Comunicação Social, PUCRS.

Orientação: Profa. Dra. Doris Fagundes Haussen.

1. Radiojornalismo - Porto Alegre.
2. Rádio - História - Porto Alegre.
3. Programa de Rádio - Crítica e Interpretação.
4. Rádio Guaíba.
5. Cultura - Rio Grande do Sul. I. Título.

Ficha elaborada pela bibliotecária Cíntia Borges Greff CRB 10/1437

CLÁUDIO COSTA MÉRCIO

**UMA VOZ A SERVIÇO DO RIO GRANDE:
*FRAGMENTOS IDENTITÁRIOS DO GAÚCHO NA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO
GUAIBA AM DE PORTO ALEGRE***

Porto Alegre, de março de 2008.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Alberto Efendy Maldonado

Prof^ª. Dr^ª. Ana Carolina Escosteguy

Prof^ª. Dr^ª. Cacilda Golin Costa

Prof. Dr. Valério Cruz Brittos

Prof^ª. Dr^ª. Doris Fagundes Haussen (orientadora)

“O passado nunca reconhece seu lugar: está sempre presente” (**Mario Quintana**).

“Estou submerso em meu próprio museu. Hoje vocês têm sorte. A exposição está aberta” (**Ramón Griffero**, dramaturgo chileno).

DEDICATÓRIA

Sempre escrevi a palavra *vida* com quatro letras. Hoje sei que é possível escrever de outras formas: *Cristina* e *Marina*.

AGRADECIMENTOS

Cristina, Marina, Luna; meus pais Ely e Ana Maria, meus irmãos Alexandre, Eliana e Camilo; Patrícia, Daniel e Débora; Vó Cecy, Moacyr e Cirema; Vítor Hugo; Rosângela; minha orientadora “de sempre” Doris Fagundes Haussen (obrigado pela orientação para este trabalho e também pelas boas palavras quando precisei); Christian Jung, Milton Jung, Idalino Asp Vieira, Ataídes Miranda, Kátia Hoffmann, José Alencar Diniz, Anderson Almeida, Rui Strelow, Mario Mazon, Jurandir Soares, Lizemara Prates, Luis Tósca, Amir Domingues (durante cinco décadas, Amir fez o melhor jornalismo que se conhece: o honesto), Flávio Portela e funcionários da Rádio Guaíba; Marco Antônio Villalobos, Cristiane Finger, Aline Dallago; Mágda Rodrigues da Cunha, Sérgio Stosch, João Brito, Luciano Klöckner; Andréia Mallmann, Juremir Machado da Silva, Antônio Hohlfeldt, Ana Carolina Escosteguy, Alberto Efendy Maldonado Gómez de La Torre; colegas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e do Centro de Produção Multimídia; Adriana Ceresér, Adriano Madruga, Oziel Alves, Geórgia Santos, Ramon Fernandes, meus alunos; todos os meus amigos & camaradas do futebol.

RESUMO

A tese *Uma voz a serviço do Rio Grande: fragmentos identitários do gaúcho na programação da Rádio Guaíba AM de Porto Alegre* propõe-se a responder a três questões principais: A *Rádio Guaíba AM* ainda é “uma voz a serviço do Rio Grande”, como anunciado em seu discurso de fundação em 1957? Em um dia normal de programação, é possível localizar fragmentos identitários do gaúcho e das ditas “coisas do Rio Grande”? Ao produzir reportagens, cujo tema é o Rio Grande do Sul, a emissora consegue apresentar elementos diferenciados dos propostos pela historiografia, literatura e tradicionalismo? Com esta finalidade, faz-se um resgate dos conceitos de cultura e de identidade para, depois, abordar a formação do mito do gaúcho. A seguir, apresenta-se uma reconstituição, pelo viés histórico, da programação radiofônica desde a década de 20 do século passado até os dias de hoje no Brasil e Rio Grande do Sul. Por fim, busca-se resposta às questões propostas a partir da análise de reportagens especiais e de um período de 24 horas de programação da emissora.

Palavras-chave

Cultura – Identidade – Gaúcho - Rádio – Programação – Rádio Guaíba

ABSTRACT

The thesis *A voice in the service of the Rio Grande: fragments of the gaucho identity in the programming of Radio AM Guaíba of Porto Alegre* proposes to respond to three main issues: the Guaíba AM radio is still "a voice in the service of the Rio Grande," as announced in his speech at the foundation in 1957? In a typical day of programming, you can find fragments of identity gaucho and said "things do Rio Grande? To produce reports, whose theme is the Rio Grande do Sul, the issuing to present elements of differentiated proposed by historiography, literature and traditionalism? With this purpose, it is a ransom of the concepts of culture and identity to then address the formation of the myth of the gaúcho. Below is a description, the historical bias of radio programming from *dédada* of 20 of the last century to the days of today in Brazil and Rio Grande do Sul Finally, looking up answers to the questions proposed from the analysis of special reports in a period of 24 hours of programming of issuing.

Key-words

Culture - Identity - Gaucho - Radio - Programming - Radio Guaíba.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 CULTURA, IDENTIDADE E A REPRESENTAÇÃO DO GAÚCHO	21
1.1 SOBRE A CULTURA: DO NATURAL AO COTIDIANO	22
1.1.1 O CIRCUITO DA CULTURA: A REPRESENTAÇÃO COMO MARCA VISÍVEL.....	32
1.2 SOBRE A IDENTIDADE: DAS DEFINIÇÕES À CONSTRUÇÃO	35
1.3 A FORMAÇÃO DA IDENTIDADE DO GAÚCHO	41
1.3.1 GAÚCHO: DE BANDIDO A HERÓI.....	42
1.3.2 CONSIDERAÇÕES SOBRE A HISTORIOGRAFIA COMO FONTE PARA A REPRESENTAÇÃO DO GAÚCHO	45
1.3.3 LITERATURA: DO PARTENON AO “GAÚCHO A PÉ”	53
1.3.4 TRADICIONALISMO: A (RE)INVENÇÃO DO GAÚCHO.....	70
2 PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA: UM DIÁLOGO COM A AUDIÊNCIA.....	94
2.1 PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA: CONCEITOS.....	95
2.1.1 ELEMENTOS PARA A COMPREENSÃO DA GRADE DE PROGRAMAÇÃO.....	101
2.1.2 MODELOS DE PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA	103
2.1.3 FORMATO: UMA QUESTÃO ESSENCIAL	106
2.2. A PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA NO BRASIL.....	109
2.2.1 A PROGRAMAÇÃO DOS PIONEIROS: EDUCAÇÃO, CULTURA, CIÊNCIA E ARTE	110
2.2.2 PROGRAMAÇÃO POPULAR: A ÉPOCA DE OURO DO RÁDIO BRASILEIRO	118
2.2.3 A PROGRAMAÇÃO DA CRISE: MÚSICA E JORNALISMO.....	124
2.2.4 A PROGRAMAÇÃO DA RECUPERAÇÃO: FMs E RADIOJORNALISMO.....	128
2.2.5 PROGRAMAÇÃO DE TRANSIÇÃO: O RÁDIO DE SEMPRE, INTERNET, RÁDIO DIGITAL	132
2.3 A PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA NO RIO GRANDE DO SUL.....	144
2.3.1 O PONTO DE PARTIDA: PORTO ALEGRE E PELOTAS	145
2.3.2. RÁDIO SOCIEDADE GAÚCHA: A VOZ DOS PAMPAS.....	148
2.3.3 RÁDIO DIFUSORA: A ONDA ALEGRE DA CIDADE	164
2.3.4 RÁDIO FARROUPILHA: A MAIS MODERNA E MELHOR ESTAÇÃO DE RÁDIO DO BRASIL	174
2.3.5 RÁDIO ITAÍ: ALÉM DE UM WEEKEND DE ATRAÇÕES.....	192
2.3.6 RÁDIO METRÓPOLE: UMA LIVRE ATIRADORA	199
2.4. A PROGRAMAÇÃO NA RÁDIO GUAÍBA	201
2.4.1 BRENO CALDAS LANÇA O CORREIO DO POVO NO AR.....	201

2.4.2. A PROGRAMAÇÃO INICIAL: DO RIO GRANDE, PARA O BRASIL E O MUNDO, RÁDIO GUAÍBA DE PORTO ALEGRE	209
2.4.3 JORNALISMO: CREDIBILIDADE COMO HERANÇA DO CORREIO DO POVO	217
2.4.4. ESPORTE: “DEUS NÃO JOGA, MAS FISCALIZA”	242
2.4.5 MÚSICA: NÃO AOS BEATLES	258
2.4.6. UMA PROGRAMAÇÃO DE EXCEÇÃO: A REDE DA LEGALIDADE	271
2.5. PANORAMA ATUAL DAS RÁDIOS AM EM PORTO ALEGRE: PROGRAMAÇÃO INFORMATIVA, POPULARESÇA, MÍSTICA-RELIGIOSA E EDUCATIVA	281

3 O GAÚCHO E “AS COISAS DO RIO GRANDE” NA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO GUAÍBA AM

3.1. CONCEITOS PARA UMA LEITURA DA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO GUAÍBA	303
.....	303
3.2 UM DIA NAS ONDAS DA RÁDIO GUAÍBA: 30 DE MARÇO DE 2006	308
3.2.1. DO NOTURNO GUAÍBA AO GUAÍBA RURAL	308
3.2.2 BOM DIA: INFORMAÇÃO E PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	315
3.2.3 FUNDADORES NO AR: FLÁVIO ALCARAZ GOMES E AMIR DOMINGUES	320
3.2.4 DO JORNAL DA MANHÃ AO TERCEIRO TEMPO	332
3.2.5. POLÍTICA E MAIS POLÍTICA: ESPAÇO ABERTO E GUAÍBA REVISTA	338
3.2.6. JORNAL DA TARDE E REPÓRTER ESPORTIVO	346
3.2.7 OS NOTICIÁRIOS: GUAÍBA NOTÍCIAS E CORRESPONDENTE PORTOCRED	354
3.3 UMA VOZ A SERVIÇO DO RIO GRANDE	359
3.3.1 O DISCURSO DE ARLINDO PASQUALINI: UMA “CARTA DE INTENÇÕES”	359
3.3.2. O JORNALISMO COMO UMA VOZ A SERVIÇO DO RIO GRANDE	362
3.4 “AS COISAS DO RIO GRANDE” E OS FRAGMENTOS IDENTITÁRIOS DO GAÚCHO NA RÁDIO GUAÍBA	366
3.4.1 O BOI BARROSO: PREFIXO MUSICAL COM A MARCA DO RIO GRANDE	366
3.4.2. O REGIONALISMO NA PROGRAMAÇÃO DA GUAÍBA	370
3.4.3 A AMÉRICA É VERMELHA: FUTEBOL REVIVE O MITO DO GAÚCHO	377
3.4.4. REPORTAGENS ESPECIAIS: ESPAÇO DEDICADO AOS VALORES DO RIO GRANDE	380
3.4.5 24 HORAS NO AR: FRAGMENTOS IDENTITÁRIOS DO GAÚCHO	394
3.4.6. VOZES: QUEM FALA NA EMISSORA DA CALDAS JÚNIOR	405
3.4.7 PUBLICIDADE: LIGAÇÃO DIRETA COM O ESTADO	409
3.4.8 INTERNET: O GAÚCHO DA RÁDIO GUAÍBA EM UM NOVO TERRITÓRIO	411

CONCLUSÃO.....

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXO (CD)

INTRODUÇÃO

Uma voz a serviço do Rio Grande: fragmentos identitários do gaúcho na programação da Rádio Guaíba AM de Porto Alegre teve como inspiração a leitura de *Semiótica y Comunicación de Masas*, de Miquel de Moragas Spa (1980). Na obra, em seu terceiro capítulo – *Perspectiva Semiótica de La Comunicación Radiofónica (Análisis de 21 horas de emisión)* – o autor apresenta um estudo do conteúdo de emissão completa de uma jornada da *Radio Peninsular de Barcelona*. Para isto, Moragas Spa gravou 21 horas da programação, entre às seis horas da manhã do dia 19 de julho de 1973 até às três horas do dia seguinte. A presente pesquisa, embora com objetivos e metodologia distintos dos do autor espanhol, partiu da proposta de realizar a gravação de um período de 24 horas de programação da *Rádio Guaíba AM* de Porto Alegre, nascida em uma das mais tradicionais empresas do Rio Grande do Sul, a *Companhia Jornalística Caldas Júnior*. Com esta intenção, realizou-se a audição da emissora durante uma semana, de 26 de março a primeiro de abril de 2006. Após este acompanhamento, optou-se pela gravação na íntegra, cedida pela estação, da quinta-feira, 30 de março. O dia foi escolhido por não apresentar nenhuma alteração que pudesse descaracterizar a programação da rádio. A única variação registrada – a não emissão do *Guaíba Notícias* das 12h –, como será visto adiante, reforçou a importância que o jornalismo tem na programação, uma vez que o noticiário não foi ao ar a fim de dar continuidade a uma entrevista com o governador do Estado.

A presente tese dá seqüência à pesquisa apresentada como dissertação para a conclusão do curso de mestrado em Comunicação na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul em junho de 2002. O referido trabalho - *Correspondente Renner/Aplub: 45 anos de permanência no ar – um recorte na história da comunicação do Rio Grande do Sul*- propôs-se a responder à questão: como um noticiário surgido na criação da *Rádio Guaíba*, em

1957, seguindo o modelo do *Repórter Esso* dos anos 40, sobrevive depois de mais de quatro décadas no ar. Com esta finalidade, fez-se uma breve reconstituição da história do jornalismo e do rádio no Rio Grande do Sul, bem como recuperou-se a história da *Rádio Guaíba* e a formação de seu estilo, baseado no trinômio jornalismo, música e esporte. Resgatou-se também a história do *Correspondente Renner/Aplub* e analisou-se a produção da sua notícia, recorrendo-se à hipótese do *newsmaking*. Por fim, registrou-se como a globalização e as novas tecnologias têm influído nos processos de produção da notícia e que transformações estas provocaram no *Correspondente Aplub*. No último parágrafo das *Considerações Finais* da dissertação reconhecia-se que

[...] a compreensão do tema abrange inúmeras outras questões – políticas, econômicas, culturais – que vão muito além da simples análise das rotinas de produção que envolvem a construção do correspondente em questão. Assumimos, aqui, que este foi o nosso olhar sobre o *Correspondente Renner/Aplub* e que outras questões ficam em aberto para futuras pesquisas. Lembramos que a história da *Rádio Guaíba* e sua programação estão ligadas ao nosso Estado e, por isso, à questão da identidade cultural do gaúcho, o que sugere outros desdobramentos deste estudo (MÉRCIO, 2002, p. 195).

Então, tendo como ponto de partida a idéia de trabalhar com a programação da *Guaíba* por um período de 24 horas e dar continuidade aos estudos realizados durante o mestrado, chegou-se a duas questões motivadoras:

- A *Rádio Guaíba AM* ainda é “uma voz a serviço do Rio Grande” (primeiro diretor da emissora, Arlindo Pasqualini, Arquivo de Vozes da *Rádio Guaíba*), como anunciado em seu discurso de fundação em 1957?

- Em um dia normal de programação, é possível localizar fragmentos identitários do gaúcho e das ditas “coisas do Rio Grande”¹?

Posteriormente, surgiu outro questionamento:

- Ao produzir reportagens, cujo tema é o Rio Grande do Sul², qual é a visão que a *Rádio Guaíba* apresenta? A emissora apenas repete o já manifestado pela historiografia, literatura e tradicionalismo ou consegue descolar-se destes vértices?

¹ A expressão “coisas do Rio Grande” é de uso comum e refere-se aos valores tradicionais que remetem ao Estado. Durante a elaboração da pesquisa não foi possível apurar sua origem. Contudo, na obra *História da literatura do Rio Grande do Sul*, de João Pinto da Silva, de 1924, já registra-se o uso da expressão. Ao referir-se a Apollinário Porto Alegre, o autor afirma que “os homens e **as coisas do Rio Grande** não eram para ele apenas fáceis temas literários, mas especialmente motivos de paciente e aguda investigação, no sentido de descobrir e fixar os nossos traços distintivos, o que há, houve, por aqui, afinal, de tipicamente nosso [grifo nosso] (SILVA, 1924, p. 143).

Com o propósito de responder-se a esta última questão foi necessário, além das 24 horas já citadas, gravar-se diversas reportagens. Para isto, o autor fez um levantamento na emissora das reportagens que eram consideradas especiais pela própria estação. Assim, no período de setembro de 2002 a abril de 2007 foram encontradas 191 séries de reportagens especiais. Cada série constou de, em média, cinco reportagens. Com isto, foram veiculadas, aproximadamente, 955 reportagens de caráter especial. Destas 191 séries, 15 enfocaram temas ligados diretamente ao Rio Grande do Sul, sendo estas as que foram avaliadas na presente pesquisa. Em posse deste material, cedido pela *Guaíba*, partiu-se, então, para a estruturação da tese.

A primeira necessidade, já que se tinha como um dos objetivos investigar a presença de fragmentos identitários na programação, era buscar a compreensão das definições de identidade. Contudo, percebeu-se que era inviável abordar identidade sem antes fazer-se uma aproximação dos conceitos de cultura. Desta forma, o primeiro capítulo apresenta, inicialmente, os conceitos de cultura sob a ótica de diversos autores, pois a intenção é, de fato, dar um panorama geral de definições. Para tratar da evolução do significado de cultura - do natural ao cotidiano - recorre-se a Bhabha (2001), Canclini (2004), Cuche (1999), Edgar e Sedgwick (2003), Escosteguy (2001), Geertz (1989 e 2001), Hall (1997), Hell (1989), Larrain (2003), Williams (2003) e Yúdice (2004 e 2005). Feito isto, avança-se para a conceituação de identidade, tendo como base Castells (1999), Cuche (1999), Escosteguy (2001), Hall (1996, 2000 e 2003), Silva (2000) e Woodward (2000). A partir destes autores, é possível entender que toda identidade é construída e reconhecer que ela está sempre em transformação, esta, entre outros fatores, provocada pelo impacto do fenômeno da globalização³ sobre a vida dos

² Foram avaliadas reportagens que tratam de personalidades políticas, escritores e fatos históricos e suas comemorações, como a Revolução Farroupilha.

³ Nos últimos anos, o fenômeno da globalização tem sido objeto de estudo de pesquisadores de diversas áreas. John Sinclair ressalta que “nos anos 90, [...] se desenvolveu como *the buzzword of the 1990s*, ou seja, o conceito da moda” (2000, p. 67). De acordo com ele, os principais documentos teóricos sobre a globalização apareceram no final dos anos 80 e início dos 90. Na obra *Televisión: Comunicación global y regionalización*, Sinclair apresenta uma síntese das idéias, além de críticas, dos principais estudiosos da globalização: Arjun Appadurai, Theodore Levitt, Stuart Hall, Anthony Giddens, Ronald Robertson, Manuel Castells, David Harvey, Scott Lash e John Urry, Néstor García Canclini, Renato Ortiz, Jesús Martín Barbero. O autor ressalta, porém, que o tema da globalização já aparece em trabalhos anteriores, como nos de McLuhan, na década de 60 e, no século XIX, nos de Marx. Sobre o termo, encontramos em obras em língua portuguesa globalização e mundialização como sinônimos. Contudo, *mundialização* é o termo defendido pelos franceses. De fato, a obra *A globalização da comunicação*, de Armand Mattelart (2000) tem como título original *La mondialisation de la communication*. Mattelart afirma que o termo *mundialização* é familiar a todas as línguas latinas, enquanto *globalização* é de origem anglo-saxônica. Octavio Ianni (1997), além da palavra *globalização*, utiliza *globalismo*. Esta, segundo ele, define uma configuração histórico-social abrangente, convivendo com as mais diversas formas sociais de vida e trabalho. No âmbito do *globalismo* ressurgem *localismos*, *provincianismos*, *nacionalismos*, *regionalismos*, *colonialismos*, *imperialismos*, *eticismos*, *racismos* e *fundamentalismos*. Já Renato Ortiz (2000) utiliza o termo *globalização* quando fala de economia e de tecnologia, reservando o termo *mundialização* ao domínio específico da cultura.

indivíduos e das diversas coletividades da sociedade contemporânea. A abordagem de conceitos serve como embasamento para a próxima etapa: a compreensão da formação da identidade do gaúcho.

Acredita-se que a representação da identidade⁴ do sul rio-grandense foi formada a partir de três vértices: a historiografia, a literatura e o tradicionalismo⁵. Nesta linha, pretende-se mostrar o gaúcho, cujas características como coragem, virilidade, força e disposição para o combate vão tornar-se marcas da identidade do sul rio-grandense. Também busca-se destacar como a Revolução Farroupilha vai ser determinante na construção desta imagem. A fim de realçar o rigor dos preceitos estabelecidos pelo tradicionalismo, faz-se referência ainda ao nativismo. Esta última parte do primeiro capítulo utiliza-se de Chaves (1980 e 1994), Dacanal (2004), Flores (2003), Golin (1983 e 2004), Gonzaga (1980), Gutfreind (1992, 1998 e 2001), Jacks (1999 e 2003), Lessa (1978, 1985, 1999 e 2002), Lopes Neto (1998), Oliven (1989, 1991 e 1992), Pesavento (1980, 1985, 1989, 2002 e 2004), Reverbel (2002), Santi (2004), Vares (1998) e Zilberman (1982). Desta forma, ao construir-se o primeiro capítulo com conceitos de cultura e identidade, traça-se também a trajetória de aprendizado do autor, já que este tem como formação área distinta da Antropologia⁶. Ainda neste caminho, ao realizar-se esta conceituação e, posteriormente, dedicar este estudo ao rádio evidencia-se a existência de uma relação entre cultura e identidade com o meio radiofônico.

O segundo capítulo tem por base a história do rádio. Procurou-se, no entanto, direcionar o foco para a programação radiofônica. Antes, porém, buscou-se uma síntese dos conceitos, organização, modelos e formatos de programação a partir de Ferraretto (2001), Herreros (1994), Martí (1990), Muñoz e Gil (1994) e Pietro (2001). Depois, então, resgata-se a formação da programação radiofônica no Brasil desde a década de 20 do século passado até os anos 2000 com a chegada do rádio digital. Em um segundo momento, volta-se o olhar para o Rio Grande do Sul. Este resgate tem a intenção de mostrar como configuravam-se as emissoras na ordenação de seus conteúdos antes da chegada da *Guaíba*. Assim, descreve-se a programação das pioneiras *Rádio Sociedade Rio-grandense* e *Sociedade Rádio Pelotense* e

⁴ Reconhece-se a existência de várias identidades na questão do gaúcho. Na presente pesquisa optou-se pela forma no singular – identidade - com o propósito de ficar em consonância com os autores utilizados na presente pesquisa.

⁵ Como já dito, reconhece-se que a identidade está em permanente construção. Contudo, registra-se que aqui não há contradição ao afirmar-se que a identidade do gaúcho foi construída a partir de três vértices, uma vez que a intenção é demonstrar elementos que contribuíram para a formação desta representação e não considerá-la definitiva.

⁶ O autor da presente tese é graduado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Realizou mestrado em Comunicação Social na mesma universidade. Trabalhou na *Rádio Guaíba* como redator, editor e chefe de reportagem de 1990 a 1994 e em 1999. Também atuou em redações de TV e revista. Atualmente é professor de disciplinas de telejornalismo na PUCRS.

das rádios *Gaúcha*, *Difusora*, *Farroupilha*, *Itaí* e *Metrópole* para chegar a *Rádio Guaíba*. Pretendeu-se, desta forma, sublinhar o diferencial que a emissora da Caldas Júnior representou em sua criação. Contudo, parece evidente que só com o conhecimento da programação das estações citadas, foi possível, nas palavras do então proprietário da *Companhia Jornalística Caldas Júnior*, Breno Caldas, fazer uma “espécie de Correio do Povo no ar” (Caldas apud Machado, 1987, p. 69). Ao descrever-se a formação e consolidação da programação da *Guaíba* abordou-se seis tópicos. O primeiro refere-se à criação da emissora tendo como ponto de partida a concepção de Caldas. Depois, destaca-se a programação inicial, com ênfase para o primeiro ano. A partir do conceito de Ferraretto (2001), segundo o qual a rádio em estudo enquadra-se no formato híbrido, desdobra-se a programação em três vértices: notícia (jornalismo), esporte e música. Apresenta-se ainda um momento em que a *Guaíba* teve uma programação de exceção: a *Rede da Legalidade*, em 1961, episódio da história brasileira em que o rádio funcionaria como instrumento de resistência política. O segundo capítulo encerra-se com o panorama atual da programação em amplitude modulada em Porto Alegre. Procurou-se, nas emissoras da capital gaúcha, verificar a presença das quatro vertentes básicas da programação radiofônica do AM: informativa, popularesca, mística-religiosa e educativa. Neste item registra-se também as alterações sofridas na programação da *Rádio Guaíba* após sua aquisição em 21 de fevereiro de 2007 pela *Rede Record*, grupo de comunicação controlado pela Igreja Universal.

O terceiro capítulo abre com uma aplicação à programação da *Guaíba* dos conceitos, organização, modelos e formatos abordados na segunda parte deste trabalho. Desta forma, tentou-se compreender a programação a partir de uma lógica que se ordena em uma unidade de tempo determinada. Lógica esta que perpassa pela audiência que a emissora quer atingir, ou seja, busca um encontro entre o horário estabelecido para determinado programa e o ouvinte em potencial. Também pretendeu-se localizar elementos definidores da programação da estação como finalidade, coerência, continuidade e planejamento. Ainda procurou-se compreender a programação a partir das *macrounidades* propostas por Herreros (1994). Feito isto, parte-se para a descrição dos programas que foram veiculados no dia escolhido para a análise – 30 de março de 2006.

As 24 horas gravadas para avaliação foram transcritas integralmente (ver CD em anexo). Contudo, neste terceiro capítulo, optou-se por citar apenas trechos que o autor considerou relevantes para ter-se uma idéia do perfil de cada programa. Esta parte foi construída em ordem cronológica, programa após programa, para assim, ter-se uma idéia do todo da grade. Trabalhou-se em separado apenas com as sínteses noticiosas *Guaíba Notícias* e

Correspondente Portocred. Durante a elaboração da presente pesquisa, a emissora, como dito anteriormente, passou a ser administrada pela *Rede Record*, que aos poucos vem promovendo alterações na grade. Por isto, considera-se de extrema importância a anotação feita já que registra um momento do rádio gaúcho, cujo resgate, no futuro, poderá ser realizado com maior facilidade a partir do observado nesta tese. Cabe lembrar que no rádio a emissão perde-se no tempo, uma vez que os signos ordenam-se linearmente e a aparição do próximo significa o desaparecimento do anterior. Constatam do referido registro a atuação de dois dos fundadores da emissora que ainda estavam em atividade na estação e agora não integram mais os quadros da empresa: os jornalistas Flávio Alcaraz Gomes⁷, que deixou a *Guaíba* em 31 de agosto de 2007 e Amir Domingues⁸, falecido em oito de outubro do mesmo ano.

A etapa seguinte é a análise do discurso de fundação da emissora, proferido na noite de 30 de abril de 1957, no Theatro São Pedro, por seu primeiro diretor, Arlindo Pasqualini. O discurso funciona como uma “carta de intenções”, na qual a *Rádio Guaíba* anuncia como seria a linha de programação e os compromissos dela para com o Estado. Feito isto, busca-se por meio da observação do jornalismo produzido pela estação verificar se ela mantém-se fiel a proposta de ser uma voz a serviço do Rio Grande.

Na seqüência do terceiro capítulo, o estudo encaminha-se para a descoberta de fragmentos identitários do gaúcho e das “coisas do Rio Grande” na programação. Optou-se pelo uso do termo fragmentos já que estes são “pequenos pedaços” que tem características do todo, mas não são o todo. Ao trabalhar-se com fragmentos leva-se em conta o fato destes serem uma parte que já não necessariamente faz parte, ou seja, é um deslocamento e, por isto, embora guarde identificação com o original, não é, necessariamente, mais puro. Nesta busca, inicia-se pela adoção da canção *Boi Barroso*, a toada mais popular do Rio Grande do Sul, como prefixo musical da emissora. Passa-se, então, para os espaços declarados onde a emissora assume, por meio de programas, o regionalismo. Trabalha-se também com um texto de Juremir Machado da Silva (2006), veiculado na programação da *Guaíba*, no qual ele compara a conquista de um time de futebol do Rio Grande do Sul aos feitos do gaúcho herói. A caminhada prossegue com um olhar sobre as séries de reportagens especiais cujos temas

⁷ Flávio Alcaraz Gomes nasceu em Porto Alegre em 25 de maio de 1927. Ingressou na *Companhia Caldas Júnior* em 1944, onde trabalhou como revisor, repórter e redator do *Correio do Povo* e da *Folha da Tarde*.

⁸ O jornalista Amir Macedo Domingues faleceu durante a realização desta pesquisa em oito de outubro de 2007. Por isto, além do material bibliográfico referente a Amir, utiliza-se também a entrevista concedida ao autor da presente tese em 28 de fevereiro de 2002. Como no dia escolhido para a análise – 30 de março de 2006 – Amir ainda atuava na *Rádio Guaíba*, manteve-se a redação original que faz referência ao jornalista em vida. Domingues nasceu em Porto Alegre em 22 de março de 1928. Ingressou na emissora em 1957, ano de fundação da rádio. Domingues atuava na *Rádio Sociedade Gaúcha*, de onde saiu para ingressar na *Folha da Tarde* e no Departamento de Notícias da *Guaíba*.

apresentaram ligação direta com os ditos valores do Rio Grande. A partir de uma análise do texto das mesmas, procura-se investigar se o tratamento dado pela *Rádio Guaíba* difere do apresentado pela historiografia, literatura e tradicionalismo. Ruma-se, então, para o dia escolhido para a análise a fim de verificar a presença de fragmentos identitários. Com esta intenção, debruça-se sobre os programas, as vozes que ao longo do dia participam da programação e a publicidade. Por fim, de forma breve, demonstra-se como a emissora ao entrar em um novo território sem fronteiras – a Internet – faz questão de apontar de onde e para quem fala.

Este trabalho foi construído a partir de uma perspectiva histórico-descritiva para, então, proceder-se a análise. Para isto, foi realizado levantamento e estudo de uma bibliografia básica sobre cultura, identidade, formação do mito do gaúcho, questões históricas do rádio no Brasil e no Rio Grande do Sul e programação radiofônica; pesquisa nos arquivos do jornal *Correio do Povo* e de vozes da *Rádio Guaíba*; exame na Biblioteca Central da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul do Acervo da *Revista do Globo*, *Revista Província de São Pedro* e *Almanaque do Globo*; coleta de depoimentos; acompanhamento e gravação de períodos determinados da programação da emissora, com destaque para o registro de 24 horas do dia 30 de março de 2006 e de séries de reportagens especiais que apresentam como foco temas ligados ao Rio Grande do Sul; transcrição e análise do material gravado.

A título de revisão, é importante destacar que a estética norteou os primeiros estudos sobre o veículo, como a clássica obra do alemão Rudolf Arnheim⁹, publicada em 1936: *Radio*. Antes, no final da década de 20, o também alemão Bertold Brecht já demonstrara, em *A Teoria do Rádio* (1927-1932)¹⁰, preocupação com o uso político do meio. Na década de 40, Lazarsfeld (1940) desenvolveu estudos sociológicos sobre a audiência do rádio. De acordo com Meditsch, "tanto os estudos estéticos como os sociológicos tornaram-se raros com o surgimento da televisão" (1999, p. 35-38). Estas linhas, porém, vão ser retomadas posteriormente em vários estudos importantes¹¹. Salientam-se, ainda, a contribuição de Villafañe, Bustamente e Prado (1987) ao estudo das rotinas produtivas no rádio e Balsebre (1996) por sua preocupação com a linguagem radiofônica. Também sobressai a publicação de livros técnicos abordando a elaboração de programas e roteiros como os de Kaplun (1978),

⁹ Sobre isto ver *Rudolf Arnheim Institut für Kunst, Musik und Kulturökonomie* (<http://www.rudolf-arnheim-institut.de>) e *Rudolf-Arnheim-Forum* (<http://www.sozaed.fh-dortmund.de/diederichs/arnheim.htm>).

¹⁰ O site RádioLivre.org disponibiliza uma versão em português da *Teoria do Rádio* - <http://www.radiolive.org/node/3667>. Consulta realizada em 21.2.2008.

¹¹ Ver Meditsch (1999, p. 36).

Ortiz e Marchamalo (1994) e Herreros (1983). Este último também é autor (2001) de estudo que examina as transformações do veículo e sua relação com outros meios e técnicas. A década de 90 do século passado e início dos anos 2000 registram o aparecimento de textos voltados para a questão da programação radiofônica, como os de Martí (1990, 2004), Muñoz e Gil (1994), Herreros (1994) e Pietro (2001).

No Brasil, encontramos os estudos históricos e políticos, como nas obras de Goldfeder (1980), Cabral (1996), Haussen (1997), Moreira (1991 e 1998), Ortriwano (1985 e 1990), Ferraretto (2000, 2005 e 2007) e Calabre (2002). Meditsch (1999), por seu turno, desenvolveu pesquisas sobre a especificidade da informação no rádio, tentando apontar como esta diferencia-se da dos demais meios. É responsável ainda pela organização de *Teorias do Rádio - texto e contextos* (2005). Nunes (1993) é autora de obra que faz uma abordagem do meio pelo viés da semiótica. Barbosa Filho (2003) apresenta estudos sobre os gêneros radiofônicos. Comassetto (2007) analisa o rádio regional e sua transformação na nova ordem global. Destaca-se também a publicação de livros técnicos no formato de manuais, como os de Ferraretto e Kopplin (1992), Porchat (1993), Klöckner (1997), Parada (2000) e de Barbeiro e Lima (2001). Nos últimos anos, registra-se a elaboração de pesquisas como *O rádio chega ao século XXI, evolução das tecnologias e das leis nos EUA e no Brasil*, de Moreira (1999), *O valor de permanência do rádio, um estudo dos efeitos pela estética da recepção*, de Cunha (2001), e *Rádio informativo em tempos de globalização*, de Bragança (2003), voltadas para as transformações pelas quais o veículo passa com a chegada de novas tecnologias.

Cabe destacar ainda o levantamento *A produção científica sobre o rádio no Brasil: livros, artigos, dissertações e teses (1991-2001)*, elaborado por Haussen (2004). No trabalho, a autora faz um mapeamento dos livros, artigos, dissertações e teses que tiveram o rádio como objeto no período de 1991 a 2001. Haussen identifica ainda a origem e a temática dos referidos estudos. De acordo com a pesquisadora, foram encontrados 63 livros, 82 artigos e 105 teses e dissertações. A autora reconhece que ainda há muito para ser pesquisado.

[...] os pesquisadores da área têm se preocupado, principalmente, em recuperar a história do rádio no país. Outros focos importantes de pesquisa nos anos 90 foram também a política, o radiojornalismo, as rádios comunitárias, livres e alternativas assim como os estudos sobre a recepção de mensagens. Sem esquecer as análises sobre a linguagem radiofônica, a tecnologia e a educação. Constata-se, no entanto, que ainda há lacunas importantes principalmente relativas ao ensino de radiojornalismo e às teorias sobre o veículo (HAUSSEN, 2004, p. 123).

Jacks (2006), por seu turno, fez avaliação semelhante e constatou que além de um número reduzido de pesquisas, o meio carece de estudos de recepção.

Na década de 90 foram realizadas 1.769 pesquisas, entre teses e dissertações, nos 11 Programas de Pós-Graduação em Comunicação brasileiros, então existentes. Deste total, apenas 58 possuem como objeto o estudo do rádio, dentre os quais somente nove apresentam em comum o fato de estudarem a recepção deste meio (JACKS, 2006, p.86).

Por fim, ressalta-se a relevância do *Projeto Resgate Vozes do Rádio*¹², da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. O projeto resgata a história do rádio gaúcho por meio da coleta de depoimentos de profissionais que ao longo de suas vidas estiveram envolvidos com este veículo de comunicação.

¹² O *Projeto Resgate Vozes do Rádio* pode ser acessado no *site* da Faculdade de Comunicação Social da PUCRS: <http://www.pucrs.br/famecos>. O projeto foi criado em 1997 na disciplina de Projeto Experimental Rádio do Curso de Jornalismo, sob a coordenação dos professores João Brito de Almeida e Mágda Rodrigues da Cunha.

1 CULTURA, IDENTIDADE E A REPRESENTAÇÃO DO GAÚCHO

Aqui pretende-se apresentar os conceitos de cultura, partindo de sua definição como “natural” até sua aceitação como um produto do homem e do cotidiano. Embora nem todos os autores estejam alinhados em suas concepções e tenham trajetórias intelectuais distintas, acredita-se que com os escolhidos seja possível dar conta da compreensão do tema. Também é importante definir cultura neste estudo, pois, como destaca Hall, “todas as práticas sociais, na medida em que sejam relevantes para o significado ou requeiram significado para funcionarem, têm uma dimensão ‘cultural’” (HALL, 1997, p.22). Por fim, lembramos que, como assinala Escosteguy, “a cultura deve ser estudada dentro das relações sociais e do sistema que a produz e consome, daí o entrelaçamento entre o estudo da sociedade, da política e da economia” (2001, p.194).

As definições de cultura passam a ser relevantes na presente pesquisa por considerarmos não ser possível discutir identidade sem antes abordá-la. Até porque, como ressalta Woodward, “a cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e ao tornar possível optar, entre as várias identidades possíveis, por um modo específico de subjetividade” (2000, p.18-9). É preciso, no entanto, estabelecer uma distinção entre noções de cultura e identidade cultural. De acordo com Cuche,

não se pode, pura e simplesmente confundir as noções de cultura e de identidade cultural ainda que as duas tenham uma grande ligação. Em última instância, a cultura pode existir sem consciência de identidade, ao passo que as estratégias de identidade podem manipular e até modificar uma cultura que não terá então quase nada em comum com o que ela era anteriormente. A cultura depende em grande parte de processos inconscientes. A identidade remete a uma norma de vinculação, necessariamente consciente, baseada em oposições simbólicas (CUCHE, 1999, p.176).

Larrain (2003) também registra que a relação entre cultura e identidade é muito estreita enquanto ambas são construções simbólicas, contudo não a mesma coisa.

Enquanto a cultura é uma estrutura de significados incorporados em formas simbólicas por meio das quais os indivíduos se comunicam, a identidade é um discurso ou narrativa sobre si mesmo construído na interação com outros

mediante esse padrão de significados culturais¹³ (LARRAIN, 2003, p.32 – Tradução do autor).

O autor destaca ainda que enquanto estudar a cultura é examinar as formas simbólicas, estudar a identidade é observar a maneira como as formas simbólicas são mobilizadas na interação para a construção de uma auto-imagem, de uma narrativa pessoal. Feita esta distinção, é legítimo reconhecer que a cultura não é fácil de ser definida, uma vez que possui diferentes significados em distintos contextos. Williams registra que o termo é uma das palavras mais complicadas da língua inglesa.

Isso é assim, em parte, devido à intrincada evolução histórica por que passou a palavra em várias línguas européias, mas principalmente porque agora passou a ser usada para designar importantes conceitos em várias e distintas disciplinas intelectuais e em vários, distintos e incompatíveis sistemas de pensamento (WILLIAMS *apud* ESCOSTEGUY, 2003, p. 54).

Concluída a etapa de conceituação de cultura e identidade, este primeiro capítulo segue em busca da compreensão da formação do mito do gaúcho. Para isto, parte-se de três vértices: historiografia, literatura e tradicionalismo. Embora reconheça-se a possibilidade de existência de outros elementos para a criação da imagem do sul rio-grandense, optou-se por estas três instâncias conforme indicação dos autores aqui trabalhados.

1.1 SOBRE A CULTURA: DO NATURAL AO COTIDIANO

“O homem é essencialmente um ser de cultura” (CUCHE, 1999, p.9).

Na presente pesquisa parte-se do conceito geral de cultura encontrado na antropologia cultural que “inclui o reconhecimento de que todos os seres humanos vivem num mundo criado por eles mesmos, e onde encontram significado. A cultura é o complexo mundo cotidiano que todos encontramos e pelo qual todos nos movimentamos” (Edgar e Sedgwick, 2003, p.75). Esta noção de cultura “compreendida em seu sentido vasto, que remete aos

¹³ *Mientras la cultura es una estructura de significados incorporados en formas simbólicas a través de los cuales los individuos se comunican, la identidad es un discurso o narrativa sobre si mismo construido en la interacción con otros mediante esse patrón de significados culturales* (LARRAIN, 2003, p.32).

modos de vida e de pensamento” (CUCHE, 1999, p.11) é hoje bastante aceita, embora registre algumas ambigüidades. Estas, segundo Cuche, encontram espaço uma vez que “a noção de cultura leva diretamente à ordem simbólica, ao que se refere ao sentido, isto é, ao ponto sobre o qual é mais difícil de entrar em acordo” (1999, p.11-2).

A compreensão e mesmo aplicação do termo cultura vem, ao longo dos tempos, encontrando novos significados. De acordo com Larrain, antes da modernidade “se entendia por cultura o cuidado e crescimento das colheitas e animais e, por analogia, o cultivo e desenvolvimento da mente, o aperfeiçoamento das faculdades humanas”¹⁴ (2003, p.30). Em 1690, o *Dictionnaire Universel*, de Antoine Furetière, apresenta cultura como o “trabalho empregado para tornar uma terra fértil por meio da lavragem, da adubagem, em cultivar uma árvore, uma planta”¹⁵ (Furetière *apud* Hell, 1989, p.3 – Tradução do autor). Dois séculos depois, o *Dictionnaire de la langue française*, de Littré (1878), já destaca diversos sentidos metafóricos para a palavra: “A cultura das letras, das ciências, das belas artes. O poço conhecimento que tenho, devo-o à cultura das letras, a Patru, à Defesa de Árquias, de Cícero, a Richelet”¹⁶ (Littré *apud* Hell, 1989, p.4 – Tradução do autor). A partir da língua francesa, é possível verificar a evolução do conteúdo semântico da palavra.

Vinda do latim *cultura* que significa o cuidado dispensado ao campo ou ao gado, ela aparece nos fins do século XIII para designar uma parcela de terra cultivada. No começo do século XVI, ela não significa mais um esatado (da coisa cultivada), mas uma ação, ou seja o fato de cultivar a terra. Somente no meio do século XVI se forma o sentido figurado e “cultura” pode designar então a cultura de uma faculdade, isto é, o fato de trabalhar para desenvolvê-la. [...] O termo “cultura” no sentido figurado começa a se impor no século XVIII. [...] Progressivamente, “cultura” se libera de seus complementos e acaba por ser empregada só para designar a “formação”, a “educação” do espírito (CUCHE, 1999, p.19-20).

Larrain (2003) destaca que com o Iluminismo, o vocábulo cultura agrega novos significados. É também neste período que se registra o aparecimento do termo “civilizar”¹⁷.

¹⁴ *Se entendía por la cultura el cuidado y crecimiento de las cosechas y animales y, por analogia, el cultivo y desarrollo de la mente, el perfeccionamiento de las facultades humanas* (LARRAIN, 2003, p.30).

¹⁵ *Soin qu'on prend de rendre une terre fertile par lê labour, par l'amendement, d'élever um arbre, une plante* (Furetière *apud* Hell, 1989, p.3).

¹⁶ *La culture des lettres, des sciences, des beaux-arts. Le peu de connaissance que j'ai, je le dois à la culture des bonnes lettres, Patru, Harangue de Cicerón pour Archias, dans Richelet* (LITTRÉ *apud* HELL, 1989, p.4).

¹⁷ Conforme Littré, “civilização só consta no *Dictionnaire de l'Académie* a partir da edição de 1835, tendo sido bastante empregada apenas pelos escritores modernos, quando o pensamento público se fixou no desenvolvimento da história” (*apud* HELL, 1989, p.5).

De acordo com o autor, “até o final do século XVIII cultura e civilização eram praticamente sinônimos”¹⁸ (2003, p.30 – Tradução do autor).

Já no início do século XIX, o termo cultura é utilizado para referir-se a intenção de produzir histórias universais que tratem do progresso da humanidade. No final do século XIX o conceito passa por uma importante transformação.

[...] se relaciona com o surgimento da antropologia, o que lhe confere um caráter social. A ênfase no desenvolvimento do espírito desloca-se em direção a ênfase nos costumes, práticas, modos de vida e crenças de uma sociedade. De algum modo, este deslocamento está condicionado pela expansão colonial européia e a necessidade de adaptar o conceito às atividades de descrição etnográfica das colônias¹⁹ (LARRAIN, 2003, p.31 – Tradução do autor).

Desta forma, o termo cultura, segundo Williams (*apud* LARRAIN, 2003, p. 31) passa a abarcar o conjunto inter-relacionado de crenças, costumes, leis, formas de conhecimento e arte e também de artefatos materiais, objetos e instrumentos que pertencem aos integrantes de um mesmo grupo e que os distinguem de outras sociedades.

Na metade do século XX, sob a influência de novas tendências antropológicas e lingüísticas, o significado de cultura torna-se mais amplo.

[...] começou-se a constituir uma concepção simbólica de cultura que destaca o uso de símbolos como uma marca distinta da vida humana: os seres humanos criam e trocam expressões significativas (é dizer, com sentido) não somente mediante a linguagem e sim também através de objetos materiais, obras de arte e ações as quais dotam de sentidos²⁰ (LARRAIN, 2003, p.31 – Tradução do autor).

Como síntese do termo cultura, podemos recorrer ao explanado por Yúdice:

¹⁸ *Hasta fines del siglo XVIII cultura y civilización eran prácticamente términos intercambiables (Larrain, 2003, p.30).*

¹⁹ *[...] se relaciona com el surgimiento de la antropología y que le da un carácter social. El énfasis en el desarrollo Del espíritu de se desplaza hacia un énfasis en las costumbres, prácticas, modos de vida y creencias de una sociedad. De algún modo este desplazamiento está condicionado por la expansión colonial europea y la necesidad de adaptar el cocepto a las tareas de la descripción etnográfica de las colonias (LARRAIN, 2003, p.31).*

²⁰ *[...] se empezó a constituir una concepción simbólica de cultura que destaca el uso de símbolos como un rasgo distintivo de la vida humana: los seres humanos crean e intercambian expresiones significativa (es decir, com sentido) no solo mediante el language sino que también a través de objetos materiales, obras de arte y acciones a los que dotam de sentido (LARRAIN, 2003, p.31).*

No século XVII, cultura relacionava-se à prática das elites cultas. No século XIX e início do XX, havia distinção de classes a partir do conceito. Como ressalta Pierre Bourdieu, as pessoas que vão à ópera são, na sociedade, tidas como pertencentes à classe "alta". Trata-se, pois, da distinção entre alta e baixa cultura. Ao longo do século XX, houve a crítica dos estudiosos da Escola de Frankfurt, que consideravam degradada e deteriorada a cultura como mercadoria. Já Walter Benjamin defende a cultura pop. Com a antropologia e os Estudos Culturais, nasce a idéia de cultura como modo de vida. Tal definição expande o conceito a todos. Fazer comida ou desenhar um automóvel tornam-se atividades culturais. Economicamente - e como fruto do novo urbanismo - cultura passou a relacionar-se a espaços como os parques industriais. Neles, a criatividade transformou-se em motor da inovação e, portanto, da economia (entrevista concedida a Maurício Guilherme Silva Júnior, Boletim Informativo da Universidade Federal de Minas Gerais, Nº 1477 - Ano 31-24.3.2005)²¹.

Canclini, por sua vez, ao referir-se ao termo cultura utiliza a expressão “laberintos del sentido” (2004, p 30). De acordo com ele, há décadas quem se dedica ao estudo da cultura tem experimentado um excesso de imprecisões. A fim de reforçar este problema, o autor cita os antropólogos Alfred Kroeber e Clyde Kulkhohn, que em um livro de 1952 reuniram quase trezentas maneiras de defini-la. Canclini (2004) apresenta duas narrativas quando discutimos cultura. A primeira noção é a que marca ainda o uso cotidiano da palavra como sinônimo de educação, ilustração, refinamento e acúmulo de informação. Nesta linha “cultura é o acúmulo de conhecimentos e capacidades intelectuais e estéticas”²² (CANCLINI, 2004, p.30 - Tradução do autor). A segunda originou um conjunto de usos científicos, que se caracterizam por separar a cultura em oposição a outros referentes. De acordo com o autor, neste rumo, “as duas principais confrontações a que se submete o termo são *natureza-cultura* e *sociedade-cultura*”²³ (2004, p.31 – Tradução do autor).

O primeiro “confronto” – natureza-cultura - serve para diferenciar o cultural do biológico ou genético e superar formas primárias de etnocentrismo. Esta concepção, “demasiado simples e extensa de definir a cultura”²⁴ como afirma Canclini (2004, p.32 – Tradução do autor), contribuiu para o reconhecimento da cultura como o criado (produzido) pelo homem em todas as sociedades e em todos os tempos.

Já a oposição da cultura à sociedade pretende desenredar esta de outras partes da vida social. Segundo Canclini (2004), este posicionamento surge em meados do século XX na obra

²¹ Disponível em <http://www.ufmg.br/boletim/bol1477>). Consulta realizada em 17 mai. 2006.

²² *Cultura és el cúmulo de conocimientos y aptitudes intelectuales y estéticas* (CANCLINI, 2004, p.30).

²³ *Las dos principales confrontaciones a que se somete el término son naturaleza-cultura y sociedad-cultura* (CANCLINI, 2004, p. 31).

²⁴ *Demasiado simple y extensa de definir la cultura* (CANCLINI, 2004, p.32).

de Ralph Linton e adquire sua forma mais consistente em autores como Pierre Bourdieu²⁵. O autor também destaca o trabalho de Jean Baudrillard, que avançou em relação ao esquema marxista - que somente diferenciava valor de uso e de troca - e reconheceu duas novas formas de valor: signo e símbolo²⁶.

A partir desta orientação teórica, Canclini chega a uma possível definição²⁷, compartilhada por diferentes autores e disciplinas: “A cultura abrange o conjunto dos processos sociais de significação, ou, de um modo mais complexo, a cultura abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social”²⁸ (2004, p.34).

Hall (1997), por seu turno, considera que cultura é um dos conceitos mais complexos das ciências sociais e humanas e existem diversas maneiras de defini-la.

Nas definições mais tradicionais do termo, a cultura é qualificada como o ‘melhor do que tem sido pensado e dito’ em uma sociedade. É a soma das grandes idéias, como tem sido representado nas obras clássicas da literatura, pintura, música e filosofia – a ‘alta cultura’ de uma época. Pertencendo ao mesmo instante de referência, mas mais moderno nas suas associações, é o uso da ‘cultura’ para se referir a ampla forma de distribuição da música popular, publicidade, arte, *design* e literatura, ou as atividades de lazer e entretenimento, que representam o dia-a-dia da maioria das ‘pessoas comuns’ – o que é chamado de ‘cultura de massa’ ou ‘cultura popular’ de uma época”²⁹ (HALL, 1997b, p.2 – Tradução do autor).

O autor lembra ainda que “alta cultura” versus “cultura popular” foi, por muitos anos, a clássica maneira de enfocar o debate sobre a cultura. Neste confronto, os termos carregam uma poderosíssima carga de julgamento, na qual “alta” equivale a superior/nobre, enquanto “popular” remete a humilde/sem qualidade. Contudo, de acordo com Hall, “nos

²⁵ Ver Bourdieu, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1998. Bourdieu, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

²⁶ Ver Baudrillard, Jean. *Para uma crítica da economia política do signo*. São Paulo: Martins Fontes, 1972.

²⁷ Ao longo de sua obra, Canclini apresenta diversas definições de cultura. Na presente pesquisa optou-se por uma de suas obras mais recentes - *Diferentes, Desiguales y Desconectados – Mapas de La Interculturalidad* – publicada em 2004.

²⁸ “La cultura abarca el conjunto de procesos sociales de significación, o de un modo más complejo, la cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social” (CANCLINI, 2004, p.34).

²⁹ In more traditional definitions of the term, culture is said to embody the ‘best that has been thought and said’ in society. It is the sum of the great ideas, as represented in the classic works of literature, painting, music and philosophy – ‘the high culture’ of an age. Belonging to the same frame of reference, but more ‘modern’ in its associations, is the use of ‘culture’ to refer to the widely distributed forms of popular music, publishing, art, design and literature, or the activities leisure-time and entertainment, which make up the everyday lives of the majority of ‘ordinary people’ – what is called the ‘mass culture’ or the ‘popular culture’ of an age (HALL, 1997b, p.2).

últimos anos, no contexto das ‘Ciências Sociais’, a palavra ‘cultura’ é usada para referir-se a qualquer ‘estilo de vida’ de um povo, comunidade, nação ou grupo social”³⁰ (1997b, p.2 – Tradução do autor). Esta exposição é reconhecida como “definição antropológica”.

Hall (1997b) destaca ainda que o que tem sido chamado de “virada cultural” nas ciências humanas e sociais, especialmente nos estudos culturais e na sociologia da cultura, é a tendência de enfatizar a importância do significado em relação à definição de cultura.

Cultura é discutida, não é tanto um grupo de coisas – novelas e pinturas ou programas de TV e desenhos – é um processo, um conjunto de práticas. Primeiramente, a cultura está ligada com a produção e o intercâmbio de significados – o ‘dar e receber do significado’ – entre os membros de uma sociedade ou grupo³¹ (HALL, 1997b, p.2 – Tradução do autor).

Sendo assim, dizer que duas pessoas pertencem a mesma cultura é afirmar que interpretam o mundo praticamente da mesma forma e podem expressar suas idéias e sentimentos de maneira que serão compreensíveis um ao outro.

Hall afirma que a cultura tem avocado uma função de importância sem igual no que se refere à estrutura e à organização da sociedade, aos processos de desenvolvimento do meio ambiente global e também à disposição de seus recursos econômicos e materiais. Neste contexto, para o autor, as indústrias culturais têm se tornado elementos mediadores em muitos processos.

A velha distinção que o marxismo clássico fazia entre a “base” econômica e a “superestrutura” ideológica é de difícil sustentação nas atuais circunstâncias em que a mídia é, ao mesmo tempo, uma parte crítica na infra-estrutura material das sociedades modernas, e, também, um dos principais meios de circulação das idéias e imagens vigentes nestas sociedades (HALL, 1997, p.17).

Para Hall, a mídia é responsável hoje por sustentar os circuitos globais de trocas econômicas. Estes, por sua vez, asseguram o “movimento mundial de informação,

³⁰ *In recent years, and in a more ‘social science context, the Word ‘culture’ is used to refer to whatever is distinctive about the ‘way of life’ of a people, community, nation or social group* (HALL, 1997b, p.2).

³¹ *Culture, it is argued, is not so much a set of things – novellas and paintings or TV programmes and comics – as a process, a set of practices. Primarily, culture is concerned with the production and the exchange of meanings – the ‘giving and taking of meaning’ – between the member of society or group* (HALL, 1997b, p.2).

conhecimento, capital, investimento, produção de bens, comércio de matéria-prima e *marketing* de produtos e idéias (HALL, 1997, p.17).

Nesta linha, é preciso compreender a cultura dentro do sistema que a produz e que também a consome.

A cultura é [...] uma parte constitutiva do “político” e do “econômico”, da mesma forma que o “político” e o “econômico” são, por sua vez, parte constitutiva da cultura e a ela impõem limites. Eles se constituem mutuamente-o que é uma outra maneira de dizer que se *articulam* um ao outro. Assim, para sermos bastante precisos, deveríamos, de fato, reformular a concepção corrente de “cultura” apresentada acima: toda prática social *tem condições culturais ou discursivas de existência*. As práticas sociais, na medida em que dependam do significado para funcionarem e produzirem efeitos, se situam “dentro do discurso”, são “discursivas” (HALL, 1997, p.34).

Yúdice (2004) aproxima-se de Hall ao constatar que, em um mundo globalizado, o papel da cultura expandiu-se para as esferas política e econômica. O autor propõe o que chama de “cultura como recurso”³² (2004, p.25).

Em vez de focalizar o conteúdo na cultura – ou seja, o modelo da melhoria (segundo Schiller ou Arnold) ou da distinção, segundo Bordieu), tradicionalmente aceitos, ou a sua antropologização mais recente, como todo um meio de vida (Williams), segundo a qual reconhece-se que a cultura de cada um tem valor – talvez seja melhor fazer uma abordagem da questão da cultura de nosso tempo, caracterizada como uma cultura de globalização acelerada, como um *recurso* (YÚDICE, 2004, p.25).

Yúdice considera que a cultura como recurso é muito mais do que uma mercadoria³³. Para o autor, ela é o eixo de uma nova estrutura epistêmica na qual a ideologia e a “sociedade disciplinar”³⁴ são absorvidas por uma racionalidade econômica ou ecológica. Sendo assim, o gerenciamento, a conservação, o acesso à distribuição e o investimento em cultura - sob a ótica de Yúdice – passam a ser prioridades.

³² Yúdice afirmou em entrevista concedida a Maurício Guilherme Silva Júnior, publicada no Boletim Informativo da Universidade Federal de Minas Gerais, Nº 1477 - Ano 31 - 24.3.2005 - disponível em <http://www.ufmg.br/boletim/bol1477> - que em sua obra não procura definir novos conceitos de cultura, mas sim mostrar como a cultura é utilizada em todas as suas definições.

³³ Yúdice ressalta que não está “reprisando a crítica de Adorno e Horkheimer no que concerne aos bens de consumo e sua instrumentalização” (2004, p.14).

³⁴ Definição de Foucault, que corresponde à imposição de normas a instituições como a educacional, a médica, a psiquiátrica, entre outras.

Em perspectivas diferentes, Yúdice³⁵ e Hall³⁶ posicionam a cultura no “centro”. Este último reforça o papel constitutivo da cultura em todos os aspectos da vida social. Para Hall, neste panorama,

[...] a cultura é agora um dos elementos mais dinâmicos – e mais imprevisíveis – da mudança histórica no novo milênio³⁷ Não deve nos surpreender, então, que as lutas pelo poder sejam, crescentemente, simbólicas e discursivas, ao invés de tomar, simplesmente, uma força física e compulsiva, e que as próprias políticas assumam progressivamente a feição de uma política cultural (HALL, 1997, p.20).

Hall (1997) assinala as transformações ocorridas nas culturas da vida cotidiana, que podem ser percebidas no declínio do trabalho na indústria e o crescimento dos serviços e outros tipos de ocupação, na flexibilidade no emprego, nas mudanças nos tamanhos das famílias, no envelhecimento da população e no crescimento do consumo, entre outros. Para o autor, estas mudanças estão relacionadas a situações sociais, de classe e também geográficas. Hall (1997) registra ainda que existem mudanças na vida local e no cotidiano que foram precipitadas pela cultura e cita, como um dos exemplos, “as coisas práticas – comprar, olhar gastar, poupar, escolher, socializar – realizadas à distância, ‘virtualmente’, através das novas tecnologias culturais do estilo de vida *soft*” (HALL, 1997, p.22). Em síntese, “a expressão ‘centralidade da cultura’ indica [...] a forma como a cultura penetra em cada recanto da vida social contemporânea, fazendo proliferar ambientes secundários, *mediando* tudo (HALL, 1997, p.22). Neste contexto, o autor considera que a cultura, hoje, não pode ser observada como um elemento dependente em relação ao que faz o mundo mover-se, mas sim como uma variável fundamental e constitutiva, que determina “tanto a forma como o caráter deste movimento, bem como a sua vida interior (HALL, 1997, 23).

Ao colocar-se a cultura no centro, pode-se levantar outros questionamentos. Geertz, por seu turno, pergunta: “O que é a cultura, se não é um consenso?” (2001, p. 215). Para ele, em síntese, a cultura é a rede de significados compartilhados sobre os quais existe consenso, ou seja, um acordo. Em 1973, o autor já expressara sua visão.

³⁵ Ver **A Conveniência da Cultura – Usos da cultura na Era Global**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004. Na obra, Yúdice considera a cultura uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento de políticas econômicas e de inclusão social e sua interação com as esferas de poder. O autor busca explicar um mundo em que gestores, produtores e curadores são mais importantes que os próprios artistas.

³⁶ Ver **A Centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo**. Revista Educação e Realidade, julho-dezembro de 1997, p.15-46.

³⁷ O artigo de Hall que discute esta questão foi publicado em 1997 e, por isto, a referência ao novo milênio.

O conceito de cultura que eu defendo [...] é essencialmente semiótico. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em buscar de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura de significados. É justamente uma explicação que eu procuro, ao construir expressões sociais enigmáticas na sua superfície (GEERTZ, 1989, p.4).

Segundo Geertz, só é possível conceituar cultura a partir da compreensão dela como um sistema simbólico formado pelas interações entre os indivíduos e a comunidade. Na concepção do autor, a cultura teria a capacidade de preencher a lacuna que se formou entre as coisas biológicas da espécie humana e aquelas que são necessárias para viver em um mundo complexo, interdependente e sempre em transformação. Assim, ele propõe que na observação de diferentes culturas é necessário levar em consideração as condições históricas, o envolvimento afetivo, o papel do indivíduo e as necessidades consideradas básicas. De acordo com Carrera, para Geertz,

A cultura não é uma entidade, algo que pode ser atribuído de maneira casual. Eventos, modos de conduta, instituições ou processos sociais; a cultura é um contexto dentro do qual todos estes fenômenos podem ser descritos em uma forma inteligível, ou seja, densa. Para atingir este tipo de descrição, deve-se ter um cuidado especial com a conduta e a ação social porque é no fluxo destas o local onde estas formas culturais articulam-se; delimitadas a cultura e o comportamento humano como ações simbólicas estabelecidas, é preciso perguntar constantemente pelo sentido destas últimas; se são zombaria ou desafio, ironia ou cólera, esnobismo ou orgulho, o que se expressa por meio de sua existência concreta e por sua representação (CARRERA, 2005, p.295. Tradução do autor³⁸).

Geertz crítica a antropologia tradicional e os Estudos Culturais, que pensam a cultura, ou as culturas, como “fichas de arquivo” (2001, p.222), que recebem as devidas anotações, mais jamais se cruzam, o que para ele é inviável. Nesta linha, o autor salienta que a tecnologia das comunicações teceu o mundo em uma só rede. Desta forma, lugares antes

³⁸ “La cultura para Geertz no es una entidad, algo a lo que pueden atribuirse de manera casual acontecimientos, modos de conducta, instituciones o procesos sociales; la cultura es un contexto dentro del cual pueden describirse todos esos fenómenos de manera inteligible, es decir, densa. Para lograr este tipo de descripción se debe de poner especial cuidado a la conducta y la acción social, porque es en el fluir de éstas donde las formas culturales encuentran articulación; delimitadas la cultura y la conducta humana como acciones simbólicas plantea que debemos preguntar constantemente por el sentido de estas últimas; si son burla o desafío, ironía o cólera, esnobismo u orgullo, lo que se expresa a través de su existencia concreta y por su representación” (CARRERA, 2005, p.295).

obscuros, provincianos e absortos em suas próprias questões hoje desafiam, mesmo que momentaneamente, as grandes metrópoles.

Bhabha³⁹, por sua vez, destaca que “é o tropo dos nossos tempos colocar a questão da cultura na esfera do *além*” (2001, p.19). O *além*⁴⁰, na concepção do autor, deve ser compreendido como o “momento de trânsito em que espaço e tempo se cruzam para produzir figuras complexas de diferença e identidade, passado e presente, interior e exterior, inclusão e exclusão” (BHABHA, 2001, p.19). É preciso entender que a análise de Bhabha parte dos discursos pós-coloniais, cuja marca mais forte é a questão da diáspora e, conseqüentemente, os deslocamentos provocados por ela: lingüísticos, históricos, geográficos. Para o autor, a troca de experiências entre povos de culturas diferentes em um mesmo espaço, a partir de uma coexistência em muitos casos forçada, desenvolve um movimento ininterrupto de construção de significações. Contudo, o resultado não seria um produto fechado, originado da soma, tradução e reinterpretação de duas matrizes culturais e sim signos em constante estado de ajuste, localizados em um espaço denominado o *entre-lugar*.

Bhabha chama atenção para o fato de a cultura só emergir “como um problema, ou uma problemática, no ponto em que há uma perda de significado na contestação e articulação da vida cotidiana entre classes, gêneros, raças, nações” (2001, p.63.). De acordo com o autor, a necessidade de pensar o limite da cultura como um problema da enunciação da diferença cultural é rejeitada.

O conceito de diferença cultural concentra-se no problema da ambivalência da autoridade cultural: a tentativa de dominar em *nome* de uma supremacia cultural que é ela mesma produzida apenas no momento da diferenciação. E é a própria autoridade da cultura como conhecimento da verdade referencial que está em questão no conceito e no momento da *enunciação*. O processo enunciativo introduz uma quebra no presente performativo da identificação cultural, uma quebra entre a existência culturalista tradicional de um modelo, uma tradição, uma comunidade, um sistema estável de referência, e a negação necessária da certeza na articulação de novas exigências, significados e estratégias culturais no presente político como prática de dominação ou resistência (BHABHA, 2001, p.64).

³⁹ Aqui procurou-se apenas situar o pensamento de Bhabha. Não se buscou de forma alguma penetrar com profundidade no trabalho do autor, mas sim fazer um breve registro, uma vez que este tem, ao longo dos últimos anos, sido considerado um dos mais influentes pensadores sobre o tema cultura. Reconhece-se, assim, a complexidade que envolve os textos produzidos por Bhabha. Ver BHABHA, Homi K. ***O Local da Cultura***. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

⁴⁰ “‘Além’ significa distância espacial, marca um progresso, promete o futuro; no entanto, nossas sugestões para ultrapassar a barreira ou o limite – o próprio ato de ir *além* – são incognoscíveis, irrepresentáveis, sem um retorno ao “presente” que, no processo de repetição torna-se desconectado e deslocado” (BHABHA, 2001, p.23).

Bhabha considera que existe um confronto entre o tempo e a narrativa historicistas, teleológicos ou míticos, do tradicionalismo e o tempo deslizante, estrategicamente deslocado, da articulação de uma política histórica de negociação. Por fim, na concepção de Bhabha, é preciso compreender que “nenhuma cultura é jamais unitária em si mesma, nem simplesmente dualista na relação do Eu com o Outro” (2001, p.65).

1.1.1 O CIRCUITO DA CULTURA: A REPRESENTAÇÃO COMO MARCA VISÍVEL

Hall (1997b), ao abordar o circuito da cultura, questiona o que representação tem a ver com cultura e qual a conexão entre elas. De acordo com o autor, cultura trata de “significados compartilhados”, enquanto a linguagem é o meio privilegiado em que “fazemos sentido” das coisas, no qual o significado é produzido e compartilhado. Para Hall (1997b), os significados só podem ser compartilhados a partir do acesso comum à linguagem. Sendo assim, “a linguagem é central ao significado e a cultura e tem sido considerada como a chave de repertório de valores culturais e significados”⁴¹ (HALL, 1997b, p.1 – Tradução do autor).

Contudo, os questionamentos propostos por Hall têm prosseguimento: “Mas como a linguagem constrói significados? Como ela sustentar o diálogo entre participantes possibilita construir uma cultura de conhecimentos compartilhados e então interpretar o mundo quase que da mesma forma?”⁴² (1997b, p.1 – Tradução do autor). A resposta, segundo Hall (1997b), está no fato de a linguagem operar como um sistema de representação. Na linguagem são utilizados sinais e símbolos – sejam eles sons, palavras escritas, imagens produzidas eletronicamente, notas musicais e até mesmo objetos – a fim de revelar ou representar para as outras pessoas conceitos, idéias e sentimentos: “A linguagem é um dos meios pelos quais pensamentos, idéias e sentimentos são representados em uma cultura. A representação através da linguagem é central aos processos em que o significado é produzido”⁴³ (HALL, 1997b, p.1 – Tradução do autor).

A partir disto, é possível pensar o circuito da cultura, que apresenta cinco momentos: representação, identidade, produção, consumo e regulação. Todos, como a própria palavra

⁴¹ “Language is central to meaning and culture and has always been regarded as the key repository of culture values and meanings” (HALL, 1997b, p.1).

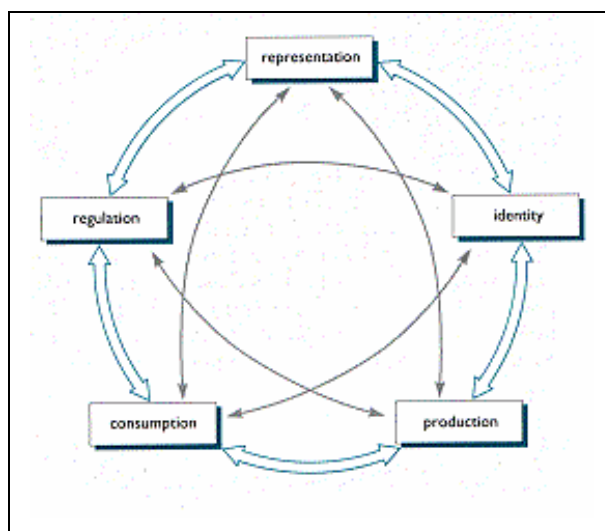
⁴² “But how does language construct meanings? How does it sustain the dialogue between participants which enables them to build up a culture of shared understandings and so interpret the world in roughly the same ways?” (HALL, 1997b, p.1).

⁴³ “Language is one of the ‘media’ through which thoughts, ideas and feelings are represented in a culture. Representation through language is therefore central to the processes by which meaning is produced” (HALL, 1997b, p.1).

circuito sugere – circunferência, fluxo, contorno, ciclo⁴⁴ - interação entre si e, no processo, são igualmente importantes.

Ilustração 1

O Circuito da Cultura: representação, identidade, produção, consumo e regulação



(Fonte: Hall, 1997b, p.1)

A representação⁴⁵ equivale a associação de sentidos a determinado artefato – a realidade existe fora da linguagem, mas é constantemente mediada por e através da linguagem e o que podemos saber e dizer tem que ser produzido através do discurso. Para Hall (1980), o conhecimento discursivo é o produto não da transparente representação do real na linguagem, mas da articulação da linguagem em condições e relações reais⁴⁶.

Por sua vez, a identidade, neste caso, pode ser compreendida como o posicionamento dos sujeitos, construídos dentro da representação. A produção pode ser definida como o ato ou resultado da transformação socialmente organizada de materiais em uma nova forma. O consumo – ato de gastar/usar produtos – no plano da cultura/comunicação implica em produção de sentido. De acordo com Hall, “experimentamos o mundo graças a e através dos sistemas de representação da cultura. A experiência é o produto de nossos códigos de

⁴⁴Dicionário Aurélio Eletrônico Século XXI. Versão 3.0, novembro de 1999. Versão integral do Novo Dicionário Aurélio – Século XXI, de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, publicado pela Editora Nova Fronteira.

⁴⁵As definições aqui empregadas reproduzem a síntese apresentada pela Prof^ª. Dr^ª. Ana Carolina Escosteguy na disciplina de Estudos Culturais e Comunicação, ministrada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul no segundo semestre de 2004. A fim de garantir fidelidade ao original de Escosteguy procurou-se manter o texto quase sem alterações.

⁴⁶Citação utilizada por Escosteguy, conforme nota 42.

inteligibilidade, de nossos esquemas de interpretação. Em conseqüência, não existe nenhuma experiência fora das categorias da representação do discurso” (1985)⁴⁷. Já a regulação equivale ao momento em que os sentidos que estão circulando, organizam e regulam as práticas sociais. A regulação ajuda a estabelecer normas, regras, convenções através das quais é ordenada a vida social.

Elaborada esta conceituação, cabe registrar que na presente pesquisa, a compreensão da representação torna-se essencial, uma vez que é por Meio desta que os sentidos adquirem significado na sociedade. Além disso, a representação marca o traço visível, exterior.

Neste contexto, a representação é concebida como um sistema de significação, mas descartam-se os pressupostos realistas e miméticos associados com a sua concepção filosófica clássica. Trata-se de uma representação *pós-estruturalista*. Isto significa, primeiramente, que se rejeitam, sobretudo, quaisquer conotações mentalistas ou qualquer associação com uma suposta interioridade psicológica. No registro pós-estruturalista, a representação é concebida unicamente em sua dimensão significante, isto é como sistema de signos, como pura marca material. A representação expressa-se por meio de uma pintura, de uma fotografia, de um filme, **de um texto, de uma expressão oral** [grifo nosso] (Silva, 2000, p.90).

Sendo assim, para Silva identidade e diferença⁴⁸ são estreitamente dependentes da representação: “É por meio da representação [...] que a identidade e a diferença adquirem sentido. [...] Representar significa, neste caso, dizer: ‘essa é a identidade’, ‘a identidade é isso’ (SILVA, 2000, p.91).

Woodward complementa que é por meio da representação, ou seja, dos significados produzidos por ela, que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos.

A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece as identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem sou eu? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar (WOODWARD, 2000, p.17).

⁴⁷ Citação utilizada por Escosteguy, conforme nota 42.

⁴⁸ Estas questões – identidade e diferença – serão desenvolvidas no item 1.2.

Silveira, por seu turno, também destaca que a difusão das identidades nas indústrias culturais ocorre por meio de representações determinadas por um conjunto de procedimentos e tecnologias.

Na representação, articulam-se forma e conteúdo para produzir mensagens, nas quais a autoconsciência do sujeito enquanto identidade representada determina contemplar *a realidade da identidade como realidade representada, e não como realidade ou identidade conaturalizadas* (SILVEIRA, 2003, p.36).

1.2 SOBRE A IDENTIDADE: DAS DEFINIÇÕES À CONSTRUÇÃO

“Toda e qualquer identidade é construída” (CASTELLS, 1999, p.23)

Ao propor uma discussão sobre identidade é, necessário, primeiro, registrar, como assinala Escosteguy (2001), que esta questão torna-se foco de um problema teórico apenas a partir da modernidade, período em que a identidade passa a ser considerada passível a mudanças e inovações.

Esse tema está relacionado com a discussão sobre o sujeito e sua inserção no mundo; sobre os indivíduos e suas identidades pessoais – como nos constituímos, percebemos-nos, interpretamos e nos apresentamos para nós e para os outros; sobre o deslocamento do indivíduo do seu lugar na vida social e de si mesmo. Esses movimentos e questionamentos acabam gerando tensões, instabilidade e ameaça aos modos de vida estabelecidos, conseqüentemente, a identidade cultural torna-se foco de questionamento (ESCOSTEGUY, 2001, p.139).

Na presente pesquisa partimos da idéia, conforme sugerem os autores trabalhados, de identidade como um reconhecimento de si mesmo e do outro, que manifesta-se na articulação “identidade-diferença”. Também é necessário, para a compreensão da questão, na forma aqui proposta, entender a identidade sempre como inacabada, ou seja, em construção.

Ao buscarmos significado para a palavra identidade (do latim escolástico *identitate*) encontramos, já na suas primeiras impressões, uma complexidade de conceitos: “qualidade de idêntico; conjunto de caracteres próprios e exclusivos de uma pessoa: nome, idade, estado, profissão, sexo, defeitos físicos, impressões digitais, etc; aspecto coletivo de um conjunto de

características pelas quais algo é definitivamente reconhecível, ou conhecido”⁴⁹. Desta forma, vemos que a identidade representa as características que distinguem uma pessoa e pelas quais podemos individualizá-la, como também refere-se as circunstâncias que definem esta mesma pessoa como componente de um mesmo conjunto/grupo. Sendo assim, a identidade define o indivíduo e também o grupo. Este último encontra na identidade uma forma de defesa, uma oposição ao diferente, manifestado na figura do outro. Contudo, o outro, como sendo o diferente, é importante neste processo, pois só com a presença dele é possível perceber a unidade de determinado grupo.

A identidade também pressupõe a existência de outros que têm modos de vida, valores, costumes e idéias diferentes. Para definir-se a si mesmo se acentuam as diferenças com os outros. [...] Na construção de qualquer versão de identidade a comparação com o “outro” e a utilização de mecanismos de diferenciação com o “outro” jogam um papel fundamental: alguns grupos, modos de vida ou idéias apresentam-se como fora da comunidade. [...] Às vezes, para se definir o que se considera próprio se exageram as diferenças com os que estão fora e nestes casos o processo de diferenciação se transforma em um processo de aberta oposição e hostilidade ao outro⁵⁰ (LARRAIN, 2003, p.35 – Tradução do autor).

Cuche (1999) também reforça esta idéia ao afirmar que “não há identidade em si, nem mesmo unicamente para si (p.183). De acordo com o autor, a identidade existe sempre em relação a uma outra, ou seja, identidade e alteridade são ligadas e estão em uma relação dialética (CUCHE, 1999, p. 183). Woodward, por sua vez, destaca que as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença: “Essa marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas *simbólicos* de representação quanto por meio de formas de exclusão social. A identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade depende da diferença” (WOODWARD, 2000, p. 40) Nesta linha, Silva coloca identidade e diferença em um mesmo plano: “aquilo que é e aquilo que não é” (2000, p.74).

⁴⁹ Dicionário Aurélio Eletrônico Século XXI. Versão 3.0, novembro de 1999. Versão integral do Novo Dicionário Aurélio – Século XXI, de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, publicado pela Editora Nova Fronteira.

⁵⁰ *La identidad también presupone la existencia de otros que tienen modos de vida, valores, costumbres e ideas diferentes. Para definirse a si mismo se acentúan las diferencias con los otros. [...] Em la construcción de cualquier versión de identidad la comparación con el “outro” y la utilización de mecanismos de diferenciación con el “outro” juegan un papel fundamental: algunos grupos, modos de vida o ideas se presentan como fuera de la comunidad. [...] A veces, para definir lo que se considera propio se exageran las diferencias con los que están fuera y en estos casos el proceso de diferenciación se transforma en un proceso de abierta oposición y hostilidad al otro* (LARRAIN, 2003, p.35).

É fácil compreender [...] que identidade e diferença estão em uma relação de estreita dependência. Quando digo “sou brasileiro” parece que estou fazendo referência a uma identidade que se esgota em si mesma. “Sou brasileiro” – ponto. Entretanto, eu só preciso fazer essa afirmação porque existem outros seres humanos que *não* são brasileiros (SILVA, 2000, p.74-5).

Seguindo neste exemplo – “sou brasileiro” -, Silva conduz para o que define como “cadeia de negações”, de expressões negativas de identidade, de diferenças. A afirmação “sou brasileiro” trás consigo outros enunciados: “não sou argentino”, “não sou chinês” e assim por diante.

A identidade funciona como um “cartão de visitas”, no qual dizemos aos outros quem somos. Contudo, ela não pode ser vista de forma tão linear: a identidade também dá ao outro uma possibilidade de juízo sobre nós mesmos.

A identidade em um sentido pessoal é algo que o indivíduo apresenta aos outros e que os outros apresentam para ele. A identidade supõe a existência do grupo humano. Responde não tanto a pergunta quem sou eu? ou “quem eu quero ser?” como a pergunta: “quem sou eu aos olhos dos outros?” ou “quem eu gostaria de ser considerando a avaliação que os outros tem de mim?”⁵¹ (LARRAIN, 2003, p.34 – Tradução do autor).

Castells, por sua vez, considera que toda e qualquer identidade é construída e tem como fonte “a matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso” (CASTELLS, 2001, p.23). Contudo, como destaca o autor, todos estes elementos são traduzidos pelos indivíduos e sociedade, que reorganizam seus significados conforme as tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, adaptando-os a sua visão de tempo e espaço. Neste sentido, Cuche (1999) ressalta que se a identidade é uma construção, isto não significa que seja uma ilusão, resultado da subjetividade dos agentes sociais.

⁵¹ *La identidad em um sentido personal es algo que el individuo le presenta a los otros y que los otros le presentan a él. La identidad supone la existencia del grupo humano. Responde no tanto a la pregunta ¿quién soy yo? o “¿qué quisiera ser yo?” como la pregunta: “¿quién soy yo a los ojos de los otros? o “¿qué me gustaria ser considerando el juicio que los otros significativos tienen de mi?”* (LARRAIN, 2003, p.34).

A construção da identidade se faz no interior de contextos sociais que determinam as posições dos agentes e por isso mesmo orientam suas representações e suas escolhas. Além disso, a construção da identidade não é uma ilusão, pois é dotada de eficácia social, produzindo efeitos sociais reais (CUCHE, 1999, p.182).

Hall, por seu turno, alerta que por serem construídas dentro e não fora do discurso, é preciso compreender as identidades “como produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas, por estratégias e iniciativas específicas” (2000, p.109).

Larrain também considera que a construção da identidade é um processo, ao mesmo tempo, cultural, material e social.

Cultural, porque os indivíduos se definem a si mesmos em determinadas categorias, cujo o significado é definido culturalmente, como a religião, gênero, classe, profissão, grupo étnico, sexualidade, nacionalidade, que contribuem para especificar ao sujeito o seu sentido de identidade. Estas categorias poderiam ser chamadas de identidades culturais ou coletivas. É material enquanto os seres humanos projetam simbolicamente a si mesmos, suas próprias qualidades em coisas materiais, partindo de seu próprio corpo; se vêem a si mesmo nelas e as vêem de acordo com a sua própria imagem. É também um processo social, porque a identidade implica uma referência aos ‘outros’⁵² [...] (LARRAIN, 2003, p.32 – Tradução do autor).

Nesta linha, Larrain afirma que é possível falar de três elementos componentes de toda identidade: categorias coletivas, materiais e os “outros”. O primeiro componente nos remete a idéia de que toda definição de identidade requer categorias gerais que a especificam: “quando alguém pede que digas quem és, seu relato vai utilizar categorias compartilhadas com os outros, tais como religião, classe social, nacionalidade, gênero, etnia, orientação sexual, profissão, etc.”⁵³ (Larrain, 2003, p.32 – Tradução do autor). Já o segundo componente – materiais - está ligado a noção de que ao produzir, possuir, adquirir ou dar forma as coisas materiais, o homem projeta a si mesmo. Para Larrain, “é através deste aspecto material que a

⁵² *Cultural, porque los individuos se definen a si mismos en términos de ciertas categorías compartidas, cuyo significado está culturalmente definido, tales como religión, género, clase, profesión, etnia, sexualidad, nacionalidad que contribuyen a especificar al sujeto y su sentido de identidad. Estas categorías podríamos[...] llamarlas identidades culturales o colectivas. Es material en cuanto los seres humanos proyectan simbólicamente su sí mismo, sus propias cualidades en cosas materiales, partiendo por su propio cuerpo; se ven a si mismo en ellas y las ven de acuerdo a su propia imagen. Es también un proceso social, porque la identidad implica una referencia a los “otros” [...]* (LARRAIN, 2003, p.32).

⁵³ “quando alguém pede que digas quem és, seu relato vai utilizar categorias compartilhadas com os outros, tais como religião, classe social, nacionalidade, gênero, etnia, orientação sexual, profissão, etc.”

identidade pode relacionar-se com o consumo e com as indústrias tradicionais e culturais”⁵⁴ (2003, p.33 – Tradução do autor). O autor avança ainda nesta questão e afirma que o acesso a certos bens materiais e o consumo de certas mercadorias pode significar o acesso a determinado grupo imaginado, que é representado por estas posses. O terceiro componente – os outros – parte da concepção de que “a construção de si mesmo necessariamente supõe a existência de ‘outros’ no duplo sentido já advertidos de outros significativos e outros de diferenciação”⁵⁵ (Larrain, 2003, p.33 – Tradução do autor).

A partir do momento que assumimos que toda identidade é construída - conforme Castells (2001), Cuche (1999), Hall (2000, 2003), Larrain (2003), Silva (2000) e Woodward (2000) - abrimos espaço para o reconhecimento de que ela está mudando devido ao impacto do fenômeno da globalização sobre a vida dos indivíduos e das diversas coletividades da sociedade contemporânea. Hall chama a atenção para a existência de uma “crise de identidade” (2003), pertencente a um curso amplo de mudanças, que desloca as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abala os quadros de referência que asseguravam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. De acordo com o autor, “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado” (2003, p. 7). É necessário registrar como o autor vem fazendo uso do termo identidade em seus últimos trabalhos.

Utilizo o termo “identidade” para significar o ponto de encontro, o ponto de “sutura”, entre, por um lado, os discursos e as práticas que tentam nos “interpelar”, nos falar ou nos convocar para que assumamos nossos lugares como os sujeitos sociais de discursos particulares e, por outro lado, os processos que produzem subjetividades, que nos constroem como sujeitos aos quais se pode “falar” (HALL, 2000, p. 112).

Hall propõe ainda que a identidade não pode ser tomada como um fato que, uma vez consumado, passa a ser representado pelas novas práticas culturais. Para o autor, “deveríamos pensá-la, talvez, como uma ‘produção’ que nunca se completa, que está sempre em processo e é sempre constituída interna e não externamente à representação” (1996, p.68). É preciso

⁵⁴ “*Es* através de este aspecto material que la identidad puede relacionarse con el consumo y con las industrias tradicionales e culturales” (LARRAIN, 2003, p.33).

⁵⁵ “*La construcción del si mismo necesariamente supone la existencia de ‘otros’ em el doble sentido ya advertido de otros significativos y otros de diferenciación*” (LARRAIN, 2003, p.33)

compreender, porém, que as práticas de representação implicam sempre em posições de onde se fala ou escreve, definindo, assim, posições de enunciação.

Todos nós escrevemos e falamos *desde* um lugar e um tempo particulares, *desde* uma história e uma cultura que nos são específicas. O que dizemos está sempre “em contexto”, *posicionado*. [...] lembre-se então que todos os discursos são “localizados”, e que o coração tem suas próprias razões (HALL, 1996, p.68).

Para Hall, existem pelo menos duas possibilidades para pensar a “identidade cultural” (1996). O primeiro caminho a define em termos de uma cultura partilhada. De acordo com o autor, “uma espécie de ‘ser verdadeiro e uno’ coletivo, oculto sob os muitos outros ‘seres’ mais superficiais ou artificialmente impostos, que pessoas com ancestralidade e história comum compartilham” (1996, p. 68). Dessa forma, nossas identidades culturais reproduzem as experiências históricas em comum e os códigos culturais partilhados.

Já a segunda visão relaciona-se com a primeira ao reconhecer a história como também um elemento determinante da identidade, mas não forte o suficiente para torná-la imutável.

Esta segunda posição reconhece que, assim como muitos pontos de similaridade, há também pontos críticos de *diferença* profunda e significativa que constituem “o que nós realmente somos”; ou melhor – já que a história interveio – “o que nós nos tornamos”. [...] As identidades culturais provêm de alguma parte, tem histórias. Mas como tudo que é histórico, sofrem transformação constante. Longe de fixas eternamente em algum passado essencializado, estão sujeitas ao contínuo “jogo” da história, da cultura e do poder (HALL, 1996, p. 69).

Sendo assim, dentro desta perspectiva, é preciso ver as identidades culturais como

pontos de identificação, os pontos instáveis de identificação ou sutura, feitos no interior dos discursos da cultura e da história. Não uma essência, mas um *posicionamento*. Onde haver sempre uma política de identidade, uma política de posição, que não consta com nenhuma garantia absoluta numa “lei de origem” sem problemas, transcendental (HALL, 1996, p. 70).

Escosteguy, a partir de uma citação de Hall⁵⁶, destaca diversas idéias que marcam a contribuição do autor para o entendimento da identidade na época atual.

[...] identidade é um espaço onde um conjunto de novos discursos teóricos se interseccionam e onde um novo grupo de práticas culturais emerge. Trata-se de uma categoria política e culturalmente construída em que a diferença e a etnicidade são seus elementos constituintes; a experiência da diáspora se transforma em emblema do presente; a hibridização deixa sua marca e a fluidez da identidade torna-se ainda mais complexa pelo entrelaçamento de outras categorias socialmente construídas, além das de classe, raça, nação e gênero (ESCOSTEGUY, 2001, p. 150).

A autora esclarece, ainda, que Hall “concebe a identidade articulada ao passado e presente, **em permanente construção** (grifo nosso), atravessada tanto pelos discursos públicos quanto pelas práticas e experiências dos sujeitos, entranhados numa determinada conjuntura histórica (2001, p.151).

1.3 A FORMAÇÃO DA IDENTIDADE DO GAÚCHO

Gaúcho da Velha Guarda,
Que venceu no Paraguai,
Já me criei na vanguarda,
Manejando a espada larga,
Que recebi de meu pae...
(Canção do Gaúcho, Vargas Netto)

A representação da identidade⁵⁷ do sul rio-grandense foi formada a partir de três vértices: a historiografia, a literatura e o tradicionalismo⁵⁸. No trabalho aqui desenvolvido procurou-se apresentar como estas três instâncias colaboraram na construção da imagem do gaúcho heróico. Acredita-se ter buscado os principais fundamentos, mas reconhecemos que

⁵⁶ Ver p. 361 de Hall, Stuart. *Culture, community, nation*. Cultural Studies, 7, 1993.

⁵⁷ Embora use-se a palavra identidade no singular, reconhece-se a existência de várias identidades na questão do gaúcho. Optou-se pela forma no singular com o propósito de ficar em consonância com os autores utilizados na presente pesquisa que tratam do referido tema com foco para o sul-riograndense.

⁵⁸ Cabe aqui registrar que a identidade, pelo já , está em permanente construção. Por isso, embora use-se a frase no passado – “a representação da identidade do sul rio-grandense foi formada a partir de três vértices [...]” – reconhece-se que sempre está em movimento, ou seja, em formação. Por fim, a presente pesquisa afirma que a representação da identidade do gaúcho foi elaborada a partir de três vértices. Contudo, também reconhece-se outras possibilidades/elementos para esta formação.

no recorte necessário para a elaboração desta tese, muitos fatos históricos, obras literárias e elementos do discurso tradicionalista foram deixados de lado.

1.3.1 GAÚCHO: DE BANDIDO A HERÓI

Existem várias teorias sobre a origem do termo gaúcho. Reverbel (2002) inicia *O Gaúcho – Aspectos de sua formação no Rio Grande do Sul e no Rio do Prata* afirmando que “os etimologistas ainda não se entenderam a respeito da origem da palavra “gaúcho” (2002, p. 5). O autor passa por Augusto Meyer⁵⁹, João Ribeiro⁶⁰, Sílvio Júlio⁶¹ e Joan Corominas⁶², mas não apresenta nada de conclusivo. Reverbel fecha a discussão com uma reprodução do verbete de Joan Corominas: “*Gaúcho*. Criollo rural Del Rio de la Plata, 1782, Origen incierto; quizá se a lo mismo que guacho ‘huérfano’ (antes *uájcha*, antes *uákcha*), pobre, indigentem huérfano, de donde primeiro guauco y despues gaúcho (Corominas apud Reverbel, 2002, p.16-17). Em uma obra anterior – *Rodeio dos Ventos* (1978) – Lessa conta que em 1925 um jornal de Buenos Aires reuniu trinta intelectuais com o propósito de esclarecer em definitivo a questão, mas o que eles conseguiram “foi uma confusão maior que antes” (1978, p. 170). No Uruguai, existem duas correntes que propõem explicações para a etimologia de gaúcho.

Uma, do falecido professor Buenaventura Caviglia, que se reporta ao instrumento *garrocha*, que era uma espécie de foice com que os primitivos gaúchos cortavam o jarrete dos bois durante as caçadas de couro; *garrucho* seria o homem portador de *garrocha*; e como os guaranis não conheciam o som *rr*, passaram a dizer *gahucho*. A outra corrente é liderada por Fernando Assunção, [...] que se reporta à palavra francesa *gauche* (pronuncie-se “gôche”), que significa esquerdo e, por extensão, tudo o que não é direito (LESSA, 1978, p.171).

Outras hipóteses afirmam que o vocábulo teria derivado do idioma ameríndio quéchua, no caso de huachu, que significaria órfão ou vagabundo. Outra suposição é a de que o termo teria origem árabe: chaucho, denominação de um tipo de chicote para controlar manadas de animais. Também é popular a versão de que gaúcho viria do guarani guaú (ação de cantar triste) e quíchua che (gente), significando, então, “gente que canta triste”. O fato é que, como indicam obras recentes, a questão permanece aberta: “a palavra ‘gaúcho’ é ainda

⁵⁹ Ver MEYER, Augusto. *Gaúcho, história de uma palavra*. Porto Alegre, IEL/SEC, 1957.

⁶⁰ Ver RIBEIRO, João. *Curiosidades Verbais*. São Paulo: Melhoramentos, 1927.

⁶¹ Ver JÚLIO, Sílvio. *Literatura, folclore e lingüística da área gauchesca do Brasil*. Rio de Janeiro: A. Coelho Branco Filho, editor, 1962.

⁶² COROMINAS, Joan. *Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana*. Madri: Gredos, 1961.

hoje de etimologia controversa, havendo as mais diversas conjeturas quanto à sua origem, a partir dos idiomas árabe, francês, quíchua, araucano e guarani” (Santi, 2004, p. 18).

O vocábulo, em seus primeiros empregos, continha um sentido negativo. Em 1771, o termo apareceria em documentos pela primeira vez: “*Muy señor mio: habiendo tenido noticia que alguns gahuchos (sic) se habían dejado ver a la Sierra, mande a los tenientes de milicias [...] com una partida de 34 hombres [...] por ver si podían encontrar los malechores...*” (MOLAS apud GONZAGA, 1980, p.116). O viajante português José Saldanha, em 1787⁶³, reforçaria está idéia:

Gauches, palavra *Hespanhola uzada* neste *Paiz* para expressar aos Vagabundos, ou *ladroens* do Campo, quais Vaqueiros, costumados a matar os Touros *chimarroens*, a sacar-lhes os couros, e a leva-los ocultamente as Povoações, para sua venda ou troca por outros gêneros (SALDANHA apud GONZAGA, 1980, p.116).

Este conceito negativo também apareceria na obra *Viagem ao Rio Grande do Sul*, que relata a passagem do botânico francês Auguste de Saint-Hilaire no Estado em 1820 e 1821. Em um dos trechos do relato, o viajante afirma que “dada a conhecida índole dos gaúchos é possível imaginar que logo proclamada a independência foram aproveitados os primeiros momentos de desordem para a pilhagem do gado nas estâncias portuguesas [...] (1974, p. 62-63). Em outro ponto, compara o alferes Antônio Bernardino Silva ao gaúcho por este ter indicado um caminho de difícil passagem, o que provocaria danos a carruagem de Saint-Hilaire.

Como foi esse homem, perfeito conhecer da região, indicar-nos caminho tão difícil, onde sabia nunca terem passado carruagens? [...] Talvez tenha ele julgado que seria esse o melhor meio de se ver livre de mim; talvez tenha sido leviandade, falta de reflexão, negligência, e sou tentado a acreditar que esse homem, apesar de ser branco, pertence aos habitantes desta região que têm costumes semelhantes aos dos Gaúchos (SAINT-HILAIRE, 1974, p.116).

⁶³ Lessa (1978) credita a Saldanha o primeiro registro da palavra, ocorrido segundo esta versão, em primeiro de janeiro de 1787, quando o viajante encontrava-se próximo a atual Santa Maria.

Esta visão nada positiva se consolida por meio da atividade desenvolvida pelo gaúcho. O crescimento do comércio coureiro na região fez com que surgisse uma pacotilha⁶⁴, integrada por indivíduos que cortavam os campos, que passou a roubar couros para os negociantes europeus. Segundo Lessa, “esses indivíduos, chamados inicialmente de changadores e, depois, de gaudérios, terminaram recebendo o apelido de gaúchos, nome que ficaria, tendo caído em desuso os primeiros” (2002, p.99).

Contudo, com a redução das guerras, o fim crescente das charqueadas, a demarcação das propriedades e a fixação deste tipo de homem nas estâncias o termo foi perdendo o conceito negativo e passou a designar o peão, como já registra José de Alencar em 1870 no romance *O Gaúcho*⁶⁵. O autor considera que gaúcho e peão são até certo ponto sinônimos; pois serviriam para designar o habitante da campanha do Rio Grande. A obra, de acordo com Gonzaga, é o “primeiro trabalho, em linhagem culta, conferindo ao gaúcho a condição de herói inteiro” (1980, p.126). O folclorista Antônio Augusto Fagundes, por seu turno, afirma que “o gaúcho deve ser percebido como alguém que cria o gado em regime extensivo e que trabalha a cavalo. Ou como alguém que trabalha para quem cria o gado” (1992, p.96). Hoje, o termo ultrapassa a definição de quem exerce a lida campeira e é utilizado para designar os indivíduos naturais do Rio Grande do Sul. Esta inversão de sentido – de negativo para positivo - ocorreu de forma gradual e por volta da metade do século XIX a figura do gaúcho marginal havia desaparecido.

E, por conseguinte, apta a renascer como instrumento de sustentação e imposição ideológica dos mesmos grupos que a tinham destruído. O processo de transfiguração do gaúcho-pária em gaúcho-aristocrata, cheio de virtudes civis e militares, não foi instantâneo nem uniforme: durou várias décadas, encontrou muitas formulações e teve seu coroamento apenas no século XX, quando a oligarquia precisou aglutinar seu projeto político as novas forças sociais existentes na província (GONZAGA, 1980, p.118).

Oliven afirma que houve uma ressemantização do termo, “através do qual um tipo social que era considerado desviante e marginal foi apropriado, reelaborado e adquiriu um novo significado positivo, sendo transformado em símbolo de identidade regional” (1992, p.50).

⁶⁴ Termo utilizado no Rio Grande do Sul para designar quadrilha de bandidos.

⁶⁵ Ver Alencar, José de. *O gaúcho*. São Paulo: Ática, 1998.

A representação deste gaúcho que “morre secco (sic) e não se entrega” (Vargas Netto, *Canção do Gaúcho*, *Revista do Globo*. Ano 1, Número 21, p. 54 - 1929) vai firmar-se, conforme indicam Gonzaga (1980), Gutfreind (1998, 2001), Jacks (1999), Moreira (2002), Oliven (1989 e 1992), Pesavento (1980, 1985, 1989, 2002 e 2004), Dacanal (2004) e Zilberman (1982) com o apoio de três forças: a historiografia, a literatura e o tradicionalismo.

1.3.2 CONSIDERAÇÕES SOBRE A HISTORIOGRAFIA COMO FONTE PARA A REPRESENTAÇÃO DO GAÚCHO

Ao propor uma discussão sobre a identidade do gaúcho é necessário antes recuperar, mesmo que de forma breve, alguns pontos da história do Rio Grande do Sul. Isto se faz necessário, pois a partir da pesquisa realizada para a elaboração da presente tese verificou-se que a questão da identidade do gaúcho está articulada a aspectos particulares da formação do Rio Grande do Sul. No trabalho aqui desenvolvido procurou-se resgatar fatos históricos e colocá-los em diálogo com autores contemporâneos. Sendo assim, não existe uma preocupação em citar-se todos os fatos que fizeram a história do Rio Grande, mas sim aqueles que, de alguma forma, contribuíram para a criação do mito do gaúcho.

Em um primeiro momento, cabe registrar que, nas palavras de Dacanal, “uma revolução silenciosa está ocorrendo na historiografia sobre o Rio Grande do Sul, quer dizer, no conteúdo e na forma dos relatos que apresentam o passado do estado (2004, p.33). Embora a expressão “revolução silenciosa” usada por Dacanal seja de uso duvidoso, uma vez que as discussões envolvendo a questão tem ocupado espaço nos debates acadêmicos e mesmo na mídia, o fato é que a história sul rio-grandense está sendo relatada de uma forma bastante diversa da registrada até há poucos anos. Valores antes não questionados passam agora por um novo exame. Gutfreind, por exemplo, destaca, neste processo de revisão, a contribuição das fontes orais.

Com o recurso de fontes orais, questionamos o conhecimento oficial produzido acerca da história do Rio Grande do Sul (RS), em relação a sua fronteira com o Prata. Ressaltamos que, mais de 50% do território gaúcho é constituído de fronteiras abertas com a Argentina e o Uruguai. Cotejamos, no ensaio⁶⁶, obras históricas já consagradas (Rosa, 1956 e Vellinho, 1975), com depoimentos de pesquisadores que vêm desenvolvendo estudos sobre suas cidades de origem,

⁶⁶ Revisões historiográficas na temática da fronteira sul-riograndense: historiadores municipalistas na prática da oralidade. Anais Eletrônicos do IV Encontro da ANPHLAC. Vitória, 2001. Disponível em <http://www.ifch.unicamp.br>.

localizadas na área da fronteira e no seu entorno (GUTFREIND, ANPHLAC. Anais Eletrônicos do IV Encontro da ANPHLAC. Vitória, 2001)⁶⁷.

Resistente a este resgate, o mito e a imagem do gaúcho encontram espaço nos dias de hoje, apoiados pelos meios oficiais e pela historiografia⁶⁸ tradicional.

Constantemente reatualizada e mesmo patrocinada pelos meios oficiais, esta história apresenta uma visão tradicional e conservadora. Pretende a preservação de uma estrutura econômica determinada, ligada aos interesses das classes dominantes, que não exercitam a hegemonia a nível nacional, mas sim localmente [...]. Neste intento, elabora-se uma visão de realidade regional na qual se elimina a noção de processo: o contexto histórico configura-se como imutável, o Rio Grande do Sul apresenta ao longo do tempo características que não se alteram e a região e seus habitantes possuem contornos definidos e perenes (PESAVENTO, 1989, p.55-6).

De acordo com Dacanal (2004), a historiografia tradicional sobre o Rio Grande do Sul pode ser dividida em quatro grupos. A ala tradicional tem início com José Feliciano Fernandes Pinheiro – o Visconde de São Leopoldo – que em 1822 tem editada pela Imprensa Nacional a obra *Anais da Província de São Pedro*⁶⁹. O segundo grupo é formado pelos continuadores do trabalho de Pinheiro. Em suas obras, destacam as lendas autojustificadoras da oligarquia rural da fronteira, como a do “gaúcho heróico”. O mais importante representante é Moysés Vellinho⁷⁰. No terceiro grupo, segundo Dacanal (2004), estão os que se dedicaram a temas isolados ou realizaram levantamentos factuais de grande interesse. Neste grupo, o autor posiciona, por exemplo, Sérgio da Costa Franco⁷¹. Do quarto grupo fazem parte os folclóricos como Manoelito de Ornellas⁷².

⁶⁷ Disponível em <http://www.ifch.unicamp.br>. Consulta realizada em 10.4.2006

⁶⁸ Na presente pesquisa optou-se pelo vocábulo historiografia e não história pois, como explica Gutfreind, além de significar história escrita, o termo abarca o sentido de que “a historiografia [...] está integrada em um momento histórico, sendo o resultado do trabalho individual ou de um grupo de intelectuais” (1992, p.9). Dentro deste contexto, percebe-se “as realizações humanas, independentes do campo em que se manifestam, integradas às conjunturas histórico-sociais concretas, também se vê a historiografia como um produto da sociedade (GUTFREIND, 1992, p.9).

⁶⁹ Ver *Anais da Província de São Pedro*. Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1922. Ver *Anais da Província de São Pedro*. Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1946. Biblioteca Popular Brasileira, 21.

⁷⁰ Ver *Capitania D’el Rei, Aspectos Polêmicos do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Globo, 1970. Fronteira. Porto Alegre: Globo, 1975.

⁷¹ Ver *Origens de Jaguarão: 1790-1833*. Caxias do Sul: Univ., 1980.

⁷² Ver *Gaúchos e beduínos: a origem étnica e a formação social do Rio Grande do Sul*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1956.

Outro caminho para entender-se a historiografia rio-grandense é o proposto por Gutfreind, que identifica duas matrizes⁷³ ideológicas, “que se originam de interpretações de participantes contemporâneos nos acontecimentos narrados e, posteriormente à produção historiográfica” (1998, p.11).

Essas matrizes representam a busca da identidade político-cultural do território sul-rio-grandense.[...] À primeira filiam-se os historiadores que enfatizam algum tipo de relação ou de influência da região do Prata na formação histórica sul-riograndense e comumente defendem que a área das Missões Orientais, com os aldeamentos jesuíticos do século XVIII, compunha a história do Rio Grande do Sul. A outra, a matriz lusitana, minimiza as aproximações do Rio Grande do Sul com a área platina e, conseqüentemente, defende a inquestionável supremacia da cultura lusitana na região (GUTFREIND, 1992, p.13-4).

O essencial para a formação da figura do gaúcho, como afirma Gutfreind (1992), é que embora apresentem orientações distintas, essas matrizes preocupam-se em definir a natureza e as origens da sociedade gaúcha, dados que são utilizados e resgatados ao longo dos anos. O já citado Pinheiro, um dos pioneiros da matriz lusitana, definia os conquistadores das Missões como homens bravos e audaciosos e que sem armas conseguiram anexar a Província das Missões ao domínio português. De acordo com Gutfreind, “tais qualidades reconstruídas pela matriz lusa, passaram a caracterizar o gaúcho em geral, não mais se restringindo aos conquistadores das Missões” (1992, p.15). Da herança da matriz platina, entre outras visões, encontramos a idéia de um Rio Grande do Sul que não necessita do poder central dominante do período.

A partir do século XIX e início do XX, o discurso historiográfico muda de tom e de direção. Surge um grupo de historiadores⁷⁴ que valoriza as relações que o Rio Grande do Sul mantém com o Prata, com o intento de enfatizar a singularidade do estado sulino e a possibilidade de sua sobrevivência sem o auxílio do Império, posteriormente da República (GUTFREIND, 1992, p.18).

⁷³ A autora entende por matriz “um tipo de discurso com características comuns encontradas em um conjunto de obras históricas, cujos conceitos adquirem significados ocultos, conforme a conjuntura que se desenvolve e, por isso mesmo, mantém uma vitalidade sempre eficaz” (GUTFREIND, 1992, p.11).

⁷⁴ Ver Lima, Alcides. **História Popular do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Martins Livreiro, 1983. Ver Assis Brasil, Joaquim Francisco de. **História da República Rio-Grandense**. Porto Alegre: ERUS, 1982. As duas obras são de 1882.

As obras nesta linha – História popular do Rio Grande do Sul (1882), de Alcides Lima, História da República Rio-Grandense (1882), de Assis Brasil, e Rio Grande do Sul: descrição física, histórica econômica (1897), de Alfredo Varella – não escondiam, contudo, sua simpatia pela República⁷⁵. Ao buscar o reconhecimento de uma aproximação com o Prata, os autores não pretendiam uma volta do Estado aos domínios espanhóis, mas sim desferir uma crítica ao Império.

Como os dois outros autores, Varella, também defensor da República e da Federação, identificava fatores históricos diferenciadores do Rio Grande do Sul, como a geografia, o processo de colonização e sua situação econômica, os quais lhe possibilitavam viver à parte do restante do país. Crítico como os demais historiadores da política do Império, queixava-se de que a área sulina, desde os tempos coloniais, recebera apenas maus tratos da Coroa portuguesa (GUTFREIND, 1998, p.21).

Contudo, esta condição de abandono por parte de Portugal pode ser considerada questionável, pois os mesmos autores que fazem esta acusação registram os esforços da Coroa portuguesa pela manutenção e ocupação do território rio-grandense, mesmo que para isto entrasse em conflitos com os espanhóis.

Abandonado ou não, o Rio Grande do Sul sempre pareceu estar em “descompasso” com o resto do Brasil. Esta “diferença” contribuiu para a formação da figura do gaúcho e sua representação. Oliven (1992) observa que o Rio Grande do Sul é geralmente considerado como ocupando uma posição singular em relação ao Brasil.

Isso se deveria às suas características geográficas, à sua posição estratégica, à forma de seu povoamento, à sua economia e ao modo pelo qual se insere na história nacional. Apesar do estado ter uma grande diferenciação interna (do ponto de vista geográfico, étnico, econômico e de sua colonização), ele é freqüentemente contraposto como um todo ao resto do país, com o qual manteria uma relação especial, a ponto de ser às vezes chamado jocosamente por outros brasileiros de “esse país vizinho e irmão do Sul” (OLIVEN, 1992, p.47).

⁷⁵ No final da década de 1880, a monarquia estava em crise pois seus opositores denunciavam que o regime representava uma forma de governo que não correspondia mais às mudanças sociais em processo. Alcides Lima e Assis Brasil exaltavam o regime republicano, em fase de propaganda no Rio Grande do Sul. Alfredo Varella, por sua vez, enaltecia os benefícios já colocados em prática no Estado em pouco mais de cinco anos de República.

Essa idéia de “país vizinho” tem sua origem ainda no período colonial. De acordo com Pesavento (2002), o Rio Grande do Sul foi descoberto no início do século XVI⁷⁶, quando expedições de exploração e comércio de pau-brasil chegaram até o litoral do extremo sul do Brasil. Nesta época, ocorre a generalização do nome “Rio Grande de São Pedro”⁷⁷. Contudo, a região não sofreu exploração por mais de um século. No mesmo período, no restante da América portuguesa desenvolviam-se os engenhos. Neste contexto, “o Rio Grande do Sul integrou-se tardiamente ao restante do Brasil colonial” (Pesavento, 2002, p.8). Também contribui para este “descompasso” o fato de o Estado não estar incluído em território de domínio português⁷⁸.

A colonização lusa orientou-se pelo litoral brasileiro, tomando S. Vicente como limite sul do império de Portugal, prevalecendo este limite na distribuição das capitanias. Assim o Rio Grande do Sul ficou temporariamente fora da colonização portuguesa, pois pertencia às terras de Espanha. Só mais tarde, no século XVIII, que os lusos começaram a conquista do litoral sulino (FLORES, 2003, p.23).

Uma aproximação econômica com o resto do país somente ocorre no final do século XVII. Até então, a exploração colonial baseava-se na produção já existente - como as riquezas minerais – ou na agricultura de exportação – o açúcar, por exemplo - cuja proposta era atender o mercado internacional movimentado pelo capitalismo nascente. O Rio Grande do Sul não se ajustava a nenhum dos casos, ficando assim à margem da economia da época.

Com o fim das reduções do Tape⁷⁹, o gado criado pelos jesuítas foi abandonado e reproduziu-se sem controle, formando com o passar do tempo uma imensa reserva, conhecida

⁷⁶ É importante lembrar que, conforme Golin (2004), grupos indígenas povoaram a bacia do Prata há mais de doze mil anos. Contudo, para a presente pesquisa, torna-se relevante o período que tem início com a ocupação européia. Flores (2003) também registra que “os grupos indígenas jê, pampiano e guarani povoaram o Rio Grande do Sul antes da chegada dos europeus (2003, p.14). Os pampianos eram formados por charruas, minuanos, iarós, guenoas, mboanes e chanás. Segundo Flores, com a introdução do cavalo em 1907 e do gado a partir de 1634, estes grupos “tornaram-se temíveis cavaleiros armados de longas lanças ou com as boleadeiras (2003, p.15).

⁷⁷ Em 1531, os navegantes portugueses Martim Afonso de Souza e Pero Lopes batizam de “Rio Grande de São Pedro” a barra que vai permitir, mais tarde, a passagem de navios do Oceano Atlântico para a Lagoa dos Patos. Os dois navegadores, contudo, não desembarcaram nas praias gaúchas. (Antônio Augusto Fagundes- Cronologia – Disponível em <http://www.paginadogaicho.com.br>. Consulta realizada em 10.09.2005).

⁷⁸ O Tratado de Tordesilhas, assim denominado por ter sido celebrado na povoação castelhana de Tordesillas, foi assinado em a sete de junho de 1494, entre Portugal e Castela (atual Espanha), definindo a partilha do chamado Novo Mundo entre ambas as Coroas. Ver Costa (1979).

⁷⁹ Ver Flores (2003).

como Vacaria Del Mar⁸⁰. Somente com a preia do gado xucro o Estado começou a ganhar espaço no cenário econômico colonial.

A mineração, atividade altamente especializada, concentrando densas massas populacionais, com grande poder aquisitivo e localizadas à distância do litoral, fez com que surgisse um mercado interno no Brasil. É neste momento que assumiram relevância os rebanhos de gado no sul do país, conectando-se o Rio Grande do Sul à zona das Gerais, como economia subsidiária da economia central de exportação. Para o Rio Grande do Sul começaram a descer paulistas e lagunistas, objetivando prear esse gado xucro para levar até a zona mineradora (PESAVENTO, 2002, p.13).

Então, finalmente, a região sul passava a ser de interesse do resto do Brasil e tornar-se conhecida pela sua riqueza pecuária. O abate indiscriminado⁸¹ da Vacaria Del Mar fez, porém, com que em 1639 não houvesse mais gado na região. Contudo, o retorno dos jesuítas, a partir de 1682, e a fundação dos Sete Povos das Missões⁸² garantiriam a sobrevivência da atividade com a formação de novas reservas de gado. A imagem do gaúcho como homem que lida com o gado buscaria neste período sua consolidação.

Outra questão importante na formação Rio Grande do Sul e que contribui na elaboração da imagem do gaúcho é a sua posição geográfica estratégica, como já mencionado por Oliven (1992). O território rio-grandense, por fazer fronteira com o Prata⁸³, esteve sempre envolvido nas disputas entre portuguesas e espanhóis. De acordo com Flores, “durante o período colonial, o Rio Grande do Sul sofreu os choques das frentes coloniais lusas e espanholas, pelo domínio da área, pois a linha de Tordesilhas (1494) nunca foi demarcada” (2003, p.22). A própria preia do gado não fugia do conflito, pois “para conquistar rebanhos, era preciso enfrentar os castelhanos” (PESAVENTO, 2002, p.14).

A necessidade de resguardar os limites do Brasil e a conquista e ocupação de novas terras exigiam do habitante do sul do Brasil características como coragem, virilidade, força e disposição para o combate, marcas que vão ser a base da construção da identidade do gaúcho.

⁸⁰ Sobre isto, há diversas versões. Ver Pesavento (2002) e Flores (2003).

⁸¹ De acordo com Pesavento (2002), a preação do gado foi objeto de atenção de diversos grupos: portugueses, espanhóis, índios, vaqueanos e ingleses.

⁸² Ver Pesavento (2002) e Flores (2003).

⁸³ O Rio Grande do Sul limita-se ao sul com o Uruguai, ao oeste com a Argentina, ao norte com o Estado de Santa Catarina e ao leste com o Oceano Atlântico.

Para a construção daquela imagem idealizada, recorreu-se a uma “fase dourada” ou “idílica” do passado histórico gaúcho: o século XVIII, quando constituíam-se as bases de uma sociedade militarizada, em permanente confronto com espanhóis na defesa da fronteira e dos rebanhos. Nesta época, as necessidades da luta constante, dadas pela situação fronteiriça faziam com que a Coroa portuguesa outorgasse maior autonomia aos proprietários de terra, de gado e de escravos no Rio Grande do Sul. Desta forma, o exercício do poder da camada senhorial sulina teve menos entraves que o das elites proprietárias de terra de outras regiões do país (PESAVENTO, 1989, p. 58).

Nesta citação, é possível perceber a tendência imposta pela historiografia de que o gaúcho que luta pela causa de Portugal no período formativo e pelo Brasil no período Imperial, é elevado ao grau de herói. A Guerra do Paraguai⁸⁴ também contribuiu para esta imagem, pois as tropas de gaúchos tiveram destaque nacional em sua participação, provocando admiração por parte dos demais, como destacam os versos da *Canção do Gaúcho*: “Gaúcho da velha guarda, **que venceu no Paraguay**, já me criei na vanguarda, manejando a espada larga, que recebi de meu pae [sic]...” [grifo nosso] (*Revista do Globo*. Ano 1, Número 21, p. 54 - 1929). A canção faz referência ainda a Guerra dos Farrapos, na figura do pai: “Meu pae, **um farrapo velho**, foi com Guedes pra a refrega, pelou a cabo de relho, porque o gaúcho vermelho morre secco e não se entrega” [grifo nosso] (idem). Guttfreind (1998) aponta a Revolução Farroupilha⁸⁵ como um marco na discussão da identidade do gaúcho. De acordo com a pesquisadora, é a partir do conflito que a identidade sul-riograndense passa a ser questionada. O debate persistiu nos anos seguintes.

[...] quando versões do acontecimento insistiam nas pretensões separatistas do movimento, sob influência platina, políticos e intelectuais sulinos passaram a refutar tais opiniões. Num crescente, a partir de 1930, tornou-se insistente e sistemática a negação do separatismo e do platinismo, por parte dos sul-riograndenses em relação à Revolução Farroupilha (GUTFREIND, 1998, p.192).

⁸⁴ A Guerra do Paraguai é considerada o maior conflito armado internacional ocorrido no continente americano. É também chamada Guerra da Tríplice Aliança, pois os aliados Brasil, Argentina e Uruguai derrotaram o Paraguai após cinco anos de lutas (dezembro de 1864 a março de 1870).

⁸⁵ A Guerra dos Farrapos durou dez anos, de 1835 a 1845. Segundo Flores, “o objetivo principal [...] foi a luta pelos princípios liberais contra o autoritarismo e centralização do governo, que paradoxalmente também existiu na República Rio-Grandense” (2003, p.95). Ver SPALDING, Walter. *Revolução Farroupilha*. Brasília: Editora UNB, 1982. Ver PESAVENTO, Sandra Jatahy. *A Revolução Farroupilha*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985. Ver FLORES, Moacyr. *A Revolução Farroupilha*. Porto Alegre: UFRGS, 2004.

Contudo, como afirma Gutfreind (1998), a ambigüidade ainda está presente nos dias de hoje. Embora negue-se o anseio separatista aos farrapos, em vários momentos eles são lembrados e, novamente, o desejo de separação é exaltado.

Pesavento (1990), por seu turno, considera a Revolução Farroupilha o acontecimento mais festejado da historiografia do Rio Grande do Sul.

Dentro de uma tendência idealista, os arautos da historiografia regional celebraram os feitos de seus “heróis” e visualizaram esse prolongado conflito da província contra o Império como uma verdadeira “epopéia” [...] Para a historiografia tradicional, a Revolução Farroupilha tornou-se o símbolo do espírito de bravura do povo gaúcho e de suas “tendências libertárias”. Quanto a seus principais vultos, converteram-se nos exemplos mais representativos da “raça” gaúcha tais como altivez, coragem, desprendimento (PESAVENTO, 1990, p.7-8).

A autora (1990) ressalta ainda que a longa duração do conflito e o oferecimento de uma paz honrosa aos farrapos, sem que estes tivessem sido derrotados nos campos de batalha, foram elementos fortes para a construção do mito do gaúcho.

Jacks, por sua vez, ao abordar a discussão sobre cultura regional, também destaca a importância da Revolução Farroupilha neste processo.

[...] este é um dos Estados da Federação que tem bem contornados seus traços culturais, marcadamente tradicionais e regionalizados, cuja origem está historicamente ligada à ocupação de seu território e à fundação de sua economia, definindo-se claramente a partir do marco mais relevante de sua história, a Epopéia Farroupilha (JACKS, 2003, p.13-14).

Da mesma forma, Santi reforça esta idéia.

A exaltação do heroísmo como atributo intrínseco ao gaúcho remonta provavelmente ao tempo da Revolução Farroupilha, quando a oligarquia regional, necessitada da massa camponesa para “bucha-de-canhão”, chegou a acenar com a liberdade aos escravos que a peola aderissem. Aos peões “livres”, que nada tinham de seus exceto um cavalo e os arreios, era necessário exaltar-lhes as referidas virtudes (pois outro prêmio não haveria para eles, em caso de vitória), ao esmo tempo em que se atribuía aos adversários a carência delas (SANTI, 2004, p.28)

Para Pesavento, as questões propostas pela historiografia regional, entre elas o sempre retorno à Revolução Farroupilha, ainda representam um setor que já não tem mais poder. Com isso, “vivemos uma história regional comprometida com a permanência, com o imobilismo, com a restauração de velhos ideais em função de outras realidades” (PESAVENTO, 1989, p.62). Embora seja fruto de uma classe hegemônica, a influência dos farrapos vai ultrapassar este grupo.

A ideologia farroupilha terá, desta forma, um significado imenso na história posterior das ideologias no Rio Grande do Sul. Por se a expressão de uma totalidade e totalizar ela mesmo o momento histórico, vai ser a origem de todas as idéias políticas posteriores, as quais fincarão raízes, inclusive, na própria superestrutura política brasileira e movimentos políticos e sociais que formaram o Brasil contemporâneo (VARES, 1998, p. 141).

1.3.3 LITERATURA: DO PARTENON AO “GAÚCHO A PÉ”

A literatura, juntamente com a historiografia e o tradicionalismo, foi um dos pontos fortes para a consolidação do mito do gaúcho herói. Na presente pesquisa, recorreremos ao *Roteiro para Ler o Regionalismo*, de Flávio Loureiro Chaves⁸⁶ e as pesquisas de Regina Zilberman⁸⁷ para, assim, elencar os escritores que mais contribuíram para a criação desta imagem. A fim de compreender melhor a importância, o contexto de lançamento e as repercussões de algumas obras, utilizamos o Acervo Literário da Livraria do Globo⁸⁸.

Zilberman (1982) considera que a criação da Sociedade Partenon Literário em 1868 marca o início efetivo da literatura no Rio Grande do Sul. Oitenta anos depois de sua fundação, Moysés Vellinho, então diretor da *Revista Província de São Pedro*⁸⁹, descrevia o contexto em que o Partenon foi fundado, em plena Guerra do Paraguai.

A paz de Ponche Verde, que selara com honra o decênio farroupilha, tinha sido lavrada havia pouco mais de vinte anos, e as cicatrizes que marcaram os heróis doíam na carne da comunidade. As Guerras do Prata, anteriores à própria configuração política da Capitania, mal se tinham encerrado com o esmagamento de Rosas. E agora mesmo, quando os homens da pena se buscavam uns aos outros para a construção de sua cidade, estávamos mergulhados em pela campanha do Paraguai,

⁸⁶ Ver Chaves, LOUREIRO, Flávio. *Matéria e Invenção – Ensaio de Literatura*. Porto Alegre: UFRGS, 1994.

⁸⁷ Ver ZILBERMAN, Regina. *A Literatura no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1982.

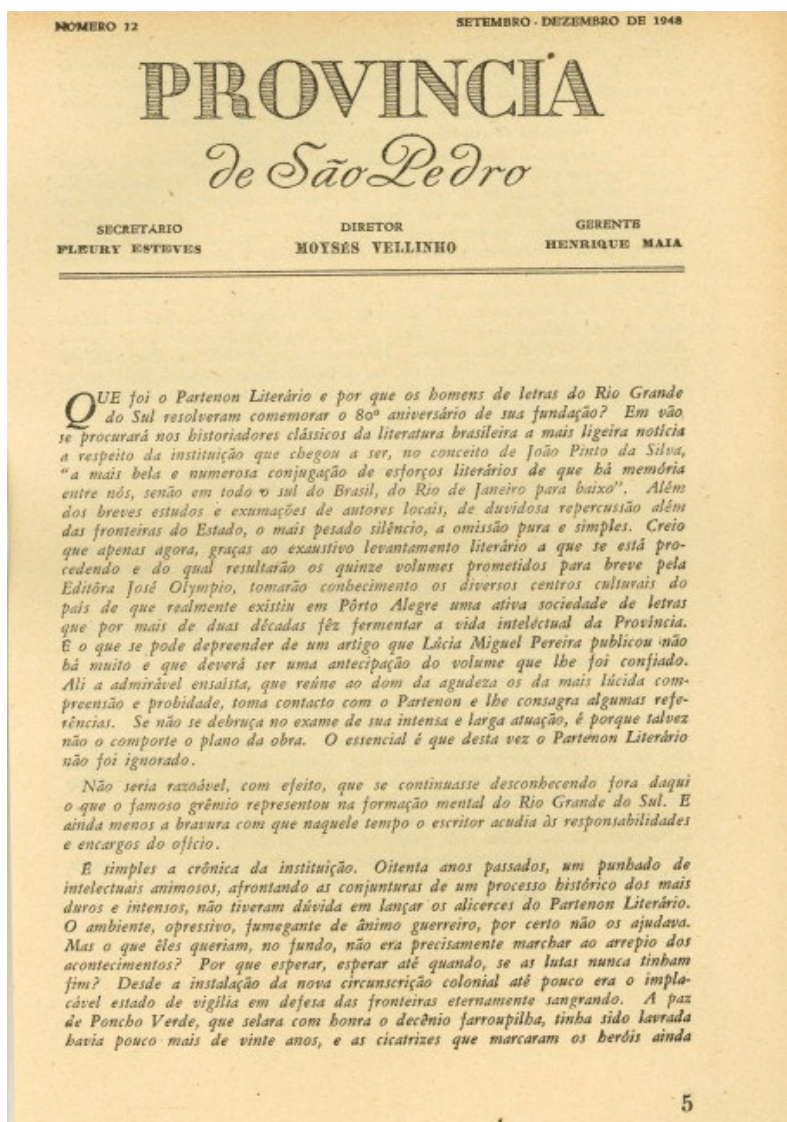
⁸⁸ Laboratório de Acervos Digitais. Instituto de Pesquisas Científicas e Tecnológicas/Faculdade de Letras da PUCRS..

⁸⁹A *Revista Província de São Pedro* foi editada pela Livraria do Globo de 1945 a 1957.

em cujo solo se batiam para mais de trinta mil rio-grandenses! Eram os sacrifícios e provações de sempre, era a devastação que continuava. Esse o momento escolhido para a instalação do Partenon (Moysés Vellinho, Revista Província de São Pedro, n. 12, set.-dez. 1948, p.5-6)

Ilustração 2

Moysés Vellinho descreve a criação do Partenon Literário



Fonte: Revista Província de São Pedro, n. 12, set.-dez. 1948, p.5

O nome Partenon define não só a Sociedade em si, mas também toda a época. Sendo assim, além do grupo inicial que esteve à frente do movimento entre 1868 e 1880 – Caldre e Fião, Apolinário Porto Alegre, Bernardo Taveira Júnior, Múcio Teixeira, Hilário Ribeiro, Luciana de Abreu e Lobo da Costa – Partenon também denomina a orientação literária que

passou a ser dominante da arte poética do período. A importância da Sociedade para a formação da representação está no fato de sua produção voltar-se para duas vertentes temáticas, que vão aparecer em estágios futuros na cultura gaúcha.

[...] de um lado apresenta-se a linhagem romântica, explorando os assuntos relativos à infância, morte e amor desenganado; e, de outro, avulta a apropriação dos motivos regionais, que se faz seja enquanto utilização épica do modelo humano rio-grandense oriundo dos pampas, seja enquanto memória do passado glorioso da Província, exaltando-se o índio como matriz do campeiro e a Revolução Farroupilha, marco da História local (ZILBERMAN, 1982, p.14).

Com o Partenon, os assuntos regionais são incorporados à literatura. Os hábitos rurais, a paisagem e as particularidades lingüísticas passam a constar das criações literárias. É preciso, porém, assinalar que antes mesmo da formação do Partenon Literário, a figura do gaúcho já marca presença na literatura rio-grandense. A novela *A Divina Pastora*, de Caldre e Fião, publicada pela primeira vez em 1847, “traça o perfil do tipo regional incorporando seu vocabulário e os termos dialetais na descrição de usos e costumes” (CHAVES, 1994, p.12). Caldre e Fião também deixaria bem clara a sua intenção no subtítulo de *A Divina Pastora: uma novela rio-grandense*. Guilhermino César, em artigo publicado em 1954, ressalta a importância da obra: “Antes d’*O Guarani*, das *Minas de Prata* e *Iracema*, mas precedida de três anos pela *A Moreninha*, e de dois pelo *O Moço Louro*, surge a *Divina Pastora*, de autoria de Caldre e Fião, indubitavelmente o primeiro romance rio-grandense, no tempo” (Guilhermino César, *Revista Província de São Pedro*, volume 10, número 20, dezembro de 1954, p.8). No mesmo artigo, César lamenta o fato de os romances de Caldre e Fião terem sido esquecidos e tornarem-se raridade bibliográfica.

[...] não encontramos rastro deles na Biblioteca Nacional, nem no Gabinete Português de Leitura.. A Biblioteca Pública de Porto Alegre, a Biblioteca Riograndense e a Biblioteca Pelotense também não possuem um só exemplar d’*A Divina Pastora* (Guilhermino César, *Revista Província de São Pedro*, v. 10, n. 20, dez. 1954, p.9).

O resgate da obra só ocorreria na década de 90 do século passado, como conta Moreira.

É uma história bem interessante, o livro ficou perdido por mais de 140 anos. O que se tinha eram referências dele em outras obras, em jornais da época e nos escritos dos partenonistas. Até que, em 1992, um livreiro de Pelotas, chamado Monquelat, encontrou uma edição do livro no Uruguai. Ele trouxe o romance para o Rio Grande do Sul e *A Divina Pastora* foi publicado novamente. (Maria Eunice Moreira, entrevista concedida ao estudante de jornalismo da Unisinos Thomas Hartmann, 3.9.2002⁹⁰).

O importante, como observa Chaves, é que com *A Divina Pastora* ocorre em 1847 “o ingresso do *gaúcho* no território da ficção brasileira” (1994, p.31). Caldre e Fião, que foi o primeiro presidente do Partenon Literário, destacaria também o regionalismo em seu segundo romance. *O Corsário*, publicado em 1851, tinha como pano de fundo episódios ligados à formação do Rio Grande e a sua legenda heróica. A obra contribuiria ainda para a consagração de uma das expressões de referência ao gaúcho: *monarca das coxilhas*.

Além disso, quando procurou fixar o tipo humano, incluiu no texto o célebre “soneto monarca”, sem sombra de dúvida a matriz de todos os que abordaram o assunto daí em diante. O *gaúcho* – mitificado como *monarca das coxilhas* – já pertencia à tradição popular no tempo de Caldre e Fião. Através dos seus romances adquiriu foros de cidadania na literatura nacional (CHAVES, 1994, p. 12).

O pioneirismo de Caldre e Fião pode ser confirmado no fato de que somente quase vinte anos depois, em 1870, outra expressão marcaria a imagem do gaúcho: o *centauro dos pampas*. José de Alencar em *O Gaúcho* recorreria à figura mitológica do centauro – metade homem e metade cavalo – para referir-se ao habitante do pampa.

O peixe careca d’água, o pássaro do ambiente, para que se movam e existam. Como eles, o gaúcho tem um elemento, que é o cavalo. A pé está em seco, faltam-lhe as asas. Nele se realiza o mito da antigüidade: o homem não passa de um busto apenas; seu corpo consiste no bruto. Uni as duas naturezas incompletas: este ser híbrido é o gaúcho, o centauro da América (ALENCAR, 1998, p.37).

Embora o foco da Sociedade fosse a literatura, o grupo também tinha atuação política. Como destaca Hohlfeldt, “isso pode ser verificado desde os fundadores do *Partenon Literário* que tanto assinavam poemas e textos literários como os principais artigos dos

⁹⁰ Disponível em <http://www.portal3.unisinos.br>. Consulta realizada em 10.4.2006.

diferentes órgãos informativos de sua sociedade”⁹¹ (1998, p.61). Gonzaga (1980) também confirma esta tese, ao ver na criação literária um reforço das idéias de interesse da então classe dominante.

Contudo, além da inegável importância histórica, calcada na formação do sistema literário, caberia aos integrantes da Sociedade Partenon o esforço para a louvação aos tipos representativos mais caros à classe dirigente. Sedimenta-se ali o início da apologia de figuras heróicas, alçadas à condição de símbolos da grandeza do povo rio-grandense. Encontra-se na sedição farroupilha os paradigmas da honra, liberdade e igualdade que se tornariam inerentes ao futuro mito do gaúcho, dissolvendo-se os motivos econômicos e as diferenças entre as classes existentes no conflito. A configuração dos heróis não era ainda a do gaúcho estilizado e “glamourizado”, mas o vetor encomiástico já se fazia presente (GONZAGA, 1980, p.125).

De acordo com Gonzaga (1980), ocorria uma troca. Os artistas interessados em ascensão e prestígio ofereciam uma representação da realidade, que, em prosa e verso, destaca as qualidades da oligarquia dominante.

Um dos destaques do Partenon Literário foi a obra *O Vaqueano*, de Apolinário Porto Alegre, publicada em 1872⁹², considerada uma resposta a já referida *O Gaúcho*, de José de Alencar. Para Chaves, Porto Alegre “é, portanto, o legítimo fundador do regionalismo literário sul-rio-grandense, que nesse momento deixa de ser mero sentimento coletivo e se traduz como um programa de ação” (1994, p.13). O personagem José de Avençal, o Vaqueano, torna clara a identificação do herói como representante do universo pastoril.

Era uma natureza admirável, não tanto pelas amplas manifestações dos músculos de ferro, como pela perícia e inteligência com que guiava os exércitos da República, e a grandeza e bondade do caráter. Também jamais houvera rio-grandense que, como ele, conhecesse a Província. [...] Seu calendário de nomes abraçava do capão sumido na campina à restinga do mato ou arroio de exíguos cabedais. [...] Nos misteres campeiros ninguém o excedia. Iguais os encontrava, melhores nunca. O homem que nas brenhas brincava com o guará, o tigre e o tapir e os subjugava ao braço como tenra criciúma sob a pressão do vento, que receio teria do potro indômito e bravo e do boi xucro e de pontas aguçadas? Nos manejos de guerra não ficava somenos. A lança de duas braças de longura vibrava o bote

⁹¹ É interessante observar que neste período, a imprensa no Rio Grande do Sul vivia sua primeira fase, dominada pelo conceito de jornalismo político-partidário, em que “os partidos encarregaram-se de montar suas próprias empresas e lançar periódicos pelos quais assumiam inteira responsabilidade” (RÜDIGER, 1993, p. 24).

⁹²No mesmo ano, o argentino José Hernández publica *El gaúcho Martín Fierro* (Buenos Aires: Imprenta de La Pampa, 1872). Sete anos depois, Hernández lançaria *La Vuelta de Martín Fierro* (Buenos Aires: Librería Del Plata, 1879). Ver LOIS, Élica. **Cruzamento(s) de fronteira(s) em Martín Fierro**. In **Pampa e Cultura: de Ferro a Nieto**. Chiappini, Ligia; Martins, Maria Helena e Pesavento, Sandra Jatahy (orgs.). Porto Alegre: UFRGS/IEL, 2004.

tremendo, o pistolão atravessado na guaiaca poucas vezes errava o tiro na andorinha que cortava os ares (trecho de *O Vaqueano*, de Apolinário Porto Alegre⁹³).

A obra indica, todavia, que as características de Avençal estendiam-se a todos, transpondo, inclusive, as diferenças que separavam os vários segmentos sociais.

Os principais traços característicos de fisionomia que esboçamos de leve são tão reais, que o encontramos a cada passo em nossa Província, desde o posteiro até o senhor da estância, desde a existência errante do tropeiro até a existência sedentária do guasqueiro ou trançador de lonca (trecho de *O Vaqueano*, de Apolinário Porto Alegre⁹⁴).

De acordo com Chaves, *O Vaqueano* legou um tema e inaugurou uma tradição: “a personagem do vaqueano sintetiza todos os atributos do guasca; retornará na obra da maioria dos ficcionistas posteriores e sua descendência literária culmina no Blau Nunes dos Contos Gauchescos de Simões Lopes Neto” (1994, p.13).

O regionalismo no Rio Grande do Sul, a partir da obra de Apolinário Porto Alegre, vai estender-se até os primeiros anos do modernismo e ressurgir nos anos 30 do século passado, “quando Aureliano de Figueiredo Pinto, Cyro Martins, Ivan Pedro de Martins se apropriam desta temática, dentro de uma ótica social, segundo os cânones do romance da época” (ZILBERMAN, 1982, p.35).

O regionalismo, conforme aponta Zilberman (1982) pode ser caracterizado pelo tipo humano escolhido e o meio espacial. No Rio Grande do Sul, no entanto, é acrescido de um terceiro fator: o emprego de um determinado tempo histórico. Em relação ao tipo humano, temos o homem da campanha. O espaço é o pampa. A Revolução Farroupilha marca o tempo histórico.

O caráter cósmico desta configuração regional assinala sua natureza mítica; e esta se completa pelo privilégio concedido a um tempo: a época da Revolução Farroupilha, em que transcorre a maioria dos relatos. Esta preferência advém de dois aspectos: de um lado, porque o evento bélico favorece o desdobramento da aventura; de outro, ele possibilita a exaltação de uma certa ideologia – a que reflete as motivações dos charqueadores gaúchos, interessados na

⁹³ Disponível em Biblioteca Virtual da Página do Gaúcho, <http://paginadogaicho.com.br>. Consulta realizada em 4 abr. 2006.

⁹⁴ Idem.

veiculação de seus princípios republicanos e separatistas, isolando-se do poder decisório da Corte (ZILBERMAN, 1982, p.37).

É com João Simões Lopes Neto que a mitologia gaúcha atinge seu apogeu⁹⁵. O autor “alça o vaqueano à condição de mito com os *Contos Gauchescos* e *Lendas do Sul*, para depois dessacralizá-lo, nos *Casos de Romualdo*” (ZILBERMAN, 1982, p.38). Antes, porém, em 1910, Simões Lopes Neto lança o *Cancioneiro Guasca*, uma compilação do acervo poético de origem popular. Augusto Meyer, em seu artigo *Introdução ao Estudo do Cancioneiro Gaúcho*, embora reconheça que a obra não possa servir de fonte documentária segura, destaca sua importância como uma forma de registro da tradição coletiva, grande parte transmitida pela oralidade: “Além de matéria colhida em vários escritores, (Simões Lopes Neto) teve o cuidado de consultar a tradição oral, que êle soube, aliás, talvez como ninguém no Brasil, transformar num admirável instrumento de estilo” (Meyer, *Revista Província de São Pedro*, 1946, fascículo 4, março, p.24). Como na maioria da produção regionalista, em o *Cancioneiro* encontramos referências a Revolução Farroupilha. Em *Canto Farrapo*, o gaúcho desafia o Império: “Quero ver essa tal Majestade, que apareça esse rei tão falado, quero ver se me pisa no poncho, sem sair ele mesmo pisado” (LOPES NETO, 1960, p.146). A obra também vai contribuir para a fixação da figura do gaúcho.

Sou gaúcho forte, campeando vivo
Livre das iras da ambição funesta;
Tenho por teto do meu rancho a palha;
Por leito o pala, ao dormir a sesta.
Monto a cavalo, na garupa a mala,
Facão na cinta, lá vou em mui concho;
E nas carreiras, quem me faz mau jogo?
Quem, atrevido, me pisou no poncho?
(LOPES NETO *apud* CHAVES, 1994, p.39).

O *Cancioneiro Guasca*, além de seu valor como registro de parte do acervo poético popular do Rio Grande, vai servir de fundamento para as obras seguintes de Simões Lopes Neto.

⁹⁵ Luís Araújo Filho, antes de Simões Lopes, já recorre a figura do contador de causos na obra *Recordações do Sul*. De acordo com Zilberman (1982), o livro foi publicado em 1898. Já Chaves (1994) estabelece como ano de publicação 1905. A obra encontra-se a disposição para *download* na Biblioteca Virtual da Universidade Federal de Pelotas, <http://www.ufpel.edu.br/bvl>.

Os *Contos Gauchescos*, publicados em 1912, constam de dezoito textos independentes que têm como vínculo o fato de serem narrados pelo personagem Blau Nunes, que no início da obra é apresentado por um narrador anônimo que o descreve assim:

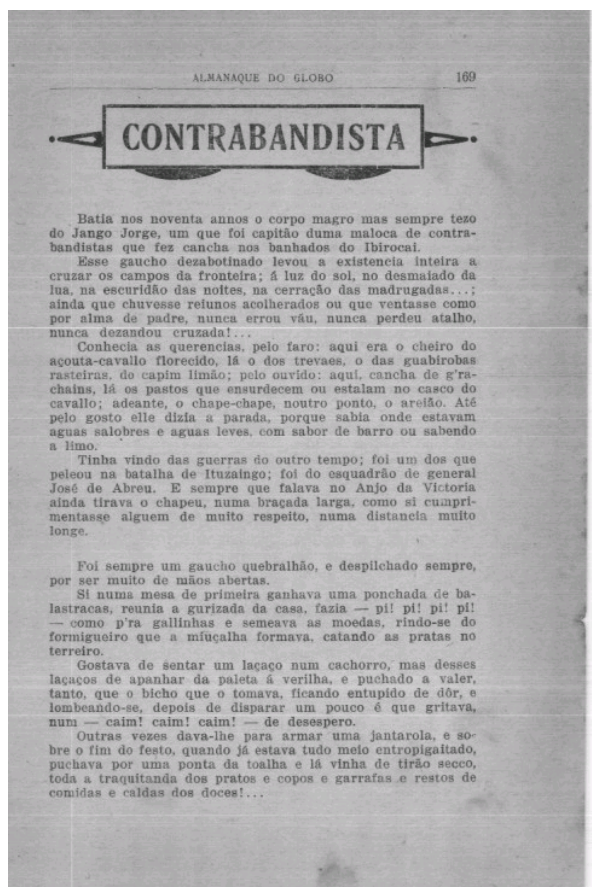
Genuíno tipo — crioulo — rio-grandense (hoje tão modificado), era Blau o guasca sadio, a um tempo leal e ingênuo, impulsivo na alegria e na temeridade, precavido, perspicaz, sóbrio e infatigável; e dotado de uma memória de rara nitidez brilhando através de imaginosa e encantadora loquacidade servida e floreada pelo vivo e pitoresco dialeto gauchesco (LOPES NETO, 1998, p. 2).

Ao longo da obra, Blau Nunes recupera uma realidade do passado e a revela pela sua palavra. Em um dos contos - *Contrabandista* – faz uma síntese do vivido pelos primeiros gaúchos.

Nesta terra do Rio Grande sempre se contrabandeou, desde em antes da tomada das Missões. Naquelles tempos o que se fazia era sem malícia, e mais por divertir e acoquinar as guardas do inimigo: uma partida de guascas montava a cavallo, entrava na Banda Oriental e arrebanhava uma ponta grande de eguarizos, abanava o poncho e vinha a meia rédea; apartava-se a potrada e largava-se o resto; os de lá faziam connosco a mesma cousa; depois era com gados, que se tocava a trote e galope, abandonando os assoleados. [...] Depois veio a guerra das Missões; o governo começou a dar sesmarias e uns quantissimos pesados foram-se arranchando por essas campanhas desertas. E cada um tinha que ser um rei pequeno... e agüentar-se com as balas, as lunares e os chifarotes que tinha em casa!... Foi o tempo do manda-quem-pode!... E foi o tempo que o gaucho, o seu cavallo e o seu facão, sozinhos, conquistaram e defenderam estes pagos!...(LOPES NETO, Almanaque do Globo, 1918, p.170-1).

Ilustração 3

Blau Nunes resgata as experiências dos primeiros gaúchos em *Contrabandista*



Fonte: *Almanaque do Globo*, 1918, p. 169.

Em *Contos Gauchescos*, os fatores que caracterizam o regionalismo – o homem, o espaço e o tempo – se fazem presentes. Contudo, o resgate de uma realidade de outrora passa a ser também um elemento de reflexão sobre o momento presente. Lopes Neto, ao trazer a tona um passado convertido em mito, denuncia que este mundo está chegando ao fim.

O discurso [...] registra um mundo em crise, o mundo presente das personagens onde o *pampa* foi hierarquizado e militarizado numa estrutura social de dominação, o regime dos estancieiros-soldados. Diante dele, a atitude no narrador está qualificada por um desencantado fatalismo. Entretanto, não heveria a seqüência de oposições insanáveis na qual o vaqueano logra explicitar tal noção fatalista de existência (presente/passado, idade adulta/infância, progresso humano/ordem natural, violência/heroísmo), se não houvesse antes a identificação de um desastre, a degradação do mundo histórico (CHAVES, 1980, p. 134).

Depois de *Contos Gauchescos*, Simões Lopes Neto publicaria *Lendas do Sul*⁹⁶, em 1913. Na obra, o autor reúne três lendas que integravam o imaginário do homem sul-riograndense: *A Mboitatá*, *O Negrinho do Pastoreio* e *A Salamanka do Jarau*. Simões Lopes Neto produziria ainda mais uma obra de cunho regional: *Casos do Romualdo*. O livro, lançado pela Editora Globo em 1952⁹⁷ já após a morte do autor, compreende vinte e um contos, com histórias sobre caças, viagens e outros temas relacionados à temática gauchesca. Para Zilberman,

Extensão e contrapartida de Blau, porque conta histórias inacreditáveis, Romualdo é também o desdobramento do processo de desmitificação que o contador dos *Contos Gauchescos* já deixava implícito na sua denúncia do presente e que impedia a configuração de uma epopéia local. Revela-se assim a unidade da obra e do projeto de Simões Lopes, elevando o regionalismo a uma dimensão artística, enquanto criação literária e meio de conhecimento e reflexão sobre a realidade circundante (ZILBERMAN, 1982, p.46).

Como ressalta Chaves “talvez ninguém no Brasil tenha conseguido uma identificação tão profunda com o espírito dos seus pagos, a tal ponto que o próprio João Simões Lopes Neto, o pelotense culto e de família patricia, inteiramente se apaga na sombra de Blau, o vaqueano” (p.174).

Como demonstrado, em Simões Lopes Neto vamos encontrar a maior expressão do regionalismo gaúcho. Outros autores, porém, também podem ser enquadrados nesta categoria. Em 1910, Alcides Maya lançou seu único romance, *Ruínas Vivas*, que com os livros de contos *Tapera* (1911) e *Alma Bárbara* (1922), integram a sua trilogia regionalista, que valoriza a poesia dos pampas, buscando no passado as raízes do povo rio-grandense. Em 1898, o autor já expora suas idéias anti-separatistas no ensaio *O Rio Grande Independente*. É interessante observar que Maya vai viver a passagem do século, em que emerge a crise do patriarcado rural frente à industrialização do pampa. Diante disto, o autor produz um texto pessimista, em que encontra somente no passado a valorização da figura do gaúcho.

⁹⁶ Os dois livros foram reunidos em um só volume pela Editora Globo, como registra a Revista Província de São Pedro: “Os seus dois livros e criação novelesca: ‘Contos Gauchescos’ e ‘Lendas do Sul’ foram há pouco ainda reunidos em um só volume, o primeiro da coleção ‘Província’ da Editora Globo de Porto Alegre, nessa vasta, rica e humaníssima Província de São Pedro ou do Rio Grande do Sul (*Revista Província de São Pedro*, 1951, número 15, p. 177). No acervo de obras raras da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, encontramos, porém, uma edição também da Editora Globo, pertencente a coleção Júlio Petersen, já reunindo as duas obras, com data de 1926: LOPES NETO, João Simões. **Contos gauchescos e Lendas do Sul**. Porto Alegre: Globo, 1926.

⁹⁷ *Casos do Romualdo* foram publicados em 1914 em forma de folhetins no jornal *Correio Mercantil*, de Pelotas.

Ramiro Fortes de Barcelos, com o pseudônimo Amaro Juvenal, também vai marcar a literatura gaúcha. Com a obra *Antônio Chimango*, de 1915, Barcelos inova ao utilizar a sátira no regionalismo.

Tanto na tropeada descrita por Amaro Juvenal quanto na narração musicada de Tio Lautério, quer se trate da parte descritiva das rondas, quer se narre a vida de um manda-chuva discricionário, a sátira está sempre presente: hora um conteúdo risível, zombeteiro ou sarcástico; ora a indignação e a revolta (SACHET, 1989. p.44)

O próprio pseudônimo e o nome do personagem representam uma sátira. Amaro Juvenal é uma homenagem de Barcelos ao escritor romano que criticou os costumes da época. Chimango é uma referência a uma pequena ave de rapinam que se alimenta de carniça.

Três décadas depois de seu lançamento, *Antônio Chimango* já tinha sua importância reconhecida.

A luta entre o Jesuíta espanhol e a Coroa portuguesa, sugeriu o tema do mais apreciado de nossos poemas épicos, o *Uruguai*, Século e meio mais tarde, o ambiente político, então singularmente tenso, do Rio Grande do Sul faria brotar o *Antônio Chimango*, talvez a página de sátira mais viva de quantas se escreveram no Brasil desde o misterioso Critilo (César, *Revista Província de São Pedro*, 1946, n. 5, p.136).

No poema satírico, Barcelos faz uma crítica a seu adversário político, Borges de Medeiros⁹⁸. Os versos contam a história de um jovem desajeitado – Antônio Chimango - que é escolhido por seu padrinho – Coronel Prates - para ser capataz da Estância de São Pedro. Com a morte do Coronel, Chimango leva a fazenda à falência. O personagem representa o então presidente do Estado, Borges de Medeiros. O Coronel Prates equivale ao presidente anterior, Júlio de Castilhos, e a Estância reproduz o Rio Grande do Sul. Em um trecho de *Na*

⁹⁸ Ver *Chaves da Sátira em Estudo Crítico* (1961, p.116), de Augusto Meyer. O texto foi incluído em Juvenal, Amaro. *Antônio Chimango – Poemeto Campestre*. Porto Alegre: Editora Globo, 1961.

Quarta Ronda, fica clara a relação de governo no Estado na época, em Borges de Medeiros era o presidente, mas quem de fato governava o Rio Grande era ainda Júlio de Castilhos⁹⁹.

Um dia chamou o Chimango
E disse “Escuta rapaz,
Vais ser o meu capataz;
Mas tem uma condição;
As rédeas na minha mão,
Governando por detrás
(JUVENAL, 1961, p.86).

No poema, a “ação transcorre na campanha, e todas as cenas, mesmo as que movimentam homens e acontecimentos da capital, se transferem para o ambiente do interior” (César, *Revista Província de São Pedro*, 1946. n. 5, p.136). Apesar disto, o gaúcho de Barcelos é um “anti-herói”, que não apresenta as características que fizeram surgir o mito.

Veio ao mundo tão flaquito,
Tão esmirrado e choquinho
Que, ao finado seu padrinho,
Disse espantada a comadre:
“Virgem do céu, Santo Padre!
Isto é gente ou passarinho?” [...]

Para les contar a vida
Saco da mala o bandônio,
A vida de um tal Antônio
Chimango – por sobrenome,
Magro como lobisome,
Mesquinho como o demônio. [...].

Tinha já mudado os dentes
E andava de camisola
O Chimango, um tramanzola,
Molhava à noite o pelego;
Tinha medo de morcego,
Corria, vendo pistola
(JUVENAL, 1961, p.57-58-67).

As características do personagem de Barcelos, opostas ao perfil do gaúcho consagrado por *Blau Nunes*¹⁰⁰, só tem significado e funcionam como contraponto porque já

⁹⁹ Júlio de Castilhos governou o Rio Grande do Sul de 15.07.1891 a 12.11.1891 e de 25.01.1893 a 25.01.1898. Ao deixar o governo, escolheu Borges de Medeiros para o cargo. Castilhos continua, porém, sendo o principal líder do Estado. Com sua morte em 1903, Medeiros assume este papel.

era de ciência do público a imagem do *monarca das coxilhas*. Para Gonzaga, o poema é “a única obra de extração culta que obteve popularidade” (1980, p.131).

Outro autor que contribuiu de forma marcante para o regionalismo é Vargas Neto. Na década de 20 do século passado, ele anuncia uma vertente moderna do regionalismo, uma vez que este passava por modificações devido ao esgotamento dos modelos tradicionais. Vargas Neto mantém a preocupação descritiva, mas avança ao buscar, a partir de seus recursos poéticos, ampliar psicologicamente o cenário dos pampas. Nos poemas publicados em *Tropilha Crioula* (1925) e *Gado Xucro* (1928), “sugere o ingresso num território metafísico, abrindo horizontes mais amplos do que faria supor inicialmente a atitude descritiva” (Chaves, 1994, p.18). A poesia de Vargas Neto, no entanto, mantém explícita a idéia do mito do gaúcho e seu passado glorioso, como sintetiza *A Canção do Gaúcho*, publicada na Revista do Globo em 1929.

Ilustração 4

Vargas Neto e sua Canção do Gaúcho nas páginas da Revista do Globo



Fonte: *Revista do Globo*. Ano 1, n. 21, p. 54 - 1929.

¹⁰⁰ Apenas a título de curiosidade: A *Revista do Globo* apresentava a cada número uma coluna intitulada *Guia do Leitor*. Nela, eram divulgados os oito livros mais vendidos na última quinzena na Loja da Livraria do Globo. Na edição de 12 de junho de 1954 (fascículo 614, p. 96), *Contos Gauchescos e Lendas do Sul* aparece em quarto lugar e *Antônio Chimango* na oitava posição.

Darcy Azambuja, como Vargas Neto, também contribuiria de forma fundamental para uma atualização do regionalismo. Suas obras *No Galpão*, de 1925, e *Coxilhas*, de 1957, buscam o equilíbrio entre o estilo moderno e a temática regionalista tradicional.

O mundo de Darcy Azambuja ilustra significativamente este processo de aquisição do realismo contemporâneo na transcrição do regional. Sua obra volta-se quase toda em direção ao passado da província e ainda privilegia a reconquista de um “tempo antigo”. [...] a recuperação da História, que restaura o velho código de honra na palavra de seus sobreviventes, visa precisamente à atualização da memória coletiva, preservando-a (CHAVES, 1994, p.18).

Contudo, como destaca Zilberman (1982), não existe uma ruptura com o regionalismo produzido até então. O trabalhador do campo, humilde, mas rico em valores e ações nobres se faz presente, mantendo assim uma ligação com o regionalismo pré-modernista. Também é interessante observar que Darcy Azambuja procurou buscar na história fundamentos para a sua criação literária. Um artigo do próprio autor, publicado em 1945, intitulado *História e Imaginação*, deixa claro esta relação na concepção do autor.

A história, que deve ser uma síntese científica, não pode prescindir da imaginação. Mas, se não se equivalem, não se opõem, nem divergem de todo. Baseiam-se ambas na observação e a imaginação que predomina na literatura, entra em boa parte na história, como em todas as ciências (AZAMBUJA, *Província de São Pedro*, jun. 1945, p.18).

Com Augusto Meyer e sua poesia, “a literatura gaúcha adquire um admirável refinamento de seus meios expressivos” (Chaves, 1994, p. 19). Chaves considera ainda que Meyer – do qual destaca os poemas de *Coração Verde* (1926) e *Giraluz* (1928) e as crônicas de *No tempo da Flor* (1966) – por sua obra poética assume uma importância análoga às de Simões Lopes Neto para a prosa de ficção. Os temas das obras de Meyer são amplamente universais e os motivos regionais aparecem nos traços da paisagem campeira e na utilização do acervo lendário do Rio Grande do Sul.

A literatura da década de 30 do século passado no Brasil volta-se para a realidade do país. A desequilibrada pirâmide social brasileira passa a ser foco de discussão em várias esferas. A literatura encontra, então, novos assuntos para explorar. O Rio Grande do Sul não ficou impune a estas mudanças: “Cyro Martins, Pedro Wayne, Aureliano de Figueiredo Pinto

e Ivan Pedro de Martins ilustram a produção regionalista deste período, levando-a à categoria de denúncia das condições sociais predominantes na campanha” (ZILBERMAN, 1982, p.68). Estes autores resgatam as características do regionalismo, mas substituem o ufanismo gauchesco pela desigualdade social.

Cyro Martins, um dos principais representantes do chamado *romance de 30*, é o autor mais produtivo do período. Em uma conferência em 1935 utiliza pela primeira vez o termo *gaúcho a pé*, expressão que marcaria sua trilogia *Sem Rumo* (1937), *Porteira Fechada* (1944) e *Estrada Nova* (1953). Com o “*gaúcho a pé*”, Martins “constituiria uma nova visão do herói tradicional dos pampas, apresentado no seu estado atual: de penúria econômica e desenraizamento social, já que foi jogado para fora do campo vivendo como um paria da sociedade urbana” (ZILBERMAN, 1982, p. 69). Em *Sem Rumo*, o autor narra a trajetória de um campeiro – Chiru – que abandonou a campanha e sobrevive na periferia da cidade. No segundo livro da trilogia – *Porteira Fechada* – Cyro Martins descreve a decadência moral e física do personagem João Guedes, que, expulso do campo que arrendava, desloca-se para a cidade. O romance tem um final trágico: Guedes morre e seus familiares se transformam em indigentes. Em *Estrada Nova*, o autor aprofunda os conteúdos psicológicos e sociais e imprime um condicionamento existencial ao conflito humano exposto na trilogia. A partir da oposição entre dois personagens – o coronel Teodoro e o contabilista Ricardo – Cyro Martins apresenta as contradições dos últimos anos da década de 1940 na fronteira sudoeste do Rio Grande do Sul. Ao abandonar os triunfos épicos e o heroísmo do gaúcho, Martins, de certa forma, reconhece a existência do mito, pois só tendo este como referência é possível, então, falar do *gaúcho à pé*, que empobrecido deixa a estância e em nada lembra o *monarca das coxilhas* ou o *centauro dos pampas*.

Para esta realidade se dirige a observação de Cyro Martins, revestindo o regionalismo de uma perspectiva crítica, já no limite da denúncia sociológica e recusando fantasiar a injustiça da opressão econômica. Também está isento de demagogia panfletária. Seu realismo é, antes, um apelo para visualizar o *gaúcho* na verdade dos novos tempos (CHAVES, 1994, p.21).

De acordo com Chaves, ao discutir-se o regionalismo no Rio Grande do Sul é preciso incluir o nome de Aureliano de Figueiredo Pinto, “pois é um de seus representantes mais autênticos” (1994, p. 21). Pinto permaneceu desconhecido em sua época e apenas em 1959¹⁰¹,

¹⁰¹ Apenas em 1973 o romance *Memórias do Coronel Falcão*, escrito originalmente nos anos 30, seria publicado.

ano de sua morte, teve sua poesia publicada no livro *Romances de estância e querência*. Em maio do mesmo ano, ao apresentar um resenha sobre a obra, a *Revista do Globo* já destaca a força dos versos de Figueiredo Pinto:

Nos seus versos não há apenas o fácil e o pitoresco que caracterizam uma boa parte da poesia gauchesca. A poesia de Aureliano de Figueiredo Pinto, profundamente ligada à terra, tem uma extraordinária densidade humana, assumindo sua temática, em muitos passos, o sentido de um canto geral que transcende o mero regionalismo. Lê-lo é sentir a força telúrica do pago, é ouvir a voz do gaúcho andurengo perdido nas coxilhas do tempo, é ouvir palpitar o próprio coração da querência em versos nostálgicos, de grave e severa beleza (*Revista do Globo*, n. 751, mai. 1959, p.61).

No mesmo ano de *Romances de estância e querência*, surge outra obra significativa para o regionalismo. Trata-se de *Os Guaxos*, de Luiz Carlos Barbosa Lessa. Apesar da desfiguração do pampa, Lessa mostra que o universo do gaúcho prevalece, mesmo que adquira novas formas de expressão.

A leitura de *Os Guaxos* (1959) não proporciona certamente aquele privilegiado território dos fastos guerreiros que os saudosistas pretenderam manter em sobrevivência anacrônica. [...] Isto não impede, entretanto, que o manancial lendário gerado no curso de toda uma tradição, se manifeste aqui em plena vitalidade, retornando como uma espécie de força subterrânea. Motivos regionais, rememorações do passado coletivo e reescritura de antigos mitos são elementos que passam a integrar, dialeticamente, o presente dos seres de ficção, qualificando sua complexa psicologia (CHAVES, 1994, p.22).

Para Chaves (1994), a importância de Lessa está no fato de sua obra – seja na literatura, teatro, música ou pesquisa folclórica – promover uma atualização da tradição.

A poesia de Aparício Silva Rillo também contribuiu para a permanência da figura do gaúcho. O autor aproximou-se da fonte popular, resgatando “um tom coloquial que tem a naturalidade dos *casos* de galpão, reunindo a literatura com a música folclórica, infundi-lhe assim a autenticidade dos antigos cantadores anônimos das estâncias” (Chaves, 1994, p. 23). Nas composições de *Cantigas do Tempo Velho* (1959) e de *Viola de Canto Largo* (1968), por exemplo, encontramos muito dos temas já presentes no cancionário, em Simões Lopes Neto e nos poetas que o precederam. Contudo, Rillo não realiza apenas uma repetição de seus

antecessores. Ele reescreve de maneira original e particular os temas tão caros à cultura gaúcha.

Quanta carreira embrulhada
na cancha-reta da estrada
tu me fizeste ganhar!
Quanta tropa de mentira
repontei estrada afora
te cutucando com a espora nervosa do calcanhar!"
(*Petiço Velho, trecho de Cantigas do Tempo Velho*¹⁰²).

Érico Veríssimo¹⁰³ também colabora para a fixação da imagem do gaúcho herói. Em *O Tempo e o Vento* (1949-1962)¹⁰⁴, o autor distancia-se do universo urbano e rumo em direção a paisagem rural, uma das marcas da prosa gaúcha. A obra abarca desde a formação do Rio Grande até a derrocada da ditadura Vargas.

À moda dos romances de família, o Autor retrocede às origens míticas do Estado, situando o Patriarca do clã no momento de formação da nação rio-grandense: as guerras missionárias. [...] somam-se as gerações, cada uma delas vinculada a um momento decisivo da história local: a Revolução Farroupilha, a Guerra do Paraguai, as Revoluções de 93 e 30, as administrações de Júlio de Castilhos, Borges de Medeiros e Getúlio Vargas (ZILBERMAN, 1982, p. 85).

Seu personagem Capitão Rodrigo Cambará tornou-se um símbolo do gaúcho bravo, generoso e de pensamento libertário. Contudo, uma leitura mais profunda mostra contradições entre o personagem que se estabeleceu no imaginário e o criado por Érico.

É bem verdade que certas descrições do carismático Capitão Rodrigo, em suas arremetidas contra os castelhanos, nas inúmeras guerras em que participava parecem corresponder a essa imagem heróica [...] o perfil desse monarca das coxilhas é, porém, trágico: heroicidade demolida pela fraqueza de caráter, correndo os valores apregoados e os feitos de coragem com outras ações poucos nobres (PESAVENTO, 2004, p.119).

¹⁰² Disponível em <http://www.paginadogaicho.com.br>. Consulta realizada em 4.4.2006.

¹⁰³ Aqui pretendeu-se apenas demonstrar como Érico Veríssimo contribuiu para a permanência do mito do gaúcho. Sendo assim, reconhecemos que o recorte feito não dá conta de pontos importantes da obra de Veríssimo que também comprovariam a consagração do mito.

¹⁰⁴ *O Tempo e o Vento* está dividido em três partes: *O Continente* (1949), *O Retrato* (1951) e *O Arquipélago* (1962).

O interessante é perceber que, indiferente de onde estejam, os personagens de *O Tempo e o Vento*, sempre mantêm a idéia de volta a querência¹⁰⁵, como na passagem de *O Arquipélago* na qual Floriano fala de seu pai, Rodrigo Cambará.

Durante esses quinze anos de residência no Rio, papai continuou sendo um homem do Rio Grande, apesar de tôdas as aparências em contrário. Não havia ano em que não viesse a Santa Fé, pelo menos uma vez, nas férias de verão. Esta é a sua cidadela, a sua base, o seu chão... Para êle a querência é por assim dizer uma espécie de regaço materno, um lugar de refúgio, de reconforto, de proteção... Não é natural que num momento de decepção, de perigo real ou imaginado, de aflição, de dúvida ou de insegurança êle corra de volta para os braços da mãe? (VERÍSSIMO, 1961, p.14).

1.3.4 TRADICIONALISMO: A (RE)INVENÇÃO DO GAÚCHO

Reconhecemos no tradicionalismo uma das instâncias que mais contribuíram para a formação da imagem do gaúcho. Dividido em duas fases – a primeira sob o comando positivista de Cezimbra Jacques e a segunda a partir do 35 CTG¹⁰⁶ – os tradicionalistas ditam as regras para o “ser gaúcho” e, nas palavras de Oliven, atribuem-se à qualidade de “guardiães da Tradição” (1992, p.19). Na presente pesquisa buscamos resgatar a criação do movimento, a imposição de regras a partir de seus manuais, a crítica e a oposição (relativa) manifestada por meio do Nativismo.

Antes, porém, é necessário, mesmo que de forma breve, propor uma reflexão sobre tradição e sociedade tradicional. Hobsbawn afirma que “muitas vezes, ‘tradições’ que parecem ou são consideradas antigas são bastante recentes, quando não inventadas” (1997, p. 9). Para discutir o tema, o autor utiliza-se da expressão “tradição inventada”.

O termo “tradição inventada” é utilizado num sentido amplo, mas nunca indefinido. Inclui tanto as “tradições realmente inventadas, construídas e formalmente institucionalizadas quanto as que surgiram de maneira mais difícil de localizar num período limitado e determinado de tempo - às vezes coisas de poucos anos apenas – e se estabeleceram com enorme rapidez. [...] Por “tradição inventada” entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas; tais práticas de natureza ritual ou simbólica visam incluir certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado (HOBSBAWN, 1997, p.9).

¹⁰⁵ Na definição de Jacks, “lugar onde alguém nasceu, se criou ou se acostumou a viver e ao qual procura voltar quando dele afastado” (1999, p.274).

¹⁰⁶ Primeiro Centro de Tradições Gaúchas.

É a partir desta visão proposta por Hobsbawn¹⁰⁷ que pensamos o tradicionalismo. No Rio Grande do Sul, como veremos adiante, esta noção de tradição inventada é explícita: o Movimento Tradicionalista Gaúcho tem uma história que é narrada pelos seus próprios fundadores. Isto significa que a versão corrente desta história tem origem em quem a fez, o que representa a possibilidade de “contaminação”, ou seja, a divulgação da história que seus organizadores querem que seja contada.

Hobsbawn considera que a invenção de tradições é um processo de formalização e ritualização, “caracterizado por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição” (1997, p.10). O autor destaca ainda que as novas tradições são inventadas quando ocorrem transformações amplas e rápidas. Mais uma vez, não há como não pensar no caso gaúcho. Como será demonstrado neste estudo, o MTG resgata (repete) os heróis do passado em um momento em que o rio-grandense transformava-se no “gaúcho a pé”¹⁰⁸. Como sintetiza Hobsbawn,

Mais interessante [...] é a utilização de elementos antigos na elaboração de novas tradições inventadas para fins bastante originais. Sempre se pode encontrar, no passado de qualquer sociedade, um amplo repertório destes elementos; e sempre há uma linguagem elaborada, composta de práticas e comunicações simbólicas. Às vezes, as novas tradições podiam ser prontamente enxertadas nas velhas; outras vezes, podiam ser inventadas com empréstimos fornecidos pelos depósitos bem supridos do ritual, simbolismo e princípios morais oficiais [...] (HOBSBAWN, 1997, p.14).

Sobre a questão da sociedade tradicional e o caso rio-grandense é interessante observar a análise proposta por Golin (2004). De acordo com o autor, “a primeira característica dominante de uma identidade ‘tradicional’-folclórica em uma sociedade moderna é a diluição da noção de tempo histórico. Cria-se o ‘tempo vago’, ao qual se remete a origem de seus elementos” (Golin, 2004, p.7). É deste “tempo vago” que o Movimento Tradicionalista Gaúcho tira proveito, uma vez que se julga credenciado a reproduzir valores pretensamente imutáveis (aqui o “tempo vago”) inventados pelos antepassados. Para Golin, “há uma reelaboração do passado como o lugar de uma sociedade tradicional” (2004, p.8). E aí encontra-se, na ótica do autor, uma primeira contradição: a sociedade do tipo tradicional nunca existiu no Rio Grande do Sul, pois desde a ocupação do território sulino foi implantada

¹⁰⁷ Sobre isto ver também Giddens, Anthony. Mundo em descontrole. Rio de Janeiro: Record, 2003.

¹⁰⁸ Ver, na presente pesquisa, 1.3.3. Literatura: do Partenon ao “gaúcho a pé”.

uma sociedade de classes de tipo escravista alicerçada na propriedade privada. Neste sentido, Golin considera que “a sociedade rio-grandense (e sua representação cultural) é conservadora e não tradicional” (2004, p.8).

Os elementos da “tradição” reforçam e reificam ontologicamente seu conservadorismo. Ou seja, o movimento cultural tradicionalista e seus sucedâneos não se caracterizam como uma extensão de uma sociedade tradicional, mas da invenção totalizante de um *civismo retrógrado* no interior da sociedade moderna de classes (GOLIN, 2004, p.8).

Sendo assim, propomos que a leitura deste trabalho, no que se refere ao Tradicionalismo, seja feita sempre levando em conta duas categorias: tradição inventada e sociedade não-tradicional/conservadora. Somente desta forma é possível compreender o caso gaúcho.

Também se faz necessário, *a priori*, entender que significados tradição, tradicionalismo, folclore, movimento tradicionalista e nativismo têm para os criadores do Movimento Tradicionalista Gaúcho, os chamados “tradicionalistas históricos”¹⁰⁹.

Augusto Meyer¹¹⁰ em artigo no *Correio do Povo* de dois de junho de 1927 assim definia tradição:

Tradição é desejo de claridade. Chega um momento na vida em que o homem, ante as flutuações do seu espírito, quer chegar a uma "estrada real" no meio dos mil sendeiros" que abrem aos seus olhos cobiçosos o fascínio da aventura. A Tradição é justamente essa força que nunca admite as imposições individuais. Ela obriga à humildade, como tudo o que está acima e além do homem. Quando muito, a Tradição quer ser adivinhada em suas formas e penetrada com a inteligência. E a inteligência, nesse caso, é o amor pela terra. O qual, nem procura justificar-se. Mas procura ser, afirmando (*CORREIO DO POVO*, 2. jun.1927).

Na concepção de Glaucus Saraiva¹¹¹, tradição “é o todo que reúne em seu bojo a história política, cultural, social e demais ciências e artes nativas, que nos caracterizam e

¹⁰⁹ São considerados tradicionalistas históricos os integrantes do "Piquete da Tradição" em 1947 e os fundadores do 35 Centro de Tradições Gaúchas. Dentre eles, tiveram maior destaque João Carlos Paixão Côrtes, Luiz Carlos Barbosa Lessa e Glaucus Saraiva Fonseca.

¹¹⁰ Aqui optou-se por recorrer a Meyer para iniciar esta abordagem devido às suas pesquisas sobre a literatura e o folclore do Rio Grande do Sul, dos quais destacam-se *Prosa dos Pagos* (1943), *Guia do Folclore Gaúcho* (1951), *Cancioneiro Gaúcho* (1952) e *Gaúcho, a história de uma palavra* (1957), além de artigos em jornais e na *Revista Província de São Pedro*, editada na Livraria do Globo de 1945 a 1957.

definem como região e povo” (SARAIVA, 1968, p.14). De forma poética, Saraiva ainda define: “Não é o passado, fixação e psicose dos saudosistas. É o presente, como fruto sazonado de sementes escolhidas. É o futuro, como árvore frondosa que seguirá dando frutos e sombra amiga às gerações do porvir” (SARAIVA, 1968, p.14).

Em relação ao Tradicionalismo, Saraiva afirma que

[...] é um sistema organizado e planejado de culto, prática e divulgação desse todo que chamamos de Tradição. Obedece a uma hierarquia própria, possui um alto programa contido em sua Carta de Princípios, que deve, na medida do possível, realizar e cumprir.[...] Tradicionalismo, (é) a técnica de criação, semeadura, desenvolvimento e proteção das suas riquezas naturais, através de núcleos que se intitulam Centros de Tradições Gaúchas (SARAIVA, 1968, p.15).

Por seu turno, para Barbosa Lessa¹¹²,

Tradicionalismo é o movimento popular que visa auxiliar o Estado na consecução do bem coletivo, através de ações que o povo pratica (mesmo que não se aperceba de tal finalidade) com o fim de reforçar o núcleo de sua cultura: graças ao que a sociedade adquire maior tranquilidade na vida em comum (LESSA, 1999, p.18).

Saraiva em seu *Manual do Tradicionalista* (1968) ressalta que há muita confusão entre folclore e tradição por parte dos tradicionalistas. Em seu texto, o autor afirma que, diferente do Tradicionalismo, o folclore abarca também fatos mortos, confinados aos museus. Saraiva destaca ainda que o “tradicionalismo é uma ideologia. Folclore é ciência [...] (SARAIVA, 1968, p. 29).

Sobre isto é interessante observar que no Rio Grande do Sul folclore e Tradicionalismo ocupam posições distintas. Como constata Jacks, no Estado ocorre “um fenômeno singular, além do folclore que é uma manifestação popular impregnada de tradicionalidade, o Tradicionalismo, [...] que também é popular, mas que nada ou quase nada permite de mutações que são intrínsecas ao folclore” (JACKS, 2003, p. 43).

Para Saraiva, o Movimento Tradicionalista “é um complexo de cultura, arte, ciências e práticas rurais (1968, p. 47). O autor afirma ainda que “qualquer pessoa, em condições

¹¹¹ Saraiva é reconhecido como o organizador do Movimento Tradicionalista Gaúcho.

¹¹² Lessa é identificado como o intelectual do Movimento Tradicionalista Gaúcho.

morais de integrá-lo (o movimento), pode e deve se filiar a um CTG, levando a sua contribuição de qualquer natureza” (Saraiva, 1968, p. 47). Neste sentido, Saraiva amplia o conceito de gaúcho: “são todos aqueles que aqui nasceram e, ainda, os que amantes extremados desta terra, embora nascidos em outras paragens, aqui se contagiaram e incubaram de gauchismo o seu mundo interior” (Saraiva, 1968, p. 47).

Em relação ao nativismo, é interessante as definições propostas por Antônio Augusto Fagundes¹¹³ em seu *Curso de Tradicionalismo Gaúcho*. Para Fagundes (1997), o que caracteriza os valores do culto à tradição são, entre outros, o nativismo, a honra, a hospitalidade, a coragem, o respeito à palavra empenhada, e o cavalheirismo. Sendo assim, o nativismo não é um culto como a tradição e sim um dos valores desse culto. De forma simples, Fagundes define nativismo como “o amor que a pessoa tem pelo chão onde nasceu, onde é nato [...] (1997, p.37). É importante lembrar que ao fazer estas observações, o Nativismo como movimento já era conhecido.

Ao observar os diversos conceitos, é possível considerá-los vagos. Não podemos esquecer, ao tocar neste ponto, que nunca houve consenso sobre o termo gaúcho, conforme já foi demonstrado. Oliven revela que

[...] quando se entrevistam tradicionalistas, apesar de sua preocupação em delimitar conceitos e fronteiras, observa-se uma grande dificuldade em definir e distinguir termos como tradição, folclore, regionalismo, nativismo, cultura gaúcha etc. Poder-se-ia afirmar que estamos diante de um grupo de intelectuais que se vale de um certo conhecimento como forma de poder. Trata-se, em última análise, de ter o monopólio de afirmar o que é e o que não é tradição e cultura gaúcha e também de exercer influência sobre um mercado de bens simbólicos (OLIVEN, 1992, p.109).

Pela citação de Oliven fica evidente que apesar dos tradicionalistas não terem domínio dos conceitos, não abrem mão de “ditar as regras”. Santi, por seu turno, considera que as ambigüidades e contradições dos conceitos garantem a “sobrevivência” dos intelectuais do MTG.

Esse mercado se materializa em convites para palestras, participação em júris, etc. É de se supor que, no momento em que ficassem perfeitamente claros os

¹¹³ Tradicionalista, pesquisador do folclore gaúcho e apresentador do programa *Galpão Crioulo* da RBSTV. Com uma hora de duração, o programa é exibido aos domingos, às 6h15min. Sobre o *Galpão Crioulo* ver SILVEIRA, da Cristina Machado da. *O espírito da cavalaria e suas representações midiáticas*. Ijuí: Ed. Unijuí, 2003.

conceitos [...], os intelectuais mencionados perderiam algo de sua importância no momento (SANTI, 2004, p.23.).

1.3.4.1 Cezimbra e o grêmio gaúcho de porto alegre

Na segunda metade do século XIX a figura do gaúcho marginal estava praticamente extinta. A fisionomia econômica e política do Rio Grande do Sul passava por profundas transformações: a demarcação de propriedades rurais com cercas; introdução de novas raças de gado; o povoamento da metade norte do Estado pelos imigrantes e, com isso, a intensificação da atividade agrícola; o desenvolvimento da rede de transportes, o que provocou uma modernização acelerada da região da campanha. Neste contexto, coube ao gaúcho – como trabalhador do campo – buscar conforto no passado.

Despejados de seu espaço ou simplesmente ameaçados pelo colapso de um capitalismo arcaico, os trabalhadores assumiam uma concepção idílica do passado. A exemplo dos rebeldes primitivos, [...] cultivariam a nostalgia de um mundo tradicional, anterior à ruptura modernizadora (GONZAGA, 1980, p.119-20).

O resgate do passado também servia aos interesses da classe dominante. Ao exaltar o mito do gaúcho herói e impô-lo agora aos dominados, a burguesia rural aplacava qualquer sentimento de revolta. Desta forma, como citado anteriormente, a figura do gaúcho renascia “como instrumento de sustentação e imposição ideológica dos mesmos grupos que a tinham destruído” (GONZAGA, 1980, p.118). Isto deu-se com o apoio de instituições e entidades e por meio de intelectuais que, em um primeiro momento, demonstravam estar preocupados com o culto as tradições.

Golin (1983) considera que o Tradicionalismo é apenas um elemento na superestrutura, mas está correlacionado com todos os outros organismos de sustentação da classe dominante.

Há a inter-relação com outros instrumentos, em atividades conjuntas, com poderes e influências recíprocas. Nesse sentido, o trabalho intelectual e artístico “aprofunda” a “coerência” do mundo tradicionalista. No Rio Grande do Sul, no transcorrer de sua história, apreciou-se fundamentalmente a ascensão de intelectuais de classes inferiores, que, a serviço da elite, orientaram “justificativas” à sua visão de mundo (GOLIN, 1983, p. 13).

Desde 1868, a Sociedade Partenon Literário, por meio da produção de seus intelectuais, contribuía para o surgimento e fixação do mito do gaúcho, pois além da linha romântica, então presença dominante na literatura brasileira, voltava-se para o regionalismo, utilizando-se do modelo humano rio-grandense vindo dos pampas. Jacks destaca que “segundo a maioria dos historiadores [...], os precursores do Tradicionalismo no Rio Grande do Sul foram os intelectuais que integravam a Sociedade Partenon Literário... (2003, p.75). Trinta anos depois da fundação do Partenon – ano que tem início o primeiro mandato de Borges de Medeiros como presidente do Estado -, em 22 de maio de 1898, é criada a primeira entidade destinada prioritariamente ao culto às tradições gaúchas: o Grêmio Gaúcho de Porto Alegre. Oliven (1991) considera que havia dois aspectos comuns ao Partenon Literário e ao Grêmio Gaúcho.

O primeiro: ambos eram formados por pessoas de origens modestas, não detentoras de terras ou de capital. Como ocorreu em outras partes do Brasil e do mundo, a atividade intelectual era, ao lado das carreiras militar e política, uma das poucas formas de ascensão disponíveis a pessoas oriundas das camadas depossuídas e desejosas de ingressar na esfera do poder. [...] O segundo aspecto era a preocupação com a questão da tradição e da modernidade, presentes em ambas as entidades embora sob formas diferentes (OLIVEN, 1991, p.41).

O Major João Cezimbra Jacques¹¹⁴, “republicano histórico, positivista declarado” (Golin, 1983, p.30), buscou inspiração no Partenon Literário e na Sociedad Criolla, fundada quatro anos antes em Montevidéu, no Uruguai, por Elias Regules. O Grêmio tinha por objetivo resgatar os costumes do passado e cultuar as datas cívicas do Rio Grande do Sul.

[...] nestas épocas de indiferentismo e de decadência de tudo quanto na alma humana há de mais nobre, nós, contemplando o esse passado glorioso, esse grande cabedal desta terra amada, as nossas grandiosas tradições no seu conjunto, de dia a dia caírem no olvido, ao sentirmo-nos tomados de um momento de mágoa e descrença, surgiu-nos uma idéia, a qual julgamos salvadora desta deplorável cena de desprezo ao nosso passado, que contemplávamos então. Esta foia de fundarmos o “Grêmio Gaúcho” e organizar o quadro das comemorações dos acontecimentos grandiosos de nossa terra, ligando a eles os bons traços característicos das épocas respectivas (JACQUES, 1979, p.56).

¹¹⁴O esforço pioneiro de Cezimbra Jacques “rendeu-lhe postumamente a condição de patrono do moderno Tradicionalismo, alcançando ele assim, com um século de atraso, o reconhecimento desejado” (SANTI, 2004, p.41).

Cezimbra Jacques destaca ainda que “na comemoração da guerra dos Farrapos, em 20 de setembro de cada ano, será tocado o hino farrapo, na música e cantado por um coro de senhoritas e crianças” (1979, p. 59).

Golin considera que o *Grêmio Gaúcho*, como o Tradicionalismo que vai se configurar posteriormente, já tinha caráter elitista.

É evidente que o Tradicionalismo nasceu na elite; e com uma perspectiva ideologicamente positivista. Por esse motivo é que vamos perceber que, já na sua origem, a sua concepção de “arte é cultivar tudo quanto na tradição há de alegre, bom, moralizador, salutar, lhamo e sincero, ou, em uma palavra, todos os elementos que constituem o que ela tem de grandioso, e tudo, enfim, quando dentro dos limites do possível e da ordem, possa concorrer para o engrandecimento de nossa terra...”¹¹⁵. Inquestionavelmente, essa afirmação revela a concepção fundamental do positivismo: “o progresso só pode ser obtido pela conservação da ordem: *conservar melhorando*”¹¹⁶ (GOLIN, 1983, p.31).

Golin (1983) registra ainda que o governo do Estado, autoridades, políticos e demais organizações conferiram total apoio a nova entidade. No ano seguinte, começam a surgir no interior do Estado agremiações de mesmo caráter. Em dez de setembro de 1899, é criado em Pelotas a União Gaúcha. Apenas dez dias depois, surge o Centro Gaúcho em Bagé. Em 12 de outubro de 1901 é a vez de Santa Maria criar o seu grêmio. De acordo com Golin (1983), as sociedades tinham o mesmo objetivo, embora cada uma os expressasse de sua forma. O autor assinala a criação de entidades em Santa Cruz e Encruzilhada em 1902 e, por fim, a chegada do Tradicionalismo na região imigrante – em Lomba Grande¹¹⁷ - em janeiro de 1938, com a Sociedade Gaúcha Lomba-Grandense. De acordo com Golin (1983), o último centro desta primeira fase surgiu em Ijuí, em outubro de 1943: o Clube Farroupilha.

1.3.4.2 Das cinzas das bandeiras nasce O Movimento Tradicionalista Gaúcho

Em dez de novembro de 1937, o presidente Getúlio Vargas decretaria o Estado Novo¹¹⁸. Menos de um mês depois, em quatro de dezembro, Vargas promoveria a chamada

¹¹⁵ Ver JACQUES, João Cezimbra. *Assuntos do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Erus, 1979, p.65.

¹¹⁶ Ver PESAVENTO, Sandra Jatahy. *República Velha Gaúcha: Estado Autoritário e Economia*. In RS: Economia & Política. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1979, p. 211.

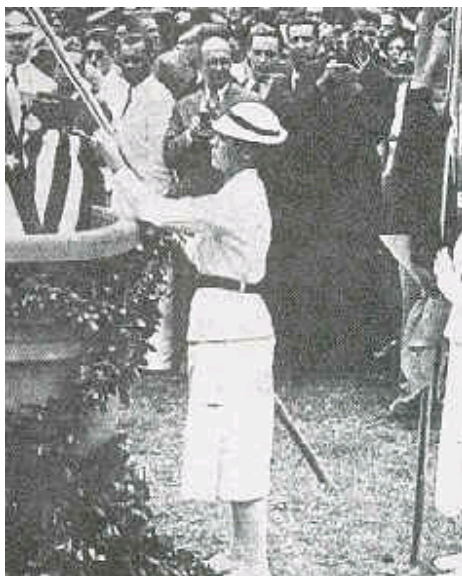
¹¹⁷ Na época, o distrito pertencia a São Leopoldo.

¹¹⁸ Um ano antes da eleição que egeria um novo presidente, Getúlio Vargas deu um golpe com o propósito de manter-se no poder e instaurou uma ditadura, conhecida como Estado Novo. Em 10 de novembro de 1937 foi outorgada uma nova Constituição, que apresentava dispositivos semelhantes aos de regimes autoritários vigentes

cerimônia da queima das bandeiras. Em um estádio lotado, no Rio de Janeiro, sob o comando do presidente, as flâmulas estaduais foram, uma a uma, incineradas numa grande pira. Com a queima, o governo federal pretendia deixar claro o caráter unitário do regime.

Ilustração 5

Cerimônia da Queima das Bandeiras, Estádio de São Januário, Rio de Janeiro, 4.12.1937



Fonte: Acervo do Exército Brasileiro, <http://www.exercito.gov.br>.

A partir daquele momento, os símbolos estaduais estavam proibidos e cada Estado estava em mãos de um interventor e o município a mando de um intendente. Na prática, era o fim da federação. Também desaparecia a história regional, uma vez que esta estava banida dos livros e materiais didáticos.

Com o fim do Estado Novo em 1945, o país registrava um momento de abertura política. Conforme Santi (2004) ninguém, no entanto, havia se preocupado em fazer um resgate das bandeiras e símbolos estaduais. Além disso, o Brasil vivia um período de grande influência dos Estados Unidos, provocada pela vitória dos aliados, liderados pelos norte-americanos, na Segunda Guerra Mundial. De acordo com Lessa (1985), a situação refletia-se na capital gaúcha.

na Europa, como as de Portugal, Espanha e Itália. Em 29 de outubro de 1945 Vargas foi deposto pelas forças militares, chefiadas pelo Ministro da Guerra. General Góes Monteiro. Ver D'ARAUJO, Maria Celina. *O Estado Novo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

Porto Alegre nos fascinava com seus anúncios luminosos a gás néon, Hollywood nos estonteava com a tecnocolorida beleza de Gene Tierney e as aventuras de Tyrone Power, as lojas de discos punham em nossos ouvidos as irresistíveis harmonias de Harry James e Tommi Dorsey mas, no fundo, no fundo, preferíamos a segurança que somente nosso “pago” sabia proporcionar, na solidariedade dos amigos, na alegria de encilhar um “pingo” e no singelo convívio das rodas de “galpão” (LESSA, 1985, p. 56).

É neste contexto – o fim do Estado Novo e a hegemonia cultural norte-americana do pós-guerra - que vai ter início a segunda fase do Tradicionalismo, com o surgimento do *Departamento de Tradições Gaúchas do Colégio Estadual Júlio de Castilhos*, em Porto Alegre, e, posteriormente, o *35 Centro de Tradições Gaúchas*.

Estudantes secundários, em sua maioria vindos do interior do Estado de áreas pastoris de grandes latifúndios, encontram-se em 1947 no Colégio Júlio de Castilhos, considerado então um modelo em ensino público. Lá, criam o *Departamento de Tradições Gaúchas do Grêmio Estudantil*.

Eles organizam a primeira Ronda Gaúcha (hoje Semana Farroupilha), que se desenrolou de 7 a 20 de setembro daquele ano. Tomando uma centelha do Fogo Simbólico da Pira da Pátria antes de sua extinção às 24 horas do dia 7 de setembro, transportaram-na até o saguão do Colégio Júlio de Castilhos onde acenderam a “Chama Crioula” num candeeiro de galpão (OLIVEN, 1992, p. 74).

De acordo com o *35 CTG*¹¹⁹, durante a ronda os jovens pioneiros realizaram intervenções em programas da *Rádio Farroupilha*. Eles fizeram contato ainda com o escritor Manoelito de Ornellas, que noticiou o acontecimento pelo jornal *Correio do Povo*.

Outro episódio importante marcaria esta nova fase do Tradicionalismo. Ainda em 1947, oito jovens do *Departamento de Tradições* formariam uma guarda de honra para acompanhar o traslado dos restos mortais do comandante farrapo David Canabarro, de Santana do Livramento a Porto Alegre. Os cavaleiros ficaram conhecidos como Grupo dos Oito ou Piquete da Tradição. A chegada à capital gaúcha em cinco de setembro, provocaria o encontro de dois dos principais líderes do Movimento Tradicionalista - Luiz Carlos Barbosa Lessa e João Carlos Dávilla Paixão Côrtes – como revelaria o primeiro em entrevista a Oliven.

¹¹⁹ Informações disponíveis no *site* do 35 CTG, <http://www.35ctg.com.br>. Consulta realizada em 18.03.2006.

Estava em casa, pela manhã, lendo o jornal, e vi que chegavam restos mortais de David Canabarro. Então, eu saí correndo, dava ainda tempo de chegar à solenidade, ali na Praça da Alfândega [...]. E pra minha surpresa, eu vi alguns rapazes da minha idade, a cavalo, vestidos à gaúcha, fazendo parte da solenidade da Liga de Defesa Nacional [...]. “Quem são vocês? Como é que eu posso me entrosar com vocês?” E aí disse o cara: “Olha, tu podés me procurar, eu estudo no Júlio de Castilhos”. Eu disse: “Pô, eu também [...]”. “Como é teu nome?” “Paixão [Côrtes]”. “Eu, Lessa” (LESSA *apud* OLIVEN, 1992, p. 75).

No dia 24 de abril de 1948 um grupo de 24 jovens¹²⁰, formado por estudantes secundaristas do Colégio Júlio de Castilhos e escoteiros um pouco mais velhos integrantes da Patrulha do Quero-Quero, fundaram o 35 CTG. O nome, sugerido por Barbosa Lessa, era uma referência à epopéia farroupilha, iniciada em 1835. Antes da fundação, a fim de sanar divergências, representantes dos dois grupos realizaram encontros, como no dia três de janeiro de 1948.

Defrontam-se então duas correntes: a do Colégio Júlio de Castilhos, que pretendia um movimento aberto, de proselitismo e de expansão popular, e a de Hélio José Moro e Glaucus Saraiva, vindos de um grupo de escoteiros (Patrulha do Quero-Quero) e que propugnavam por uma associação relativamente esotérica, fechada, de alto valor cívico-místico, limitada aos trinta e cinco sócios iniciais e seus futuros e eventuais substitutos (LESSA; CÔRTEZ, 1975, p. 88).

Depois de algumas discussões resolveram, então, organizar o 35 CTG em uma sociedade aberta a todos que dela quisessem participar. O grupo passou a se reunir todos os sábados em um galpão no centro de Porto Alegre¹²¹. No local, recriavam os hábitos do interior.

Nos reuníamos em torno de um fogo de chão lá na rua Duque de Caxias para contar causos. Eram só rapazes. [...] cultuávamos aqui no nosso encontro como se estivéssemos na Campanha, tomando chimarrão, vez em quando até uma cachacinha aparecia [...]. Não se tinha muita pretensão de revolucionar o mundo, embora nós não concordássemos com aquele tipo de civilização que nos era imposto

¹²⁰ Estavam presentes na reunião de fundação Antônio Cândido da Silva Neto, Carlos Raphael Godinho Corrêa; Dirceu Tito Lopes, Flávio Ramos, Flávio Silveira Dann, Francisco Gomes de Oliveira, Glaucus Saraiva da Fonseca, Guilherme Flores da Cunha Corrêa, Hélio Gomes Leal, Hélio José Moro, João Emílio Marroni Dutra, José Laerte Vieira Simch, Luiz Carlos Barbosa Lessa, Luiz Carlos Corrêa da Silva, Luiz Osório Aguilar Chagas, Ney Ortiz Borges, Paulo Emílio Corrêa, Paulo Caminha, Robes Pinto Da Silva, Valdez Corrêa, Venerando Vargas da Silveira, Waldomiro Souza, Wilmar Winck de Souza.

¹²¹ Um dos integrantes do grupo, José Laerte Vieira Simch, cedeu espaço em sua casa para os encontros na Rua Duque de Caxias, nº 704.

de todas as formas. [...] não pretendíamos escrever sobre o gaúcho ou sobre o galpão: desde o primeiro momento, encarnamos em nós mesmos a figura do gaúcho, vestindo e falando à moda galponeira, e nos sentíamos donos do mundo quando nos reuníamos, sábado a tarde, em torno do fogo de chão (LESSA *apud* OLIVEN, 1992, p. 77).

A estrutura do *CTG* reproduzia a de uma estância. Ao invés de presidente, vice-presidente, secretário, tesoureiro, diretor etc. utilizaram-se os títulos de patrão, capataz, sota-capataz, agregados, posteiros etc. A primeira diretoria foi constituída por Glaucus Saraiva como Patrão; Paixão Côrtes, Patrão de Honra; Luiz Carlos Barbosa Lessa, capataz; Antônio da Silva Neto, Sota-capataz; Francisco Oliveira, Primeiro Posteiro; Luiz Osório Chagas, Segundo Posteiro; Carlos Godinho, Terceiro Posteiro; Dirceu Tito Lopes, Bibliotecário. O Serviço de Divulgação ficou a cargo de Barbosa Lessa. Os Conselhos Deliberativos ou Consultivos receberam o nome de Conselho de Vaqueanos e os Departamentos foram chamados de Invernadas. Da mesma forma, “todas as atividades culturais, cívicas ou campeiras, receberam nomes que tivessem origem nos usos e costumes das estâncias gaúchas, tais como rondas, rodeios, tropeadas etc” (MARIANTE *apud* OLIVEN, 1982, p.78).

Em seu estatuto, o 35 *CTG* deixava claro suas intenções:

a) zelar pelas tradições do Rio Grande do Sul, sua história suas lendas, canções, costumes, etc., e conseqüentemente divulgação pelos Estados irmãos e países vizinhos; b) pugnar por uma sempre maior elevação moral e cultural do Rio Grande do Sul; c) fomentar a criação de núcleos regionalistas no Estado, dando-lhes todo apoio possível. O Centro não desenvolverá qualquer atividade político partidária, racial ou religiosa (LESSA, 1985, p. 58).

Apesar de sua finalidade, segundo Lessa (1985), o grupo vai sofrer desprezo por parte da capital e das elites do Estado. De acordo com o primeiro capataz do 35, Porto Alegre era uma cidade “muito cônica de sua responsabilidade como retransmissora da cultura cosmopolita e consumista, e não tinha tempo a perder com nossas charlas e declamações (LESSA, 1985, p.75). A discriminação dos filhos de fazendeiros ocorria pois estes “não queriam se misturar com o povão” (LESSA *apud* OLIVEN, 1992, p. 78). Mesmo assim, a

sede da Federação das Associações Rurais do Rio Grande do Sul¹²² foi o segundo lugar onde funcionou o primeiro *Centro de Tradições Gaúchas*.

Os fundadores do 35 CTG ainda enfrentavam um problema. Paixão Côrtes e Barbosa Lessa integraram a representação brasileira que participou do Dia da Tradição em Montevideu em 1949. Ao assistirem as manifestações de delegações estrangeiras na capital uruguaia, deram-se conta, sob a ótica deles, da pobreza de temas musicais e de coreografias de cunho tradicional no Estado. Então, para participar da III Semana Nacional de Folclore em Porto Alegre, em 1950, os representantes do 35 resolveram inventá-las.

[...] encomendamos vestidos de chitas para nossas irmãs ou primas, tentamos reconstruir uma *media-canha* assistida em Montevideu e, na noite da festa, apresentamos ao público, por primeira vez, pedaços de que havíamos farejado aqui e ali: o “Caranguejo” e o “Pezinho”. O Pezinho era novidade absoluta [...] (LESSA, 1985, p.71).

Sobre isto, Oliven observa que

Os tradicionalistas foram inventando e se apropriando de uma série de tradições, algumas das quais se tornaram tão populares que frequentemente são consideradas como sendo de origem folclórica apesar de seus criadores sempre ressaltarem que elas são criações suas (OLIVEN, 1992, p.25).

Um exemplo é o *Negrinho do Pastoreio*, uma das mais populares músicas gaúchas, que foi composta por Barbosa Lessa a partir da lenda homônima.

A própria bombacha, tão identificada com o gaúcho, é um caso interessante, pois não é uma peça originária do Rio Grande do Sul. De acordo com Golin, “o homem do pampa vestia-se, predominantemente, com chiripás, bragas ou ‘calças corridas’” (2004, p. 49).

Entre 1853 e 1856 ocorreu a Guerra da Criméia [...]. Mantendo o seu domínio mercantil, as fábricas inglesas forneciam uma peça característica para a cavalaria turca, o “pantalão turco”, ou a “von vacha”, indumentária comum a diversos povos cavaleiros. Com o término da Guerra da Criméia, o desbravador mercantilismo inglês tratou de distribuir o excedente entulhado em seus estoques. A

¹²² FARSUL, hoje Federação da Agricultura do Rio Grande do Sul. Na época, a sede localizava-se no centro de Porto Alegre, na esquina da Avenida Borges de Medeiros com a Rua Riachuelo.

partir de então, os comerciantes da Bacia do Prata passaram a comercializar essa peça (GOLIN, 2004, p.49-50).

Na Guerra do Paraguai, a partir de 1864, os gaúchos, que quase sempre serviam na cavalaria, receberam como fardamento a “von vacha”. Contudo, foi somente com o surgimento dos CTGs que a bombacha “se universalizou como a peça mais típica do estado, a qual identificou os rio-grandenses e toda a ‘tradição’ de origem latifundiária” (GOLIN, 2004, p. 53).

De acordo com Golin (1983), nos primeiros cinco anos a partir da criação do 35 CTG foram fundados aproximadamente 35 centros. Estavam distribuídos em quase todas as regiões do Estado, concentrando-se principalmente nas áreas pastoris. Para o autor, nesse período ocorre um episódio semelhante ao da Sociedade Partenon Literário.

Os intelectuais do movimento, em esmagadora maioria eram (e ainda o são) classe média, ou remanescentes da oligarquia decadente. Somaram-se a eles, notadamente, militares, em particular brigadianos. As teses separatistas, resultado da não compreensão da Revolução Farroupilha e produto de fanfarronadas, afastaram um pouco os militares do Exército. Entretanto, mesmo assim, o Tradicionalismo teve a contribuição de importantes intelectuais dessa área (GOLIN, 1983, p.55).

O segundo CTG a ser criado foi o *Fogão Gaúcho*, em sete de agosto de 1948, em Taquara. Para Oliven (1992), a fundação de um centro em área de colonização alemã está ligado a Segunda Guerra Mundial, uma vez que esta foi a forma encontrada por seus fundadores para afirmarem sua brasilidade e sua gauchidade. Ainda segundo Oliven,

O surgimento de entidades tradicionalistas fora da área pastoril de colonização lusa, e mais especificamente nas áreas de colonização alemã e italiana, coloca uma questão importante. Ela refere-se ao fato de a cultura gaúcha no sentido pampeano ser hegemônica num estado que tem as mais variadas influências culturais [...] (OLIVEN, 1992, p. 80).

Outro ponto citado pelo autor é o fato de os imigrantes estrangeiros idealizarem o gaúcho como um tipo superior: “Para isso contribuiu o fato de os fazendeiros formarem a camada social mais poderosa do estado, mas também de o símbolo principal do gaúcho ser o

cavalo. Na Europa, esse animal era apanágio e merca de distinção da aristocracia rural” (OLIVEN, 1992, p.80-1).

Em julho de 1954 é realizado o Primeiro Congresso Tradicionalista do Rio Grande do Sul, em Santa Maria, reunindo os diversos centros de tradições que proliferavam desde 1948. No encontro, é apresentada a tese de Barbosa Lessa intitulada *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo*, que daria o suporte teórico necessário para o Movimento Tradicionalista Gaúcho.

A tese-matriz do tradicionalismo inicia destacando a importância da cultura, transmitida pela tradição, para que uma sociedade funcione como uma unidade. De acordo com Lessa, é necessário que os indivíduos que compõem o grupo social “possuam modos de agir e de pensar coletivamente. Isto é conseguido através da ‘herança social’ ou da ‘cultura’” social (Lessa, *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo*¹²³). Contudo, na concepção de Lessa,

A cultura e a sociedade ocidental estão sofrendo um assustador processo de desintegração. Incluídas nesse panorama geral, a cultura e a sociedade de quaisquer dos povos ocidentais, necessariamente, apresentam, com maior ou menor intensidade, idêntica dissolução. É nos grandes centros urbanos que esse fenômeno se desenha mais nítido, através das estatísticas sempre crescentes de crime, divórcio, suicídio, adultério, delinquência juvenil e outros índices de desintegração social (LESSA, *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo*¹²⁴).

Ainda conforme a tese, essa desintegração social seria motivada predominantemente pelo enfraquecimento do núcleo das culturas locais e o desaparecimento gradativo dos grupos locais¹²⁵, que atuam como unidades transmissoras de cultura. Para o autor, os centros de tradições representariam o resgate dos grupos locais. Na proposição de Lessa caberia, então, ao tradicionalismo “combater os dois reconhecidos fatores de desintegração social” (Lessa, *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo*¹²⁶). No texto, fica claro a fundamentação do movimento.

¹²³ Disponível no site do Movimento Tradicionalista Gaúcho, <http://www.mtg.org.br>. Consulta realizada em 16 abr. 2006.

¹²⁴ Idem.

¹²⁵ Segundo Lessa, “são exemplos de “grupo local”, em nossa sociedade, o ‘vizindário’ ou ‘pago’ das populações rurais, bem como as pequenas vilas do interior, ou ainda (um exemplo do passado) os bairros com vida própria das cidades de há alguns anos atrás. Por “grupo local” entende-se o agregado de famílias e de indivíduos avulsos que vivem juntos em certa área, compartilhando hábitos e noções comuns (Lessa, *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo*, Disponível no site do Movimento Tradicionalista Gaúcho, <http://www.mtg.org.br>).

¹²⁶ Ibidem.

O fundamento científico deste movimento encontra-se na seguinte afirmação sociológica: "Qualquer sociedade poderá evitar a dissolução enquanto for capaz de manter a integridade de seu núcleo cultural. Desajustamentos, nesse núcleo, produzem conflitos entre indivíduos que compõem a sociedade, pois esses vêm a preferir valores diferentes, resultando, então, a perda da unidade psicológica essencial ao funcionamento eficiente de qualquer sociedade" (LESSA, *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo*¹²⁷).

A tese alerta ainda que se a cultura de determinado povo não for predominante forte, ao ser invadida por novos hábitos e idéias, ocorrerá uma confusão social: "idéias e hábitos incoerentes sufocam o núcleo cultural, desnortando os indivíduos, e fazendo-os titubear entre as crença e valores mais antagônicos" (Lessa, *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo*¹²⁸).

O Sentido e o Valor do Tradicionalismo explicita a adesão do movimento ao popular.

O Tradicionalismo deve ser um movimento nitidamente POPULAR, não simplesmente intelectual. É verdade que o tradicionalismo continuará sendo compreendido, em sua finalidade última, apenas por uma minoria intelectual. Mas, para vencer, é fundamental que seja sentido e desenvolvido no seio das camadas populares, isto é, nas canchas de carreiras, nos auditórios de radioemissoras, nos festivais e bailes populares, na "Festas do Divino" e de "Navegantes", etc (LESSA, *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo*¹²⁹).

Pelo próprio texto, é possível, porém, relativizar esta tendência ao popular, uma vez que fica evidente a divisão entre a elite intelectual e as camadas populares. Aos intelectuais caberia a missão de formular os princípios e entender o sentido do tradicionalismo para, assim, transmiti-los às camadas populares. Para Golin "o instrumento CTG, acionado ao complexo do movimento, faz com que o 'povo viva' e reproduza as concepções de mundo da forma como as entendem os intelectuais do Tradicionalismo" (1983, p.58). Neste sentido, o Tradicionalismo iguala o patrão e o peão apenas pelos dois usarem bombachas e tomarem chimarrão. Na realidade, conforme Golin (1983), o peão é o trabalhador rural que vende a sua força de trabalho ao patrão, que aplicá-a na produção da estância.

A tese define ainda as duas grandes questões do Tradicionalismo: atenção especial às novas gerações e assistência ao homem do campo. A primeira, segundo a concepção de Lessa, se faz necessária uma vez que as novas gerações não chegaram a conhecer o grupo

¹²⁷ Lessa, *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo*, Disponível no site do Movimento Tradicionalista Gaúcho, <http://www.mtg.org.br>.

¹²⁸ Ibidem.

¹²⁹ Ibidem.

local como unidade social autêntica. Sendo assim, é preciso fazer com que recebam o patrimônio tradicional. Quanto à assistência ao homem do campo, Lessa prega que

é sumamente necessário que o Tradicionalismo ampare social e moralmente o homem do campo, para que um dia não se chegue à situação paradoxal de manter-se uma Tradição de fantasia, em que se tecessem hinos de louvor ao "Monarca das Coxilhas", ao "Centauro dos Pampas", e esse gaúcho fosse um desajustado social, um pária lutando febrilmente pela própria subsistência (LESSA, *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo*¹³⁰).

Por fim, Lessa defende o Tradicionalismo como uma força econômica e que, através disto, poderia garantir a permanência do homem no campo. Para ele, ao prestigiar as tradições gaúchas e prestar assistência moral e social ao homem do campo, o Tradicionalismo estaria convencendo o campesino da dignidade e importância do seu *status* e, com isto, fazendo com que não se sentisse inferior ao cidadão.

Desde o encontro de Santa Maria, os CTGs passaram a promover congressos anuais, nos quais são apresentadas teses, aprovadas moções e tomadas deliberações. Em 1961, No VII Congresso Tradicionalista, em Taquara, foi aprovada a *Carta de Princípios do Movimento Tradicionalista*, que, como a tese de Lessa, fornece diretrizes ao movimento. No documento, redigido por Glaucus Saraiva¹³¹, são traçados os objetivos do Tradicionalismo:

Auxiliar o Estado na solução dos seus problemas fundamentais e na conquista do bem coletivo. [...] Cultuar e difundir nossa História, nossa Formação Social, nosso Folclore, enfim, nossa Tradição [...]. Promover, no seio do povo, uma retomada de consciência dos valores morais do gaúcho. [...] Criar barreiras aos fatores alienígenas que nos vêm pelos veículos normais de propaganda e que sejam diametralmente opostos ou antagônicos aos costumes e pendores naturais do nosso povo. [...] Fazer de cada CTG um núcleo transmissor de herança social [...] Zelar pela pureza e fidelidade dos nossos costumes autênticos [...] (SARAIVA, 1968, p.17-9).

A *Carta*, como já foi demonstrado ao longo desta pesquisa no caso da historiografia e da literatura, resgata o passado heróico do gaúcho.

¹³⁰ Disponível no site do Movimento Tradicionalista Gaúcho, <http://www.mtg.org.br>. Consulta realizada em 16 abr. 2006.

¹³¹ Ver SARAIVA, Glaucus. *Manual do Tradicionalista* – Orientação Geral para Tradicionalistas e Centros de Tradições Gaúchas. Porto Alegre: Sulina, 1968.

O documento elaborado por Saraiva estabeleceu o pacto ideológico dos tradicionalistas, para evitar o “detrimento dos princípios da formação moral do gaúcho”. Nessa apologia ao passado, é resgatado um mundo completamente positivo, sem mácula (para usar uma palavra da preferência de Saraiva). Um tempo sob a égide dos heróis rio-grandenses. Para projetá-lo ao futuro, esse mundo passou pela *templa ideal*, eliminando sua essência e escondendo inclusive os conflitos sociais. Assim, a luta de classes não tem história (GOLIN, 1983, p. 67).

Golin (1983), ao criticar o documento, destaca que a *Carta* em nenhum de seus artigos opta pelo trabalhador do campo, pelo homem fruto do êxodo rural e sua conseqüente miserabilidade.

Em 1966, durante a realização do XII Congresso Tradicionalista, em Tramandaí, foi fundado o *Movimento Tradicionalista Gaúcho*¹³², que se auto-define como o “órgão catalisador, o disciplinador e o orientador das atividades dos seus filiados, especialmente no que diz respeito ao preconizado em sua Carta de Princípios”¹³³. O MTG dedica-se “à preservação, resgate e desenvolvimento da cultura gaúcha, por entender que o tradicionalismo é um organismo social de natureza nativista, cívica, cultural, literária, artística e folclórica [...]”¹³⁴.

O tradicionalismo também se expandiu em outras direções, contando com o apoio do Governo do Estado.

[...] em 1954 o Governo do Estado cria, na Divisão de Cultura da Secretaria de Educação e Cultura, o Instituto de Tradições e Folclore. Em 1974 este é transformado na Fundação Instituto de Tradição e Folclore [...]. Em 1964 é aprovada uma lei estadual, oficializando a Semana Farroupilha [...]. Em 1966 outra lei estadual oficializou o hino farroupilha como o Hino do Rio Grande do Sul [...] Em 1988 foi aprovada uma lei estadual que institui, na disciplina de Estudos Sociais, o ensino do folclore [...]. Em 1989 uma lei estadual oficializou as “pilchas” [...] como “traje de honra e de uso preferencial” no Estado, e deixando sua caracterização a cargo “dos ditames e diretrizes do Movimento Tradicionalista Gaúcho” (OLIVEN, 1992, p. 86).

Conforme Oliven (1992), em relação à sociedade civil, o tradicionalismo também conseguiu penetração. Um exemplo é a criação da Estância da Poesia Crioula, academia de escritores de temas gauchescos. Oliven destaca ainda o caso da Igreja com “o surgimento da

¹³² De acordo com informações obtidas no site do MTG – <http://www.mtg.org.br> – Consulta realizada em 19 mar. 2006, o movimento congrega mais de 1400 entidades tradicionalistas.

¹³³ Informações disponíveis no site do Movimento Tradicionalista Gaúcho, <http://www.mtg.org.br>. Consulta realizada em 16 abr. 2007.

¹³⁴ Idem

missa crioula com uma liturgia inspirada na temática gauchesca na qual Deus é chamado de ‘Patrão Celestial’, a Virgem Maria de ‘Primeira Prendo do Céu’ e São Pedro de ‘Capataz da Estância Gaúcha’” (OLIVEN, 1992, p. 87).

O MTG é responsável pela promoção e regulamentação de diversos eventos. O Concurso Estadual de Prendas foi instituído pelo XV Congresso Tradicionalista Gaúcho, realizado na cidade de Santiago, em 1970. Em 1988, durante o XXVII Convenção Tradicionalista do MTG, em Caxias do Sul foi instituído o Concurso Estadual do Peão Farroupilha.

Em 1971 é criado, por iniciativa do CTG Sinuelo do Pago, de Uruguaiana, o primeiro festival de música nativista do Estado, a Califórnia da Canção Nativa¹³⁵. Na contracapa do disco da primeira edição constava a explicação da adoção do nome.

[...] vem do grego, significa “conjunto de coisas belas”. No RS, chamaram-se “califórnia” as incursões que Chico Pedro fazia, na Cisplatina, a fim de resgatar os bens de brasileiros lá radicados que sofriam perseguições [...]. Mais tarde, “califórnia” passou a designar corrida de cavalos [...]. Com as significações de “conjunto de coisas belas” e “competição entre vários concorrentes em busca de grandes prêmios” foi que o nome Califórnia da Canção Nativa prevaleceu entre seus idealizadores (contracapa do disco I Califórnia da Canção Nativa do Rio Grande do Sul).

A idéia do festival partiu de Colmar Duarte, então patrono do CTG Sinuelo do Pago, mas sua realização só foi possível com “a participação da Rádio São Miguel de Uruguaiana, do MTG, da Ordem dos Músicos do Brasil (OMB) e da Companhia Jornalística Caldas Júnior (BRAGA *apud* SANTI, 2004, p. 55). É com uma referência à *California* que o termo nativismo aparece na imprensa pela primeira vez.

O festival de folclore, que durante três noites lotou o cinema Pampa, com muitas pessoas não podendo entrar por falta de espaço, teve um final discutido por muitos dos trinta compositores [...] os tradicionalistas também não gostaram do resultado final. Esta tendência, representada, principalmente, pelo Grupo Nativista de Telmo de Lima Freitas e por Apparício Silva Rillo [...]. Quando foi anunciado o resultado final, os integrantes dos grupos gauchistas protestaram da platéia. Silva Rillo e Edson Otto, líder dos nativistas, gritavam que Canto de Morte de Gaudêncio Sete Luas, uma toada, era um samba canção (UCHA *apud* SANTI, 2004, p.22).

¹³⁵ Ver SANTI, Álvaro. *Do Partenon à Califórnia: o Nativismo e suas origens*. Porto Alegre: UFRGS, 2004.

No artigo do jornalista Danilo Ucha, publicado no jornal *Zero Hora* em onze de dezembro de 1973¹³⁶, referente à terceira edição do festival, nota-se que os vocábulos folclore, tradicionalistas, gauchistas e nativistas são utilizados sem qualquer precisão. Contudo, uma década depois, dois deles – tradicionalistas e nativistas – marcariam a polarização do movimento, cujos debates conquistariam espaço nas diversas mídias.

1.3.4.3 Nativismo: não aos “aiatolás” da tradição

Na década de 1980, o Movimento Tradicionalista Gaúcho tenta manter o controle do “ser gaúcho”. Para isto, continua baseando suas ações nos seus principais documentos, datados das décadas de 1950 e 1960: *O Sentido e o Valor do Tradicionalismo* (1954), de Barbosa Lessa, *Carta de Princípios do Movimento Tradicionalista* (1961) e *Manual do Tradicionalista* (1968), ambos de Glaucus Saraiva. O MTG também mantém-se como legislador único, ocupando uma posição de ditador de regras, na qual não faltam documentos, estatutos, portarias, resoluções, decretos e leis: Lei das Danças Tradicionais, Lei da Pilcha, Lei dos Rodeios, Lei do Churrasco e do Chimarrão, Lei da Semana Farroupilha, Lei do Gaúcho, Lei do Dia do Cavalo, Lei da Erva Mate, Lei do Trabalho Voluntário, Lei do Cavalo Crioulo, Lei do Quero Quero¹³⁷.

O rigor dos preceitos estabelecidos pelo Tradicionalismo vai abrir espaço para o surgimento do Nativismo, que nasce como uma resposta aos dogmas do MTG, quase tendo um caráter de contra-movimento. No período, alguns artistas já vinham fazendo uma reelaboração da figura do gaúcho, recorrendo, por exemplo, ao humorismo.

Essa reelaboração ocorre através de humoristas como Luis Fernando Veríssimo, criador de o *Analista de Bagé*¹³⁸, livro que teve uma vendagem espetacular (78 edições e mais de 250.000 exemplares vendidos desde o seu lançamento, em outubro de 1981, até outubro de 1983) e em que é feita uma simbiose entre a grossura e o machismo do habitante de Bagé e a sofisticação e elucubração associadas à psicanálise (OLIVEN, 1992, p.115).

¹³⁶ A 3ª Califórnia tem um vencedor: canto de morte de Gaudêncio Sete Luas. Porto Alegre, Zero Hora, 11 dez. 1973.

¹³⁷ Algumas das leis citadas são recentes, depois do período que está sendo abordado. Contudo, são apenas a oficialização das regras que já vinham sendo adotadas pelo MTG. Exemplo disto é a Lei do Gaúcho (Lei 12.372, de 16 de novembro de 2005, assinada pelo governador Germano Rigotto), que em seu artigo segundo afirma que “as músicas, as letras e as coreografias das danças tradicionais gaúcha estão definidas nas obras publicadas e adotadas pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho (informações disponíveis no site do Movimento Tradicionalista Gaúcho, <http://www.mtg.org.br>).

¹³⁸ Ver VERÍSSIMO, Luis Fernando. *O analista de Bagé*. 31. ed. Porto Alegre : L&PM, 1981.

Outro caso é o da dupla de músicos Kleiton e Kledir. Em seu segundo disco, lançado em 1981, constava a música *Trova*, que, seguindo a estrutura dos tradicionais desafios de versos gaúchos, trocava o “gaúcho heróico” pelo “gaúcho bunda mole”:

(Trovador 1) Vem cá, terneiro mamão, dobra essa língua ou engole; depois desse desaforo não há mais quem me console; e eu não sou de perder trova pra gaúcho bunda mole. (Trovador 2) Me chamou de bunda mole, bunda mole é rapadura; é melhor ir terminando que a coisa já ta escura; fica o dito por não dito, e bota água na fervura¹³⁹.

De acordo com Oliven (1992), a sátira levou um vereador de Porto Alegre a lavar seu protesto contra a composição na Câmara Municipal. O político acabou ganhando o apelido de “vereador cuca mole”.

O fato é que o tradicionalismo passava a enfrentar manifestações que faziam referência ao que lhe era mais caro – o gaúcho – mas que não respeitavam qualquer dogma do MTG.

O Movimento Tradicionalista Gaúcho não consegue controlar todas as expressões culturais do estado. Os tempos são outros, existindo diferentes formas de ser gaúcho que não necessariamente passam pelos CTGs. O mercado de bens simbólicos ampliou-se e novos atores passaram a disputar segmentos dele (OLIVEN, 1992, p. 116).

É neste contexto que o Nativismo vem requerer sua parte no mercado.

Em que pesem as acaloradas polêmicas, as diferenças entre tradicionalistas e nativistas estão no estilo. Os primeiros assumem quase deliberadamente uma posição mais conservadora e pouco elaborada, ao passo que os segundos seriam mais progressistas e inovadores, pretendendo fazer uma ponte entre o passado e o presente do estado. O que eles têm em comum, além da preocupação com as raízes gaúchas é o fato de disputarem o mesmo mercado de bens simbólicos e utilizarem medianas de consagração, como os festivais de música, o debate jornalístico etc (OLIVEN, 1992, p.123).

¹³⁹ Transcrição feita pelo autor. Kleiton & Kledir, 1981. Gravadora/Selo Ariola, Estéreo, Estúdio, 33 rpm, 12 pol.

Tendo seu embrião no festival Califórnia da Canção Nativa, o grupo de nativistas é integrado basicamente por músicos, poetas e jornalistas. O movimento não tem regulamento ou doutrina definidos. Com isto, diferentemente do MTG, mostra-se mais aberto às tendências estéticas, desde que estas tenham relação com a cultura gaúcha.

Em 1986, um artigo publicado no jornal *Zero Hora*, assinado pelos jornalistas Juarez Fonseca e Gilmar Eitelvein, chamava os “tradicionalistas históricos” de “aiatolás da Tradição” e, ao definir os nativistas, atacava diretamente os preceitos do MTG.

Não se pode dizer que exista de direito um Movimento Nativista, mas é inegável que ele exista de fato. O nativista não é dogmático, não está ligado a critérios pré-estabelecidos e sabe que além do Rio Grande do Sul existem outros Estados brasileiros e, além dele, o mundo. [...] Os nativistas querem vestir-se como gostam, e não segundo cânones e figurinos tradicionalistas. Os nativistas têm presente a realidade de hoje e sabem que os tão decantados (e contraditoriamente tão discriminados) peãs de que falam os aiatolás da tradição, não andam felizes pelo pampa. [...] Os nativistas são a favor da reforma, de uma ordem social mais justa, e contra o sistema latifundiário e quase escravagista que ainda persiste. [...] Os nativistas sabem que têm um passado, mas não vivem cultuando este passado como forma de ausentar-se do presente, nem vivem mitificando heróis que já estão por demais sacralizados, como se o Rio Grande do Sul tenha estacionado no início do século (FONSECA, Juarez; EITELVEIN, Gilmar. *Aiatolás da Tradição: apontamentos para uma história natural. Zero Hora*, 14 de junho de 1986. Caderno de Cultura, p.8).

No artigo, clamavam por maior liberdade para as composições musicais. Os *nativistas* não queriam ficar limitados apenas a certos ritmos e influências e defendiam o uso de instrumentos eletrônicos, até então proibidos pelo MTG.

Em música, quer experimentar, inventar, criar sem que alguém lhe esteja permanentemente avisando que tal coisa pode e tal não pode. O nativista acha que guitarras e sintetizadores são apenas instrumentos musicais e não objetos diabólicos e corruptores. Ele também quer ter a liberdade de, tranqüilamente, se influenciar por outras idéias musicais, como aconteceu com seus antepassados do século 19, que levaram para animar o campo os ritmos que vinham dos centros europeus – e os transformaram dando-lhes outras personalidades, regionais e únicas (Fonseca, Juarez; Eitelvein, Gilmar. *Aiatolás da Tradição: apontamentos para uma história natural. Zero Hora*, 14 jun. 1986. Caderno de Cultura, p.8).

O documento de Fonseca e Eitelvein provocou a reação dos tradicionalistas. Um deles, Antônio Augusto Fagundes, chegou a comparar os nativistas a um tipo de passarinho: “Eu acho que eles são o vira-bostas da tradição. Vira-bosta é um passarinho que não faz

ninho, bota os ovos no ninho dos outros e espera que os outros choquem esses ovos.” (FAGUNDES *apud* OLIVEN, 1992, p.120). Os tradicionalistas optaram ainda por negar o nativismo como movimento, classificando-o apenas como uma derivação, uma corrente: “Fagundes afirma que não existe nativismo, posição que coincide com a de outros membros do Movimento Tradicionalista Gaúcho para os quais o nativismo não passa de uma derivação do tradicionalismo” (OLIVEN, 1992, p.131). O tradicionalista histórico Paixão Côrtes reforça esta posição ao afirmar que “se hoje existe esta corrente musical-poética-jornalística intitulada Nativismo, ela não é nada mais, nem menos, do que uma decorrência dos hábitos e dos costumes que o Movimento Tradicionalista criou [...]” (CÔRTEZ *apud* JACKS, 2003, p.58).

Com a proliferação de festivais¹⁴⁰ em todo o Rio Grande do Sul, o Nativismo consegue introduzir diversas modificações: “novos ritmos e instrumentos musicais, temas urbanos e sociais, questionamento de alguns valores da tradição regional, uso não ortodoxo da indumentária gauchesca, etc” (JACKS, 1999, p.76). Para Jacks (1999), o nativismo provocou um revigoramento do culto às tradições. Hábitos e costumes que antes eram estigma de *grossura* – tomar chimarrão, vestir bombachas, escutar música gaúcha – foram incorporados pelas camadas jovens. Um exemplo claro é o da bombacha, que passou a ser usada nos centros urbanos como se fosse uma calça *jeans*, acompanhada por camisetas, alpargatas e até tênis, contrariando as normas do *Manual do Tradicionalismo*: “Deus nos acuda! Discreção é a característica essencial da bombacha” (SARAIVA, 1968, p.52).

Jacks considera ainda que o movimento foi além de uma simples forma de resistência ao MTG. No artigo de Fonseca e Eitelvein, os jornalistas preocupavam-se em marcar oposição aos “aiatolás da tradição”. Segundo Jacks, o nativismo também foi uma resposta à hegemonia da *Rede Globo*.

Além da “mesmice” cultural interna, ocasionada por quase trinta anos de hegemonia do Tradicionalismo, outro motivo que contribuiu para a consolidação do Nativismo foi a “mesmice” trazida pela saturação da linguagem “global”. A hegemonia da Rede Globo, firmada na década de 1970, concretizou-se pela cobertura da quase totalidade do território nacional, unificando o Brasil de norte a sul, sem que outra rede alcançasse o mesmo feito. Em termos de influência cultural, esse fenômeno por algum tempo ditou os padrões de linguagem e de estética, tornando-se referencial importante para as produções culturais brasileiras (JACKS, 1999, p.77).

¹⁴⁰ Ver Oliven (1992), Jacks (1999, 2003) e Santi (2004).

Passados mais de 50 anos da criação do 35 *CTG* e três décadas em que nativistas foram marcando presença por meio dos festivais, tradicionalismo e nativismo convivem no mesmo espaço e tempo. Segundo Barbosa Lessa, “só o chimarrão permanece como tradição fundamental do gaúcho, elevando-se ao patamar de um símbolo imorredouro e inconfundível” (1986, p.54). De “bombacha e botas” ou de “bombacha e tênis”, na cidade ou no campo, o gaúcho é gaúcho.

2 PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA: UM DIÁLOGO COM A AUDIÊNCIA

A importância de discutir-se hoje a programação no rádio é inquestionável, uma vez que se trata de um dos elementos fundamentais deste meio de comunicação e é determinante, na maioria dos casos, do sucesso em termos de audiência de uma emissora.

O êxito de uma estação de rádio depende em grande medida de se sua programação conquista ou não audiência. A razão essencial para que a audiência sintonize determinada emissora são os diferentes programas que esta transmite. Se estes espaços informativos, esportivos, musicais, infantis, de variedades, não são atrativos nem atingem as expectativas da audiência, por mais esforço que os produtores e diretores de programação tenham feito para colocar no ar estes programas, não vão obter os resultados desejados¹⁴¹ (PIETRO, 2001, p. 4. Tradução do autor).

Meditich também evidencia a relação da programação com o ouvinte: “a articulação da programação da rádio à rotina dos ouvintes leva, em primeiro lugar, à definição dos ‘horários nobres’, com maior concentração de audiência, onde os programas mais importantes – e a publicidade mais cara – serão localizados” (1999, p. 90). Sendo assim, no presente capítulo busca-se conceituar *programação radiofônica* com o propósito de demonstrar que esta não é apenas uma emissão e está inserida em uma lógica que transpõe a idéia de ser uma soma de programas em um período temporal. Para uma compreensão mais exata da questão pretende-se mostrar ainda como a programação pode ser classificada partindo-se de sua divisão em unidades.

Neste capítulo, com a intenção de compreender-se a programação da *Rádio Guaíba AM*, de Porto Alegre, faz-se necessário antes rever a trajetória do veículo no Brasil e no Rio Grande do Sul, pois só com o conhecimento do produzido anteriormente, a emissora pode construir uma estação com características diferenciadas das demais. Aqui, procurou-se fazer um resgate sempre com o olhar voltado para a programação. A partir destes caminho, encontra-se a *Rádio Guaíba* e a definição de sua programação.

¹⁴¹ *El éxito de una estación de radio, depende en gran medida de si la programación logra o no posicionarse en la audiencia. La razón esencial para que la audiencia sintonice determinada emisora lo constituyen los diferentes programas que ésta transmite. Si esos espacios informativos, deportivos, musicales, infantiles, de variedades, no resultan atractivos ni llenan las expectativas que tiene la audiencia, por mucho esfuerzo que los productores y jefes de programación hayan hecho para poner al aire estos programas, no van a obtener los resultados deseados* (Tradução do autor).

2.1 PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA: CONCEITOS

A programação é a arte de encontro entre os programas e os públicos a que se destinam (MARTÍ, 2004, p.21).

Rabaça e Barbosa definem programação como “conjunto de programas de televisão e rádio. [...] Relação dos programas de determinada estação. [...] Seqüência de programas e intervalos em determinado período” (2001, p. 593-4). A partir desta definição, é possível constatar que a programação passa pelo projeto de conjunto, de relação, ou seja, de soma de unidades básicas que são chamadas de programas¹⁴². No caso do rádio, a idéia de seqüência é clara uma vez que, como afirma Moragas,

[...] material expressivo da emissão radiofônica, diferente do que acontece com a imprensa escrita, se perde no tempo. [...] Os signos, que se ordenam linearmente na coordenada temporal, surgem com a desapareição do signo anterior, de seu antecessor na cadeia linear¹⁴³ (1980, p. 242. Tradução do autor).

Se Rabaça e Barbosa partem de um conceito geral aplicado à TV e ao rádio, outros autores – como Martí (1990, 2004), Muñoz e Gil (1994), Cebrián Herreros (1994), Meditsch (1999), Pietro (2001), e Ferraretto (2001) - direcionam o foco para o veículo rádio.

É preciso reconhecer que o conceito de programação radiofônica apresenta diferentes significações. Martí (2004) destaca que para alguns significa a descrição de um trabalho de planejamento dos programas e sua organização no tempo; para outros refere-se ao posicionamento destes mesmos programas, os quais devem ser transmitidos em um período de tempo ou ciclo de emissão. O autor expõe, ainda, uma terceira linha de pensamento: “trata-se de uma estratégia discursiva da emissora ou da cadeia, mediante da qual organiza, de maneira

¹⁴² Ferraretto explica que “gravado, ao vivo ou utilizando de forma combinada estas duas possibilidades de transmissão, o programa de rádio constitui-se em um todo coeso e independente dentro do conjunto de emissões, podendo ser apresentado do estúdio, de um auditório ou direto do palco da ação dos fatos (2001, p.54).

¹⁴³ “[...] *material expresivo de la emisión radiofónica, diversamente a lo que sucede com la prensa escrita, se pierde em el tiempo. [...] Los signos, que se ordenam linealmente em la coordenada temporal, surgen com la desaparición del signo anterior, de su antecesor en la cadena lineal*” (Tradução do autor).

coerente, uma série de programas no interior de um quadro de referência denominado grade de programação¹⁴⁴” (MARTÍ, 2004, p.21).

Martí (1990) considera que a partir de uma perspectiva teórica, o conceito de programação pode ser tratado contemplando tantos aspectos quantitativos como qualitativos. De acordo com o autor, “em princípio apresenta-nos como a resultante dos processos produtivos do discurso radiofônico ou, simplificando, a soma dos programas que emite uma emissora”¹⁴⁵ (1990, p. 55). Martí complementa que, em uma acepção simples do conceito, programação representaria “o conjunto de programas de uma determinada emissora em uma unidade de tempo específica (dia, semana, trimestre, etc.)”¹⁴⁶ (1990, p.55).

O autor adverte, porém, que a programação não é uma relação inarticulada de diferentes programas, mas, ao contrário, existe uma lógica que se ordena em uma unidade de tempo determinada. Esta ordenação, conforme expõe Martí, “deve ser coerente com os objetivos que persegue o emissor e também com as características da audiência a que está dirigida”¹⁴⁷ (1990, p. 55). Dentro deste panorama, o autor propõe que a programação pode ser definida como a “arte de encontro entre os programas e os públicos a que se destinam”¹⁴⁸ (2004, p.21). Esta proposta supõe uma dupla articulação, que envolve os tempos de emissão e os sociais. Dentro deste raciocínio, a emissora precisa pensar os horários em que dispõe determinados programas na grade para que os mesmos possam ser escutados por seu público em potencial.

Martí destaca quatro características básicas que definem a programação de uma emissora de rádio: finalidade, continuidade, planejamento e coerência¹⁴⁹.

De acordo com ele, o conceito de finalidade está vinculado aos objetivos da emissora: “A transmissão de um tipo de programa e a supressão de outros pressupõe uma determinada orientação produtiva e a busca de um público consumidor [...]”¹⁵⁰ (MARTÍ, 1990, p.56). Martí lembra ainda que não existe comunicação sem receptor e, por isso, a finalidade

¹⁴⁴ “se trata de una estrategia discursiva de La emisora o de la cadena, mediante La cual organiza, de manera coherente, una serie de programas en el interior de un cuadro de referencia denominado parrilla de programación” (Tradução do autor).

¹⁴⁵ “En principio se nos presenta como la resultante de los procesos productivos del discurso radiofónico o, simplificando, la suma de los programas que emite una emisora” (Tradução do autor).

¹⁴⁶ “conjunto de programas de una determinada emisora en una unidad de tiempo específica (dia, semana, trimestre, etc.)” (Tradução do autor).

¹⁴⁷ “debe ser coherente con los objetivos que persigue el emisor y también con las características de la audiencia a la que va dirigida” (Tradução do autor).

¹⁴⁸ “arte de encuentro entre los programas y los públicos a los que van destinados” (Tradução do autor)

¹⁴⁹ Ao retomar esta questão em 2004, Martí optou por suprimir a finalidade. Aqui optou-se por manter-se o desenvolvido pelo autor em sua obra de 1990, uma vez que está trata de forma mais ampla sobre a programação.

¹⁵⁰ “La radiación de un tipo de programas y la supresión de otros presupone una determinada orientación productiva a la búsqueda de un público consumidor” (Tradução do autor).

última da emissão da programação é chegar a uma audiência, determinada em parte por questões comerciais e institucionais.

A finalidade, segundo Martí (1990), introduz ao conceito de coerência.

De acordo com os objetivos da emissora criam-se regras de pertinência de determinado tipo de programas nos conjuntos diários de programação. Cada emissora estabelece [...] seu próprio livro de estilo; em razão disto evita a emissão de um determinado tipo de espaço e elege outros [...] ¹⁵¹ (MARTÍ, 1990, p.56).

Já o termo continuidade pode referir-se a duas esferas. A primeira propõe que a programação radiofônica articula-se de acordo com critérios de continuidade. Sendo assim, existe uma ordenação coerente estruturada em torno de “macrouniões narrativas que se repetem por ciclos” ¹⁵² (HERREROS *apud* MARTÍ, 1990, p. 57). Por fim, o termo refere-se também a idéia de que os programas sucedem-se uns aos outros dentro de uma unidade de tempo.

A última característica abordada por Martí (1990) que define a programação - o planejamento – trata, entre outros elementos, do trabalho de previsão na distribuição temporal dos programas e o desenho dos ciclos temporais. O autor destaca que esta atividade de planejamento, devido a sua importância, conta com um departamento específico na estrutura funcional de uma emissora de rádio.

[...] desenha os princípios e estruturas da programação. Se encarrega de desenhar o esquema, o tempo de cada unidade, a divisão e distribuição de mensagens e a organização definitiva da programação, condensada no denominado Índice de Programas da emissora. Seu trabalho é de projeto, mas no projeto estão implícitos os aspectos ideológicos. Os integrantes deste grupo são autênticos *gate-keeper* ou filtradores da ideologia que aparece na programação da emissora e segundo a qual desenvolve-se a personalidade da mesma ¹⁵³ (HERREROS *apud* MARTÍ, 1990, p.57).

¹⁵¹ “De acuerdo con los objetivos de la emisora se crean unas reglas de pertinencia de determinado tipo de programas en los conjuntos diarios de programación. Cada emisora establece [...] su propio libro de estilo; en función del mismo obvia la radiación de un determinado tipo de espacios y elige otros [...]” (Tradução do autor).

¹⁵² “macrouniones narrativas que se repitem por ciclos” (Tradução do autor).

¹⁵³ “[...] diseña los principios e estructuras de la programación. Se encarga de diseñar el esquema, el tiempo de cada unidad, el reparto e distribución de mensajes y la organización definitiva de la programación, condensada en el denominado Índice de Programas de la emisora. Su trabajo es de proyecto, pero em el proyeto están

Muñoz e Gil, por sua vez, conceituam programação radiofônica como “a previsão dos programas que vão ser emitidos durante um tempo determinado por meio de uma emissora de rádio”¹⁵⁴ (1994, p. 66). Como os próprios autores afirmam, o conceito contempla várias questões. Ao afirmar que há uma previsão, está implícita a idéia de que existe uma pessoa ou grupo que tem a capacidade de decisão sobre quais programas serão emitidos, em que hora e de que forma. De acordo com Muñoz e Gil, “se não existe previsão, dificilmente pode-se falar de programação; em todo caso, de emissão”¹⁵⁵ (1994, p.66).

Uma segunda questão abordada pelos autores é que a programação nasce com consciência de sua finitude, uma vez que as circunstâncias e os hábitos dos ouvintes mudam¹⁵⁶. Outro ponto levantado por Muñoz e Gil diz respeito à ideologia, objetivos e meios da empresa.

Uma programação pressupõe uma emissora com suas características próprias, ou seja, não existe uma programação válida para todas. É necessário considerar que uma emissora não é mais que uma empresa que se dedica a difundir programas; uma empresa que pode ter a lícita finalidade de obter lucro, sem mais, ou fins meramente altruístas de serviço a uma determinada comunidade [...]”¹⁵⁷ (1994, p.66-7).

Herreros, por seu turno, compreende a programação radiofônica como um trabalho de preparação que leva em conta o processo de comunicação entre a emissora e o ouvinte.

Concebe-se a programação radiofônica como o planejamento de uma relação comunicativa entre uma empresa de rádio e uma audiência mediante conteúdos sistematizados e organizados em um conjunto harmônico segundo critérios de seleção e ordenação, elaborados conforme uma duração e horários

implícitos los aspectos ideológicos. Los integrantes de este grupo son los auténticos gate-keeper ou filtradores de la ideología que aparece en la programación de la emisora y quienes desarrollan la personalidad de la misma (Tradução do autor).

¹⁵⁴ “*La previsión de los programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio*” (Tradução do autor).

¹⁵⁵ “*Si no existe previsión, dificilmente podrá hablarse de programación; em todo caso, de emisión*” (Tradução do autor).

¹⁵⁶ Muñoz e Gil afirmam que “é rara a programação que se mantém por mais de um semestre” (1994, p. 66). “*Rara será la programación que se mantenga más de un trimestre*” (Tradução do autor). Contudo, no caso estudado na presente pesquisa vamos contatar que isto não se confirma.

¹⁵⁷ “*Uma programación presupone una emisora com sus características propias; es decir, no existe una programación válida para todas. Hay que plantearse que una emisora no es más que una empresa que dedica a difundir programas; una empresa que puede tener el lícito fin del lucro, sin más, o fines meramente altruístas de servicio a una determinada comunidad [...]*” (Tradução do autor).

determinados, condicionados pelos recursos técnicos, humanos e econômicos de produção e previstos para serem emitidos durante um tempo¹⁵⁸ (1994, p.420).

De acordo com Herreros (1994), toda programação requer planejamento a curto, médio e longo prazo do que se quer transmitir. É preciso fazer uma previsão de produções próprias ou alheias e suas emissões em dias e horários determinados. No planejamento a curto prazo, conforme o autor, enquadram-se as propostas do dia ou da semana seguinte. No médio prazo, a programação é desenhada para uma temporada: de inverno ou de verão, por exemplo. Já no planejamento a longo prazo incluem-se o calendário de transmissões e preparação de coberturas de grandes acontecimentos. É importante ressaltar que no rádio hoje estas questões não ficam restritas apenas aos departamentos de jornalismo e produção. Participa destas discussões também o departamento comercial, que ficará responsável por viabilizar os recursos necessários para as referidas coberturas. Herreros (1994) ressalta, porém, que nem sempre o planejado é cumprido, uma vez que diversos fatores podem influir na programação. Entre estes elementos, o autor destaca “a luta de mercado gerada pela presença de outras ofertas competitivas”¹⁵⁹ (1994, p.18). Isto, segundo sua concepção, explica o porquê de uma emissora variar de um dia para o outro ou no mesmo dia determinados programas.

Herreros destaca que o processo de comunicação que se estabelece entre emissor e receptor ocorre conforme as peculiaridades de cada emissora: “Tudo depende da personalidade da emissora, de sua cultura e da identidade corporativa que deseja difundir. De seus estatutos e ideários apareceram os resultados que se representaram nos programas”¹⁶⁰ (1994, p.420).

A audiência, para Herreros (1994), é a referência permanente de toda a programação.

Desenham-se os conteúdos pensando na audiência como um serviço a ela mesma quando se trata de emissoras públicas ou como um potencial mercado publicitário (no caso das emissoras comerciais. N.A.). Nesta direção, à audiência sempre existiram duas correntes extremas. Aquela que enfoca a programação pensando no que o emissor considerava que seria conveniente para melhorar o nível

¹⁵⁸ “Se concibe la programación radiofónica comola planificación de una relación comunicativa entre una empresa de radio y una audiencia mediante unos contenidos sistematizados y organizados em un conjunto armónico según unos criterios de selección, dosificación y ordenación, elaborados según una duración y unos horarios, condicionados por los recursos técnicos, humanos y económicos de producción y previstos para ser emitidos durante un tiempo” (Tradução do autor).

¹⁵⁹ “La lucha de mercado generada pela presencia de otras ofertas competitivas” (Tradução do autor).

¹⁶⁰ “Todo depende de la personalidad de la emisora, de su cultura y de la identidad corporativa que desee difundir. De sus estatutos e ideários dimanarán unas consecuencias que se representarán em los programas”. (Tradução do autor).

educativo e cultural da audiência e qualificada como aristocrática e autoritária, ou aquela que oferecia somente o que gostaria a audiência, qualificada de demagógica ou comercial¹⁶¹ (1994, p. 420).

O autor considera ainda que a situação atual provocou uma flexibilização dos planejamentos e, por isso, a programação adquire outros matizes. De acordo com Herreros (1994), hoje se está atento ao comportamento da audiência tanto do ponto de vista quantitativo quanto qualitativo. Dentro deste contexto – conseguir o máximo de audiência para atrair mais publicidade –, as emissoras investem em pesquisas para conhecer o número de ouvintes e constatar mudanças de gostos, de interesses e de expectativas: “Toda a programação requer uma investigação a fundo em toda a complexidade das mesmas”¹⁶² (HERREROS, 1994, p. 420).

Pietro (2001) considera que a programação é o elemento estratégico fundamental no rádio atual. A autora destaca que a radiodifusão hoje está inserida em um contexto caracterizado por mercados cada vez mais complexos, avanços tecnológicos com modernos serviços e instrumentos de comunicação altamente sofisticados. Soma-se a isto novas legislações e audiências mais exigentes. Para Pietro, o êxito de uma emissora depende, então, de sua programação.

Ante esta realidade tão difícil de enfrentar, a maioria dos radiodifusores tem visto a programação como o fator estratégico fundamental para que suas emissoras possam chegar a ser empresas verdadeiramente competitivas. O sucesso ou fracasso econômico e social de uma estação de rádio está sujeito a sua programação, porque é esta que possibilita em grande parte que uma emissora seja exitosa comercialmente e se posicione entre seus ouvintes. [...] muitas emissoras que aplicam esta filosofia têm convertido a programação em um trabalho de extraordinária complexidade e de grande criatividade e a essência da radiodifusão é sua programação¹⁶³ (PIETRO, 2001, p.10).

¹⁶¹ “Se diseñan los contenidos pensando en la audiencia bien como un servicio a la misma si se trata de emisoras públicas o bien como un potencial mercado publicitario. En esta atención a la audiencia siempre ha habido dos corrientes extremas. Aquella que enfocaba la programación pensando en lo que el emisor consideraba que sería conveniente para mejorar el nivel educativo y cultural de la audiencia y calificada como aristocrática y autoritaria, o aquella que ofrecía sólo lo que gustara a la audiencia calificada de demagógica o comercial” (Tradução do autor).

¹⁶² “Toda programación requiere una investigación de audiencias a fondo en toda la complejidad de la mismas” (Tradução do autor).

¹⁶³ “Ante esta realidad tan difícil de enfrentar, la mayoría de los radiodifusores ha visto a la programación como el factor estratégico fundamental para que sus emisoras puedan llegar a ser empresas verdaderamente competitivas. El éxito o fracaso económico y social de una estación de radio está sujeto a su programación,

A partir desta perspectiva, Pietro entende que a programação radiofônica não pode ser vista simplesmente como a soma de programas ou espaços de uma estação. Para a autora, a programação vem a ser o conjunto de programas que a emissora oferece a sua audiência em um espaço de transmissão, estruturados em uma unidade de tempo determinada. Além disto, apresenta “uma variedade de conteúdos que não só refletem o estilo da emissora como também sua ideologia [...]”¹⁶⁴ (PIETRO, 2001, p.10). Ela considera ainda que não é possível falar de programação como um grupo desarticulado de programas.

Para Ferraretto, de forma simplificada, programação pode ser conceituada como o “conjunto organizado de todas as transmissões de uma emissora” (2001, p.59) e é definida pelo ideário da emissora e necessidades do público. Estes determinam ainda o programa e formato¹⁶⁵. Segundo o autor, é por meio da programação que a estação posiciona-se no mercado, pois “cada emissora desenvolve uma espécie de personalidade própria que a diferencia das demais na busca por uma fatia de audiência” (2001, p. 52).

Em síntese, a partir de Martí (1990), Muñoz e Gil (1994), Herreros (1994), Pietro (2001) e Ferraretto (2001) podemos definir programação radiofônica como o conjunto de programas apresentados para determinada audiência (a da emissora) ordenados por uma lógica que leva em conta fatores ideológicos (a proposta do canal) e comerciais (a viabilidade econômica estabelecida pela resposta da audiência).

2.1.1 ELEMENTOS PARA A COMPREENSÃO DA GRADE DE PROGRAMAÇÃO

A pesquisa bibliográfica sobre programação radiofônica nos abre para várias propostas de classificações com o propósito de compreender como esta organiza-se na grade de determinada emissora. Na presente pesquisa opta-se pela ordenação proposta por Herreros (1994), uma vez que a mesma consegue abarcar na totalidade o produzido pela emissora em questão, a *Rádio Guaíba*.

Herreros (1994) propõe uma organização global de programação ancorada em três grandes blocos de conteúdos: macrounidades, unidades e microunidades. Dentro destas, o autor apresenta ainda outras subdivisões.

porque es esta la que posibilita em gran medida, que una emisora sea exitosa comercialmente y se poseione entre sus oyentes. [...] muchas de las radiodifusoras que manejan esta filosofía, han convertido la programación en una labor de extraordinaria complejidad y de gran creatividad, y es que la esencia de la radiodifusión es su programación” (Tradução do autor).

¹⁶⁴ “un cúmulo de contenidos que no solo reflejan el estilo de la emisora sino también su ideología” (Tradução do autor).

¹⁶⁵ Segundo Ferraretto, como será abordado adiante, formato é uma “espécie de filosofia de trabalho da emissora” (2001, p. 63).

As *macrounidades* abarcam os conteúdos extremamente amplos até englobar diversos programas com uma cadência determinada. De acordo com Herreros, caracterizam-se pela organização de conteúdos de forma continuada. Esta continuidade apresenta três modalidades. As *macrounidades cíclicas* equivalem à estrutura do conteúdo que se repete a cada período – geralmente a cada semana. São mantidas a organização, os apresentadores e os enfoques¹⁶⁶, mudando apenas o conteúdo específico.

Neste sentido, pode-se dizer que toda a programação esta concebida conforme a macrounidade cíclica. Deste modo, a audiência sabe de antemão o que será emitido todas as segundas-feiras e demais dias da semana. A programação consolida-se por sua repetição e, além disso, busca a renovação e recuperação do atrativo pela variação específica dos conteúdos¹⁶⁷ (HERREROS, 2004, p. 424).

Nas *macrounidades seriadas* o conteúdo forma um todo estruturado, homogeneizado e coerente. São os conteúdos com continuidade de um dia ou de uma semana para outra. Herreros (1994) cita com exemplos concursos em que os ganhadores mantêm sua participação até serem superados por outros ganhadores, série de documentários sobre cidades do mundo ou sobre alguns setores sociais.

Já as *macrounidades intermitentes* referem-se de maneira específica aos noticiários. São conteúdos que aparecem intermitentemente ao longo da programação de um dia nos noticiários, nos boletins de hora e também em alguns outros programas em que se acompanha uma notícia. Segundo o autor, isto leva a discussão sobre continuidade informativa: “Há um acompanhamento das notícias hora a hora e, se necessário, em períodos mais curtos até, inclusive, se assim exige o fato, a interromper a programação prevista para fazer a cobertura do acontecimento em continuidade”¹⁶⁸ (HERREROS, 1994, p. 424).

Herreros (1994) destaca ainda, dentro de uma organização global de uma programação, as *unidades de programas*, que formam uma estrutura de conteúdos mais reduzida. São os programas considerados como unidades fechadas e coerentes. De acordo com o autor, “apresentam uma duração e uma concepção global unitária e, portanto,

¹⁶⁶ Entenda-se enfoque, neste caso, como a linha editorial.

¹⁶⁷ “En este sentido puede decirse que toda programación está concebida conforme a esta macrounidad cíclica. De este modo la audiencia sabe de antemano lo que se emitirá todos los lunes y demás días de la semana. La programación se consolida por su reiteración y además busca la renovación y recuperación de lo atractivo por la variación específica de los contenidos” (Tradução do autor).

¹⁶⁸ “Hay un seguimiento de las noticias hora a hora y si es preciso en períodos más cortos hasta llegar incluso, si así exige el hecho, a interrumpir la programación prevista para hacer el seguimiento del hecho em continuidad” (Tradução do autor).

submetida a um ritmo”¹⁶⁹ (HERREROS, 1994, p.425). O pesquisador registra que dentro de alguns programas existe a possibilidade de incorporação de outros conteúdos diferenciados dos demais, que podem ser definidos como *microunidades programáticas*.

Podem aparecer dentro das revistas ou dos noticiários. Para um maior reconhecimento de sua identidade unitária podem contar com apresentador próprio e participantes distintos. Contudo, não contam com uma autonomia suficiente para serem considerados como uma unidade própria. Se diferenciam claramente das unidades por esta autonomia e, por isso, têm que ser considerado de maneira diferente¹⁷⁰ (HERREROS, 1994, p. 425).

2.1.2 MODELOS DE PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA

Martí (1990) destaca que existe uma evolução histórica do discurso radiofônico¹⁷¹, dividida em grandes períodos e em cada uma destas etapas tem consolidado diferentes modelos programáticos. De acordo com o autor, o modelo “constitui o arquétipo do desenho de programação de uma emissora, [...] e pode definir-se a partir dos elementos de conteúdo e de estrutura”¹⁷² (MARTÍ, 1990, p. 81). Dentro desta perspectiva, encontram-se dois modelos ao levar-se em conta os conteúdos: *convencional* ou *tradicional* e *especializada* ou *rádio-fórmula*¹⁷³. O primeiro refere-se às emissoras com programas variados, enquanto o segundo às com conteúdos similares ao longo das horas. Já a partir do critério de estrutura observa-se a seguinte classificação: *mosaico*, composto por programas isolados; e *bloco*, com programas de grande duração.

Martí (1990) considera que a programação *convencional*¹⁷⁴ apresenta como consequência direta da variedade de programas a possibilidade de conseguir diferentes

¹⁶⁹ “Tienen una duración y una concepción global unitaria y por tanto sometida a un ritmo” (Tradução do autor).

¹⁷⁰ “Suelen aparecer dentro de los magazines o de los noticiarios. Para un mayor reconocimiento de su identidad unitaria suelen contar con un presentador propio y participantes distintos. Sin embargo, no cuenta con una autonomía suficiente como para ser considerado como una unidad propia. Se diferencia claramente de las unidades por esta autonomía y, en consecuencia, hay que considerarlo de manera diferente” (Tradução do autor).

¹⁷¹ Ver *Las grandes etapas de la evolución histórica del discurso radiofónico* (Martí, 1990).

¹⁷² “contituye el arquetipo del diseño de programación de una emisora. [...] pueden definir-se también a partir de los elementos de contenido y de estructura” (Tradução do autor).

¹⁷³ Na presente pesquisa abordamos apenas as rádios convencionais, uma vez que a *Rádio Guaíba AM*, de Porto Alegre, enquadra-se neste modelo. Sobre as especializadas, ver *Los Modelos Programáticos: La Rádio Especializada* (MARTÍ, 1990).

¹⁷⁴ O autor alerta que outros termos - como serviço geral, rádio total, serviço completo e tradicional - referem-se ao mesmo modelo, o convencional. Martí considera ainda que a denominação é muito elementar e pouco adequada, mas optou por mantê-la porque tem um amplo nível de aceitação.

audiências que se alinham na escuta dos espaços: “Uma emissora de serviço geral é aquela que oferece diferentes programas ao longo do dia e da semana, atraindo uma variedade de audiências, cada uma das quais podendo escutar a rádio durante um ou mais programas”¹⁷⁵ (HENABERY *apud* MARTÍ, 1990, p. 83). De acordo com ele, este aspecto introduz a outra característica fundamental da programação *convencional*: “a distribuição dos programas segundo os níveis de audiência, definidos, por sua vez, pelos segmentos horários”¹⁷⁶ (MARTÍ, 1990, p. 84).

Em relação aos tipos de programação *convencional*, Martí (1990) entende que podem ser divididos em três: *mosaico*, *bloco* e *continuidade*¹⁷⁷. Ferreros (1994), por seu turno, também destaca as mesmas classificações¹⁷⁸ propostas por Martí (1990)¹⁷⁹.

Martí (1990) explica que o modelo *mosaico* estrutura-se a partir de uma grande quantidade e variedade de unidas programáticas. Para ele, a diversificação de oferta com o propósito de obter maior contato com os diferentes segmentos de audiência vai, em muitos casos, em detrimento da coerência global do discurso da emissora. De acordo com o autor, nestes casos, “a programação da emissora não aparece como algo homogêneo perante a audiência, ao contrário, às vezes é contraditório e não há elementos de relação entre uns programas e outros”¹⁸⁰ (MARTÍ, 1990, p. 90). Ferreros define a programação *mosaico* como “a justaposição de uns programas de curta duração junto a outros para ir criando, como pequenos mosaicos, a proposta programática global”¹⁸¹ (1994, p.427). Segundo ele, a única continuidade entre um programa e outro é a contigüidade, porém sem qualquer relação. Ferreros explica ainda que neste modelo a informação é programada também como um mosaico, com horários determinados e sem conexão com os conteúdos dos programas anteriores ou posteriores.

¹⁷⁵ “Una emisora de servicio general es aquella que ofrece diferentes programas a lo largo del día y la semana, atrayendo una variedad de audiencias, cada una de las cuales podría escuchar la radio durante uno o más programas” (Tradução do autor).

¹⁷⁶ “la distribución de los programas según los niveles de audiencia, definidos por a su vez por los segmentos horarios” (Tradução do autor).

¹⁷⁷ Martí (1990) adverte que não existem nomenclaturas precisas e definições exatas, mas acredita ser possível resumir em três grandes tipos.

¹⁷⁸ Encontramos em diversos autores nomenclaturas e propostas diferentes de classificação das formas de programação. Ferraretto (2001), por exemplo, divide em linear, mosaico e em fluxo (que equivale ao modelo em continuidade).

¹⁷⁹ É interessante registrar que Cebrinán Ferreros já propõe estas categorias na década de 80 do século passado na obra *La mediación técnica en la información radiofónica* (Barcelona: Mitre, 1983). Contudo, ao longo da presente pesquisa, só tivemos acesso a um livro mais recente, de 1994, *Información Radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación* (Madrid: Editorial Síntesis, 1994). Ferreros, inclusive, é citado por Martí.

¹⁸⁰ “la programación de la emisora no aparece como algo homogéneo ante la audiencia, al contrario, a veces es contradictorio y no hay elementos de relación entre unos programas y otros” (Tradução do autor).

¹⁸¹ “la yuxtaposición de unos programas de corta duración junto a otros para ir creando como pequeños mosaicos la propuesta programática global” (Tradução do autor).

Martí (1990) considera que o modelo de *bloco*, sem perder a diversidade, ganha em unidade. De acordo com o autor, os programas que compõem este modelo não apresentam grandes diferenças entre si em relação ao conteúdo e estrutura. A distinção está no apresentador: [...] o que os distingue é a personalidade de seu condutor, que adota o papel de elemento de conexão entre a variedade de espaços, realizadores e colaboradores e que marca a identidade não somente do modelo, mas também da emissora¹⁸² (MARTÍ, 1990, p.92). Herreros (1994) explica que na programação por blocos a informação imediata integra-se no geral como um micro-espaco a mais. O autor destaca ainda que, neste tipo, “um coordenador encarrega-se de dar uma certa unidade e coerência à diversidade de conteúdos e assuntos que são apresentados dentro do bloco”¹⁸³ (HERREROS, 1994, p.427).

Martí (1990) considera que a programação *em continuidade* é o estado final da evolução sofrida pelo rádio com um componente basicamente informativo. De acordo com Martí, “este tipo de oferta limita extraordinariamente a rigidez dos desenhos pluriprogramáticos e fomenta a improvisação [...]”¹⁸⁴ (1990, p.93). Para ele, é um modelo que vive da informação e para a informação. Herreros, por sua vez, destaca que a informação imediata e permanente vinda do exterior ou produzida pela própria emissora constituem o elemento condutor da programação: “é a programação aberta permanentemente a qualquer notícia de interesse [...]. A programação em continuidade permite, sobretudo, seu acompanhamento a medida que vai se conhecendo novas informações”¹⁸⁵ (1994, p.427).

Herreros (1994) avança na questão da programação propondo ainda outros enfoques para a classificação da mesma. De acordo com ele, é possível pensar-se a programação *segundo temporada/estação*. Nesta forma, a programação é criada para cobrir um determinado período de tempo. Outra proposta é definir a programação conforme os dias da semana. De acordo com Herreros, “devido às mudanças de hábito das audiências, tem se estabelecido uma diferença clara entre a programação dos dias úteis, de segunda-feira a sexta-feira, e a programação do fim de semana”¹⁸⁶ (1994, p 429).

¹⁸² “lo que les distingue es la personalidad de su conductor, que adopta el papel de elemento cohesionador entre la variedad de espacios, realizadores y colaboradores, y que marca la identidad no sólo del modelo sino también de la emisora” (Tradução do autor).

¹⁸³ “un coordinador se encarga de dar una cierta coherencia a la diversidad de contenidos y tema que se exponen dentro Del bloque” (Tradução do autor).

¹⁸⁴ “este tipo de oferta limita extraordinariamente la rigidez de los diseños pluriprogramáticos y fomenta la improvisación [...]” (Tradução do autor).

¹⁸⁵ “es la programación abierta permanentemente a cualquier noticia de interés [...]. La programación en continuidad permite sobre todo su seguimiento a medida que se vayan conociendo nuevos datos” (Tradução do autor).

¹⁸⁶ “debido a los cambios de hábitos de las audiencias, se ha establecido una diferencia clara entre la programación de días laborales, de lunes a viernes, y la programación de fin de semana” (Tradução do autor).

O autor registra também a possibilidade da programação ser definida *segundo estratégia e relações da cadeia com suas emissoras*.

A tendência de concentração de emissoras em grandes cadeias traz consigo a estratégia de programações basicamente em cadeia com escassos tempos para a programação das emissoras integradas. É o projeto de competir em todos os terrenos e rentabilizar os elevados custos de produção de qualidade ¹⁸⁷ (HERREROS, 1994, p.429).

Herreros destaca ainda que a programação pode ser enfocada *conforme seus destinatários*. De acordo com ele, neste caso a programação é estabelecida com o propósito de dar maior atenção às necessidades de seus ouvintes. Neste contexto, é possível afirmar que a rádio “adapta-se permanentemente às circunstâncias da audiência: horários, comportamentos, gostos”¹⁸⁸ (HERREROS, 1994, p.430).

2.1.3 FORMATO: UMA QUESTÃO ESSENCIAL

Para entender-se *formato*, a título de introdução, é possível recorrer à Filosofia. Aristóteles dizia que as formas são as características das coisas e “constatou que a realidade consiste em várias coisas isoladas, que representam uma unidade de forma e substância. A substância é o material de que a coisa se compõe, ao passo que a forma são as características peculiares da coisa” (ARISTÓTELES *apud* GAARDER, 1995, p.124). Nesta linha, podemos dizer que formato são as características próprias de cada emissora, conforme será demonstrado a seguir.

Meditich considera que no rádio “a ‘intenção do todo’ que organiza os diversos níveis do discurso na programação num único contexto comunicativo é a adoção de um *formato*” (1999, p. 188). O autor observa que as programações voltadas para uma audiência heterogênea – como as de televisão de sinal aberto – perderam público nos anos 90 do século passado. A audiência, segundo Meditsch, migrou para as emissoras especializadas em um

¹⁸⁷ “La tendencia a la concentración de emisoras en grandes cadenas ha traído consigo la estrategia de unas programaciones basicamente en cadena com escasos tiempos para la programación de las emisoras integradas. Es el intento de competir en todos los terrenos y rentabilizar los elevados costos de la producción de calidad” (Tradução do autor).

¹⁸⁸ “se adapta permanentemente a las situaciones de la audiencia: horarios, comportamientos, gustos” (Tradução do autor).

formato, “que constroem suas identidades em função de um público alvo específico” (1999, p.188). Nesta linha, Fenati defende que

o sucesso de uma rádio – em termos comunicativos em relação ao público e em termos de *appeal* para o mercado publicitário – depende da clareza com que o formato se desenvolve em todos os seus componentes: a correspondência entre o formato, a imagem da rádio e o *target*¹⁸⁹ a que a emissora se dirige é um objetivo essencial para uma rádio comercial (FENATI *apud* MEDITSCH, 1999, p. 188).

A questão do formato é tão importante a ponto de mesmo quando a emissora foge das características do escolhido, ela mantém-se dentro dele. Meditsch explica que “a adoção do formato representa assim o nível mais abrangente de enunciado: uma mega estrutura de discurso” (1999, p. 188). Um exemplo são as rádios que optaram pelo formato *informativo*.

Ao tornar-se informativa, a emissora informa mesmo nos momentos em que não está informando objetivamente nada: a música ou a conversa banal que eventualmente preenchem as horas “fracas” da programação, numa rádio informativa, asseveram que não há nada a informar no momento, ou seja, que tudo vai bem, que a emissora segue atenta aos acontecimentos e que está cumprindo a sua missão de buscar a notícia (MEDITSCH, 1999, p.188).

Os formatos de programação radiofônica têm, ao longo da história do veículo, apresentado muitas variações. Da mesma forma, não encontramos consenso entre os autores que tratam da questão. Há várias divergências quanto à nomenclatura e às características de cada um. Cabello (1986), González i Monge (1989), Martí (1990), Vigil (1993, 1997), Muñoz e Gil (1994), Herreros (1994), Vidal (1996), Figueroa (1997), Pietro (2001) e Ferraretto (2001) propõem classificações semelhantes. Contudo, na presente pesquisa optou-se pelo estabelecido por este último, uma vez que o autor constrói as classificações a partir da experiência brasileira.

De acordo com Ferraretto, “o formato representa uma espécie de filosofia de trabalho da emissora, marcando a maneira como ela se posiciona mercadologicamente no plano das idéias” (2001). Segundo ele, os principais formatos adotados pelas rádios AMs e FMs do

¹⁸⁹ *Target* pode ser entendido como segmento de mercado, grupo de consumidores e, de forma mais simples, público-alvo.

Brasil podem ser divididos em dois grupos¹⁹⁰: *puros* e *híbridos*. Dentro do primeiro, conforme a classificação proposta por Ferraretto (2001), encontram-se os formatos *informativo*, *musical*, *comunitário*, *educativo-cultural* e *místico-religioso*. O segundo grupo compreende os formatos *música-esporte-notícia* e *de participação do ouvinte*.

O *informativo* “engloba o que os norte-americanos denominam de *all news*, exclusivamente voltado à difusão de notícias; *all talk*, em que preponderam a opinião, a entrevista e a conversa com o ouvinte; e *talk and news*, [...] uma mescla dos anteriores (Ferraretto, 2001, p.61).

A maioria das emissoras de FM adota o formato *musical*, que caracteriza-se pela veiculação de músicas. Ferraretto (2001) propõe, de acordo com a segmentação buscada pela empresa, três subdivisões. O *musical jovem* é dirigido ao público de 15 a 25 anos e tem sua programação baseada nos “sucessos do momento”. Também é forte a presença dos comunicadores que, utilizando-se da mesma linguagem do público, criam identificação com os ouvintes. O *musical adulto* é voltado a uma audiência com idade acima de 24 anos. Segundo Ferraretto, “é o rádio da música contemporânea mesclada com os sucessos de sempre” (2001, p.62). O *musical popularesco* tem por objetivo atingir a classe C¹⁹¹. Dentro desta proposta, destacam-se em sua programação músicas de “apelo fácil”, principalmente dos gêneros romântico, pagode e sertanejo.

Ao discutir-se o formato *comunitário* é preciso distinguir rádios comerciais e comunitárias¹⁹².

No rádio comercial em amplitude modulada, adquire características popularescas. Comunicadores de grande empatia com o público conversam com ouvintes por telefone ou frente a frente no estúdio, praticam o assistencialismo de resultados, não raro, duvidosos e, de modo sensacionalista, exploram casos policiais e escândalos. Tudo entremeado por músicas e mensagens simples de otimismo. Já nas emissoras comunitárias – portanto, de baixa potência e alcance reduzido –

¹⁹⁰ Outros autores - como Martí (1990), Muñoz e Gil (1994), Cebrián Herreros (1994) e Pietro (2001) – propõem classificações semelhantes. Contudo, na presente pesquisa optou-se pelo estabelecido por Ferraretto (2001) porque o autor foca o caso do rádio brasileiro.

¹⁹¹ A classificação por classes é discutível. De acordo com o IBGE, o Brasil está dividido em sete classes sociais: A1, A2, B1, B2, C, D, E. A classe C equivale a média baixa, com rendimentos de quatro a dez salários mínimos (Dados disponíveis no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Ver http://www.ibge.gov.br/brasil_em_sintese. Consulta realizada em 28 jul. 2006)

¹⁹² De acordo com o Ministério das Comunicações do Brasil, rádio comunitária é um tipo especial de emissora de rádio FM, de alcance limitado a, no máximo, um quilômetro a partir de sua antena transmissora, criada para proporcionar informação, cultura, entretenimento e lazer a pequenas comunidades. Trata-se de uma pequena estação de rádio, que dará condições à comunidade de ter um canal de comunicação inteiramente dedicado a ela, abrindo oportunidade para divulgação de suas idéias, manifestações culturais, tradições e hábitos sociais. Uma rádio comunitária não pode ter fins lucrativos nem vínculos de qualquer tipo, tais como: partidos políticos, instituições religiosas etc (Dados disponíveis em <http://www.mc.gov.br/rc>. Consulta realizada em 27. jun. 2006).

representa a adoção de uma linha de trabalho afinada com os interesses dos ouvintes, servindo de canal os seus anseios e buscando, deste modo, a resolução de problemas do bairro ou grupos de bairros de sua abrangência (FERRARETTO, 2001, p. 62).

O formato *educativo-cultural* busca, por meio de sua programação, formar – no sentido de educação – o público. É adotado, em sua maioria, por emissoras não comerciais. Já o *místico-religioso* tem sua programação voltada para público evangélico¹⁹³, principalmente pentecostais ou neo-pentecostais. Transmite cultos, curas e exorcismos.

O formato *de participação do ouvinte*, de acordo com Ferraretto, “é o rádio da conversa com o ouvinte que inclui, na maioria das vezes, prestação de serviços e discussão dos problemas da comunidade” (2001, p.63). Desta forma, apropria-se de elementos do *informativo* e do *comunitário*.

O último formato apresentado por Ferraretto (2001) – *música-esporte-notícia* - utiliza-se de elementos informativos e musicais, com predominância do jornalismo e esporte. Conforme o autor, a *Rádio Guaíba AM*, de Porto Alegre, caso em estudo na presente pesquisa, é um exemplo¹⁹⁴.

2.2. A PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA NO BRASIL

Todos os lares espalhados pelo imenso território brasileiro receberão livremente o conforto moral da ciência e da arte; a paz será realidade entre as Nações. Tudo isso há de ser o milagre das ondas misteriosas que transportarão no espaço, silenciosamente, as harmonias (Roquette Pinto).

O rádio brasileiro, a partir de sua trajetória, pode ser delimitado em períodos que estão inter-relacionados com a própria história social, econômica e política do país. Também é fátível observar que a programação destas fases é definida pelas possibilidades tecnológicas de cada época. Levando-se em conta estas questões, dividiu-se a programação do rádio brasileiro por períodos: dos pioneiros, popular, da crise, da recuperação e de trânsito. Contudo, é evidente que características destas diversas fases conviveram entre si e ainda são possíveis de serem encontradas hoje.

¹⁹³ Sobre isto, ver *Religião e Mercado: A Mídia Empresarial-Religiosa*, de Santana (2005).

¹⁹⁴ Ferraretto (2001) cita ainda, como exemplo de formato *música-esporte-notícia* a extinta *JB AM*, do Rio de Janeiro.

2.2.1 A PROGRAMAÇÃO DOS PIONEIROS: EDUCAÇÃO, CULTURA, CIÊNCIA E ARTE

É importante destacar a influência norte-americana sobre as primeiras transmissões realizadas no Brasil.

O Brasil, como toda a América Latina, sempre representou mercado natural para a difusão dos inventos americanos. As primeiras tentativas brasileiras de transmissão radiofônica confirmam a influência dos Estados Unidos na radiodifusão nacional, apesar do pioneirismo na experiência de transmissão de voz à distância, sem fio condutor, realizada em 1900 em São Paulo pelo padre Roberto Landell de Moura. No mesmo período, teve início no Brasil o consumo regular da tecnologia americana (MOREIRA, 2002, p. 59).

Em 1878, Dom Pedro II volta ao Brasil depois de conhecer o telefone nos Estados Unidos e manda instalar um aparelho telefônico ligando o Palácio da Quinta da Boa Vista, no Rio de Janeiro, a pontos estratégicos das Forças Armadas e do Corpo de Bombeiros. No mesmo ano, de acordo com Sampaio, “foi estabelecida a conexão telefônica entre São Paulo e Campinas” (1984, p. 39). Quatro anos depois, em 1881, a Companhia Telefônica do Brasil recebe autorização para operar linhas telefônicas no Rio de Janeiro, Niterói, São Paulo e Campinas. A CTB colaboraria, através de seu suporte técnico, com a primeira transmissão oficial de rádio no país.

A CTB participou da primeira transmissão de rádio distribuindo e interligando alto-falantes nos pavilhões construídos na Esplanada do Castelo, no Rio de Janeiro, para a Grande Exposição do Centenário da Independência. Em setembro de 1922 os alto-falantes foram usados para transmitir o som da emissora experimental instalada pelas companhias americanas *Westinghouse*, no Morro do Corcovado, e *Western Electric*, na Praia Vermelha (MOREIRA, 2002, p. 59).

Esta transmissão – um discurso do então presidente Epitácio Pessoa - marca o início da chamada primeira fase do rádio do Brasil, que de acordo com Zuculoto¹⁹⁵ (1998), estende-

¹⁹⁵ Na presente pesquisa optou-se pela classificação de Zuculoto (1998), que divide a história do rádio brasileiro em cinco fases. A primeira estende-se do advento do rádio em 1922 até meados da década de 1930; a segunda inicia por volta de 1935 e encerra-se na metade da década de 1950; a terceira acompanha toda a década de 1960, a quarta compreende as décadas de 1980 e 1990; a quinta equivale ao rádio contemporâneo. Reconhece-se, porém, que outras divisões são possíveis. Um exemplo é a proposta por Ferraretto (2001): a implantação no Brasil (de 1910 a 1932); a estruturação (de 1932 a 1940); o apogeu do rádio espetáculo (de 1940 a 1955), a

se até meados da década de 30 do século passado. Naquele momento, o rádio já estreava como um veículo a serviço da política.

A primeira transmissão radiofônica foi uma das espetaculares atrações anunciadas para a exposição comemorativa na então capital federal, pois se tratava de uma novidade tecnológica que se constituía numa das amostras de que a modernidade, com seu progresso, seu desenvolvimento econômico, industrial e cultural, começava a chegar no Brasil. Além disso, o governo precisava transformara Exposição do Centenário num sucesso memorável que ajudasse a amenizar o clima de tensão política que atingia o país¹⁹⁶ (ZUCULOTO, 1998, p.30).

Contudo, a primeira emissora brasileira¹⁹⁷ – a *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*¹⁹⁸ - só entraria no ar um ano depois, em 20 de abril de 1923. A estação “nasceu no seio da Academia Brasileira de Ciências, incentivada pelo entusiasmo idealista de Roquette Pinto¹⁹⁹, Henrique Morize²⁰⁰, Juvenil Pereira, Antonio Labre, Oscar Souza Pinto e Elba Dias [...] (VAMPRÉ, 1979, p.31).

Se até o momento – com as experiências de Landell de Moura e a primeira transmissão oficial - não era possível falar em programação no sentido conceitual, a história com Roquette Pinto começa a ser mudada. Ele já propõe, de certa forma, um primeiro conceito de conteúdo de programação para o veículo no Brasil.

Trabalhar pela **cultura** dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil. [...] Todos os lares espalhados pelo imenso território brasileiro receberão livremente o conforto moral da **ciência e da arte**; a paz será realidade entre as Nações. Tudo isso há de ser o milagre das ondas misteriosas que transportarão no espaço, silenciosamente, as harmonias [grifo nosso] (PINTO *apud* VAMPRÉ, 1979, p. 31).

decadência (de 1955 a 1970), a reestruturação (de 1970 a 1983); a segmentação e as redes via satélite (de 1983 à atualidade).

¹⁹⁶ Em 1922, Artur da Silva Bernardes é eleito como décimo-terceiro presidente da República do Brasil, sucedendo a Epitácio Pessoa. Os militares eram contra a candidatura de Bernardes, pois durante a campanha eleitoral de 1921 o jornal *Correio da Manhã* publicou algumas cartas ofensivas ao Exército e ao Marechal Hermes da Fonseca assinadas por ele. Mais tarde seria revelado que essas assinaturas eram fraudulentas. O descontentamento com sua vitória e com o governo de seu antecessor foram algumas das causas do chamado Levante do Forte de Copacabana, primeira ação do movimento tenentista. A Revolta dos 18 do Forte de Copacabana, como ficou conhecida esta primeira manifestação, ocorreu em cinco de julho de 1922, no Rio de Janeiro.

¹⁹⁷ Muitos autores consideram a *Rádio Clube de Pernambuco*, de Recife, a primeira rádio brasileira, uma vez que esta realizou transmissões experimentais em fevereiro de 1923. Contudo, somente em outubro do mesmo ano, a emissora entrou efetivamente em serviço, adotando, inclusive, a data de 17 de outubro como seu início oficial (Vampré, 1979).

¹⁹⁸ Atual *Rádio MEC*. Mais informações disponíveis em <http://www.radiomec.com.br>.

¹⁹⁹ Roquette Pinto é considera “o pai do rádio brasileiro”.

²⁰⁰ Morize era, na época, presidente da Academia Brasileira de Ciências.

Cultura, ciência e arte norteavam a programação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Este fator, como também o alto preço dos receptores, afastava o grande público das transmissões. De acordo com Calabre, “os pioneiros foram acompanhados por alguns intelectuais que iam à emissora proferir palestras, conceder entrevistas, sempre em prol da causa do aprimoramento do nível cultural do país” (2002, p. 21). Desta forma, a programação da rádio, considerada intelectualizada, era ouvida pelo mesmo grupo que a produzia.

Sete meses depois de sua inauguração- no dia 14 de dezembro de 1924 - a emissora foi a primeira a irradiar uma ópera completa, *L'Amico Fritz*. Caberia ainda a Roquette Pinto a missão de introduzir o jornalismo no rádio brasileiro. Em 1925, a Rádio Sociedade já emitia três jornais falados. Além do *Jornal da Manhã*, o *Jornal do Meio-Dia*, o *Jornal da Tarde* e o *Jornal da Noite*. O pioneiro *Jornal da Manhã*, apresentado por Roquette Pinto, de acordo com Saint-Clair Lopes,

[...] não era um simples noticioso nem um modesto relato dos acontecimentos. Era o fato comentado, esmiuçado e interpretado com a autoridade do sábio. *Jornal da Manhã*, da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, foi iniciativa jamais igualada. Por meio dele, o comentarista apreciava os acontecimentos nos noticiários dos jornais, lendo-lhes as manchetes e oferecendo um panorama inigualável de concisão, de realidade e de objetividade, como somente ele poderia fazê-lo [...] (SAINT CLAIR LOPES *apud* ORTRIWANO, 1990, p. 62).

Embora procurasse dar maior profundidade a notícia, os jornais falados da *Rádio Sociedade* eram elaborados de forma precária, sem produção nem redação e sustentados por meio de improviso. Conforme Vampré, Roquette, “jornalista experiente, inteligência aguda, sentava-se ante o microfone, folheava os jornais do dia e transmitia o seu ‘Jornal da Manhã’, comentando todos os assuntos, dando-lhes o seu cunho pessoal” (1979, p. 31).

Os programas eram acompanhados por suplementos musicais que abrangiam páginas literárias, desportos, agronomia, seção feminina, doméstica e infantil²⁰¹. Para manter a emissora por um maior tempo no ar, seu fundador recorria a colaboração “de prendadas senhoras e senhoritas da melhor sociedade que, naturalmente, adoravam tais oportunidades de exibirem seus dotes artísticos” (VAMPRÉ, 1979, p.31).

²⁰¹ Informações obtidas no site da emissora - <http://www.radiomec.com.br/80anosradio/80anos4.asp>. Consulta realizada em 1º ago. 2006.

O ano de 1925 marca o começo do caminho da educação ligada ao rádio²⁰². Têm início as transmissões de aulas de geografia, história do Brasil, higiene, aulas de português, francês, história natural, física e química. A programação²⁰³ segue o modelo de Roquette Pinto, uma vez que as emissoras surgidas na década de 1920 mantinham o “espírito de sociedade” ou de “rádio-clube”²⁰⁴ e não tinham fins comerciais. Um exemplo é a *Sociedade Rádio Educadora Paulista*, inaugurada em 30 de novembro de 1923, em São Paulo, que deixava clara sua proposta já no nome. Na referida década proliferam rádios por todo o território brasileiro. O ano de 1924 é um exemplo: *Rádio Sociedade da Bahia*, *Ceará Rádio Clube*²⁰⁵, *Rádio Sociedade Maranhense*, *Rádio Clube do Brasil*, no Rio de Janeiro, *Rádio Sociedade Riograndense*, *Rádio Clube Belo Horizonte*, *Rádio Clube Paranaense*, *Rádio Clube Ribeirão Preto* e *Rádio Clube Catarinense*. De acordo com Zuculoto, em termos de programação, “o elitismo também se fazia presente de norte a sul, já que todas as emissoras de então funcionavam de forma semelhante: pela voz e bolso das elites culturais” (1998, p.34-5).

Neste período, as emissoras funcionavam sem regras específicas para o veículo. O Departamento de Correios e Telégrafos concedia às estações o mesmo tipo de licença que era dada aos serviços de telégrafo. A programação também sofria com a falta de pessoas especializadas, pois prevalecia o amadorismo. De acordo com Sampaio, “[...] para os primeiros programadores de radiodifusão tudo se resumia em experiências e improvisos [...]” (1984, p.119). Neste sentido, Moreira destaca que os primeiros profissionais tinham “pouca ou nenhuma capacitação técnica mas imensa paixão pelo veículo (2002, p.73). Além disso, a precariedade tecnológica não permitia o estabelecimento de uma programação.

[...] o iniciante rádio brasileiro não conseguia promover emissões mais freqüentes, que ocupassem boa parte das 24 horas do dia ou pelo menos que fossem diárias. Bem no seu início, as emissoras chegavam a fazer alternância dos dias em que entravam no ar, de segunda-feira a sábado, porque, no domingo, o rádio se calava mesmo, não apresentando qualquer programação (ZUCULOTO, 1998, p.35).

²⁰² Uma das iniciativas mais conhecidas é o Projeto Minerva, desenvolvido pelo Serviço de Radiodifusão Educativa do Ministério da Educação e Cultura. Foi ao ar em 1º de setembro de 1970 a partir de um decreto presidencial e uma portaria interministerial de nº 408/70, que determinava a transmissão de programação educativa em caráter obrigatório por todas as emissoras de rádio brasileiras. A obrigatoriedade era fundamentada na Lei 5.692/71 que foi revogada pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação (Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996).

²⁰³ Em muitos casos não pode ser classificada como tal, pois é composta de emissões sem data e hora definidas.

²⁰⁴ As emissoras eram sustentadas por seus “sócios-ouvintes” que pagavam mensalidades e, além disso, “doavam discos, cantavam, escreviam, falavam, tocavam e se ouviam eles mesmos” (ZUCULOTO, 1998, p. 33).

²⁰⁵ Encontramos em alguns autores a forma inglesa *club* na denominação de várias emissoras da década de 1920. Contudo, como não há consenso, na presente pesquisa optou-se por grafar em língua portuguesa.

Embora nos anos 20 do século passado as emissoras ainda operassem de forma debilitada, o veículo já começa a indicar sinais das mudanças que ocorreriam na década seguinte. *A Rádio Mayrink Veiga*, inaugurada em 1926 no Rio de Janeiro no modelo de “sociedade”, já buscava, por exemplo, uma programação mais popular. Um ano depois de sua fundação, a emissora “contratou o cantor popular Silvio Caldas, que recebia um cachê por cada audição (CALABRE, 2002, p.22-3)

Também em 1926 surge a primeira revista de rádio no Brasil. *A Antenna Radio Para Todos*, no entanto, não destacava a programação incipiente do veículo. A publicação era voltada para informações técnicas, “divulgando as últimas pesquisas e realizações eletrônicas e formando novos técnicos (VAMPRE, 1979, p. 40). Este aspecto manteve-se mesmo depois da afirmação da programação no rádio brasileiro, como foi possível constatar na edição que tivemos acesso de janeiro/fevereiro de 1947²⁰⁶.

Ilustração 6

A primeira revista de rádio no Brasil: Revista Antenna Radio Para Todos



Fonte: *Revista Antenna Radio Para Todos* janeiro/fevereiro de 1947

²⁰⁶ O acervo da Antenna desde 1926 está sendo digitalizado e vendido em CDs. Durante a elaboração da presente pesquisa foi feito contato com a Antenna Edições Técnicas a fim de obter material que fizesse menção à programação de rádio, mas não obtivemos resposta.

Nos anos 30 do século passado, o rádio começa a mudar o perfil amador. Em 1932, por meio do decreto 21.111²⁰⁷, de primeiro de março, o governo autoriza a veiculação de publicidade. Com uma maior ingerência do Estado e participação mais efetiva da publicidade, a programação muda de perfil.

Os decretos do presidente Getúlio Vargas foram cruciais para a expansão comercial do rádio nacional. Aquilo que era considerado de elite, sofisticado, transforma-se em popular, já que fatias mais abrangentes da população estava tendo acesso à mais nova engenhoca que primava pelo lazer e pela diversão. Nesse momento, a indústria e o comércio passam a definir a programação radiofônica. É a publicidade que forja as rádios a se organizarem como empresas, n disputa que vai gradativamente, acirrando-se (BARBOSA FILHO, 2003, p. 41).

O amadurecimento do veículo também vai ter influência da política, como comprova a chamada Revolução Constitucionalista²⁰⁸. Segundo Tota, “um dos primeiros atos de força dos rebeldes paulistas foi a tomada das estações de rádio da cidade [de São Paulo]” (1990, p. 19.). D’Ávila, por seu turno, considera que o episódio comprova o poder de mobilização do veículo.

O rádio foi mobilizando o estado para um dos mais importantes fatos históricos do Brasil – a Revolução de 32. Se o rádio da Nacional do Rio na década de 40 e 50 vendeu sabonetes, sabão, *shampoo*, cigarros, o rádio de São Paulo em 32 vendeu a consciência nacional com o movimento constitucionalista, vendeu o espírito de Constituição que se procura até [...] (1984, p. 27).

A influência direta do presidente Getúlio Vargas sobre o rádio²⁰⁹ estenderia-se ao longo da década. Sob a administração dele, em 1934 o governo implantou um novo tipo de licença – a concessão. De acordo com a nova legislação, baseada em leis específicas para radiodifusão, as concessões teriam prazo determinado de 15 anos, quando enfrentariam novo processo de renovação.

²⁰⁷ O Decreto nº 21.111 regulamentou o Decreto nº 20.047, de maio de 1931, primeiro diploma legal sobre radiodifusão, surgido nove anos após a implantação do rádio no Brasil (BARBOSA FILHO, 2003).

²⁰⁸ A política centralizadora de Vargas desagradou as oligarquias estaduais. Em julho de 1932 explode em São Paulo contra o presidente. Tropas federais são enviadas para conter a rebelião. As forças paulistas lutam contra o exército durante três meses. O episódio fica conhecido como a Revolução Constitucionalista de 1932.

²⁰⁹ Sobre isto ver Moreira (1998) e Haussen (2001).

Vargas foi o primeiro político brasileiro a perceber a capacidade de alcance do rádio em um país com a dimensão do Brasil. [...] Vargas sabia que o rádio era capaz de chegar aos lugares mais distantes do país, para um público em grande parte formado por analfabetos. Por isso elaborou um modelo de difusão para o rádio enquanto esteve no poder, instituindo leis regulamentando a publicidade e a programação radiofônicas (MOREIRA, 1998, p.15).

Tota, por sua vez, destaca ainda que, paralelamente as mudanças na legislação e ao uso político do veículo, os trabalhadores em rádio, que exerciam várias funções ao mesmo tempo²¹⁰, começam a lutar por melhores condições e salários: “Reivindicações essas em perfeita sintonia com a nova legislação trabalhista que estava sendo colocada em prática pelo governo provisório de Getúlio Vargas” (TOTA, 1990, p. 18).

Neste período, o rádio também beneficiaria-se pelos avanços tecnológicos. As antigas galenas passam a ser substituídos por receptores com válvulas, cujo preço era inferior aos anteriores.

Moreira (2002) também registra a mudança de programação pela qual passa o rádio na década de 1930.

O veículo, que durante toda a década de 1920 tinha se mantido como mero transmissor de músicas e, no caso de algumas rádios, de palestras de longa duração, transformou-se na década seguinte em meio de entretenimento, com programas de atrações variadas. No início da década de 1930, o locutor Waldo Abreu, usando sua habilidade para criar e interpretar textos publicitários, lançou na Rádio Club do Brasil o Esplêndido Programa, o primeiro a ser montado para o rádio, com um roteiro pré-definido de apresentação (MOREIRA, 2002, p. 71).

A autora (2002) destaca ainda o caso de Ademar Casé²¹¹, que em 1931 introduziu um novo formato de programação com o Programa Casé. Ele inovou ao estabelecer a venda de horários definidos e criação de comerciais diferentes a cada programa.

A década de 1930 é essencial para a compreensão do rádio atual²¹². Ao mesmo tempo em que o veículo vai passar por um processo de profissionalização, o que significa ter pessoas qualificadas para colocar a programação no ar, muitos dos conceitos presentes ainda hoje começam a ser implantados neste período. Um deles é a idéia de uma programação com data e hora pré-definidas. Emissoras como a *Tupi* do Rio de Janeiro e de São Paulo, a *Jornal*

²¹⁰ De acordo com Barbosa Filho (2003), na década de 30 do século passado o profissional acumulava diversas funções: contato, redação, produção e apresentação.

²¹¹ Case era corretor de anúncios.

²¹² Aqui nos referimos ao rádio tradicional, cuja emissão se dá pelo éter.

do Brasil, no Rio de Janeiro e a *Excelsior* e *Cosmos*, de São Paulo adotam a grade de programas, pela qual os ouvintes podem saber o que será transmitido com antecedência. Neste período surgem ainda profissionais que compram espaços nas estações para a produção de programas. Entre eles, destacam-se o já citado Ademar Casé, Renato Murce²¹³, Gastão Lamounier²¹⁴ e Luiz Vassalo²¹⁵.

O rádio começa aos poucos a ser identificado como um veículo popular. O samba *As cinco estações do ano*²¹⁶ composto em 1933 por Lamartine Babo²¹⁷ registra esta transição Na canção, o compositor exalta as características das emissoras do Rio de Janeiro - *Educadora*, *Philips*, *Mayrink Veiga*, *Sociedade* e *Clube do Brasil* – dedicando uma estrofe para cada. A partir do samba, é possível fazer uma reconstituição da programação radiofônica da capital carioca. Lamartine ao falar da *Educadora* usa a expressão “estação de água”, uma referência empregada pelos artistas para as emissoras que enfrentavam queda na audiência.

Antigamente, eu banquei a estação de águas.
 Hoje guardo as minhas mágoas num baú de tempo azul [...].
 Eu sou a Philips do samba e da fuzarca,
 Anuncio qualquer marca
 De bombom ou de café [...].
 Sou a Mayrink, popular e conhecida,
 Toda gente fica louca [...].
 Sou conhecida nos quatro cantos da cidade,
 Sou a Rádio Sociedade.
 Fico firme, agüento o tranco,
 Adoro o clássico, odeio a fuzarqueira [...]
 Eu sou a Rádio Clube,
 Eu sou um homem, minha gente,
 Futebol me põe doente [...] (BABO *apud* CABRAL, 1996, p.39-40).

Pela letra percebe-se que a *Rádio Philips* dedica-se a uma programação popular, na qual há espaço para o samba e a folia. A *Mayrink* é apresentada como uma emissora em

²¹³ O radialista carioca Renato Murce passou por diversas atividades no chamado “rádio pioneiro”. Entre outras funções, foi contra-regra, produtor, diretor, apresentador e corretor de anúncios. Na *Rádio Clube* criou programas que permaneceriam no ar por mais de três décadas. Posteriormente, na rádio Nacional, foi responsável por sucessos como "Papel carbono" e "Piadas do manduca".

²¹⁴ Lamounier foi diretor artístico da *Rádio Educadora*, onde criou o *Programa Lamounier* e o primeiro programa infantil do rádio brasileiro. Na década de 1940, ele deixou a emissora e o *Programa Lamounier* percorreu diversas estações, até fixar-se na *Rádio Nacional*, do Rio de Janeiro, em 1945.

²¹⁵ Luiz Vassalo era muito popular por ser autor de marchinhas de carnaval.

²¹⁶ A música foi gravada por quatro grandes nomes da época – Almirante, Carmen Miranda, Mário Reis e o próprio Lamartine – e lançada em agosto de 1933 pela gravadora Victor (Cabral, 1996).

²¹⁷ Lamartine Babo é considerado um dos maiores compositores da época de ouro da história da música popular brasileira, a década de 30. Babo alinha-se ao grupo dos compositores inventivos e originais, responsáveis pela formação do que veio a se chamar mais tarde de MPB.

ascensão, uma vez que é “popular e conhecida”. Já a *Rádio Sociedade* é exposta como uma emissora que resiste – “fico firme, agüento o tranco” – às mudanças na programação, dedicando-se ainda ao “clássico”. Da *Rádio Clube*, por sua vez, Lamartine destaca sua programação voltada para o esporte.

Nos anos 30 do século passado, buscando garantir audiência e um diferencial para a sua programação, as principais rádios empregam uma nova forma de relação com os artistas. De acordo com Moreira, “em 1934, a *Rádio Record* de São Paulo introduziu o *cast* profissional, iniciando a disputa entre as estações na contratação de astros e estrelas” (2002, p. 72). Cantores populares como Carmen Miranda, Francisco Alves, Linda Batista, Mário Reis e Marília Batista começam a ser disputados pelas emissoras. Este caminho para a popularização sofre críticas de parte da intelectualidade brasileira, que discordava da programação musical, que cedia espaços ao samba, marchas e canções, deixando de lado a proposta de divulgar a produção cultural erudita.

A década de 1930 assistira ainda a inauguração da “emissora mais importante da radiodifusão brasileira” (Haussen, 2001, p.53). Em 12 de setembro de 1936 entraria no ar a *Rádio Nacional* do Rio de Janeiro²¹⁸, a PRE 8. Em seu surgimento, o Brasil já registrava 65 emissoras. A *Nacional*, nascida do mesmo grupo empresarial que mantinha os jornais *A Manhã* e *A Noite* e a *Revista Carioca*, desde seu início contava com alguns dos mais destacados radialistas, músicos e cantores.

No grupo de cantores, [...] Marília Batista, Aracy de Almeida e Orlando Silva. As vozes que colocaram a emissora no ar foram as de Celso Guimarães, Ismênia dos Santos e Oduvaldo Cozzi [...]. A *Nacional* possuía várias orquestras, e entre seus maestros encontrava-se o jovem e talentoso Radamés Gnattali (CALABRE, 2002, p.31).

Neste ponto, já é possível falar em um novo ciclo do rádio brasileiro.

2.2.2 PROGRAMAÇÃO POPULAR: A ÉPOCA DE OURO DO RÁDIO BRASILEIRO

A segunda fase, conforme a classificação de Zuculoto (1998), começa por volta de 1935 e estende-se até 1955, quando a televisão que havia chegado cinco anos antes consolida-

²¹⁸ Sobre isto ver Goldfeder (1980), Saroldi e Moreira (1988), Cabral (1991) e Haussen (2001).

se. Neste período, o rádio, que já se afastava cada vez mais da proposta de Roquette Pinto, assume a programação popular.

[...] as emissoras se empenhavam em produzir programas cada vez mais populares, criando uma “via de mão dupla” na relação rádio/sociedade, em que a opinião pública (o gosto popular) adquiriu um peso fundamental. Os modelos de programação eram lançados e as emissoras avaliavam sua audiência. A forma mais comum para isso era a promoção de concursos com distribuição de brindes, seguida pela análise da correspondência recebida. Caso a reação do público fosse negativa, o programa era reformulado ou retirado do ar (CALABRE, 2002, p. 25-6).

A influência do governo permanece forte. Em dezembro de 1939, o então presidente Getúlio Vargas assina Decreto-Lei criando o Departamento de Imprensa e Propaganda, que toma lugar do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, instituído em 1934. O DIP teria gerência direta sobre a programação do rádio brasileiro.

Entre as ações de controle exercidas pelo Departamento de Imprensa e Propaganda sobre o rádio podem ser incluídas a censura dos programas radiofônicos e as tentativas de estabelecimento de uma política unificada de identidade nacional. O DIP interferiu diretamente nos musicais transmitidos pelo rádio, nos quais estavam proibidas “as composições que, aproveitando a gíria corruptora da língua nacional, fazem o estúpido elogio da malandragem”. Além de censurar a programação musical, o Departamento distribuía para estações dos estados gravações de “música fina” e noticiário de “interesse coletivo” (MOREIRA, 1998, p.32).

Em 1940, mais de cem programas foram proibidos nas emissoras do Rio de Janeiro²¹⁹. Para Moreira, caso tivesse prevalecido apenas as determinações do DIP, “a programação musical do rádio brasileiro na primeira metade da década de 40 teria sido uma sucessão de músicas recreativas, folclóricas, de caráter cívico, educação rítmica e canto orfeônico” (1998, p. 33).

Mesmo antes do DIP, a presença do governo no rádio já se dava de forma intensiva. Em 1935, ainda no período do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, o Executivo havia lançado o programa *Hora do Brasil*, que veiculava pronunciamentos, música popular e informações diversas.

²¹⁹ Sobre isto, ver a enciclopédia **Nosso Século** (1980, vol. 3).

Além de informar detalhadamente sobre os atos do presidente da República e as realizações do Estado, "Hora do Brasil" incluía uma programação cultural que pretendia incentivar o gosto pela "boa música" através da audição de autores considerados célebres. A música brasileira era privilegiada, já que 70% do acervo eram de compositores nacionais. Comentários sobre a arte popular, em suas mais variadas expressões regionais, e descrições dos pontos turísticos do país também eram incluídos na programação. Quanto à parte cívica, era composta de "recordações do passado", em que se exaltavam os feitos da nacionalidade. Nas peças de radioteatro, para as quais eram convidados os mais destacados dramaturgos da época, como Joraci Camargo, enfocavam-se dramas históricos como a retirada da Laguna, a abolição da escravidão e a proclamação da República (CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DO BRASIL- Fundação Getúlio Vargas²²⁰).

Contudo, em 1939, a *Hora do Brasil* passa a ser obrigatória – de segunda-feira a sexta-feira, das 18h45 às 19h30 -, alterando a grade de programação das emissoras. O horário escolhido para a veiculação obrigatória do programa não era à toa. De acordo com Haussen “era o horário nobre do rádio à época” (2001, p.41).

Nesta etapa insere-se a chamada “época de ouro” do rádio brasileiro, que alcança o seu ápice no final dos anos 40 e na década de 50.

Do final da década de 30 até meados dos anos 50, quando surge a televisão, o rádio brasileiro viveu um período de glórias, reinando absoluto como o meio de comunicação de maior abrangência de público. Um público arrebatado pelos seus programas de auditório, seus idolatrados cantores e cantoras, suas orquestras, suas radionovelas e mais ao final deste período, por um “boom” de seu radiojornalismo (ZUCULOTO, 1998, p. 49-50).

Ferraretto ressalta que “o início da fase de apogeu do rádio ocorre ao mesmo tempo em que o Estado Novo aproxima-se dos Estados Unidos, país cuja programação radiofônica, via ondas curtas, inspirava os profissionais brasileiros desde a década anterior” (2001, p. 112). A década de 1940²²¹ começa com a encampação *da Rádio Nacional*. Alegando o alto

²²⁰ A Era Vargas - 1º tempo - dos anos 20 a 1945" - é o título de um CD-Rom lançado pelo CPDOC em 1997. Seu conteúdo foi adaptado para ser o primeiro produto disponibilizado na página Navegando na História do portal da Fundação Getúlio Vargas (<http://www.fgv.br>). São 126 textos, 300 imagens e 140 biografias apresentados em três módulos temáticos: Os Anos 20; Anos de Incerteza (1930 - 1937) e Diretrizes do Estado Novo (1937 - 1945). O presente texto foi extraído do último módulo e pode ser acessado em http://www.cpdoc.fgv.br/nav_historia/htm/anos37-45/ev_e_cp_horabrasil.htm. Consulta realizada em 11.08.2006.

²²¹ Embora o rádio já fosse considerado popular, sua presença nos domicílios brasileiros, devido às desigualdades regionais, é inexpressiva. De acordo com o censo demográfico de 1940 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, apenas 5,74 por cento dos lares possuíam o aparelho receptor. No mesmo período, de acordo com Calabre (2002), somente 2,11 por cento dos domicílios rurais contavam com energia elétrica. Por

endividamento do grupo a qual a emissora pertencia, o governo Vargas passa a administrar a estação.

Em 8 de março de 1940, incorporou ao patrimônio da União nada menos do que a Rádio Nacional. E com ela, dois jornais, *A Manhã* e *A Noite*, a revista *Carioca*, a Rio Editora, a Companhia Estrada de Ferro de São Paulo-Rio Grande e milhares de alqueires de terra no Paraná e em Santa Catarina. Tudo isso passou para o governo em nome de uma dívida de três milhões de libras esterlinas, assumida pelo grupo proprietário de todos aqueles bens, com aval governamental. Era o que faltava ao Estado Novo: o jornal de maior circulação no Rio de Janeiro (*A Noite*) e a emissora de melhor penetração no Brasil (CABRAL, 1996, p.82).

O governo não pouparia investimentos na *Nacional*, valorizando a estrutura, equipamentos e os funcionários da emissora. Com o início das transmissões em ondas curtas, a estação ficaria entre as cinco rádios mais potentes do mundo. A programação exaltava um Brasil em crescimento.

A programação da rádio era, como o próprio nome sugere, essencialmente nacional; o Brasil predominava nos roteiros de programas musicais e humorísticos, que contavam com a presença de autoridades – Vargas inclusive – na platéia dos seus auditórios em freqüentes “ocasiões especiais” (MOREIRA, 1998, p. 34).

A *Rádio Nacional* vai ser importante para a definição de conteúdo de programação. É nela que é apresentada a primeira radionovela no Brasil. Em cinco de junho de 1941 estréia *Em busca da felicidade*, obra original do cubano Leandro Blanco adaptada por Gilberto Martins. A radionovela, que segundo Calabre foi “um sucesso imediato” (2002, p. 35), contava com o patrocínio da pasta de dente Colgate. Contudo, as inovações nos modelos de programação ainda avançariam mais, pois é a partir da emissora que “a realidade conquista seu espaço no rádio, onde até então prevaleciam a fantasia e a diversão” (SAROLDI; MOREIRA, 1988 p.37). Em 28 de agosto de 1941 estréia na *Rádio Nacional* o *Repórter Esso*. O noticiário, segundo Klöckner, provocou uma revolução no radiojornalismo, uma vez que “lançou o lide no rádio brasileiro e iniciou a profissionalização do radiojornalismo feito até então na base na leitura direta nos jornais” (1998, p. 82). Ferraretto (1992), por sua vez,

isto, observa-se um desenvolvimento maior do veículo nas capitais, onde a infra-estrutura apresentava um grau mais elevado de desenvolvimento.

destaca que o *Esso* introduziu no Brasil o formato de síntese noticiosa²²². O noticiário apresentaria ainda outras inovações, que seriam adotadas em diversas emissoras do Brasil: “com um noticiário sucinto, vibrante, de cinco minutos exatos de duração. [...] Transmitido em horários rigorosamente certos, anunciado pela vinheta musical que se tornou inconfundível.” (LOPES, 1970, p. 66).

No início de setembro, a *Rádio Record*, de São Paulo, também passou a transmitir o *Repórter Esso*. Menos de um ano depois - em julho de 1942 -, o noticiário seria implantado nas rádios *Inconfidência*, de Belo Horizonte, *Farroupilha*, de Porto Alegre, e *Rádio Clube*, de Recife.

A década de 1940 confirmaria o uso político do rádio²²³ por meio de sua programação. Getúlio com a *Nacional* já dera sinais claros disto. A experiência registraria outros casos. Um deles é o do então governador de São Paulo, Adhemar de Barros, que transformaria o veículo em um verdadeiro palanque. O político utilizou-se da *Rádio América* como um canal de contato com a população, conseguindo, inclusive derrubar do poder um ministro.

Uma demonstração da força expressiva da Rádio América aconteceu no final da década, quando o então ministro da Fazenda, Correia e Castro, publicou um manifesto-denúncia pedindo a intervenção federal no estado de São Paulo. A cadeia de rádio convocada pelo governador Adhemar de Barros para responder pessoalmente aos ataques conseguiu derrubar o ministro 48 horas depois (MOREIRA, 1998, p. 42).

Os anos 40 do século passado também consagrariam a publicidade como um dos elementos influentes na programação radiofônica brasileira. Em 1941 chegariam ao Brasil representantes do Birô Interamericano, criado pelo então presidente dos Estados Unidos, Franklin Roosevelt, com a intenção de aproximar-se dos países da América Latina. Uma das preocupações do Birô era evitar a influência do Eixo²²⁴ e garantir a posição internacional dos Estados Unidos. Haussen considera que a publicidade no rádio brasileiro pode ser dividida em dois períodos: “antes e depois da vinda do Birô Interamericano (e das grandes agências norte-americanas de publicidade) para o país” (2001, p. 71). A autora exemplifica lembrando

²²² De acordo com Ferraretto, síntese noticiosa é o “tipo de informativo em que os fatos são hierarquizados em ordem crescente de importância. Cada acontecimento corresponde a uma nota, redigida em lauda única” (1992, p. 15-16).

²²³ Sobre isto ver Moreira (1998).

²²⁴ A Segunda Guerra Mundial (1939–1945) opôs os Aliados ao chamado Eixo, formado por Alemanha, Itália e Japão, além de alguns países de menor expressão como Bulgária, Hungria e Romênia. Ver Seitenfus (2000).

o caso da *Rádio Nacional* que de anunciantes como a Perfumaria Lopes S/A passou a ter seus programas ligados a empresas como Colgate-Palmolive, Gessy-Lever, Esso, entre outros. Moreira, por seu turno, também ressalta que as agências de publicidade percebem que devido ao aumento da popularidade do rádio, as atrações de sucesso representavam consumo garantido para seus produtos.

[...] os anunciantes estrangeiros mudaram o curso da programação do rádio comercial brasileiro: os programas eram criados a partir da relação cada vez mais sólida entre emissora e anunciante. Os artistas começam a ser contratados, o cachê pago a cada apresentação torna-se um recurso ultrapassado e o rádio no país vive sua fase de ouro – rico e influenciador dos hábitos e costumes de milhões de fascinados ouvintes (MOREIRA, 1991, p. 25).

O resultado da entrada de capital estrangeiro por meio da publicidade, na ótica de Haussen, “proporcionou a profissionalização maior das emissoras de rádio e, conseqüentemente, a melhoria (ou menor amadorismo) das programações (2001, p. 71).

No primeiro ano da década de 1950, o Brasil registra cerca de 300 emissoras. A programação radiofônica continua destacando a produção nacional.

Apesar da crescente influência musical estrangeira, a música popular brasileira continuou a ocupar espaço importante na programação das emissoras. Ao contrário do que acontecia nos Estados Unidos, a concorrência com a televisão ainda era incipiente, o que permitiu que durante boa parte da década o rádio continuasse a se destacar como meio de massa, prestigiado pelo público (MOREIRA, 2002, p.81).

A *Rádio Nacional*²²⁵ mantém-se em destaque e atinge na capital carioca 50,2 dois por cento de audiência média em 1952 (Goldfeder, 1980). Com seus programas de auditório, de humor, musicais, radionovelas, esportivos e jornalísticos, a emissora continua servindo de modelo de programação para as concorrentes “até mesmo quando tentavam atrair a faixa de público que não se interessava pelos programas da Rádio Nacional” (CALABRE, 2002, p. 32). Para Haussen, “a Nacional dos anos 50, que se solidificara dentro de um projeto nacionalista e integrador [...] atrairia, assim, ainda mais as massas e as verbas publicitárias

²²⁵ Sobre a questão da hegemonia da *Rádio Nacional*, Haussen propõe uma reflexão. A autora destaca que “embora fosse a emissora mais potente e qualificada, ela não era ouvida com exclusividade em todo o país” (2001, p. 117). Haussen registra que emissoras de São Paulo e do Rio Grande do Sul, por exemplo, tinham forte produção local.

garantindo um elenco e uma programação de alta qualidade (2001, p.116). O interesse pela programação era tanto que alguns programas de auditório passaram a cobrar ingresso para os interessados em assisti-los ao vivo.

De início gratuito, o ingresso do programa de auditório passou a ser pago (5 mil réis ou 5 cruzeiros atuais, segundo César de Alencar, que declarou ser barato na época) e mais tarde usou deste artifício, aumento de preço do ingresso, para uma seleção social dos freqüentadores de auditório (GOLDFEDER, 1980, p. 153).

2.2.3 A PROGRAMAÇÃO DA CRISE: MÚSICA E JORNALISMO

O rádio espetáculo, no entanto, começaria a perder força em meados da década de 50 do século passado. Com a chegada da televisão no Brasil em 1950²²⁶, a programação radiofônica sustentada pelos programas de auditórios, humorísticos e radionovelas entraria em decadência. Inicialmente, o reduzido número de estações de TV e o alto custo dos aparelhos receptores não afetaram o rádio. Contudo, cinco anos depois da implantação do novo veículo, o próprio comportamento da sociedade brasileira ansiava por mudanças na programação.

A partir desses meados dos anos 50, os programas com público presente começaram a sofrer a concorrência dos horários de *disc-jockeys* e seus *hit-parades* – estava surgindo a era do *rock'n roll* –, e esse próprio acúmulo de nomes estrangeiros mostrava que uma nova realidade estava se impondo: o rádio passava pouco a pouco de teatro do povo para veículo sonoro de expectativas de ascensão social de novas camadas da classe média emergente, mais ligadas às subliminares mensagens econômico-culturais da nova era de integração no universo do consumo internacional do que na pobre realidade brasileira (TINHORÃO, 1981, p. 86-7).

O Brasil estava inserido em uma nova realidade. O então presidente da República Juscelino Kubitschek pretendia, como afirmava em seu slogan “cinquenta anos em cinco”, promover um salto desenvolvimentista. Kubitschek lançou um Plano de Metas, tendo por base quatro áreas de atuação: energia, transportes, alimentação e indústria de base. Para isto, o

²²⁶ A televisão brasileira deu seus primeiros passos em 1950, quando Assis Chateaubriand, proprietário dos *Diários Associados* - que formavam o maior conglomerado de comunicação da época - resolveu implantar a primeira emissora do país, a TV Tupi de São Paulo. O canal inaugurou oficialmente a TV no Brasil com *Show na taba*, transmitido às 21 horas do dia 18 de setembro de 1950. Existiam apenas 200 aparelhos receptores no país, todos importados especialmente para a ocasião. O programa, dirigido por Demerval Costa Lima e Cassiano Gabus Mendes e apresentado por Homero Silva, teve música, dança, dramaturgia e humor.

Brasil abre-se aos investimentos estrangeiros. O rádio mais uma vez se fez presente: “Juscelino usou a *Voz do Brasil* principalmente para divulgar o seu Plano de Metas: a maior preocupação do Presidente era tirar o Brasil do grupo de nações subdesenvolvidas” (Moreira, 1998, p. 49). Contudo, sua hegemonia estava ameaçada. Um exemplo é a *Rádio Nacional*, que tinha atingido seu ponto alto na década de 1950 e mesmo já antes do final desta entrava em crise. De acordo com Haussen, a *Nacional* entrou em declínio por vários motivos e não somente pela concorrência da TV: “a rotatividade de diretores que assumiram após a saída de Victor Costa; a perda do canal de TV pleiteado pela Nacional²²⁷, durante o governo de Juscelino Kubitschek, a diminuição das verbas publicitárias, a repetição dos mesmos tipos de programas [...]” (HAUSSEN, 2001, p. 119). Ferraretto sintetiza de forma clara a transição para uma nova fase.

A perda de verbas publicitárias foi acompanhada – e, também, motivada – pela transferência de profissionais do rádio para a televisão. O espetáculo começa a migrar para o novo meio que, ao acrescentar a ele a imagem, obrigava a busca de um caminho diferente sinalizado por itens até então minoritários dentro da programação – o jornalismo, as transmissões esportivas, o serviço para a população e a música gravada (FERRARETTO, 2001, p.137).

Neste período, pós chegada da televisão, a chamada época de ouro do rádio chega ao fim. Para muitos, era a morte do veículo.

A chegada da TV, no entanto, teve um efeito avassalador para o rádio. Profissionais, programas e fontes de financiamento foram transferidos em massa para o novo veículo, a tal ponto que o rádio parecia ter chegado ao fim. “Cedo ou tarde, a TV tornará o rádio tão obsoleto como o cavalo”, decretava na época a revista *Time*, nos Estados Unidos. A sentença de morte era inapelável e foi introjetada pelos próprios profissionais do meio: McLuhan relata um encontro de radialistas de que participou em Vancouver, em 1957, em que teve que convencer os assustados profissionais que o rádio não seria destruído (MEDITSCH, 1999, 25-6).

De acordo com a classificação proposta por Zuculoto começa a terceira fase, “quando o rádio realmente sofre o impacto do advento da televisão e inclusive chega a ter sua morte decretada” (ZUCULOTO, 1998, p.25). Para o rádio, só resta buscar novas alternativas.

²²⁷ Embora Kubitschek já tivesse se comprometido com a direção da *Rádio Nacional* para a concessão de um canal de TV, foi demovido da idéia por seu apoiador Assis Chateaubriand, cujas empresas dominavam o mercado. Chateaubriand temia a concorrência da *Nacional*, uma vez que esta tinha grande apelo popular.

A televisão, definitivamente, ocupou o primeiro plano entre os meios de comunicação, levando consigo as verbas publicitárias, os profissionais e a audiência. No período noturno ela passa a ser a grande estrela. O rádio procura outros espaços e descobre no período matutino o seu horário nobre. Das produções caras, com muitos contratados, o rádio chega ao ponto de se tornar quase um “vitrolão” que apenas reproduz a música gravada em discos, deixando de produzir programas adequados às características como meio de comunicação (ORTRIWANO, 1990, p.82).

Nesta fase, que se estende ao longo da década de 1960, o rádio passa a investir em uma programação musical. Mas ao contrário da época anterior, já sem recursos publicitários para manter seus artistas e grandes orquestras, o veículo simplesmente roda discos. A programação radiofônica, porém, vai encontrar no desenvolvimento tecnológico seu maior aliado. O gravador magnético, que já vinha sendo utilizado desde o final da Segunda Guerra Mundial, torna-se mais acessível. Com isto, é possível realizar montagens sonoras²²⁸ de forma rápida e reproduzi-las imediatamente. De acordo com Ortriwano, o uso do equipamento vai permitir que elementos pouco explorados comecem a ter destaque na programação. Um deles é a reportagem que teve “com este sistema seu melhor aliado, contribuindo para que, pouco a pouco, fosse menor a quantidade de programas ao vivo, dando à programação um caráter distinto, com maior qualidade e pureza” (GARCIA *apud* ORTRIWANO, 1990, p.83). O transistor²²⁹, no entanto, seria a inovação tecnológica que mais revolucionou o rádio.

O aparelho receptor não precisa estar ligado às tomadas de eletricidade, seu tamanho fica cada vez mais reduzido e seu preço mais baixo. E o ato de ouvir torna-se individualizado. Ao mesmo tempo, o rádio ganha em mobilidade, tanto de emissão como de recepção (ORTRIWANO, 1990, p.84).

Vampré também destaca a importância que o desenvolvimento de novas tecnologias vai ter para mudanças na programação.

²²⁸ De acordo com Rabaça e Barbosa, montagem é a “reunião de elementos sonoros (música, vozes, ruídos) com vista à emissão de determinado programa radiofônico. Reunião de todas as seqüências gravadas e sua ilustração sonora” (2001, p.498)

²²⁹ Em 1947, a Bell Telephone Laboratories anuncia, em Nova Jersey, nos Estados Unidos a descoberta dos transistores. Desde o seu uso nos receptores de rádio a partir dos anos 50, em substituição às válvulas que ocupavam grande parte do espaço interno dos aparelhos, o transistor revelou-se elemento determinante para uma característica revolucionária, que se tornaria associada a idéia do rádio como meio portátil. Em 1954, chegou ao mercado o *Regency TR-1*, primeiro rádio de bolso a usar transistores de silício. Os primeiros rádios de bolso transistorizados chegaram ao Brasil na década de 60, a maioria importada do Japão.

O rádio iniciava neste ano (1959) a corrida, mais acelerada para o radiojornalismo vivo, incentivando grandemente os sistemas de reportagens de rua e entrevistas fora dos estúdios. Com os aperfeiçoamentos verificados na parte eletrônica das estações móveis - carros com transmissores volantes p em muito se reduziu o volume e o peso dos equipamentos técnicos, com sensível melhora, também, na qualidade da transmissão (VAMPRÉ, 1976, p. 132).

Com isto, como já foi sinalizado, cresce a presença do jornalismo, do esporte e da prestação de serviço na programação. Ferraretto (2001) considera que quatro emissoras exemplificam bem este momento: a *Bandeirantes*, de São Paulo; a *Jornal do Brasil*, do Rio de Janeiro; a *Jovem Pan*, também de São Paulo; e a *Guaíba* de Porto Alegre.

A *Rádio Bandeirantes* teria ascendência sobre a virada da programação em direção ao jornalismo, sinalizando ainda na década de 1950 um caminho para as emissoras que começavam a enfrentar o fim da “época de ouro do rádio brasileiro”.

Um novo tipo de programação noticiosa foi lançado pela Rádio Bandeirantes, de São Paulo, em 1954, mostrando-se revolucionário e influenciando a programação de outras emissoras. A Bandeirantes fez-se pioneira no sistema intensivo de noticiário [...] em que as notícias de duração entravam a cada quinze minutos e, nas horas cheias, em boletins de três minutos” (ORTRIWANO, 1985, p. 22).

A *Rádio Jornal do Brasil AM*, por sua vez, foi pioneira em 1959 ao lançar um tipo de programa que depois seria adotado também por outras estações: os serviços de utilidade pública. Segundo Ortriwano, “a inovação foi introduzida pelo jornalista Reinaldo Jardim, que teve como objetivo restabelecer o diálogo com os ouvintes” (1985, p. 22-3). A *JB AM* já inserira o jornalismo em sua programação na década de 50 do século passado, mas é na seguinte, que vai investir neste formato.

No início da década de 60, por exemplo, o departamento de radiojornalismo da emissora ganhava fôlego novo, com o aumento do número de informativos e jornais falados, e a elaboração de um manual com as regras básicas a serem seguidas por repórteres e redatores da JB. A receita da época era preparada com notícias de credibilidade e música de bom gosto (MOREIRA, 1987, p. 119).

A *Jovem Pan*, na época chamada de *Panamericana*, buscou, além da música, direcionar seu conteúdo para o jornalismo. Diferentemente de outras do mesmo período, a emissora não recorre apenas às agências de notícias. Ela investe em reportagem própria para cobrir a cidade de São Paulo e região. De acordo com Zuculoto, a *Jovem Pan* “ao buscar no rádio informativo uma saída para enfrentar a concorrência com a televisão, adota também a prestação de serviços (1998, p. 91) seguindo o modelo da *Jornal do Brasil*. No início dos anos 1970, a emissora seria pioneira ao transmitir o informativo *Jornal de Integração Nacional* em rede para vários estados do Brasil.

A *Guaíba AM*, por seu turno, vai contar com a presença do jornalismo em sua programação desde seu início, em 1957²³⁰.

2.2.4 A PROGRAMAÇÃO DA RECUPERAÇÃO: FMs E RADIOJORNALISMO

A quarta fase do rádio brasileiro, segundo Zuculoto (1998), compreende as décadas de 70 e 80 do século passado. Conforme a autora, “trata-se do período em que o rádio brasileiro luta para se recuperar através do incremento do jornalismo, da prestação de serviços, da segmentação e do desenvolvimento das FMs” (1998, p.25-6). Junto com as emissoras em Frequência Modulada²³¹, viriam novas propostas de programação.

Em 1970, no dia dois de dezembro, entraria no ar a primeira emissora do país a realizar suas transmissões exclusivamente em FM. A *Rádio Difusora FM*²³², de São Paulo, pertencente aos *Diários e Emissoras Associados*, como as primeiras rádios brasileiras, tinha uma programação voltada para a elite, como atesta artigo publicado na *Revista Veja* de 9 de dezembro de 1970. O próprio título da nota, elaborado a partir da propaganda que anunciava a chegada da nova emissora, deixa clara esta intenção: “A rádio dos ricos”.

²³⁰ Como a emissora é o caso em estudo na presente pesquisa, este tópico será abordado com maior profundidade adiante.

²³¹ A frequência modulada já era utilizada no Brasil na década de 1950 pela Rádio Imprensa, do Rio de Janeiro, para ligar o estúdio aos transmissores de rádio, como se fosse uma linha telefônica privativa. De acordo com Rabaça e Barbosa, frequência modulada é o “sistema de transmissão de sinais eletromagnéticos baseado na modulação da frequência das ondas (e não na variação do seu comprimento ou amplitude, que caracteriza as transmissões em AM). [...] permite uma recepção em alta fidelidade, inclusive estereofônica, livre de ruídos e de quaisquer interferências atmosféricas ou locais. Seu alcance, no entanto é bastante limitado em relação à amplitude modulada” (2001, p. 334).

²³² De acordo com artigo publicado na *Revista Veja*, “aos que contestam o pioneirismo da *Difusora FM* na frequência modulada, os diretores explicam que a confusão é culpa da *Rádio Eldorado* (SP). Quando ela foi fundada, há doze anos, transmitia em ondas médias e, por uma questão de prestígio, usava também a FM para transmitir só música, fora da faixa comercial” (*Revista Veja*, 9 dez. 1970, n. 118, p.84-5).

Que só os ricos sintonizem seus rádios na altura dos 98.5 megahertz, pois, pelos anúncios de lançamento, pobre está proibido de ouvir essa original rádio inaugurada terça-feira (sic) da semana passada em São Paulo. “As músicas são selecionadas para pessoas ricas e inteligentes”, é a advertência agressiva dos anúncios. Incontestável, também é o direito ao esnobismo dessa nova emissora da cadeia Associadas. Operando pela primeira vez no Brasil exclusivamente nas sofisticadas ondas da frequência modulada, a Difusora FM é automaticamente (sic) forçada a selecionar a faixa de público que pretende e tem possibilidade de atingir (REVISTA VEJA, 9 dez. 1970, n. 118, p.84-5).

O artigo revela ainda que a instalação da primeira emissora FM foi precedida por uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – Ibope -, que indicou que das trezentas pessoas entrevistadas, 41 por cento já possuíam receptores com faixa de frequência modulada. A partir do levantamento, encomendado pela *Associados*, o grupo resolveu lançar a emissora. A programação fugia do padrão estabelecido pelo AM.

O inegável fascínio desse (sic) mercado reduzido mas altamente qualificado [...] possibilitou aos organizadores da Difusora FM atraírem vinte anunciantes para os comerciais que de quinze em quinze minutos interrompem a apresentação farta de música popular brasileira, estrangeira e erudita, e que vai das 7 da manhã às 10 da noite – quando começa um programa de jazz. Dois noticiários pela manhã (às 7 e às 8) mais um boletim da Bôlsa (sic) de Valores no fim da tarde, completam a programação (REVISTA VEJA, 9 dez. 1970, n. 118, p.84-5).

As primeiras FMs “fornecem ‘música ambiente’ para assinantes interessados em ter um *background* que parecesse apropriado ao tipo de ambiente “ (Ortriwano, 1985, p. 23). Contudo, nos primeiros anos da década de 1970, as transmissões em frequência modulada eram ainda incipientes. Mais uma vez o governo vai interferir no rádio. Por meio da Portaria 333/73, do Ministério das Comunicações, de 27 de abril de 1973, as FMs passaram a ter prioridade na concessão de canais. O documento garante incentivos à indústria eletroeletrônica para a produção nacional de equipamentos de transmissão e recepção. De acordo com Del Bianco (1993), em cinco anos – de 1975 a 1980 – 22 milhões de aparelhos foram produzidos, sendo seis milhões só com a banda de FM. Neste período, a frequência modulada também passa a fazer parte dos receptores dos automóveis. Del Bianco ressalta ainda que “a expansão a objetivos políticos: ‘ integrar e desenvolver o país’ e resguardar o território nacional e os valores culturais’, combatendo a penetração de emissoras estrangeiras” (1993, p.142).

Ortriwano considera que na década de 80, “as emissoras FM têm sido responsáveis por uma ebulição no meio que o rádio não conhecia desde o surgimento da televisão, no início dos anos 50” (1985, p. 23).

O governo, como demonstrou ao longo da história, mantém sua preocupação em relação ao setor de radiodifusão e cria em 1975 a *Empresa Brasileira de Radiodifusão*, a *Radiobrás*. Na década de 1970, o Brasil atinge a marca de mil emissoras²³³ e o governo decide montar e operar sua própria rede de repetição e retransmissão de radiodifusão. De acordo com a lei 6301, de 15 de dezembro de 1975, a *Radiobrás* tem por objetivo “implantar e operar as emissoras, e explorar os serviços de radiodifusão do Governo Federal”²³⁴. A lei, no inciso II, define ainda qual o conteúdo da programação que deveria ser adotada: “realizar difusão de programação educativa, produzida pelo órgão federal próprio, bem como produzir e difundir programação informativa e de recreação”²³⁵.

A partir da metade dos anos 70, as AMs começam a produzir suas programações pensando em um público definido. Neste período, a tendência à especialização mostra-se cada vez mais forte: “As emissoras passaram a identificar-se com determinadas faixas sócio-econômico-culturais, procurando dirigir-se a elas e buscando sua linguagem nos próprios padrões das classes que desejavam atingir” (ORTRIWANO, 1985, p. 24). Surgem novas emissoras e as pequenas aumentam a sua potência. Em resposta, as grandes rádios reagem, buscando uma programação que atinja os diversos segmentos de público. Para isto, desenvolvem programas que abrangem diferentes faixas em distintos horários. O radiojornalismo continua recebendo investimentos.

As emissoras voltadas para a informação ampliaram ainda mais seus serviços, intensificando o uso de unidades móveis de transmissão, com participação cada vez mais do repórter ao vivo [...]. Em 1980, a Rádio Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro, parte para uma programação baseada na dinâmica dos fatos, com informação ao vivo, aproximando-se da rádio *all news* nos moldes norte americanos, em que as notícias constituem o “prato de resistência” (ORTRIWANO, 1985, p. 24).

Ferraretto ressalta, porém, que “a idéia de segmentação não se constitui totalmente em um produto do mercado radiofônico da segunda metade da década de 70 e dos anos 80”

²³³ Informações disponíveis no site Sintonia, em <http://paginas.terra.com.br/lazer/sintonia/brasil.htm>. Consulta realizada em 16.08.2006.

²³⁴ Disponível no site da Agência Nacional do Cinema, em http://www.ancine.gov.br/media/Lei_6301_15121975. Consulta realizada em 16.08.2006.

²³⁵ Idem.

(2001, p.163). O autor registra o caso da *Rádio Panamericana*, que ao ser comprada em 1945 pelo grupo *Emissoras Unidas*, passa a dedicar-se exclusivamente ao esporte.

Os anos 1980 apresentariam outra inovação que influiria de forma direta na programação radiofônica: as redes vias satélite. No Brasil, de forma tardia²³⁶, o governo começou a examinar o uso de satélites domésticos de comunicação apenas na década de 70, quando instalou uma comissão no Ministério das Comunicações para avaliar aquela possibilidade. Somente uma década depois, no entanto, colocaria o Brasil na era dos satélites.

Somente dez anos depois, no governo do general João Figueiredo, foi efetivamente iniciado o Sistema Brasileiro de Telecomunicações por Satélite (SBTS).[...] Em 1985, o Brasil lançou a sua primeira dupla de satélites de comunicações, o Brasilsat A1 e A2, estacionados sobre o Equador, a uma distância de 35.786 km: o primeiro aproximadamente sobre o município de São Lourenço da Cachoeira, no Amazonas, e o segundo, posicionado na longitude de 70 graus oeste de Greenwich, em um ponto do Equador sobre a fronteira Brasil-Colômbia (MOREIRA, 1999, p.86-7).

Com a estrutura oferecida pelos satélites *Brasilsat A1* e *Brasilsat A2*, a *Empresa Brasileira de Telecomunicações* – a *Embratel* – lança um serviço específico para atender às emissoras de rádio, o *Rádiosat*. Antes disso, de forma pioneira, a *Rádio Bandeirantes AM*, de São Paulo, já utilizava este meio de transmissão. Desde março de 1982, a emissora paulista gerava o seu radiojornal *Primeira Hora* utilizando o tempo ocioso do sub-canal que atendia a *Rede Bandeirantes de Televisão* no *Intelsat IV*. Em 1990, a *Rádio Bandeirantes* passou a ser a primeira emissora a transmitir via satélite 24 horas por dia.

O satélite passou a interligar as setentas emissoras FM e as sessenta AM em oitenta localidades diferentes, já filiadas à *Bandeirantes*. O uso dessa nova tecnologia permitiu à *Bandeirantes* criar uma programação de interesse nacional, que é oferecida às emissoras de vários pontos do país. As rádios associadas têm acesso imediato a informações jornalísticas, esportivas e artísticas, com participação dos correspondentes internacionais, locutores, repórteres e entrevistadores da *Rede Bandeirantes de Rádio* (SOARES *apud* ZUCULOTO, 1998, p. 107).

²³⁶ Em 1965, o primeiro satélite de comunicações foi colocado em órbita pelo consórcio norte-americano *International Communication Satellite* – *Intelsat*. O *Intelsat I* tinha capacidade para transmitir apenas 240 canais de voz e um canal de televisão.

Com os avanços tecnológicos, as grandes estações passam a ter abrangência nacional, voltando-se, em grande parte, para o jornalismo. Contudo, a programação abre espaço também para o regional, o local. Emissoras em rede reservam janelas²³⁷ para a entrada de produções locais, que atendem as demandas de informação da comunidade próxima. A *Rádio Transamérica*, por exemplo, transmite duas programações distintas ao mesmo tempo.

A emissora oferece às suas 31 afiliadas em todo o Brasil um serviço exclusivo que permite às rádios escolherem entre duas programações diferentes transmitidas ao mesmo tempo. Para o mercado, a previsão da emissora é segmentar as mensagens de acordo com os estilos de cada um dos canais, valendo-se da possibilidade, já existente, de se fazer o corte de sinais para *spots* nacionais e locais. Dessa forma, a Transamérica segue a tendência das grandes redes de rádio dos Estados Unidos, que oferecem de uma só vez dez formatos diferentes de programação por satélite (DEL BIANCO, 1999, p. 196-7)

Bahia considera que, mais uma vez, a televisão, mesmo que de forma indireta, obriga uma mudança na programação radiofônica.

O caráter local que o radiojornalismo redescobre ao perder para a televisão o seu papel centralizador cria uma espécie de redivisão territorial do éter: a TV forma as grandes cadeias e comanda a cobertura dos grandes acontecimentos; o rádio delimita a sua influência na cidade ou na região onde opera, dirigindo-se antes à comunidade que à nação. [...] Um dos efeitos mais positivos dessa mudança é a dispensa de modelos importados de programação em benefício de uma identificação maior do meio com a realidade social. De certo modo, é um reencontro simbólico do rádio eletrônico com o rádio galena (BAHIA, 1990, p. 178).

2.2.5 PROGRAMAÇÃO DE TRANSIÇÃO: O RÁDIO DE SEMPRE, INTERNET, RÁDIO DIGITAL

Nos anos 1990, conforme a classificação de Zuculoto (1998), o rádio brasileiro chega a sua quinta fase inserido em mundo transformado pelos processos de globalização - ou pela ausência deles - e pela presença das novas tecnologias da informação. Moreira destaca que “apesar da globalização ter se transformado em quase um clichê nas discussões atuais sobre as recentes tecnologias dos meios de comunicação, não há como negar que os novos recursos de

²³⁷ Entende-se por janela o espaço aberto em uma transmissão em cadeia para a inserção de programas ou anúncios locais.

mídia possuem capacidade de penetração e impacto globais” (MOREIRA, 1999, p.207). O rádio, que na década anterior beneficiou-se com o uso do satélite, agora chega aos ouvintes também pela Internet.

Na década de 90 do século passado as principais emissoras brasileiras são informatizadas²³⁸. As redações e as centrais técnicas²³⁹ passam a ter no computador a sua principal ferramenta.

As antigas máquinas de *telex*, que recebiam o material das agências de notícias, são substituídas por terminais de computador. Da mesma forma, os gravadores de rolo e as cartucheiras são trocados por computadores com capacidade de armazenar áudio. O trabalho de edição do som que, em muitos casos, dependia da habilidade do operador em cortar fitas com *gillete* e emendá-las depois, é trocado pela precisão de sofisticados programas de computador (MÉRCIO, 2002, p. 162).

Para Zucoloto (1998), todas estas inovações acentuaram ainda mais as características do rádio de imediatismo, instantaneidade, mobilidade de emissão e recepção, alcance de público e penetração geográfica. A autora considera, porém, que o veículo, por meio de sua programação, deve saber utilizar-se das novas tecnologias para um objetivo maior.

Mas muito mais do que saber usar as novas tecnologias para garantir espaço e função, através de experiências práticas, muitas correndo de forma até intuitiva, o rádio brasileiro parece demonstrar que pode também constituir-se em alternativa pra responder justamente a algumas ameaças da globalização como, por exemplo, a de perdas de identidade. Afinal, no Brasil, [...] o rádio se consolidou muito mais como local e regional, embora funcionando com potencial global. Ou, quem sabe, o rádio desta nova era vai participar da construção de novas identidades que poderão surgir na sociedade globalizada (ZUCULOTO, 1998, p. 138).

Del Bianco, por sua vez, avalia a década de 90 como um período de adaptação às novas tecnologias.

O rádio atravessa os anos 90 embalado por mudanças tão velozes quanto a sintonia digital, que substitui os botões do *dial*. Emissoras tradicionais procuram

²³⁸ Moreira destaca que “no Brasil, o uso de equipamentos de informática por empresas e instituições iniciou na década de 70 a transmissão eletrônica de dados, então classificada como teleinformática ou telemática” (1999, p. 82).

²³⁹ De acordo com Rabaça e Barbosa, “conjunto de instalações e sistemas de controle em uma estação de rádio [...]” (2001, p. 709).

fórmulas inovadoras para manter posições, segurar os antigos anunciantes e captar volumes expressivos de publicidade (DEL BIANCO, 1999, p.185).

A autora considera que o caminho de sobrevivência do rádio está no “profissionalizar ainda mais a programação” (DEL BIANCO, 1999, p. 204). Para ela, o modelo tradicional de programação cada vez perderá mais espaço para a segmentação, pois a tendência é estar em sintonia com o comportamento, valores e atitudes do público. Nesta linha, Bragança observa que

Os anos 90 vão consolidar as redes de emissoras. O gerenciamento de muitas delas será profissionalizado, com apoio de marketing e o uso de pesquisas de opinião. [...] Com a segmentação, os critérios de edição observam os interesses de uma audiência desenhada através de pesquisas, com vistas à captação de anunciantes (BRAGANÇA, 2003, p.129).

Na década de 1990 nota-se também uma atitude mais agressiva do rádio, que encontra no *marketing* uma forma de conquistar e manter a fidelidade de seu ouvinte. Del Bianco afirma que “é preciso ter *marketing* certo e criar uma marca da emissora” (1999, p. 204). Para isto, as emissoras investem em promoções e buscam associar seu nome a megaeventos.

Nesta fase, registra-se cada vez mais a presença do ouvinte na programação do rádio tradicional²⁴⁰. Moreira destaca que “durante toda a década inúmeros recursos tecnológicos alteraram os formatos de programação, a produção sonora e a interação com a audiência do rádio” (2002, p.129). Com as facilidades oferecidas pela telefonia celular, ele passa de um papel passivo para ativo. As principais emissoras de radiojornalismo abrem espaço para o ouvinte que, em muitos casos, atua até como repórter. O ouvinte, do local onde se encontra, participa da programação por meio de seu telefone celular repassando informações para a emissora.

Outra estratégia aplicada pelas emissoras a fim de aumentar a visibilidade e, por consequência, a publicidade é a criação de *home pages* na Internet. Moreira registra que, inicialmente, em seus *sites* “as estações se auto-promovem, anunciam concursos e listas de músicas mais tocadas, recebem pedidos de músicas, comentários dos ouvintes e organizam

²⁴⁰ Aqui, utiliza-se o termo tradicional para diferenciar das transmissões via Internet que serão abordadas em breve.

arquivos de programas” (1999, p. 214). Posteriormente, as rádios começam também a disponibilizar a programação via rede mundial de computadores. Meditsch, ao avaliar a utilização da Internet no rádio ainda em um período inicial, considerava que a Internet não representa uma ameaça: “Em 1998, o hábito de navegar na Internet parece ameaçar mais a audiência da televisão (principalmente entre os jovens norte-americanos) do que a da rádio, e a *World Wide Web* aparece como alternativa promissora de difusão da programação sonora” (1999, p. 32). Isto se confirma, pois com o novo meio “de alcance ilimitado, o rádio na Internet ultrapassa alguns limites das transmissões radiofônicas normais. Superposição de emissoras no *dial* ou sinais fracos deixam de existir” (MOREIRA, 1999, p.215).

Dez anos depois das primeiras emissões via *Web*²⁴¹, os conceitos sobre o rádio na Internet ou mesmo sobre a *Web* rádio ainda estão em discussão. No cenário atual, encontramos dois caminhos de utilização da Internet pelo rádio. O primeiro utiliza a *web* apenas como meio de transmissão. Neste primeiro tipo, as rádios apresentam um *site* sobre a emissora, com informações gerais - história, programação, equipe, tabela de valores de comerciais, etc - e transmitem pela Internet a programação emitida pelas ondas hertzianas. Sendo assim, a programação não se diferencia da que é emitida pela forma tradicional.

No segundo tipo, encontramos a *Web* rádio. Nela, a programação é elaborada levando-se em conta a possibilidade do ouvinte escutar os programas no horário que considerar mais adequado para o seu caso.

É fundamental distinguir o *site* sobre rádio, que pode incluir transmissão, de uma *Web* rádio, emissora de rádio na Internet. As possibilidades oferecidas pela digitalização das transmissões de rádio na Internet não dizem respeito tanto à audiência de um evento transmitido ao vivo, mas à liberdade do receptor escolher quando vai escutar uma programação e de alterar ou editar a ordem de uma programação oferecida por um emissor (CUNHA, 2001, p. 166).

Desta forma, a *Web* rádio supera características que consagraram o veículo, como instantaneidade e simultaneidade. Além disto, há possibilidade de ampliar as fontes de faturamento.

²⁴¹ Como destaca Cunha, “a transmissão de emissoras de rádio pela Internet começa a se desenvolver em 1995 com o surgimento do *Real Audio, software* que torna possível a emissão de sons em tempo real” (2001, p. 165).

Algumas emissoras vão poder vender sua programação ao ouvinte-internauta, abrindo um novo setor de negócios como fazem, hoje, os grandes portais. Parte da programação da rádio, assim como o acesso a determinados programas ou arquivos, ficarão restritos aos que optarem por pagar pelo acesso a esses serviços. [...] Através da criptografia é possível codificar dados para que sejam acessados apenas por quem está habilitado (BARBEIRO, 2001, p. 38).

Indiferente do tipo de rádio – na Internet ou *Web* rádio – a relação emissora-ouvinte foi potencializada a graus antes inatingíveis.

As transmissões de rádio na Internet aproveitam-se de qualidades comuns dos dois meios, como a interatividade e a instantaneidade, ampliadas em escala global. [...] A relação entre rádio e ouvinte que se estabelece nesse contexto global, acessível com o clicar de um botão, talvez seja o aspecto que melhor ilustre a dinâmica das transmissões radiofônicas virtuais. [...] o rádio via Internet personaliza a transmissão: além de ouvir os programas ao vivo, o ouvinte do outro lado da linha pode, simultaneamente, entrar em contato via *e-mail*, consultar o arquivo da emissora, chegar a programação ou até mesmo gravar para o disco rígido do computador músicas ou programas de seu interesse (MOREIRA, 2002, p. 151).

Barbeiro, por seu turno, observa a mudança de comportamento do ouvinte pela presença da Internet.

O “ouvinte-receptor-passivo” não se reproduz mais. Está também em extinção. O novo tempo é o da interatividade e da ação participativa na programação que está indo ao ar e é acumulada nos *sites* à disposição de internautas que acessam áudio, texto e arquivos. Isso mostra que apesar de o rádio já ter nascido interativo, agora chega a uma nova etapa de interatividade, uma vez que tem a disposição as tecnologias informáticas, eletrônicas e cibernéticas que determinam essas mudanças, mas nem por isso podem ser consideradas o motor da história (BARBEIRO, 2004, p.146).

Este novo rádio não se limita apenas ao áudio. Cunha afirma que ele “agrega imagens para estar presente na Internet” (2001, p. 185). Barbeiro também reforça esta posição e destaca que é preciso estar “apto para produzir não apenas som, mas textos, imagens e dados” (2001, p. 39). O certo é que, a partir da meados da década de 1990, com a utilização de novas tecnologias, o rádio ainda vive, o que parecia ser um período de transição, um movimento no qual não encontrou a forma definitiva nem talvez a encontre, uma vez que a

cada hora são anunciadas novas possibilidades. Um exemplo é a rádio digital, que no Brasil ainda está em fase experimental.

Contudo, fazendo uma avaliação da programação que as AM colocam no ar, apesar da segmentação e redes via satélite, não é possível assinalar mudanças bruscas em sua grade. Ferraretto registra a presença de quatro vertentes básicas na atual programação radiofônica do AM: informativa, popularesca, mística-religiosa e educativa. De acordo com a observação do autor,

as duas primeiras são típicas de empresas de radiodifusão sonora. Visam, portanto, a obtenção de lucro. A terceira constitui-se em fruto da deturpação das possibilidades comunicacionais do rádio, com estas sendo subordinadas a uma lógica manipulativa a serviço de facções religiosas em busca de fiéis. A última, como indica a denominação, aparece nas emissoras educativas, mantidas por instituições de ensino ou fundações, particulares ou estatais (FERRARETTO, 2001, p. 57).

Ferraretto destaca que ao se observar a programação confirma-se a presença do jornalismo e cita os exemplos da *Bandeirantes AM*, de São Paulo, *A Central Brasileira de Notícias*, do Rio de Janeiro, e as rádios *Gaúcha* e *Guaíba*, de Porto Alegre²⁴².

No segundo perfil – popularesco - inserem-se as emissoras cuja programação é sustentada por comunicadores que realizam “uma mistura de consultório sentimental com assistência social, não raro carregando com tintas excessivamente sensacionalistas” (Ferraretto, 2001, p. 58). Um exemplo é o radialista Eli Correia, atualmente na *Rádio Capital*, de São Paulo, que, com uma “fala macia”, faz o papel de amigo e conselheiro dos ouvintes. O comunicador fica seis horas no ar diariamente – das 6h às 9h e das 13h às 16h. – no programa que leva o seu nome. Apesar do programa apresentar horóscopo, artistas e bancos de empregos, Correia recorre também ao o jornalismo: “Estou sempre me atualizando e fui o primeiro a abrir mais espaço para o jornalismo” (CORREIA apud REVISTA VEJA, 1990, p. 71). Sobre os dois últimos tipos de programação - mística-religiosa e educativa -, Ferraretto relata que

²⁴² Aqui procurou-se localizar as emissoras conforme a cidade onde seus estúdios foram instalados pela primeira vez. Hoje, contudo, fica difícil atrelar as estações citadas a um município específico, uma vez que, em sua maioria, integram redes. *A Central Brasileira de Notícias – CBN* –, por exemplo, transmite via satélite 24 horas de jornalismo por dia. A primeira emissora surgiu em 1991 no Rio de Janeiro. Hoje a *CBN* está presente nas principais cidades e capitais do país. No total, são 24 emissoras em 15 Estados e no Distrito Federal.

Ainda no terreno da exploração dos sentimentos básicos do ser humano, estão as rádios que se dedicam a uma espécie de igreja eletrônica pelas ondas hertzianas, na qual, ao ouvinte-crente, basta ter fé para solucionar desde problemas econômicos às mais terríveis moléstias. No outro extremo, o dos bem-intencionados, as emissoras educativas seguem, em geral, com baixa audiência (FERRARETTO, 2001, p. 58).

De acordo com o diretor da *Rádio Globo*, Paulo Novis, os comunicadores mantêm o mesmo estilo há quatro décadas. Ele acredita, porém, que o formato passará por transformações: “Estamos estudando a modernização e atualização desse formato, provavelmente continuará com essa mesma idéia de *talk radio*, uma emissora companheira, uma rádio de entretenimento, porém o conteúdo do programa será modificado” (NOVIS *apud* MARANINI, 2001, p. 67).

Novis destaca ainda que a programação do AM atinge, em sua maioria, mulheres acima dos 40 anos de idade.

Nós queremos rejuvenescer essa programação, a gente quer que essa programação atinja mulheres acima de trinta. O objetivo é abaixar essa faixa de 45 para 30 anos. Basicamente, teremos maior número de ouvintes por mais tempo. A medida que você não renova seus ouvintes, a tendência é de que sua audiência vai envelhecendo, e quando você não incorpora novos ouvintes é inevitável a perda de audiência ao longo do tempo (NOVIS *apud* MARANINI, 2001, p. 67).

A fala de Novis deixa transparecer uma preocupação da perda de espaço do AM para o FM. Fenômeno este que já vem sendo registrado desde o final dos anos oitenta do século passado. Pesquisa realizada em 1990 pelo Departamento de Marketing da *Rádio Record AM* de São Paulo²⁴³ indicava que nos últimos quatro anos, 27 por cento dos ouvintes paulistanos passaram a sintonizar exclusivamente as emissoras FM. Contudo, estudo elaborado pelo Instituto Marplan contesta esta migração mostrando que não há dois públicos: o que ouve AM e o que acompanha o FM. O levantamento indica que os ouvintes procuram as diferentes programações oferecidas por cada frequência. A amplitude modulada, de acordo com a Marplan, o ouvinte identifica com informação. Já na FM, os ouvintes buscam basicamente música. Desta forma, ele ouve os dois tipos de rádio, optando pelo seu interesse naquele determinado momento.

²⁴³ O levantamento foi divulgado na *Revista Veja*, 16 de maio de 1990, p. 70.

A questão, no entanto, não está fechada. De acordo com Maranini, “os dados do Ibope demonstram que a audiência das rádios FM é, atualmente, o dobro dos percentuais conquistados pela AM” (2001, p. 69). Segundo o autor, isto ocorre porque as emissoras de frequência modulada possuem som mais limpo, muita música, pouca informação e apelam para promoções.

No panorama atual encontramos uma frequência modulada que conquista novos ouvintes e um AM que necessita de uma melhoria na programação, mas que ainda passa por uma fase de poucas definições. Contudo, é preciso registrar que, no atual momento, a rádio tradicional e a *Web* rádio convivem de forma simultânea.

O rádio alcança o século XXI encontrando o fenômeno da Internet, um meio capaz de colocar o mundo em rede e com grande poder de abrangência. [...] As ondas radiofônicas por sua vez, passam a ser digitais e o meio entende que deve estar na Internet. As emissoras na *web* contam também com imagens agregadas ao áudio. Todavia, o rádio, na passagem do século XX ao XXI, permanece também em sua forma original, com transmissão analógica, em muitas partes do mundo. Emite informação por intermédio de computadores ou pequenos rádios a pilha (CUNHA, 2001, p. 182).

Seguindo o mesmo caminho, Moreira prevê que o aparelho receptor como conhecemos hoje ainda acompanhará os ouvintes durante algumas décadas.

E nesse mesmo mundo digitalizado do futuro, por sua vez, ainda caberão por muito tempo aparelhos como o *Free Player* – um “rádio de corda”, como os antigos relógios despertadores, que funciona sem pilhas ou energia elétrica: a rotação de uma manivela durante 20 segundos garante 40 minutos de audição. [...] o “rádio de corda” estava sendo considerado por organizações de assistência internacionais como meio ideal para fazer chegar informações tratando de saúde e de educação nas regiões mais pobres da Terra (MOREIRA, 1999, p. 203).

Ferraretto também acredita, em um país como Brasil, na sobrevivência dos atuais receptores de rádio.

Distante da realidade das sociedades capitalistas altamente industrializadas, o pequeno – e barato – radinho de pilha que acompanha uma população brasileira crescentemente empobrecida parece estar alheio à possibilidade de um dia ser substituído pelos ainda caros aparelhos digitais que começam a ser

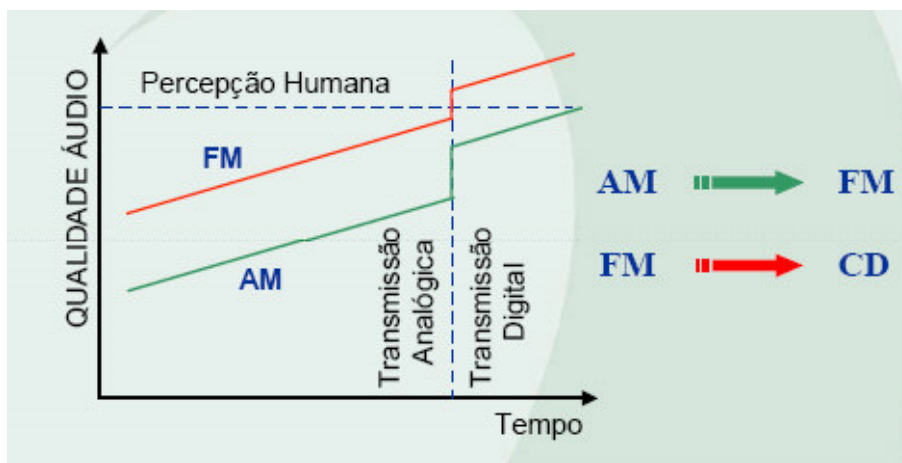
comercializados no exterior a valores entre US\$ 1 mil e US\$ 2 mil (FERRARETTO, 2001, p. 59).

O rádio brasileiro enfrenta um novo desafio: a implantação do rádio digital. O país é o quarto a fazer testes com o novo sistema, seguindo Estados Unidos, Canadá e México. A *Rádio Gaúcha*, de Porto Alegre, pertencente ao grupo Rede Brasil Sul, é responsável pela primeira demonstração, realizada em 13 de março de 2003.

Uma das grandes vantagens do novo sistema é a qualidade de áudio. Com ele, é possível escutar rádio AM com qualidade de FM e ouvir as músicas FM com qualidade de CD. Isto é possível porque o sinal digital passa intacto por qualquer obstáculo, ao contrário das ondas analógicas convencionais, que sofrem influência de fatores externos, como nuvens carregadas e prédios.

Ilustração 7

Radiodifusão sonora digital : melhoria na qualidade de reprodução de áudio²⁴⁴



Fonte: Agência Nacional de Telecomunicações, <http://www.anatel.gov.br>

Outro benefício para o ouvinte é que não há interferências – como as provocadas por eletrodomésticos e motores de automóveis - tão comuns em rádios AM. Além da qualidade de

²⁴⁴ Documento apresentado pelo Superintendente de Serviços de Comunicação de Massa e Conselheiro Substituto da Anatel, Ara Apkár Minassian, ao Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional em 6 mar. 2006. Disponível para download em http://www.anatel.gov.br/index.asp?link=/RadioDifusao/radio_digital/radio_digital_brasil_ccs.pdf?Cod=2732. Consulta realizada em 2.8.2006.

áudio, o rádio digital apresenta outra vantagem: a convergência de mídias. Com o receptor digital é possível receber textos e imagens.

A Agência Nacional de Telecomunicações admite que ainda existem muitas barreiras para a adoção do sistema no Brasil. O Superintendente de Serviços de Comunicação de Massa da Anatel, Ara Apkar Minassian, destaca três pontos: baixo volume de receptores capazes de receber o sinal digital e conseqüentemente, preços ainda elevados; custos operacionais envolvidos no período de transmissão simultânea – analógico e digital (*simulcasting*); possíveis situações de interferências no período de transição²⁴⁵.

Del Bianco prevê, por sua vez, que “como 70% das emissoras são de pequeno ou médio porte, a mudança será bastante gradual” (REVISTA VEJA²⁴⁶, 2005, p.33). A Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo, por sua vez, acredita que em dez anos toda a malha radiofônica do Brasil será digital. A AESP estima ainda que o custo de migração de cada emissora ficará entre 50 mil e 150 mil dólares, dependendo do grau de digitalização existente na produção.

O sistema adotado pelo Brasil, em sua maioria, é o *In-Band On-Channe*. O IBOC é o padrão norte-americano, desenvolvido pela *iBiquity Digital Corporation*. Ele utiliza a mesma frequência do sistema analógico para as transmissões digitais. Isto permite que o ouvinte utilize seu receptor atual. Contudo, sem as vantagens do sistema digital. O Brasil conta com nove rádios AM e sete em FM fazendo transmissões experimentais²⁴⁷.

Tabela 1

Rádio Digital no Brasil: emissoras realizam transmissões experimentais

Emissora	Local	Frequência
Sistema Atual de Radiodifusão	Itapevi, São Paulo	AM
Rádio Sociedade da Bahia	Vera Cruz, Bahia	AM
Rádio e Televisão Bandeirantes	São Paulo, São Paulo	AM
Rádio Gaúcha	Porto Alegre, Rio Grande do Sul	AM

²⁴⁵ Documento apresentado pelo Superintendente de Serviços de Comunicação de Massa e Conselheiro Substituto da Anatel, Ara Apkar Minassian, ao Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional em 6 mar. 2006. Disponível para *download* em http://www.anatel.gov.br/index.asp?link=/RadioDifusao/radio_digital/radio_digital_brasil_ccs.pdf?Cod=2732. Consulta realizada em 2 ago. 2006.

²⁴⁶ *Revista Veja*, Edição Especial Natal Digital, nov. 2005.

²⁴⁷ Dados disponíveis em

http://www.anatel.gov.br/RadioDifusao/radio_digital/atos.asp?CodTopico=2679&CodArea=29&CodTemplate=692&CodMenuServico=54. Consulta realizada em 2 ago. 2006.

Rádio Tiradentes	Belo Horizonte, Minas Gerais	AM
Rádio e Televisão Record	São Paulo, São Paulo	AM
Rádio Excelsior	São Paulo, São Paulo	AM
Rádio Mundial	Rio de Janeiro, Rio de Janeiro	AM
Rádiorás	Brasília	AM
Rádio Cultura de Campinas	Campinas, São Paulo	FM
Rádio S. Antônio de Posse Stereo Som	Santo Antônio de Posse, São Paulo	FM
Rádio 99 FM Stereo	São Paulo, São Paulo	FM
Sompur São Paulo Radiodifusão	São Paulo, São Paulo	FM
Rádio Itapema FM	Porto Alegre, Rio Grande do Sul	FM
Rádio Excelsior	São Paulo, São Paulo	FM
Rádio Vox 90	Americana, São Paulo	FM

Fonte: Agência Nacional de Telecomunicações, <http://www.anatel.gov.br>

Diferentemente das autorizações anteriores, a Faculdade de Tecnologia da Universidade de Brasília recebeu autorização da Anatel para realizar testes do Sistema de Radiodifusão Sonora Digital DRM²⁴⁸ – *Digital Radio Mondiale*, um dos dois sistemas aprovados pela União Internacional de Telecomunicações (UIT). A instituição vai operar na faixa de 26 MHz, com o propósito de realizar uma avaliação da qualidade do áudio, área de cobertura e robustez do sinal digital em Onda Curta (OC) em relação a ruídos, interferências e efeitos dos múltiplos percursos.

Como a rádio digital afetar a programação no Brasil ainda é uma incógnita. O caso da *British Broadcasting Corporation*, da Inglaterra, que já mantém cinco rádios digitais²⁴⁹, aponta, no entanto, para uma mudança na programação como forma de atrair o ouvinte para o novo sistema.

²⁴⁸ Concebido inicialmente para transmissão em OC e posteriormente adaptado para a transmissão em Onda Média (OM), o DRM é um padrão aberto desenvolvido por um consórcio constituído por 90 membros (associações, universidades, fabricantes, operadoras) de 30 países. Em operação regular por estações de OC europeias, a versão em OM ainda está em fase de testes na própria Europa, na China, no México.

²⁴⁹ A *BBC 6 Music* dedica-se principalmente a estilos musicais da preferência do público jovem, como *rock*, *punk*, *reggae* e *funk*. A *BBC 7* apresenta comédia, drama, livros, ficção científica, fantasia e programas infantis. Já *BBC Asian Network* destina-se a comunidade sul-asiática no Reino Unido. A *IXtra* destaca a música urbana e *black*. A *BBC Five Live Sports Extra* por sua vez, é responsável por transmissões esportivas adicionais, complementando o trabalho desenvolvido pela *BBC Five Live*, que transmite no sistema tradicional (Informações disponíveis em <http://www.bbc.co.uk/radio>. Consulta realizada em 2 ago. 2006).

Segundo John Sykes, diretor do projeto de rádio digital da BBC, os ouvintes ingleses só passaram a comprar rádios digitais quando as emissoras lançaram novos programas. "Conteúdo novo é o estímulo mais potente para aumentar a demanda", diz ele. Um equipamento simples para captar sinais digitais custa em torno de 250 dólares. Para que se justifique um investimento de mais de 500 reais por parte do consumidor, as emissoras terão de produzir algo especial (REVISTA VEJA²⁵⁰, 2005, p.34).

Com a possibilidade de enviar vários tipos de informação de forma simultânea proporcionará diversificação na oferta de serviços e conteúdos. Muitas das prestações de serviços do tradicional AM poderão ser, por exemplo, repassadas por meio de textos e até mesmo de imagens.

Embora os rumos da programação do AM não estejam definidos e o FM parece ter acertado seu norte, o certo é que encontramos em 2006 encontramos um rádio vivo. Há um ano, a revista semanal de maior circulação do país²⁵¹ – *Revista Veja* – publicou reportagem intitulada *A Nova Era do Rádio*, na qual destaca que o veículo está retomando o prestígio que já teve no passado.

Cinqüenta anos depois do fim de sua era de ouro, o rádio parece estar reencontrando o seu vigor. Ele está presente na casa de nove em cada dez brasileiros, é influente na cultura e na política, tem enorme apelo sobre os jovens e ultimamente renovou sua capacidade de revelar estrelas para o showbizz. De acordo com o Ibope, mais pessoas sintonizam o rádio que assistem a televisão diariamente na Grade São Paulo – um quadro que se repete na maior parte das metrópoles brasileiras (REVISTA VEJA, 2 mar. 2005, p. 106).

Contudo, o rádio, com o propósito de viabilizar uma programação de maior qualidade, ainda tem uma preocupação: ampliar seu faturamento. Nos últimos anos, o veículo estagnou-se na casa dos quatro por cento dos recursos de publicidade.

²⁵⁰ Revista Veja, Edição Especial Natal Digital, nov. 2005.

²⁵¹ A *Veja* é a revista semanal de maior circulação no país e quarta no mundo. Conforme informações do site da publicação <http://vejaonline.abril.com.br> -, a média de janeiro a junho de 2006 foi de 1099.653 exemplares. Destes, 916.817 são assinaturas e 182.767 correspondem a vendas avulsas. Dados disponíveis em *Veja Mídia Kit*, <http://veja.abril.com.br/idade/publiabril/midiakit/veja/circulacao.shtml>.

Tabela 2
Investimento Publicitário por Meio (%)

	Rádio	Jornais	Revistas	TV	Internet	Cinema	Outros	Total
2005	4,19	16,3	8,8	59,57	1,66	0,33	4,89	100
2004	4,4	17,7	8,6	61,1	1,7	-	7,1	100
2003	4,5	18,1	9,4	59,1	1,5	-	7,4	100
2002	4,6	19,9	9,7	58,7	-	-	7,1	100
2001	4,7	21,2	10,6	57,3	-	-	6,2	100

Fonte: Projeto Inter-Meios²⁵²

Cabe ao rádio, agora, transformar todas as novas possibilidades advindas com a rádio digital em uma fonte de renda capaz de garantir sua sobrevivência.

2.3 A PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA NO RIO GRANDE DO SUL

A manifestação de uma estação diffusora exige, apenas, uma aparelhagem em condições de funcionar, como também recursos suficientes para manter um bom programma (CORREIO DO POVO, Porto Alegre, 8 fev. 1927, p.3).

Aqui, pretende-se fazer um resgate histórico das pioneiras e principais²⁵³ emissoras AM de Porto Alegre²⁵⁴ a fim de identificar-se como a programação das mesmas foi elaborada, entre elas a *Rádio Guaíba AM*. Por fim, destaca-se o panorama atual da programação em amplitude modulada em Porto Alegre, buscando registrar a presença das quatro vertentes

²⁵²Síntese de dados disponíveis no *site* da Associação Nacional de Jornais - <http://www.anj.org.br/?q=node/185>. Mais detalhes na *home page* do Projeto Inter-Meios - <http://www.projetointermeios.com.br/controller.asp?acao=relatorioInvestimento>. Consulta realizada em 24 set. 2006.

²⁵³ Para definirmos as pioneiras e principais emissoras do Rio Grande do Sul buscou-se referência nas pesquisas de Vampré (1979), Dillemburg (1990), Ferraretto (2000) e Mércio (2002).

²⁵⁴ A presente pesquisa enfoca o caso das rádios AMs de Porto Alegre e, por seu pioneirismo, faz referência a *Sociedade Rádio Pelotense*. É importante registrar, porém, que, ao mesmo tempo, o rádio, como destaca Vampré (1979), expandia-se rapidamente no interior do estado: *Rádio Sociedade Cruzaltense* (1930), em Cruz Alta; *Rádio Imembuí* (1942), em Santa Maria; *Rádio Difusora Riograndina* (1942), em Rio Grande; *Rádio Charrua* (1943), em Uruguaiana; *Rádio Alegrete* (1947), em Alegrete; *Rádio Carazinho* (1947), em Carazinho; *Rádio Erechim* (1947), em Erechim; *Rádio Santo Ângelo* (1947), em Santo Ângelo; *Sociedade Radiodifusora de Bento Gonçalves* (1947), em Bento Gonçalves; *Rádio Progresso* (1948), em São Leopoldo; *Rádio Clube de Canela* (1951), em Canela; *Rádio Caçapava do Sul* (1951), em Caçapava do Sul; *Rádio Alto Taquari* (1951), em Taquari.

básicas da programação radiofônica em amplitude modulada: informativa, popularesca, mística-religiosa e educativa.

2.3.1 O PONTO DE PARTIDA: PORTO ALEGRE E PELOTAS

O rádio vai estabelecer-se no território gaúcho nos anos 20 do século passado. Nesta década, de acordo com dados da Fundação de Economia e Estatística²⁵⁵, a população total do Rio Grande do Sul é de 2.182.713 habitantes, sendo que destes, 179.263 residem na capital Porto Alegre. A expectativa de vida ao nascer é de 54,02 anos. Nesta época, o Estado vive um período de constante crise. Conforme Pesavento (2002), já no primeiro ano do decênio o Estado ingressa em uma crise econômica, motivada, entre outros fatores, pelo pós-guerra, recuo do abate e das vendas das charqueadas e frigoríficos. Neste período, agrava-se também a crise na pecuária pela negação do governo estadual em realizar uma política exclusiva para o setor. A crise econômico-financeira, segundo Pesavento (2002), degenera em crise política e eclode a Revolução de 1923²⁵⁶. Os anos vinte do século passado marcam ainda a ascensão de Getúlio Vargas à presidência do Rio Grande do Sul em 25 de janeiro de 1928. Vargas foi responsável pelo desenvolvimento de rodovias, ampliação do número de professores e de instalações escolares. Criou ainda o Banco do Rio Grande do Sul, “cujo principal objetivo era amparar a agricultura e a pecuária através de carteira de crédito às atividades rurais” (Flores, 2003, p. 170).

Para tentar identificar como caracterizou-se a programação radiofônica no Rio Grande do Sul é preciso, antes, registrar que o rádio no Estado acompanhou a implantação do veículo em todo o país. É neste contexto que surge a primeira emissora de rádio do Rio Grande do Sul. Em 1924 instituiu-se em Porto Alegre a *Rádio Sociedade Rio-grandense*²⁵⁷. A estação seguiu o modelo proposto por Edgar Roquette Pinto: radioamadorismo e associativo. De acordo com Ferraretto, “a maioria das transmissões [...] ocorreu em setembro, outubro e novembro de 1924. A emissora tinha como fonte as contribuições de seus sócios, que

²⁵⁵ Dados disponíveis no CD-ROM *Um Século de População do Rio Grande do Sul: 1900-2000*, produzido pela Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul.

²⁵⁶ Em 1922, Borges de Medeiros é reeleito para seu quinto mandato como Presidente do Estado, vencendo Assis Brasil no pleito. A oposição alega, no entanto, ter ocorrido fraude na apuração. “Por causa da posse de Borges, a oposição se levantou em armas em 11 de fevereiro de 1923, tendo como chefe civil Assis Brasil e diversos chefes militares locais, que agiam por conta própria, sem combates decisivos, esperando a intervenção federal. [...] A 7 de novembro de 1923, em Pedras Altas foi assinada a paz com a condição de Borges não concorrer mais a presidência do Estado, indicando um candidato neutro” (FLORES, 2003, p. 168).

²⁵⁷ Vampré considera que o surgimento do rádio no Rio Grande do Sul está envolto em um equívoco histórico. Segundo o autor “considerou-se, até hoje, que o rádio rio-grandense nasceu em 1925 com a *Sociedade Rádio Pelotense*, da cidade de Pelotas” (VAMPRE, 1979, p.34).

participavam cada um com cinco mil réis por mês. A falta de regularidade nas doações fez com que rádio não chegasse ao seu segundo ano. O jornal *A Federação*, com o título *A Radiotelephonia entre nós*, noticiou a inauguração ocorrida em um domingo à noite em de sete de setembro de 1924.

Inaugurou-se ontem, às 21 horas, num dos salões da Vila Diamêla, gentilmente cedido pelo Sr. Cel. Juan Ganzo Fernandez, a novel Rádio Sociedade Riograndense, fundada por amadores residentes nesta Capital. O Sr. Eduardo Guimarães saudou o Presidente do Estado e demais autoridades afirmando: “Já não há, conquista de nossa época, distâncias invencíveis, e as antigas morosidades do tempo foram abolidas” (VAMPRÉ, 1979, p. 36).

Embora não tenha continuidade em suas transmissões e sim emissões isoladas, é possível afirmar que, conceitualmente, se levarmos em conta apenas o quesito planejamento, a emissora tinha uma programação, uma vez que o que ia ser veiculado era previamente definido. É possível confirmar esta intenção de previsão do que ia ser emitido já na programação inaugural.

- Lohergrin, de Wagner: *Sonho de Elsa*, pela Professora do Conservatório, srta. Olinda Braga.- Da ópera *Thais*, de Masenet: “Dis-moi que je suis belle”, pela srta. Aracy Godoy Gomes. - “Ricordando”, de Genaro Napoli, pela Sra. Marques Pereira.- “Polonaise”, de Chopin, pela srta. Zaira Autran. - “A Canção da Saudade, de Olegário Mariano, pela srta. Diamêla, Ganzo Fernandez” (VAMPRÉ, 1979, p. 37).

Assim, pode-se dizer que a primeira programação de rádio no Rio Grande do Sul não destoava das demais emissoras do país, tendo um conteúdo sofisticado, com musicais eruditos, produzido da elite para a elite. O próprio local – a Confeitaria Rocco²⁵⁸ – escolhido para as reuniões dos aficionados pelo novo veículo deixa claro que estes integravam a alta

²⁵⁸ A Confeitaria Rocco localizava-se na esquina das ruas Riachuelo e Dr. Flores, no centro capital. De acordo com informações da Prefeitura Municipal de Porto Alegre (dados disponíveis em proweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/smc/usu_doc/historico_confeitaria_rocco_1.pdf. Consulta realizada em 30 set. 2006), tanto pela localização quanto pela qualificação do espaço do imóvel, com salões de chá e festas e a qualidade dos doces, era o local privilegiado dos encontros da sociedade rio-grandense. Frequentaram seus salões, entre tantos, Gois Monteiro, Eurico Gaspar Dutra, Getúlio Vargas, Daltro Filho e Mario de Andrade. No salão de festas ocorreram banquetes, bailes e muitas sociedades reuniram-se e formaram-se. A decoração do interior era luxuosa. Havia farta iluminação. O mobiliário constituía-se de mesas e balcões com tampos de mármore e armários de madeira ricamente talhados. As paredes eram ornamentadas com pinturas murais de grandes.

sociedade gaúcha. O jornal *A Federação* de sete de outubro de 1924 divulgou nota de convocação para uma assembléia a fim de eleger a primeira diretoria definitiva da *Rádio Sociedade Rio-grandense*. De acordo com a publicação, o encontro ocorreu nos “elegantes salões da ‘Rocco’, a mais requintada confeitaria da época” (VAMPRÉ, 1979. p.37).

Ilustração 8
Confeitaria Rocco em 1920



Fonte: CD-ROM "Porto Alegre - Um Século em Fotografia", Editora da ULBRA, 1997

A segunda rádio do Rio Grande do Sul foi a *Sociedade Rádio Pelotense*, fundada em 1925. A idéia de criar a emissora, conforme Vampré (1979), surgiu em um comércio do centro de Pelotas, chamado *Palácio dos Cristais*. No local, reuniam-se o proprietário da loja Carlos Sica e seus amigos Alexandre Gastaud, João Abrantes, José Luiz Pinto da Silva, Antônio Nogueira Filho e Tobias Sica. O grupo tinha como *hobby* a captação de transmissões da Argentina e do Uruguai. A influência dos países do Prata é assumida na primeira transmissão da emissora, em 25 de agosto. O primeiro locutor, Alberto Gomes, admitia que não tinha a prática necessária para a função de *speaker*, mas ia “procurar imitar os portenhos, que já são mais, um pouquinho mais antigos que nós no *métier*” (GOMES apud FERRARETTO, 2000, p.76).

Diferentemente da primeira emissora gaúcha, a *Pelotense* tem já em sua fundação preocupação comercial.

Isto já transparece em sua formação, quando não adotou características associativas e, sim, de primeira “rádio sociedade anônima”. Mais ainda, seu técnico Gastaud construiu uma série de receptores de sintonia fixa que eram alugados aos radiouvintes pela taxa mensal de 25 mil réis. Fugia assim da contribuição espontânea de associados (VAMPRE, 1979, p. 39).

Embora comercial e influenciada pelo rádio argentino, a *Pelotense* reproduzia o mesmo estilo da *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, destacando uma programação erudita. Notícia divulgada pelo *Diário Popular*, de Pelotas, em oito de setembro de 1928, intitulada *A inauguração da estação de irradiação*, destacava que

do seu programa de irradiação, fazem parte todos os assuntos que dizem respeito à maior divulgação de conhecimentos na arte, ciências, de forma a contribuir para a ilustração popular. Serão irradiadas preleções nos ginásios, colégios municipais, estaduais, em como a audição nos teatros e Conservatórios de Música. [...] A primeira irradiação, hoje, será feita pelos conceituados professores do Conservatório de Música (DIÁRIO POPULAR, 8 set. 1928, p.1).

A programação era um reflexo de quem geria a emissora. Como ressalta Ferraretto, entre os primeiros diretores “aparecem sobrenomes de famílias tradicionais na região: Osório, Assumpção, Simões Lopes, Meirelles Leite e Rheigantz” (FERRARETTO, 2000, p. 75).

2.3.2. RÁDIO SOCIEDADE GAÚCHA: A VOZ DOS PAMPAS

Com o fim das transmissões da *Rádio Sociedade Rio-grandense*, os portoalegrenses aficionados pelo rádio tinham dificuldade para ouvir o veículo. Dependiam de transmissões de longa distância e, por isso, muitas vezes escutavam mais chiados e outros ruídos do que propriamente a programação de determinada estação. Em oito de fevereiro de 1927, a página três do jornal *Correio do Povo* apresentava artigo que questionava a falta de uma emissora na capital gaúcha. O texto, inclusive, destacava o que era preciso investir para montar uma rádio:

**Por que não possuía Porto Alegre a sua estação de radio-difusão?
Especial para o Correio do Povo.**

Uma das circunstancias que mais tem prejudicado o desenvolvimento do Radio entre nós é o grande afastamento de todas as estações emissoras. São diárias as queixas dos amadores contra as “descargas” athmosphericas e os “enfraquecimentos” periodicos que lhes fazem perder muitas vezes os melhores trechos dos programmas. Não tem conta as pessoas que, desejosas de adquirir um aparelho, vão “escutar” em casa de um desconhecido e voltam decepcionadas depois de um concerto de trovoadas. Apesar de todas as explicações do “radiomaniaco” que diz sempre tratar-se de uma noite excepcionalmente má, poucos são os que voltam e ainda menos os que se balançam a comprar um aparelho. (...) Mesmo porque, justamente devido ao afastamento das estações transmissoras, se requer um aparelho mais possante e, portanto, relativamente caro. Em verdade, nenhuma das estações que estamos habituados a ouvir tem a pretensão de alcançarnos de uma maneira verdadeiramente normal. Com effeito, se uma estação de 1Kw., como é a Rádio Educadora Paulista, pode ser ouvida em circunstancias athmosphericas favoraveis a mais de 1000 Km. de distância, não é menos verdade que os constructores não garantem que ella seja capaz de assegurar um serviço regular a mais de 400 Km. Ora, S. Paulo e Buenos Ayres distam de nós, em linha recta, 850 Km. mais ou menos. (...) Tudo isso ficaria radicalmente modificado no dia em que possuíssemos um estação local. (...) Por outro lado, muitas pessoas que não podem fazer a aquisição de um aparelho de preço elevado, passariam a ter o Radio ao seu alcance, pois uma estação local pode ser ouvida com um aparelho que não chega a custar 100\$000. Não há dúvida que uma parte do interesse, da magia do Radio, consiste precisamente em ouvir o que se transmte a milhares e milhares de kilometros. A estação local não impedirá ninguém de ouvir as transmissões mais longinquoas, mas lhes poupará muitas decepções nas noites menos favoráveis.

O que já possuímos para uma estação radio-diffusora

A manifestação de uma estação diffusora exige, apenas, uma aparelhagem em condições de funcionar, como também recursos sufficientes para manter um bom programma.

(...) O que nos falta realizar

Falta-nos, portanto, unicamente, um aparelho transmissor. Para orientação dos leitores, vamos indicar um orçamento approximado para uma estação de 50 Watts assim como para uma de 1000 Watts.

Estação de 50 Watts

Apparelho = 8:500

Antenna, sala de studiock = 2:000

Total: 10:500

Alcance médio: 70 Km. (em condições favoráveis 150 Km.)

Estação de 1 000 Watts

Apparelho = 80:000

Antenna, sala de studiock = 40:000

Total: 120:000

Alcance médio: 400 a 500 Km. (em condições favoráveis 1 000 Km.)

Appello aos amadores

Um grupo de dedicados amigos do Radio pretende realizar, dentro de breves dias uma reunião que será previamente annunciada, para tratar deste momentoso assumpto. D’ aqui lançamos um insistente appello a todos os nossos amadores para que não deixem de comparecer, levando-lhes o seu auxilio e preciosa solidariedade.

J. T. B

(CORREIO DO POVO, Porto Alegre, 8 fev. 1927, p.3).

O resultado do “appello aos amadores” (CORREIO DO POVO, 8 fev. 1927, p.3) seria visto ainda no mesmo ano. A *Rádio Sociedade Gaúcha*, de Porto Alegre, - a PRA-

Q²⁵⁹ - foi inaugurada oficialmente em 19 de novembro daquele ano, embora desde setembro já realizasse transmissões experimentais. Em seu slogan, a nova rádio assumia-se como *A Voz dos Pampas*. A programação de inauguração não abria espaço para o popular, destacando apenas o erudito, como demonstra o jornal *Correio do Povo* daquele dia.

Radio Sociedade Gaucha — Hoje, ás 20 horas, a Radio Sociedade Gaucha inaugurará, em amplo salão do 6º andar do Grande Hotel, a sua estação receptora e transmissora. Os drs. Fernando Martins e Baptista Pereira, mais o sr. Leovigildo Velloso de Silveira estiveram nesta redacção, convidando-nos para o acto inaugural. Na execução do programma inaugural tomarão parte: Um quarteto, composto pelos srs. Sotero Cosme, 1º violinista; Luiz Cosme, 2º violinista; Radamés Gnatali, viola; Carlos Kromer, violoncelista. E os srs. Emilio Baldino, José Antônio Porcello e Américo Baldino. O programma é o seguinte:

I parte — Duorak — op. 96, pelo quarteto; Duetto — Forza del Destino — José A. Porcello e Emilio Baldino — acompanhamento ao piano pelo academico Américo Baldino. Mozart — Marcha Turca — pelo quarteto. Martha — Romanza — Mappari Tutt' Amore — José A. Porcello — acompanhamento A. Baldino. Sarabande et Tamborin — Jean Marie Leclair — pelo quarteto.

II parte — Trovatore — Emilio Baldino — acompanhamento A. Baldino. Tosca — E' luceva le stelle — José A. Porcello — acompanhamento A. Baldino. L' Africana — Emilio Baldino — acompanhamento A. Baldino. Canções — Emilio Baldino — acompanhamento, A. Baldino.

(CORREIO DO POVO, Porto Alegre, 19 nov. 1927, p. 4).

Apesar de instalada no mais importante hotel de Porto Alegre na época, o Grande Hotel, localizado na Praça da Alfândega, no centro da capital, a rádio funcionava de forma muito precária. De acordo com Vampré, “o transmissor era de 50 watts e funcionava na mesma sala-estúdio, ao lado de uma mesa para locuções e de outra em que se encontrava uma vitrola manual, dessas de manivela para dar corda e uma corneta como alto-falante” (1979, p. 43). Em seu primeiro ano, a programação da *Gaúcha* “espelhava as alternativas culturais e de lazer da época” (FERRARETTO, 2000, 97). Dillenburger destaca que “o diretor artístico, Paulo Franco dos Reis, fazia quase o impossível para proporcionar aos então poucos ouvintes uma programação razoável, calcada em música lírica e popular da época” (1990, p.15). Além dos discos de 78 rotações, a programação contava com a presença de artistas tocando ao vivo: “durante as festividades da inauguração [...] a Orquestra de Câmara de Sotéro Cosme deu o toque artístico” (DILLENBURG, 1990, p.

²⁵⁹ A partir de 1934, a *Rádio Sociedade Gaúcha* passou a operar com um transmissor de mil watts de potencia e a ser identificada pelo prefixo *PRC2*.

15). Na noite de inauguração – um sábado, 19 de novembro de 1927²⁶⁰ - a programação reforçava o caráter cultural da emissora.

[...] um quarteto de cordas – integrado, entre outros, pelo futuro maestro Radamés Gnattali – interpreta alguns números de música erudita, destacando-se trechos da *Opus 96*, de Antonín Dvořák, e a *Marcha turca*, de Wolfgang Amadeus Mozart. José Porcello e Emilio Baldino interpretam canções líricas, complementando o espetáculo desta noite festiva, que contou ainda, em alguns momentos, quando as composições assim o exigiram, com o acompanhamento de Américo Baldino ao piano (FERRARETTO, 2000, p. 97).

Um dos locutores da época, Alfredo Pirajá Weiss, lembra como a *Gaúcha* mantinha sua programação no ar: “Quando não se apresentavam artistas ao vivo, convidados, cabia ao locutor, após anunciar algum disco, ficar segurando o microfone junto ao alto-falante da vitrola” (WEISS apud VAMPRÉ, 1979, p. 43). Ainda sobre a programação, Ferraretto, por sua vez, observa que

Há, portanto, uma pretensão cultural e educativa, a exemplo da maioria das estações transmissoras de então. Nos anos seguintes, a diretoria e os sócios da *Gaúcha* vão procurar manter uma programação relacionada com estes ideais e transmitida com uma certa continuidade, preocupando-se em evitar os problemas enfrentados por suas antecessoras (FERRARETTO, 2000, p. 93).

Em 1928, a *Rádio Sociedade Gaúcha* transfere-se para um sobrado no bairro Moinhos de Vento e instala um novo transmissor de 250 watts, além do primeiro toca-discos acoplado diretamente ao transmissor, o que pode ser considerado “a primeira mesa de som dos pampas” (VAMPRÉ, 1979, p. 45). Na década de 30 do século passado a programação abre espaço para a previsão do tempo²⁶¹, prática comum nas rádios de hoje. De acordo com Ferraretto, a *Gaúcha* também destaca informações econômicas, notícias

²⁶⁰ Nesta mesma data, às 20h, foi inaugurado o Auditório Araújo Vianna, construído para abrigar, entre outras atrações, os concertos da Banda Municipal. O fato dá uma noção do momento de efervescência cultural vivida por Porto Alegre naquele período.

²⁶¹ A previsão do tempo era fornecida pelo Instituto de Meteorologia Coussirat de Araújo. De acordo com Moreno (1961), os estudos do clima do Rio Grande do Sul tiveram início com as pesquisas de Araújo em 1930. Ele foi responsável por classificar o Estado como clima temperado e a apresentar a divisão do território gaúcho em oito regiões climáticas: Campanha, Vale do Uruguai, Serra do Sudeste, Depressão Central, Missões, Planalto, Serra do Nordeste e Litoral.

dos jornais e as efemérides do dia²⁶². A grade da emissora, em novembro de 1931, apresentava das 12h às 13h, de segunda a domingo, boletim com as cotações do mercado e o resumo dos jornais da manhã, além de música de discos cedidos por empresas comerciais. À noite, entre 19h30min e 23h, a programação destaca a música com discos ou ao vivo²⁶³.

Ainda em 1931, a estação vai apresentar uma novidade em sua programação: a transmissão de uma partida de futebol. De acordo com Olinto (1989), Ernani Ruschel - de forma improvisada e sem conhecer os nomes dos jogadores - foi responsável pela primeira transmissão em 19 de novembro. A *Rádio Sociedade Gaúcha* fez a cobertura ao vivo do jogo entre o Grêmio *Football* Portoalegrense e a Seleção do Paraná. O time da capital gaúcha venceu a partida, realizada no Estádio da Baixada²⁶⁴, por três a zero. É também na década de 30 do século passado que, apesar das dificuldades técnicas, a emissora vai contar com a presença das primeiras reportagens em sua programação. Bragança destaca que “uma pioneira transmissão de longa distância foi feita sob o comando de Nilo Ruschel, em fevereiro de 1932, na abertura da primeira edição da Festa da Uva, em Caxias do Sul” (BRAGANÇA, 2003, p.101).

Neste período, a programação radiofônica começa a organizar-se a partir de programas com estrutura e horários definidos.

Um exemplo é a *Audição infantil*, transmitida de 1932 a 1934. Os enredos eram criados por Ernani Ruschel. A sua irmã, Ruth Natália, com apenas 14 anos à época das primeiras transmissões, conduzia aquela meia-hora “oferecidas aos pequenos ouvintes [...] pela Aveia Baby e pelo Café 35 do Café Nacional”²⁶⁵ (FERRARETTO, 2000, p. 117).

É também nesta época que a publicidade vai encontrando espaço na *Gaúcha* – como citado acima através dos exemplos *Aveia Baby* e *Café Nacional* - e passa, então, a financiar os programas, que com recursos conseguem obter maior qualidade. Contudo, menos de uma década depois, a estação enfrentaria uma situação desconfortável, como conta Breno Futuro²⁶⁶.

²⁶² Registro dos acontecimentos realizados no mesmo dia em anos diferentes, datas comemorativas.

²⁶³ Jornal Correio do Povo, nov. 1931.

²⁶⁴ Hoje no local, em Porto Alegre, está instalado o Parque Moinhos de Vento, o chamado “Parcão”.

²⁶⁵ Ver Haussen (1988).

²⁶⁶ Breno Futuro nasceu em sete de julho de 1919, em Mostardas, no Rio Grande do Sul. Embora fosse cirurgião dentista, esteve sempre envolvido com o rádio. Futuro era genro de Arthur Pizolli, proprietário da *Rádio*

A Gaúcha estava tão mal cuidada que o Cândido Norberto um dia [...] comentando comigo disse: "você querem ver a sintonia da Gaúcha, que é zero, que não é nenhuma"?... Ele comentou que "quem me trouxe aqui a cor da gravata que está exposta na vitrine de uma loja da Rua da Praia, eu dou um prêmio em dinheiro". Não apareceu ninguém que fosse se candidatar ao prêmio, porque ninguém ouviu o chamamento dele... Então, isso é para vocês verem que, realmente, a Rádio Gaúcha estava sem sintonia nenhuma [...]. A rádio não tinha administração, não tinha dinheiro, não tinha quem faturasse, quer dizer... a Rádio estava acéfala (BRENO FUTURO, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio²⁶⁷).

No início da década de 40, os estúdios da emissora são transferidos para a Rua Sete de Setembro, no centro de Porto Alegre, e as torres são instaladas no bairro Cristal. A emissora é adquirida por Arthur Pizzoli, que havia vendido a *Difusora* meses antes. A *Gaúcha* passava por uma crise em sua programação que, em sua maior parte, apenas tocava discos: “o Pizzoli, então, quando assumiu, pegou uma rádio completamente liquidada, transmissor obsoleto, era ali no Cristal, perto do Jockey Clube” (Breno Futuro, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio²⁶⁸). Ao mesmo tempo, sofria com o número reduzido de anunciantes. A falta de comerciais refletia na contratação de funcionários. Em plena Segunda Guerra Mundial, a estação contava com apenas um responsável pelas notícias: “Mário de Lacerda que, sozinho, recortava jornais, fazia rádio escuta, organizava as informações e redigia as notícias” (DALLAGO, 1999, p. 105).

A chegada de Pizzoli representa novos investimentos. As mudanças também atingem a programação, que “passou por uma completa reformulação, com ênfase ao noticiário, que passou a ser dado a cada hora” (Dillenburg, 1990, p.33). Contudo, isto não significa uma redução dos espaços destinados à cultura, como demonstra a programação do dia dois de dezembro de 1942.

Na programação da Gaúcha, do dia 2 de dezembro, havia sido prevista a audição com músicas havaianas e paraguaias, às 19h15min, antecedida pela Hora Agrônômica. À noite, pelas 21h30min, entrava a orquestra típica Argentina de Francisco Lomuto, em gravação e, às 22h03min, o inevitável “Conto do Dia” (DILLENBURG, 1990, p.33).

Difusora e, posteriormente, da Gaúcha. Com a morte de Pizzoli em 1949, passa a participar da administração da PRC-2. Também envolveria-se com as rádios *Itaí* e *Caiçara*.

²⁶⁷ Depoimento disponível em http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/breno_fut_entrev.html.

²⁶⁸ Depoimento disponível em http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/breno_fut_entrev.html.

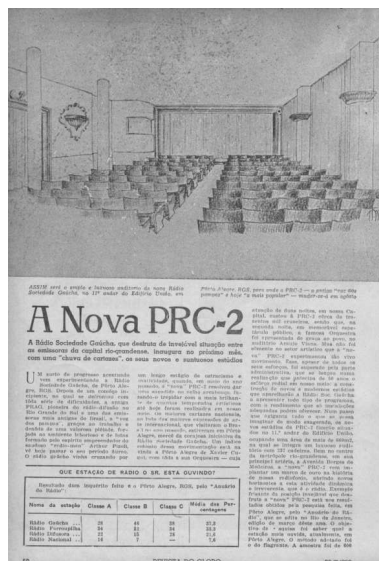
No final da década 40, a emissora já consegue fazer frente à *Rádio Farrroupilha*.

[...] a Gaúcha já vinha enfrentando bem a sua principal concorrente, a Farrroupilha, de onde o diretor artístico da PRC-2, Cândido Norberto Santos, contrata Walter Ferreira e Adroaldo Guerra. Em 1948, o trio divide os papéis principais de *Os três homens maus*, novela de Raymundo Lopes, que faz grande sucesso junto ao público. De segunda a sexta, das 21h às 22h, outro trunfo da emissora, no final dos anos 40, é o programa Tapete Mágico, dividido em três partes: um capítulo diário de novela com meia hora de duração; o comentário *Pensando em voz alta*, apresentando as opiniões do próprio Cândido; e o humorístico *Corta tesourinha* [...] (FERRARETTO, 2005, p.63-4).

Nos anos 50, a *Gaúcha* ocupa uma posição privilegiada entre os ouvintes, atingindo a liderança em Porto Alegre. A *Revista do Globo* de 22 de julho de 1950 divulga pesquisa elaborada pelo Anuário do Rádio. De acordo com o levantamento, a emissora detém 37,3 por cento da audiência, seguida pela *Farrroupilha* com 33,3 e da *Difusora*, que chega aos 21,6 pontos percentuais. A mesma publicação registra ainda o bom momento vivido pela estação: “a Rádio Sociedade Gaúcha, que **desfruta de invejável situação entre as emissoras da capital rio-grandense**, inaugura no próximo mês com uma “chuva de cartazes”, os seus novos e suntuosos estúdio” [grifo do autor](*Revista do Globo*, ano XXII, nº 513, p.58, 22 de julho de 1950).

Ilustração 9

O novo auditório da Rádio Sociedade Gaúcha é destaque nas páginas da Revista do Globo em 1950



A Nova PRC-2

A Rádio Sociedade Gaúcha, que desfruta de invejável situação entre as emissoras da capital rio-grandense, inaugura no próximo mês, com uma “chuva de cartazes”, os seus novos e suntuosos estúdios.

Um auditório de 1.200 lugares, com uma sala de controle, uma sala de transmissão, uma sala de edição, uma sala de gravação, uma sala de mixagem, uma sala de masterização, uma sala de distribuição, uma sala de recepção, uma sala de manutenção, uma sala de administração, uma sala de direção, uma sala de coordenação, uma sala de planejamento, uma sala de avaliação, uma sala de monitoramento, uma sala de controle de qualidade, uma sala de garantia de satisfação, uma sala de atendimento ao cliente, uma sala de relacionamento com a comunidade, uma sala de promoção de eventos, uma sala de organização de programas, uma sala de produção de conteúdo, uma sala de distribuição de materiais, uma sala de armazenamento de arquivos, uma sala de backup de dados, uma sala de recuperação de desastres, uma sala de segurança de informações, uma sala de conformidade legal, uma sala de governança corporativa, uma sala de sustentabilidade, uma sala de responsabilidade social, uma sala de transparência, uma sala de ética, uma sala de integridade, uma sala de diversidade e inclusão, uma sala de acessibilidade, uma sala de universalidade, uma sala de equidade, uma sala de justiça, uma sala de equidade de gênero, uma sala de equidade racial, uma sala de equidade econômica, uma sala de equidade ambiental, uma sala de equidade digital, uma sala de equidade educacional, uma sala de equidade de saúde, uma sala de equidade de emprego, uma sala de equidade de habitação, uma sala de equidade de mobilidade, uma sala de equidade de participação política, uma sala de equidade de representação, uma sala de equidade de liderança, uma sala de equidade de influência, uma sala de equidade de reconhecimento, uma sala de equidade de valorização, uma sala de equidade de respeito, uma sala de equidade de consideração, uma sala de equidade de apreciação, uma sala de equidade de admiração, uma sala de equidade de respeito, uma sala de equidade de consideração, uma sala de equidade de apreciação, uma sala de equidade de admiração.

QUE ESTAÇÃO DE RÁDIO O SR. ESTÁ OUVINDO?

Apresentado pelo Instituto de Estatística e o PRC-2, Porto Alegre, 20/07, pelo "Anuário do Rádio".

Nome da estação	Classe A	Classe B	Classe C	Média das Preferências
Rádio Gaúcha	26	44	38	36,3
Rádio Farrroupilha	25	33	34	30,7
Rádio Difusora	21	22	24	22,3
Rádio Tupacatiara	18	7	11	12,0

Fonte: *Revista do Globo*, ano XXII, 22.7.1950, n. 513, p.58.

A emissora inaugura novos estúdio e auditório no edifício União, no centro de Porto Alegre, ainda em 1950. Um ano depois, começa a operar também em ondas curtas. Também em 1951, a estação, mais uma vez, muda de proprietário. A *Rádio Sociedade Gaúcha* é comprada pela Comercial, Industrial, Representações, Exportações e Importações S.A – CIREI – no que é classificado na época como “a maior transação comercial em matéria de rádio que se tem conhecimento no sul do país (REVISTA DO GLOBO, ano XXIII, 13 out. 1951, n. 545, p. 86).

Ilustração 10

Os novos proprietários da Gaúcha

UMA VULTOSA TRANSAÇÃO

RÁDIO sulino, decididamente, está atravessando uma época de franca renovação, em que grandes iniciativas marcam fundo os novos rumos a serem seguidos, graças ao espírito renovador que habita os homens que têm em suas mãos o destino da radifonia gaúcha.

Uma prova incontestável do que afirmamos é o fato de se ter realizado no Rio Grande do Sul, em meados deste ano, a maior transação comercial em matéria de rádio da que se tem conhecimento no sul do país: a venda do controle da Rádio Sociedade Gaúcha pela soma de Cr\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de cruzeiros), efetuada entre os herdeiros de Arthur Pinelli e Sylvio M. Mottola, conhecido homem de negócios de Porto Alegre, também diretor da CIREI S. A.

Em sessão de Assembleia Geral Extraordinária, realizada em setembro, ficou eleita a seguinte diretoria da Rádio Sociedade Gaúcha S. A.:

Presidente: Sylvio M. Mottola;
Diretor Comercial: Ulisses Salgatinho Mota;
Diretor Técnico: Dr. Breno Martins Futura.

A nova diretoria já traçou um grandioso plano de melhorias que promete transformar radicalmente o ambiente radifônico gaúcho. Novas programações serão se fazendo, com novos motivos de atração, e planos publicitários inéditos virão ao encontro dos ouvintes que não têm esquecido após as iniciativas da veterana emissora rio-grandense.

Em todos os departamentos da Rádio Sociedade Gaúcha as atividades se desenvolvem num ritmo que por ser vertiginoso não deixa também de ser harmonioso, onde se podem apreciar os efeitos do trabalho de equipe, esse indispensável fator do bom rádio.

Inegavelmente, as iniciativas e as realizações da PBC-2 constituem uma bela esperança para o rádio sulino.

De parabéns o Rio Grande do Sul e o Brasil.

DR. COMERCIAL:
Ulisses Salgatinho Mota

DR. TÉCNICO:
Dr. Breno Martins Futura

Fonte: *Revista do Globo*, ano XXIII, 13 out. 1951, n. 545, p. 86

Com a administração da CIREI, a *Gaúcha* vai aproximar-se do governo federal. O novo diretor da emissora, Sylvio Mottola, era amigo do então presidente da República Getúlio Vargas. Sendo assim, a estação passa a contar, em sua programação, com os artistas da Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, principal emissora brasileira, encampada por Vargas durante o Estado Novo. Um exemplo é a presença do cantor Francisco Alves na festa de 25 anos da rádio: “O Rei da Voz, Francisco Alves²⁶⁹”, com seu talento e sua fama, empresta brilho as festividades de aniversário da PCR-2” (REVISTA DO GLOBO, ano XXIV, 23 ago. 1952,

²⁶⁹ Francisco Alves é considerado um dos maiores fenômenos da história da música popular brasileira, Francisco Alves foi peça-chave no mercado fonográfico nacional em uma época em que as técnicas de gravação se aprimoravam no Brasil, os discos se popularizavam, o rádio se desenvolvia e o samba consagrava-se como estilo musical. Nasceu no Rio de Janeiro em 1898 e faleceu em 1952.

nº567, p.72). Sob o comando da Comercial, a *Gaúcha* conta, em 1954, “com um elenco de radioteatro com 36 profissionais e uma orquestra com 18 músicos. A emissora possui, ainda, 60 mil discos, além de equipamento de frequência modulada para transmissões externas (FERRARETTO, 2005, p.69).

O ano de 1957 entraria na história da comunicação no Rio Grande do Sul. Maurício Sirotsky Sobrinho associa-se a *Rádio Sociedade Gaúcha*, que anos mais tarde daria origem ao grupo *Rede Brasil Sul de Comunicação*, a *RBS*²⁷⁰. As *Emissoras Reunidas*, comandadas por Arnaldo Balvê, seu filho Frederico, Maurício Sirotsky Sobrinho e Nestor Rizzo, até aquele momento atuavam apenas no interior. Em entrevista a Vampré (1979), Maurício Sirotsky Sobrinho lembra como ocorreu a compra.

Quem foi o grande entusiasta da compra da Rádio foi Frederico Arnaldo Balvê. Seu pai, não queria, pois realmente não parecia um bom negócio. A Gaúcha faturava 400 cruzeiros mensais e tinha, de despesa, 700. [...] Achávamos que se as Emissoras Reunidas tinham uma rede no interior, necessitava de um estação-chave na capital. [...] Compramos a rádio por 25 mil cruzeiros, cabendo a cada um 25 por cento das cotas do capital (VAMPRE, 1979, 125).

Com o novo comando, a *Gaúcha* passa por uma reformulação total em termos administrativos e de programação. Sirotsky promove uma reestruturação da orquestra da emissora e investe também no humor local. Um exemplo é Carlos Nobre²⁷¹, que inspirado no *Miss Campeonato*, da *Rádio Mayrink Veiga*, do Rio de Janeiro, apresenta o *Campeonato em Três Tempos*. De acordo com Villalobos²⁷², “o programa retratava de maneira caricatural, com personagens como ‘Greminho’, ‘Colorado’ e ‘Miss Copa’, o cenário esportivo gaúcho.” Até aquele momento, o humor marcava presença na programação com uma atração de fora do Estado: o PKR-30. Apresentado pelos humoristas Lauros Borges e Castro Barbosa, era composto por diversas esquetes que

²⁷⁰ Sobre a formação da *RBS*, ver Rüdiger (1993).

²⁷¹ José Evaristo Villalobos Júnior, o Carlos Nobre, nasceu em sete de abril de 1929 no município de Guaíba, na região metropolitana de Porto Alegre. Em 1954, na *Rádio Gaúcha*, começou a apresentar seu humor no programa *Jogo Bruto*, que depois passaria a chamar-se *Campeonato em Três Tempos*. Em 1962, passou a escrever no jornal *Última Hora* e, em 1964, na *Zero Hora*. No final dos anos 60 ingressou na *Companhia Jornalística Caldas Júnior*, onde escreveu para a *Folha da Tarde*. Na *Rádio Guaíba*, retomou o programa *Jogo Bruto*. Em 1975, Nobre retorna à empresa onde iniciou sua carreira, atuando novamente no rádio e no jornal. Faleceu em 16 de dezembro de 1985.

²⁷² Villalobos, Marco Antônio Vargas. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 10.09.2007. Villalobos é filho de Nobre. Em *A Guerrilha do Riso - Carlos Nobre x Ditadura Militar Brasileira* (Porto Alegre: Editora Mercado Aberto, 2000), faz uma análise de como o humor foi utilizado por Nobre para combater à ditadura.

satirizavam costumes, ídolos e programas radiofônicos²⁷³. Em anúncio na *Revista do Globo* de quatro de maio de 1957 a *Gaúcha* afirmava que “era proibido sair de casa às segundas feiras às 20h30 porque é dia e hora de você dar as mais gostosas gargalhadas [...] (REVISTA DO GLOBO, ano XXVIII, 4 mai. 1957, p. 26).

Ilustração 11

Anúncio do programa humorístico PRK-30



Fonte: *Revista do Globo*, ano XXVIII, 4 mai. 1957, p. 26

Maurício, que vinha de um programa de sucesso na *Farroupilha*, também marcaria forte presença na programação.

²⁷³ Sobre isto ver *No ar: PRK-30*, de Perdigão (2003).

Se, de um lado, administra a rádio, de outro, vai em busca da audiência, colocando ao microfone o seu prestígio de melhor animador do Rio Grande do Sul na época [...]. Logo depois da compra da Gaúcha, por exemplo, o diretor geral da PRC-2 conduz, aos domingos, das 10 às 12h, *Grandes espetáculos dominicais*, com cantores, cortinas cômicas, brincadeiras, prêmios e a participação de um cartaz da radiofonia paulista ou carioca, e das 10h30 às 19h30, *Calouros Anil Ideal*, espaço para a participação de aspirantes ao rádio (FERRARETTO 2005, p.106-7).

Ilustração 12

Maurício Sirotsky Sobrinho e os cantores Celly e Toni Campelo no início dos anos 60 em programa de auditório da Rádio Gaúcha



Fonte: Banco de Dados Zero Hora

Como destaca Dillenburg, “os ouvintes por outro lado notaram a transformação, assim como os anunciantes”. (1990, 125). Embora Dillenburg faça este registro, pesquisa realizada pelo Ibope de dezembro de 1957 a fevereiro de 1958 registra que a PRC-2 ocupa apenas o terceiro lugar, com oito por cento da audiência. A *Farroupilha* aparece em primeiro, com 33, seguida pela recém inaugurada *Guaíba*, com 21 pontos percentuais (FERRARETTO, 2005).

Para reverter a baixa audiência, Sirotsky investe em contratações e busca nas concorrentes nomes para compor o quadro da *Gaúcha*: os radioatores Paulo Ricardo e Lolita Alves, o regionalista Dimas Costa e a cantora Elis Regina, da *Farroupilha*; da *Itai*, o diretor e ator de radioteatro Adroaldo Guerra; o repórter Adroaldo Streck, do esporte da *Guaíba*; da *Difusora*, o locutor José D’Elia. A PRC-2 também investe em anúncio de página inteira na *Revista do Globo*, tentando passar a idéia de uma nova rádio “Tudo **novo** na **nova Rádio Gaúcha**” [grifo do autor] (REVISTA DO GLOBO, ano XXIX, 13 dez. 1958, n. 29, capa2a). De acordo com o anúncio, a emissora passa a contar com “novos

transmissores de 10kw [...], novo som de alta fidelidade [...], novo elenco [...], novas atrações [...] (idem).

Ilustração 13

Anúncio da “nova” Gaúcha ocupa página inteira da Revista do Globo em 1958

tudo novo na
nova rádio
GAÚCHA

NOVOS
transmissores de 10 kw, em ondas médias e curtas, mais potentes e super aperfeiçoados.

NOVO
som de alta fidelidade, empregando o mais moderno equipamento Philips.

NOVAS
atruições que compõem a série de inovações da nova Gaúcha.

NOVO
elenco reunindo as mais apuradas cartazes do rádio gaúcho.

NOVAS
atrações que colocam em plano de destaque a programação da emissora.

NOVA GAÚCHA

PRC-2

Ondas médias
10 kws - 680 quilociclos
Ondas curtas
10 kws - 25 e 49 metros

DIRETORIA
FREDERICO ARNALDO BALLVE
MAURICIO SIROTSKI SOBRINHO
NESTOR RIZZO

RIO:
Renzolpo Galvão
Av. Erasmo Braga, 227
2.º and. - Sala 24/26

P. ALEGRE:
Av. Borges de Medeiros, 261
11.º andar - Caixa Postal, 1164
Fones: 9-2461, 8003, 6650 e 4062

SÃO PAULO:
Luiz Nicco - Rua Boa Vista, 84
7.º andar, Conjunto 708

Fonte: Revista do Globo, ano XXIX, 13 dez. 1958, n. 29, capa2a

A década de 60 vai marcar a ascendência da *Gaúcha*. Pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística demonstram a liderança da estação. Em janeiro de 1961, a emissora detém 28 por cento da audiência, seguida pela *Farroupilha* com 23,3. Em terceiro lugar está a *Itaí*, com 10, 5. A *Guaíba* ocupa a quarta posição, com 10,5 pontos

percentuais. Em fevereiro de 1965, o quadro é semelhante: *Gaúcha*, 27,3 por cento; *Farroupilha*, 18; *Guaíba*, 13,2; Itáí, 10,4 pontos percentuais (FERRARETTO, 2005²⁷⁴).

É também nos anos 60 que o rádio gaúcho vai sentir a chegada da televisão. Na década anterior, o rádio parecia inatingível: “era o veículo que mais arrebanhava a verba publicitária, em torno de 40 por cento, seguido do jornal, com 25 por cento e a televisão, com apenas um por cento” (DILLENBURG, 1990, p.157). Já em 1960, a situação indicava o crescimento da TV. De acordo com Capparelli (1982), neste ano o rádio detinha 23 por cento da verba publicitária, enquanto a televisão chegava a 24 pontos percentuais. Porto Alegre não ficaria de fora destas transformações. Como já havia acontecido com outras capitais onde a TV já estava presente, além dos recursos financeiros, os programas de auditório e as novelas migraram para o novo meio. Nesta linha, a primeira emissora em Porto Alegre²⁷⁵ - a *TV Piratini*, inaugurada em 20 de dezembro de 1959- busca no rádio a base para sua programação.

Como aconteceu na maior parte dos locais onde se instalaram os primeiros canais, o rádio forneceu o primeiro formato da TV Piratini. Os quadros da Rádio Farroupilha desenharam sua programação, os programas de auditório do rádio passaram a ser televisionados, o radiojornalismo foi transplantado. Algumas dezenas de funcionários, entre jornalistas, técnicos e artistas, transitavam entre o rádio e a televisão (KILPP, 2000, p.28).

Nomes conhecidos do rádio gaúcho - como o disc-jóquei Glênio Reis, os animadores Ary Rego e Salimen Júnior – passam também a apresentar programas na televisão. Maurício Sirotsky Sobrinho, embora envolvido com a TV Gaúcha²⁷⁶, continua a investir na programação da rádio.

[...] foi dos que nunca esqueceram o rádio, microfone, ondas médias e curtas, e tudo isso que, pode-se dizer, para ele era o seu chão, desde a sua rádio-poste de Passo Fundo, em 1930. A Rádio Gaúcha teve sua reação contra os telespectadores ou televisinhos, muito comuns na época. Nos esportes, onde o

²⁷⁴ Os dados do Ibope pesquisados por Ferraretto (2005) pertencem ao Arquivo Edgard Leuenroth, Centro de Pesquisa e Documentação Social do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, Cidade Universitária Zeferino Vaz, Campinas, São Paulo.

²⁷⁵ Sobre a história da televisão no Rio Grande do Sul ver *Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul*, de Kilpp (2000).

²⁷⁶ Em 1961, preparava-se a instalação do canal 12, que seria ocupado pela TV Gaúcha, do mesmo grupo detentor da Rádio Gaúcha, sendo um dos proprietários Maurício Sirotsky Sobrinho. A TV Gaúcha foi o segundo canal de televisão do Estado. Entrou no ar, oficialmente, em 29 de dezembro de 1962 e optou por fazer uma programação genuinamente local e investir no setor comercial. De acordo com Kilpp (2000), a emissora era mais moderna em tecnologia e em gerenciamento comercial do que a TV Piratini.

diretor era Ari dos Santos, para destronar em audiência da Rádio Guaíba, buscaram Mendes Ribeiro²⁷⁷ [...]. Nas programações, mais acentuadamente regionais, a Rádio Gaúcha lançou, com maior veemência, Dimas Costa com os programas ‘Festança na querência’²⁷⁸, acompanhado por Paixão cortes, e ‘No Galpão do Xiru’ (VAMPRE, 1979, p.144).

A “época de ouro” e o rádio-espetáculo haviam chegado ao fim. A *Gaúcha*, em 1966, extingue seu Departamento de Radioteatro. Em 1974, ao avaliar a relação entre rádio e televisão, Maurício Sirotsky destacaria que o veículo não soube, em um primeiro momento, adaptar sua programação a chegada da TV.

Mas esta situação fantástica, sensacional do rádio, parece que colocou uma venda nos olhos dos homens que dirigiam as estações [...], transformando-os em homens auto-suficientes, e que subestimavam totalmente o surgimento da televisão. [...] Nessa exagerada confiança, o rádio cometeu os seus grandes pecados porque ao invés de reconhecer na televisão um competidor dos mais fortes e buscar novos rumos, novas adaptações, procurou desconhecê-la (SIROTSKY SOBRINHO, 1974, p.99).

Na palestra, Sirotsky destaca ainda que coube ao rádio, para sobreviver, criar novos programas e fazer ajustes nos horários de sua programação.

Por mais que se esforcem, por mais talentosos que sejam os homens de criação das estações de rádio, hoje, dentro desta estrutura de programação que se estabeleceu, dificilmente o rádio poderá competir com a televisão. A não ser em situações de cobertura excepcional. Enbtão, o que fazer? Foi exatamente transformar os horários do dia nos horários mais importantes, porque aí a televisão tem menos condições e funciona como todos nós sabemos de forma limitada. O transistor, o rádio de automóvel, deu uma nova perspectiva ao rádio (SIROTSKY SOBRINHO, 1974, p.99).

Dentro desta perspectiva, em 1971, a programação da *Rádio Gaúcha* receberia um de seus maiores sucessos, que se mantém no ar até hoje: o *Sala de Redação*²⁷⁹. Idealizado e

²⁷⁷ Mendes Ribeiro transferiu-se para a *Rádio Gaúcha* em 1963.

²⁷⁸ Em alguns autores, como Dillenburg (1990), o programa *Festança na Querência* aparece com o título *Festa na Querência*.

²⁷⁹ De 1961 a 1964, Candido Norberto apresentou um programa com o mesmo nome na *TV Piratini*. O programa destacava debates políticos e entrevistas. De acordo com Grabauska, o “grande momento ocorreu em 1962, durante a campanha para o governo do Estado, quando Cândido Norberto reuniu frente a frente os candidatos

comandado por Cândido Norberto, a primeira edição foi veiculada no dia 19 de junho de 1971, às 11h30. O programa era dividido em duas partes. A primeira era voltada para o jornalismo e a segunda, após a edição do *Correspondente GBOEX*, valorizava os debates esportivos. Na época, a programação da estação era, em grande parte, musical.

Das cinco às sete horas apresentava o programa Dimas Costa, com músicas regionalistas. Às sete horas tinha o radiojornal *A Grande Edição*. Das sete às nove horas ia ao ar o *Vozes da Cidade*, com Dilamar machado, um programa de informações gerais e músicas. Às duas da tarde Paulo Josué comanda o *Show de Loteria*, outro programa musical que tinha como destaque a participação de artistas dando palpites sobre a Loteria Esportiva. Na seqüência, a música popular brasileira e as novidades da tevê faziam a base do *Gaúcha na Tarde* e a programação noturna contava com a *Noite Gaúcha de Sucessos* (GRABAUSKA, 1994, p.23).

De acordo com Grabauska (1994), o *Sala de Redação* serviu como um “laboratório” da nova programação, com ênfase para o jornalismo. Segundo Cândido Norberto, “o programa abordava temas de grande interesse, mas com um novo tratamento para a notícia, de uma forma descontraída, mas com a seriedade necessária” (NORBERTO apud GRABAUSKA, 1994, p.23).

Ao longo da década de 1970, a programação da *Gaúcha*, passa por várias indefinições. Contudo, o conceito de *talk and news*²⁸⁰ marca presença nos debates.

Neste sentido, os empresários brasileiros do setor passam a frequentar, na década de 70, os encontros da indústria radiofônica dos Estados Unidos. É em um congresso do Radio Advertising Bureau, em Las Vegas, no ano de 1972, por exemplo, que o empresário Nelson Pacheco Sirotsky toma contato com os formatos radiofônicos all talk e all news, cuja aplicação em uma emissora até então de programação indefinida, a *Gaúcha*, de Porto Alegre, vai transformá-la em uma das principais do país nas décadas seguintes (FERRARETTO, 2001c, p.9).

Em 1972, em uma reunião com os principais nomes da emissora – entre eles, Cândido Norberto, Celso Ferreira, Jorge Alberto Mendes Ribeiro e Dilamar Machado –

Ildo Meneghetti, do PSD, e o então governador do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola” (1994, p.22). A eleição foi vencida por Meneghetti.

²⁸⁰ De acordo com Klöckner, “o formato da Rádio Gaúcha é *talk and news*, isto é as notícias são transmitidas de forma direta e dinâmica (*news*), contribuindo para que o ouvinte capte imediatamente a informações. A seguir, são comentadas e discutidas (*talk*) nos espaços específicos (comentários e programas)” (1997, p.23-4). Comassetto, por seu turno, define este como a “mescla de notícias, entrevistas e magazines (programas de variedades conduzidos por um âncora e que, muitas vezes, contam com a participação do ouvinte, na discussão de temáticas diversas)” (2005, p.6).

Nelson Pacheco Sirotsky, filho de Maurício, defende uma nova programação para a *Gaúcha*: [...] estava tudo errado e devíamos fazer uma rádio diferente, uma rádio que fosse 24 horas o *Sala de redação*. [...] Aí, começamos a trabalhar no projeto de uma rádio com 24 horas de jornalismo” (SIROTSKY apud FERRARETTO, 2005, p.368). A idéia de Nelson levaria ainda uma década para a sua implantação, mas sua proposta garantiria, pelo menos, a volta da cobertura esportiva na programação.

No ano de 1974, a programação continua de apelo popular: às 6h30 é veiculado o *Gaúcha Desperta a Cidade*, com oferta de empregos, achados e perdidos, meteorologia e prestação de serviços; às 7h, é a vez do *Grande Edição Comando Total*, programa jornalístico; o programa de variedades *Tudo sob Controle* é veiculado às 9h, com destaque para a música; *Show de Loteria*, às 14h, apresenta os resultados da loteria esportiva, além dos palpites de uma personalidade; às 18h40 é apresentado o *Hoje nos Esportes*, uma síntese esportiva.

Já em 1976, além das edições do *Correspondente Gboex*²⁸¹, o jornalismo vai conquistando mais espaços: a cada 30 minutos é veiculado um pequeno noticiário – *Gaúcha Informa* e *O giro da Notícia* – e às 18h entre no ar o *Chamada Geral*, com 30 minutos dedicados ao jornalismo. Contudo, ao contrário do que a chegada de novos noticiários poderia indicar, cinco anos depois a estação restringia os espaços do jornalismo na programação.

A rádio estava passando por uma reformulação muito séria na época, ela teve uma troca administrativa e uma troca de programação brusca, e o jornalismo da rádio Gaúcha desapareceu, praticamente desapareceu. O que ficou do jornalismo na Gaúcha, naquela época, foram as quatro edições do correspondente, o noticiário de hora, o Gaúcha Notícias, [...] e o programa Atualidades, com o Mendes Ribeiro. Eram os únicos programas de jornalismo que a rádio tinha, nós ficamos assim de janeiro de 81 até início de 83. A rádio mudou a programação para uma programação popular, tocando música, atendendo ouvinte, falando com a dona fulana, e as músicas eram de gosto bastante duvidoso. E assim a gente foi, repórter não falava na rádio, os repórteres serviam só para fazer apuração, eles tinham excelentes fontes, eles ligavam para as fontes, eles iam nos locais, mas era só texto (CLÁUDIO

²⁸¹ A síntese noticiosa da *Rádio Gaúcha* teve diversos nomes ao longo de sua história, sempre relacionados ao patrocinador do programa. De 1966 a 1978, *Correspondente GBOEX*; de 1978 a 1985, *Correspondente Maisonave*; de 1985 a 1988, *Correspondente Strassburger/Rádio Gaúcha*; de 1988 a 1991, *Correspondente Alfred/Rádio Gaúcha*; e, a partir de 1999, *Correspondente Ipiranga/ Rede Gaúcha Sat*.

MORETTO DO NASCIMENTO²⁸², Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio²⁸³).

O ano de 1983 marca mais uma virada na programação da *Gaúcha*. De acordo com Nascimento, “a empresa resolve investir em jornalismo, [...] reformula a programação, [...] muda o seu estilo de administração e começa a fazer a ‘fonte de informação’ (idem). A retomada ocorre sob o comando do jornalista Flávio Alcaraz Gomes, que ao deixar o Presídio Central²⁸⁴, em Porto Alegre, em junho, assume a gerência-executiva da rádio.

A Rádio Gaúcha passaria a ser – e passou a ser – uma rádio eminentemente falada. Junto com a Símbolo Propaganda, crie-lhe um *slogan* ousado: *A fonte da informação*. Busqui profissionais esquecidos ou simplesmente desprezados e dei-lhes força. Criei uma série de programas, todos na base do *talk news*, e vesti-a toda com uma nova formatação. Paulatina mas firmemente, fui eliminando a música (GOMES, 1995, p.242).

Finalmente, a proposta de Nelson Pacheco Sirotsky, defendida em 1972, virava realidade.

2.3.3 RÁDIO DIFUSORA: A ONDA ALEGRE DA CIDADE

Em 1934, a capital ganha mais uma emissora: a *Rádio Difusora Portoalegrense*, a PRF-9. Neste ano, de acordo com Rüdiger (1993), o país conta com 165 mil aparelhos receptores, sendo que desses 24 mil estavam no Rio Grande do Sul. Com transmissores e antena instalados no Morro Santa Tereza, a *Difusora* surge para competir com a *Rádio Sociedade Gaúcha*, como revelou um dos pioneiros do rádio no Sul, Nilo Ruschel, em

²⁸² Em 1981, Cláudio Moretto, como é conhecido no meio jornalístico, era editor do *Correspondente Maisonnave*.

²⁸³ Depoimento disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>.

²⁸⁴ No início de abril de 1976, Flávio Alcaraz Gomes preparava-se para acompanhar a viagem do presidente Ernesto Geisel à Europa. Entretanto, em 11 de abril, aconteceria um incidente que mudaria a carreira e a relação do jornalista com a *Caldas Júnior*. Naquele dia 11 de abril, ao chegar em casa de táxi, acompanhado de sua esposa, à zero hora e 45 minutos, Flávio Alcaraz Gomes envolve-se em uma discussão com os ocupantes de um carro estacionado diante de seu portão. Busca a espingarda que, segundo ele, disparou acidentalmente, matando Maria José Silva. O jornalista foi condenado e cumpriu pena por cinco anos no Presídio Central, em Porto Alegre, onde escreveu o livro *Prisioneiro 39.310 – Profissão: Repórter*, lançado pela editora LP&M em 1982.

entrevista ao jornalista Flávio Alcaraz Gomes, na *Rádio Guaíba*, em seis de novembro de 1972.

Na Rádio Sociedade Gaúcha eu era doublê de locutor e corretor de anúncios como todo radialista da época (1933/1934). Um dos meus clientes pediu que eu mandasse carregar na propaganda certa noite de temporal que colocava fora de audiência no Estado as emissoras da Argentina e do Uruguai. [...] O diretor da ‘Gaúcha’ não concordou, porque os contratos previam um número exato de anúncios por dia. Isto, mesmo que o cliente Arthur Pizzoli, proprietário da Casa Coates, se propusesse a pagar mais (RUSCHEL *apud* VAMPRE, 1979, p. 58).

Irritado com o descaso por sua proposta comercial, Arthur Pizzoli²⁸⁵ resolve fundar sua própria emissora. Ao contrário da *Gaúcha* que seguia uma programação elitista, a *Difusora* optou por uma linha popular, próxima da *Rádio Phillips*, do Rio de Janeiro: “Deliberadamente, a Rádio Difusora Portoalegrense lançou-se à programação popular, pouco explorada pela Rádio Sociedade Gaúcha, que só esporadicamente fugia à sua linha elitista” (Vampré, 1979, p. 58). No mesmo ano de sua criação, a emissora apresentava uma programação organizada, com horários fixos para as atrações. De acordo com o jornal *Correio do Povo*, de 13 de novembro de 1934, de segunda a domingo, às 10h a *Difusora* apresenta um boletim comercial de 15 minutos. Às 10h15 era a vez do *Quarto de hora da dona-de-casa*, voltado para as questões domésticas. Das 10h30 às 14h, a música tomava conta do éter pelos Discos *Selecionados*. Os ouvintes, por sua vez, podiam fazer seus pedidos musicais no programa *Hora do Ouvinte*, das 14h às 15h. Das 20h às 23h, a emissora retomava a programação musical com apresentações ao vivo e gravações. A grade assinala ainda algumas variações: quinta-feira, às 17h15, o *Audição Feminina* tratava de assuntos de interesse da mulher; o *Audição Infantil*, aos sábados às 20h, destacava as aventuras do Gato de Botas; os imigrantes alemães eram contemplados no *Audição Alemã*, também aos sábados, das 21h às 21h30.

A *Difusora* também buscava popularidade por uma “jogada de marketing”: a presença de Carmen²⁸⁶ Miranda em sua programação, que receberia destaque na *Revista do Globo* de 20 de julho de 1935.

²⁸⁵ Arthur Pizzoli era proprietário da Casa Coates, em cuja sobreloja foi instalada a *Rádio Difusora Portoalegrense*. Na época, Pizzoli era o representante exclusivo no Rio Grande do Sul dos refrigeradores *Frigidaire* e dos receptores de rádio *Philco*.

²⁸⁶ De acordo com o Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira, Maria do Carmo Miranda da Cunha “foi a artista brasileira que mais sucesso e prestígio alcançou na indústria do entretenimento dos Estados Unidos, para onde imigrou. Primeira artista a decolar para o sucesso por meio dos discos, foi também a cantora de rádio

Ilustração 14

Carmen Miranda canta na Rádio Difusora em 1935



Fonte: *Revista do Globo* – ano VII, 20 jul. 1935, n.165, p. 28.

O vôo da cantora – Rio de Janeiro-Buenos Aires - fez escala em Porto Alegre. Os irmãos Ernani e Nilo Ruschel aproveitaram, então, para convidar a “Pequena Notável”²⁸⁷ para participar de um programa na emissora.

[...] Eu até cometi uma imprudência, [...] entrei para dentro do avião, depois que eu vi que era proibido [...]. Não tinha policiamento nem coisa

mais cara do Brasil” (Disponível em <http://www.dicionariompb.com.br>. Consulta realizada em 12 ago. 2007). Carmen Miranda nasceu em nove de fevereiro 1909, em Marco de Canavezes, em Portugal, e faleceu em Los Angeles, nos Estados Unidos.

²⁸⁷ Carmen Miranda era chamada de “Pequena Notável” devido a sua estatura. Tinha um metro e 53 centímetros de altura.

nenhuma. E notei que ela estava muito mareada[...], o avião tinha jogado demais, e ela estava muito adoentada, mesmo. Então, o que dizemos: eu dei a mão, trouxe-a para fora, e disse: “- Vamos no carro do meu irmão (Ernani) para o hotel direto”. Meu irmão estava com a “baratinha” dele ali por perto. E a turma da Gaúcha e a da Farroupilha, que estava ali à espera, foi burlada porque nós raptamos praticamente a Carmen Miranda, colocamos no auto do Ernani, e fomos para o Grande Hotel (NILO RUSCHEL *apud* DURVAL²⁸⁸).

No caminho até o hotel, os irmãos contaram que integravam a *Difusora*, uma nova rádio da capital gaúcha e convenceram a estrela que fizesse um programa a fim de dar prestígio à emissora.

E assim foi feito: Carmen Miranda cantou. Cantou e foi um sucesso tremendo. O povo, a multidão, pôs abaixo a enorme porta da Rádio Difusora, na [Rua] Siqueira Campos, uma dessas portas de carvalho, imensas, grandes, altas. Tamanho o entusiasmo, a sofreguidão com que o povo queria ficar perto da famosa atriz, que arrebentaram, puseram abaixo os dois tampos da porta, e invadiram, subiram aos magotes, às tropelias aquela escadaria toda e chegaram lá em cima para assistir ao programa da Carmen Miranda (NILO RUSCHEL *apud* DURVAL²⁸⁹).

Em sua volta de Buenos Aires, Carmen Miranda ainda cantaria mais uma vez na *Difusora*. Em troca, segundo Nilo Ruschel²⁹⁰, recebeu todo o produto da publicidade.

Ferraretto (2000) ressalta que a emissora a fim de aumentar o número de ouvintes também recorria a promoções. Em uma delas - o Concurso Musical *PRF-9* – o público tinha que descobrir qual era o nome de uma música, que era tocada de trás para diante. O primeiro lugar do concurso ganhava um rádio *Philco*, de cinco válvulas.

A PRF-9 partia, deste modo, para uma política mais agressiva na busca de anunciantes e de público. A programação da nova rádio vai obtendo, gradativamente, um certo sucesso junto aos ouvintes. Em março de 1935, já ganhara mais um horário de irradiação. Trazia, ainda, novos atrativos como a *Meia Hora de Educação Física*, com lições matinais de ginástica, e o *Quarto de Hora da Colônia Israelita*, voltada à população judia. O espaço para o noticiário esportivo era ampliado. Também a *Audição Alemã* ganhava mais 30 minutos e transformava-se, assim, na *Hora Alemã* (FERRARETTO, 2000, p. 134-5).

²⁸⁸ Informações obtidas a partir de depoimento de Nilo Ruschel ao programa *2001*. Porto Alegre: *Rádio Guaíba AM*, setembro de 1972 (programa de rádio). Constam em Durval, Adriana Ruschel. Nilo Ruschel: Pioneiro do Rádio Gaúcho. Trabalho apresentado no Núcleo de Mídia Sonora, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

²⁸⁹ Idem.

²⁹⁰ Ibidem.

Em 1937, a estação inaugura, junto ao seu estúdio, o primeiro auditório de Porto Alegre, conforme anunciava a edição de 17 de março da *Revista do Globo*.

Ilustração 15

Revista do Globo registra a inauguração do primeiro auditório de rádio em Porto Alegre



Fonte: *Revista do Globo* – ano IX, 17 mar. 1937, n. 202, p. 30.

Contudo, embora anunciasse sua opção pelo popular, como ressalta Vampré (1979), a programação da “onda alegre da cidade”²⁹¹ também abria espaço para o erudito.

A Difusora, ao final de 1942, anunciava com grande pompa a soprano Branca Bagorro, acompanhada ao piano pelo professor Romeu Fossati. Para equilibrar a programação, logo a seguir, vinha o cantor popular Silvío Pinto. Depois a soprano Izolina Dambrós, acompanhada pela orquestra da emissora (DILLENBURG, 1990, p.33).

²⁹¹ Slogan de anúncio da *Rádio Difusora* publicado na *Revista do Globo*, ano 7, nº 169, p.192, 28.9. 1935.

A *Difusora*, em 1944, é vendida para os *Diários e Emissoras Associados*, de Assis Chateaubriand, por quatro milhões de cruzeiros. Nesta época, a estação apresentava vários programas de sucesso em sua grade.

Em Porto Alegre, a Rádio Difusora dedicava-se por duas programações de absoluta audiência: “Sertões de Dona Generosa”, radioteatro de Érico Kramer, de pseudônimo Roberto Lys, e a programação de esportes. No primeiro programa realçavam-se Lilia Maria, Celina Hornes, Mário de Lima Hornes e, Rubens Alcântara que lançou “Ave Maria” na radiofonia sulina. No esporte sob o comando de Antônio Mafuz, que tinha preferência pelas transmissões de turfe, formou-se uma equipe muito prestigiada pelo público: o comentarista Aurélio Reis, os narradores Rafaéle Merolilo e Sayão Lobato. Na retaguarda, como coordenador de estúdio, Rui Vergara Corrêa (VAMPRE, 1979, p.100).

Um dos locutores do período, Rubens Wagner, também relembra os destaques da programação do ano de 1946.

A *Hora do Bicho*, junto com *Os Serões de Dona Generosa*, produzido pelo Roberto Lys, eram os programas mais populares do rádio, apresentados em dias e horários diferentes: a *Hora do Bicho* aos domingos pela manhã, durava 3 horas, e os *Serões de Dona Generosa* às terças ou quintas-feiras, às 21 horas. A *Hora do Bicho*, apresentada pelo inesquecível Piratini²⁹³, tinha a participação do Regional do Carne Assada, figura muito popular entre os radialistas e músicos da velha Porto Alegre, e era um programa de calouros, como tantos outros hoje vistos na televisão (WAGNER, 1983, p. 30).

Neste período, o esporte passar a ser destaque na programação. A própria emissora assumia esta condição e adotou o *slogan* “A Única no Esporte”, como lembra o comentarista esportivo e ator de radioteatro Raffaele Merolillo²⁹⁴.

[...] resolveram trazer uma equipe de São Paulo e batizaram a rádio como a única no esporte. Nós transmitiríamos futebol, esporte em geral, e o slogan da Difusora, na ocasião, passou a ser “A ÚNICA NO ESPORTE”. Então a nossa concorrente, Rádio Gaúcha, só a Gaúcha, porque naquele tempo [1947, N.A.] não existia a Guaíba [...].Aí eu não participava ainda de microfone, eu participava batendo à máquina, escrevia comentário. Bom, nesse meio tempo tinha, às sete horas da noite, um programa de esportes na Difusora feito pelo Saião Lobato, pelo também

²⁹³ O flautista Piratini, cujo nome era Antônio Amábile, começou sua carreira de músico ainda nos anos 20 do século passado na *Rádio Gaúcha*. Em 1936 transferiu-se para a *Difusora*.

²⁹⁴ Merolillo nasceu em Porto Alegre em seis de março de 1929. Atuou nas rádios *Difusora*, *Farroupilha* e *Porto Alegre*.

finado Saião Lobato. O Rui Vergara achou por bem colocar mais alguém, porque o Saião Lobato estava se afastando da rádio. [...] Então eu comecei a apresentar o jornal de esportes das sete horas da noite. [...] Não preciso dizer que a Difusora a essa altura dos acontecimentos já tinha dominado o mercado futebolístico (RAFFAELE MEROLILLO, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio²⁹⁵).

Ao longo dos anos, o fato de pertencer a Chateaubriand traz prejuízos à emissora. Os *Diários e Emissoras Associados* priorizam os investimentos na outra rádio do grupo em Porto Alegre, a *Farroupilha*. Além de ficar em segundo plano na questão econômica, a *PRF-9* perde seus profissionais para a “irmã”. Desta forma, a cobertura esportiva, que era o carro-chefe da programação, fica sem estrutura.

[...] depois que nós saímos o esporte na Difusora parou. Toda a equipe foi para a Farroupilha. Foi tudo investido em cima da Farroupilha. E nós começamos, evidentemente, com o slogan "*A MAIS PODEROSA*", porque nós tínhamos 50 kW na antena, eram 600 kHz naquele tempo, que hoje é a Gaúcha [...] (RAFFAELE MEROLILLO, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio).

A programação, em meados da década de 50 do século passado, reflete o descaso de Chateaubriand. A rádio substitui os programas e apresentações ao vivo por gravações e adota o *slogan* “Muita música, pouca palavra”.

Em 1958, a *Difusora* passaria por uma nova mudança de controle. A *Ordem dos Frades Menores Capuchinhos*²⁹⁶, decide, então, abandonar “seu antigo eletrolão para investir no chamado broadcasting” (Vampré, 1979, p.134). De acordo com Borghetti²⁹⁷, a estação adota o *slogan* “*PRF-9 – Rádio Difusora Portoalegrense, esporte, música e notícia* (apud Ferraretto, 2005, p.35). Apesar do *slogan*, a rádio mantém horários definidos para programas religiosos.

Um novo dia começa para ti de segunda a sexta, às 6h; *Hora Católica*, nos domingos, às 11h, programa antes apresentado pela Farroupilha; e *Missa irradiada*, inicialmente transmitida da catedral e, depois, da Igreja Santo Antônio, no

²⁹⁵ Depoimento disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>.

²⁹⁶ A Ordem, na época já era proprietária de estações no interior do Estado, além do jornal *Correio Riograndense*, publicado em Caxias do Sul, com tiragem média de 50 mil exemplares. Em 1961, os capuchinhos obtêm um concessão para instalar uma emissora de televisão, o que só ocorrerá oito anos depois, em 10 de outubro de 1969.

²⁹⁷ O frei Osébio Borghetti foi um dos diretores da *Difusora*. Atualmente, é presidente da Fundação Cultural Riograndense e vice-presidente da Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão.

bairro Partenon. Mais tarde, em 5 de junho de 1961, estréia *A voz do pastor*, conduzida pelo arcebispo Dom Vicente Scherer, um espaço da Cúria Metropolitana dentro da linha mais conservadora do clero. Os vínculos com a igreja são reforçados ainda pela relação de apoio mútuo com a publicação católica *Jornal do Dia* (FERRARETTO, 2005, p.135-6).

Ao longo dos anos 60, a estação sustenta em sua grade programas musicais e noticiários, além de realizar coberturas esportivas. A emissora revelaria, no período, nomes que marcariam a história do rádio no Estado: “[...] nela surgiu profissionalmente um valor novo que viria marcar destacada presença na radiodifusão sulina. Era Armindo Antonio Ranzolin” (Vampré, 1979, p.134). A PRF-9 lançaria ainda o “plantão esportivo” Antônio Augusto dos Anjos e o primeiro disc-jockey²⁹⁸ do Rio Grande do Sul.

[...] o radialista Glênio Reis transforma-se ao microfone da PRF-9 no primeiro disc-jockey do Rio Grande do Sul, desempenhando no estúdio o papel antes exercido pelos animadores nos auditórios, mais um indício de que o espetáculo dava lugar a novas formas de fazer rádio (FERRARETTO, 2005, p.137).

No final da década, a emissora gozaria de certo sucesso ao, mais uma vez, ir rumo do popular. Em 1969, o radialista Dilamar Machado deixa a *Rádio Gaúcha*, onde comandava o *Vozes da Cidade*²⁹⁹, e na *Difusora* apresenta um programa nos mesmo moldes do anterior. Proibido pela *Gaúcha* de utilizar o antigo nome, a nova atração recebe o título *Programa Dilamar Machado*. Em poucos meses, torna-se líder de audiência³⁰⁰.

Em poucos meses nós já estávamos em primeiro lugar. Era uma emissora, na época, praticamente inexistente. Oitavo lugar em audiência entre nove ou dez. Ela foi para primeiro lugar e durante o tempo que estive lá ela ficou em primeiro lugar.

²⁹⁸ Do inglês *disc-jockey*. De acordo com Rabaça e Barbosa, “radialista que apresenta, durante um programa radiofônico, números musicais gravados em disco ou em fita selecionados por ele ou pelos programadores da emissora (2001, p.230).

²⁹⁹ De acordo com o Projeto Resgate Vozes do Rádio, “o programa era um espaço democrático para a população expressar de forma livre a sua opinião. Dilamar tornou-se um dos precursores do jornalismo popular em Porto Alegre. O programa teve grande repercussão pois o público ouvia as denúncias e as reclamações feitas diretamente pela voz do povo. Muitas pessoas necessitadas faziam seus apelos através do programa. As informações eram trazidas por um repórter que freqüentava áreas pobres de Porto Alegre ou pelas próprias pessoas que se dirigiam à rádio”. Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/dilamar.htm>.

³⁰⁰ Informações obtidas em Projeto Resgate Vozes do Rádio na página dedicada ao radialista Dilamar Machado: <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/dilamar.htm>.

Eu fiquei três anos lá [...] (DILAMAR MACHADO, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio³⁰¹).

No início dos anos 70, a programação da emissora é eclética, mas pende para o segmento popular. Prova disto, são seus ouvintes.

[...] a Difusora atinge, conforme dados do Ibope, um público majoritariamente das classes C e D – em torno de 75 por cento dos ouvintes da rádio -, quase 70 por cento formados por mulheres e 65 por cento possuindo apenas o equivalente ao ensino primário, ou seja, até o quinto ano da escolaridade formal (FERRARETTO, 2005, p. 459).

Os anos 70 são, no entanto, um período de indefinição na programação. A emissora investe em noticiários, chegando a colocar no ar diariamente, em 1974, 25 espaços informativos. A cobertura esportiva também mantém-se na grade, com notícias sobre os clubes e transmissão de jogos. Durante a década não faltam alterações na programação e a cada mudança um slogan para marcar a nova etapa, como lembra o jornalista Ubirajara Valdez.

Na época, a Difusora ainda pertencia aos padres capuchinhos, e também estava determinado a transformar a rádio, fazer uma rádio nova, tanto que a rádio tinha um slogan em 76, que o Britto criou que era "Rádio Difusora, um novo jeito de falar e cantar". "Difusora, um novo jeito de falar e cantar" (UBIRAJARA VALDEZ, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio³⁰²).

No início dos anos 80 outro grande nome do rádio gaúcho ganharia os microfones da estação: Sérgio Zambiasi. Contudo, o sucesso de seu estilo logo provocaria a sua transferência para a *Rádio Farroupilha*.

Em primeiro de julho de 1980, com graves problemas financeiros, a *Ordem dos Frades Menores Capuchinhos* repassa a concessão da *TV Difusora* – canal 10 - ao *Grupo Bandeirantes de Comunicação*, que assume as dívidas em troca das instalações e

³⁰¹ Gravação disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/dilamar.htm>.

³⁰² Gravação disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/biravaldez.html>.

equipamentos da televisão. Posteriormente, o grupo passa a controlar as estações de rádio AM e FM. Terminava a história da *Difusora* e começa a da *Bandeirantes* em Porto Alegre.

2.3.4 RÁDIO FARROUPILHA: A MAIS MODERNA E MELHOR ESTAÇÃO DE RÁDIO DO BRASIL

Em 1935, Arnaldo Balvê e os irmãos Luiz e Antônio Flores da Cunha fundam a *Rádio Farroupilha*. O grupo era proprietário da *Empresa Jornalística Riograndense*, que editava os diários *Jornal da Manhã* e *Jornal da Noite*. A criação da rádio atendia interesses políticos, uma vez que Luiz e Antônio eram filhos do então governador do Estado, general José Antônio Flores da Cunha³⁰³. Este, por sua vez, pretendia participar da disputa à presidência da República com Getúlio Vargas. Dessa forma, a emissora passava a ser o veículo ideal para divulgar o nome do governador gaúcho pelo Brasil. Por isto, a *PRH-2* entrou no ar com um transmissor de 25 quilowatts, naquela época o mais potente do Brasil. Instalado no alto do Morro da Bela Vista, o equipamento exigia refrigeração a água, o que obrigou a construção de uma piscina no local. Dias antes da inauguração, o jornal *Correio do Povo* registrava o sucesso das transmissões experimentais. De acordo com a publicação de cinco de julho de 1935, a emissora havia sido captada em pontos distantes do Rio Grande do Sul, como Amazonas, Ceará, Maranhão, Pará, Paraíba e Pernambuco. O jornal registrou ainda que “a direção da Rádio Sociedade Farroupilha Ltda recebeu ainda grande quantidade de correspondência da Argentina, do Uruguay e da Bolívia, que acusam também terem ouvido a potente estação local” (CORREIO DO POVO, 5 jul. 1935, s.p.). O próprio prefixo de identificação também tentava dar esta idéia de abrangência de cobertura: “PRH2, Rádio Farroupilha de Porto Alegre, transmitindo para todos os céus da América em 600 kilociclos³⁰⁴” (RUY SIMÕES³⁰⁵, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio³⁰⁶).

³⁰³ Filhos do então governador do Estado, general José Antônio Flores da Cunha, que governou o Rio Grande do Sul de 28 de novembro de 1930 a 17 de setembro de 1937.

³⁰⁴ A *Farroupilha* contava com um canal livre internacional – 600 KHZ – ou seja, nenhuma outra emissora podia usar a mesma frequência. Atualmente, o canal passou para a *Rádio Gaúcha*.

³⁰⁵ Simões nasceu em 14 de fevereiro de 1914, em Cachoeira do Sul. Entrou na *Rádio Farroupilha* por meio de concurso em 1935 e participou das transmissões de teste. Abandonou a emissora em 1942, quando passou a dedicar-se apenas a medicina.

³⁰⁶ Depoimento disponível em

<http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/ruysimoes/vozes/pagina/entrevista.htm>.

O jornal *Correio do Povo*, de 24 de julho de 1935³⁰⁷, anunciava que, entre os destaques da programação de inauguração estavam Mario Reis³⁰⁸ e Carmen Miranda. Antes deles, porém, o público foi brindado com uma programação erudita. A cantora Vera Peyser executou a *Avemaria*, de Schubert. A noite foi aberta com o discurso do governador Flores da Cunha, seguido pela execução do Hino Nacional pela Orquestra Internacional da *PRH-2*. A programação contou ainda com os pronunciamentos do diretor dos Correios e Telégrafos, Apparicio Castelo Branco, e dos cônsules da Argentina, Espanha, Itália e Uruguai.

Ilustração 17

A programação de inauguração da Rádio Farroupilha



Fonte: *Correio do Povo*, 24 jul. 1935.

A emissora nasce já com uma programação definida, na qual todas as atrações tinham seu horário determinado em uma grade.

³⁰⁷ A data foi escolhida para coincidir com as comemorações do centenário da Revolução Farroupilha. No dia 24 de julho do mesmo ano também foi inaugurado o Parque Farroupilha, em Porto Alegre.

³⁰⁸ Mario Reis nasceu no Rio de Janeiro em 1907, vindo a falecer em 1981. Diferente dos cantores da época, conhecidos por seus "vozeirões", Reis tinha um timbre diferenciado e uma divisão rítmica mais ágil, dando uma interpretação diferente às canções. É conhecido como um dos principais intérpretes da música de Noel Rosa. Sobre isto ver Giron (2001).

A Farroupilha adotou de imediato o modelo de programação proposto por Arnaldo Ballvé: seguia-se uma ordem estabelecida, a exemplo do que hoje é conhecido como ‘grade de programação’. Até então, as emissoras costumavam cumprir um roteiro errático. Promoviam constantes modificações de acordo com a disponibilidade de músicas ou notícias, decidindo a cada instante o que colocariam no ar – naquela época, a programação tinha por base o ‘quarto de hora’ (PAIXÃO, 2006, p.21).

No primeiro ano, a emissora ficava no ar dez horas por dia. Sua programação era dividida em dois momentos: das 10h às 14h e das 18h às 24h.

Tabela 3
Grade de programação da Rádio Farroupilha em agosto de 1935

Primeira Irradiação		Segunda Irradiação	
10h	Abertura da programação – Apresentação de Notícias	18h	Música gravada
10h15	Música gravada	19h30	A Voz do Brasil
12h	Orquestra Internacional da Rádio Farroupilha	20h	Seção musical
12h15	Música gravada	23h	Apresentação de Notícias
12h30	Orquestra Internacional da Rádio Farroupilha	23h15	Boletim Meteorológico
12h45	Música gravada	23h30	Música gravada
14h	Encerramento	24h	Encerramento

Fonte: Paixão, 2006, p.21-2.

A programação inicial da emissora era diferenciada das demais – *Gaúcha e Difusora* -, pois valorizava artistas já conhecidos do público e apresentações ao vivo.

[...] associava-se uma programação artística que reunia conhecidos músicos da época e à qual iria se juntar, logo em seguida, a dupla Pery e Estelita, responsável pelo desenvolvimento do radioteatro no Rio Grande do Sul. Nas primeiras semanas de agosto de 1935, já fica claro que a PRH-2 estava introduzindo um nível de profissionalização diferente do até então inexistente. Mesmo permanecendo no ar por um período menor do que a Rádio Difusora, a Farroupilha irradia mais tempo ao vivo, programando apresentações de seus músicos contratados – reunidos na Orquestra Internacional, na Orquestra Típica e no Conjunto de Jazz – para a faixa das 12 às 13h, alternando os quartos de hora com gravações de sucessos de então (FERRARETTO, 2000, p.160).

Na reportagem sobre as comemorações do aniversário de segundo ano da emissora, a *Revista do Globo* colocava a *Farroupilha* em destaque e, com o propósito de realçar ainda mais a importância da *PRH-2*, desvalorizava as concorrentes.

Se a criação dessa emissora, como dissemos, constituiu acontecimento de preponderante influência na radiodifusão nacional, neste particular decisivos foram os seus efeitos dentro do Rio Grande do Sul até então possuindo apenas **duas pequenas emissoras de alcance e desenvolvimento muito limitados** [grifo nosso] (*Revista do Globo*, ano IV, 4 jul. 1937, n. 210, p.46).

A reportagem fazia referência ainda a programação de qualidade da estação: “Dentro do campo artístico, a *Farroupilha* soube valorizar, selecionar e bem aproveitar os bons elementos do rádio local. Pelo seu microfone já desfilarão destacados conjuntos e astros do broadcasting nacional e estrangeiro como Carmen e Aurora Miranda [...]” (idem).

Ilustração 18

Rádio Farroupilha comemora o segundo aniversário

RADIO SOCIEDADE FARROUPILHA
SEU 2º ANIVERSÁRIO

Prédio, à rua Duque de Caxias 116, onde funcionava as atividades e sede da Rádio Sociedade Farroupilha Limitada.

Funciona na radiodifusão nacional, neste particular destacando-se em sua classe dentro do Rio Grande do Sul, até então possuindo apenas duas pequenas emissoras, de alcance e desenvolvimento muito limitados.

Dentro do campo artístico, a Rádio Farroupilha soube valorizar, selecionar e bem aproveitar os bons elementos do rádio local. Pelo seu microfone já desfilarão destacados conjuntos e astros do broadcasting nacional e estrangeiro, como: CARMEN E AURORA MIRANDA, FRANCISCO ALVES, MARIO REIS, LAMARTINE BARO, ELISA COELHO, ALZIRINA CAMARGO, ROSANE, NINO KOLLAND, NEIVA STERLINA E ZILAH GOMES, GILDA DE ABREU, VICENTE CELESTINO, ASCENDINO LISBOA, LETICIA GOMES DE FREIREIRO, BANDO DA LUÁ, JAZZ, PERNAMBUCANO, GUTA PI...

Fotografia apanhada que acabou de 17 apresentações da Rádio Farroupilha, ocorrendo à 14.30. Nesta época o seu diretor geral, um dos diretores desta emissora, cercado de todos os auxiliares.

NHO, NESTOR E ILDEFONSO AMARAL, CONSACOS DO DOM, ORQUESTRA TÍPICA DE JUAN CANARO, ALDO CAMARGO, LITA MORELES, ROBERTO DIAS MURARO, CARLOS LIX, MALENA DE TOLEDO E OUTROS.

Os monumentais programas emitidos da Rádio Farroupilha estão enfocados nos seguintes elementos: JAZZ DE PAULO COELHO, ORQUESTRA TÍPICA DE CARLOS SMOZGER, ORQUESTRA DE SÁLÃO, SOB A REGÊNCIA DE PAULO COELHO, CONJUNTO REGIONAL SOB A DIREÇÃO DE MARIANO SANTOS, JANAÍRO DE OLIVEIRA, SADE NICKASCO, MURILO CALDAS, VERA PEYSER, ILRÁ FORTOURA, HELENTA TSCHOPPE, JOSÉ SERRA, LUCI WIEDMANN, MARINHEA ASSUNÇÃO, PERI...

Uma vista panorâmica das torres e do prédio onde funciona a emissora da Rádio Farroupilha, em todo o Porto Alegre.

Conquanto se trate de uma organização essencial, esta emissora, como é lógico, está intensamente voltada aos ideais de seu empreendimento comercial, sem por isso tomá-lo a Rádio Farroupilha de esquecer, na medida do possível, para o desenvolvimento e propagação de todos os movimentos artísticos, culturais, políticos, religiosos, desportivos, etc. que antes nenhum tempo têm agitado a vida da comunidade gaúcha.

Em tal período letivo, o que nos compete dizer, por um dever de fidelidade, a respeito da questão "broadcasting" que o Rio Grande do Sul possui, trata de boa vontade de um grupo de integrantes amigos do progresso do seu Estado, e que, entre as maiores expansões de fôlego e alçada de todos os seus concorrentes e de todos aqueles que se lançam a sua atividade, fôlego hoje o seu segundo aniversário.

Cadastrado das sete torres que formam o transmissor.

Uma vista parcial das atrações artísticas da Rádio Farroupilha.

Fonte: *Revista do Globo*, ano IV, n. 210, p.46-7, 24 jun. 1937

A música seria uma das marcas fortes da estação durante seu período de ouro. De acordo com Paixão, “era mesmo a música que costumava ditar a grandeza da emissora” (2006, p.25). A rádio chegou a ter, ao mesmo tempo, duas orquestras – Internacional e Típica -, além do Conjunto de Jazz. Outro diferencial é que a *Farroupilha* ao invés de pagar cachê por apresentação, mantinha todos os seus músicos como funcionários contratados. Assim, garantia exclusividade e disponibilidade dos mesmos para preencher as horas de programação. Um dos destaques desta fase inicial é o pianista Paulo Coelho e seu conjunto. Segundo Manoel Braga Gastal³⁰⁹, “era um verdadeiro fenômeno musical, intérprete de todos os ritmos, magistral desde o Tico-Tico no Fubá até a majestade das grandes sinfonias” (1997, p.99). A *Revista do Globo* também registra seu talento: “[...] a perfeição quase total que apresenta seus trabalhos, quer em conjunto, quer em acompanhamento (*Revista do Globo*, ano IX, 9 de outubro de 1937, nº 215, p.14)”. O maestro Salvador Campanella³¹⁰, que além de comandar a orquestra principal dirigiu a emissora algumas vezes³¹¹, afirmava que a versatilidade dos músicos da orquestra era o diferencial da estação. De acordo com Paixão,

o segredo era o ecletismo dos músicos: muitos dos 35 integrantes da orquestra atuavam também em outros conjuntos musicais da emissora, como a orquestra típica e o conjunto de Paulo Coelho. A orquestra típica, conduzida por Carlos Saggiari, era composta de oito músicos divididos entre instrumentos de corda e bandoneon. Especializada em tangos e jazz, era capaz de atender a pedidos de improviso (PAIXÃO, 2006, p.27).

A programação da *Farroupilha* não estava, no entanto, restrita à música. Conforme Ferraretto (2000), em seu primeiro ano a emissora apresentava um noticiário, das 10h às 10h15min, com apoio dos serviços da *Agência Telegráfica Radionews* para a cobertura nacional e internacional. A parte regional, por sua vez, dependia dos jornais da *Empresa*

³⁰⁹ Manoel Braga Gastal nasceu em dez de agosto de 1916, em São Gabriel, no Rio Grande do Sul. Ingressou na *Rádio Farroupilha* em 1º de maio de 1937 como auxiliar de programação e de locução. Em 1943, quando os Diários Associados compraram a emissora, ele passou para o cargo de diretor artístico, na qual ficou até 1948. Neste ano, foi eleito vereador de Porto Alegre pelo Partido Liberal. Contudo, manteve sua função de comentarista - com o *Dois Dedos de Prosa*- até os anos 60.

³¹⁰ Salvador Campanella nasceu em três de janeiro de 1907, próximo a Nápoles, Itália. Em 1932, depois de viver um período na Argentina, veio para o Brasil. Radicou-se em Porto Alegre, onde começou a trabalhar na *Rádio Sociedade Gaúcha*. Foi contratado pela *Rádio Farroupilha* para dirigir a orquestra, lançada por ocasião do centenário da Guerra dos Farrapos, em 1935, ano da inauguração da emissora. Campanella esteve à frente da Grande Orquestra até sua extinção, nos fins da década de 60 (Informações disponíveis em Projeto Resgate Vozes do Rádio, <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>).

³¹¹ De acordo com Paixão (2006), Campanella dirigiu a *Farroupilha* pela primeira vez em 1948, quando da saída de Manoel Braga Gastal. Contudo, recusava-se a ser efetivado na direção, pois temia que isto provocasse seu afastamento da orquestra.

Jornalística Riograndense. Aos domingos, a programação contava também com informações esportivas no formato de notas.

Outro destaque foi a participação do escritor Erico Verissimo na programação. O autor foi responsável por dois programas infantis, que foram ao ar nos anos de 1936 e 1937.

Aceitei o convite que me fez Arnaldo Balvé para que eu criasse e mantivesse na rua Rádio Farroupilha um programa dedicado às crianças. Foi assim que nasceu o Amigo Velho, o contador de histórias, e o Clube dos 3 Porquinhos. Cerca das seis da tarde, duas vezes por semana, eu saía apressado da redação da revista, subia às carreiras as escadarias do viaduto, entrava nos estúdios da PRH-2 e, ainda ofegante, improvisava diante do microfone, um conto, pois não tinha tempo para escrevê-lo e nem mesmo para prepará-lo mentalmente com antecedência (VERISSIMO, 1973, p. 262).

Em seu segundo ano, a *Farroupilha* também investiu no radioteatro e contratou Luiz Pery Borges e Esther Daniotti.

O poderio econômico da estação dos Flores da Cunha faz, então, a diferença e os dois são contratados com exclusividade no início de 1936. Na PRH-2, o gaúcho Luiz Pery Borges e a carioca Esther Daniotti, rebatizada com o nome artístico de Estelita Bell, lançam as bases da dramaturgia radiofônica no Rio Grande do Sul e, logo em seguida, criam o *Teatro Farroupilha*, grande atração das noites de domingo (FERRARETTO, 2005, p.165).

O *Teatro Farroupilha* estreou em cinco de setembro de 1937. Era o segundo programa exclusivo de radioteatro no Brasil. Em uma década foram radiofonizadas 278 peças (Ferraretto apud Paixão, 2006, p.30). Com o sucesso, o radioteatro passa a ser uma das principais fontes de renda para emissora. Em determinado período, como lembra Manoel Braga Gastal, os anúncios chegavam a ocupar um espaço exagerado dentro das apresentações a ponto de prejudicar a compreensão da história que estava sendo contada.

O radioteatro marcou para sempre a vida da Farroupilha. Eu recorro de uma ocasião em que exibíamos uma adaptação de *Os Maias*, de Eça de Queirós. As propagandas ocupavam um fichário de 20 folhas. O Antonaci Rebelo leu aquele trecho todo, durou mais de dez minutos e, quando terminou, disse: ‘Como devem se lembrar os nossos ouvintes, nós estávamos apresentando o Teatro Farroupilha. Vamos para o segundo ato, mas antes vamos fazer um histórico do primeiro (GASTAL apud PAIXÃO, 2006, p.39).

Em 1938, a emissora anunciava-se como a “mais moderna e melhor estação de rádio do Brasil” (REVISTA DO GLOBO, ano X, 14 jan. 2008, p. 01). Em anúncio publicado na *Revista do Globo*, a estação garantia lucros para quem anunciasse: “gaste em propaganda e verifique como o seu capital lhe proporcionará maior lucro” (idem).

Ilustração 19

Anúncio da Rádio Farroupilha destinado a conquistar novos patrocinadores



Fonte: *Revista do Globo* – ano X, 14 jan. 1938, n. 220, p. 001.

Pelo anúncio, também é possível perceber que a emissora possuía, com três anos de existência, um departamento comercial bem estruturado: “Peça a um de nossos corretores ou ao nosso Departamento de Publicidade pelo fone 5312 uma exposição dos nossos planos de propaganda” (ibidem). A organização garantia a *Farroupilha* lugar de destaque no início dos anos 40, período em que os gaúchos possuíam mais de 50 mil receptores de rádio (Rüdiger, 1993).

Nesta fase, ninguém superava a Farroupilha. Sua discoteca, constituída pelas antigas gravações de 78 rpm, era a mais completa do rádio sulino. Sua orquestra, a Panfar, reunia 34 músicos, regida pelo maestro Salvador Campanella. O elenco de rádioteatro primava pela qualidade. As melhores vozes ocupavam a locução comercial. Muitos artistas vinham contratados do Rio, São Paulo ou Buenos Aires. “Jungles” de Melhoral, Pílulas de Vida do Dr. Ross, Gilete Tech, Sabonete Palmolive, Kolynos, Homero o Camiseiro, Boianowsky, Café Carioca e outros ganhavam diariamente o espaço radiofônico (DILLENBURG, 1990, p.11).

Outro motivo do sucesso era o envolvimento de seus profissionais como mostra reportagem do jornal *Folha da Tarde*, de junho de 1980. De acordo com o então repórter Leonam Marques, o maestro Salvador Campanella, por exemplo, dedicava-se integralmente a emissora, a ponto de afirmar, ironicamente, que “ia em casa só de visita” (FOLHA DA TARDE, 21-22 jun. 1980, p.33-5).

O ano de 1941 marcaria a trajetória da *Farroupilha*. Durante os meses de abril e maio, a capital gaúcha enfrentaria a pior enchente de sua história. De acordo com o Departamento de Esgotos Pluviais de Porto Alegre, a enchente deixou 70 mil flagelados sem energia elétrica e água potável e as águas do Guaíba alçaram a cota recorde de 4,75 metros³¹².

Ilustração 20

As águas do Guaíba invadem Porto Alegre em 1941



Fonte: Metsul Meteorologia, <http://www.metsul.com/>

³¹² Informações disponíveis no site do Departamento de Esgotos Pluviais da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, http://www2.portoalegre.rs.gov.br/dep/default.php?p_secao=11.

A *PRH-2*, durante o período, foi praticamente o único meio de comunicação que conseguiu manter-se ativo. A programação radiofônica registraria um novo elemento: a presença da prestação de serviço³¹³.

Cidades como Estrela e Lajeado, além de Taquari, estavam inundadas. Era 30 de abril de 1941. Levei ao conhecimento do diretor Arnaldo Balvé [...] as notícias que vinham chegando. Decidiu não encerrar as transmissões no horário costumeiro, naquela noite. E assim fomos até o dia 12 de maio no ,mais gigantesco e heróico esforço de prestação de serviços já realizado por qualquer veículo de comunicação no Rio Grande. Fizemos de tudo naqueles dias tormentos. Recolhemos flagelados nos pores da estação, arrecadamos alimentos, agasalhos [...]. Quando Porto Alegre ficou isolada do mundo por qualquer via de acesso, [...] só a Farroupilha combatia ainda. Era o último posto de resistência. Dia e noite ali estávamos a receber pedidos de informações de pessoas residentes nos locais mais flagelados e a transmitir as respostas [...] (GASTAL, 1997, p. 33).

Em 1942, no dia 16 de julho, a programação da *Farroupilha* acrescentaria a sua grade “o principal noticioso do rádio brasileiro” (Klöckner, 1998, 215): o *Repórter Esso*³¹⁴. A síntese noticiosa³¹⁵ registra imediato sucesso, ajudada pelo contexto da época, uma vez

³¹³ Porchat considera que “hoje o rádio moderno, tecnicamente sofisticado, companhia do indivíduo em qualquer situação, tem que ser também grande prestador de serviço” (1993, p.16). A prestação de serviço inclui os boletins com informações sobre trânsito, aeroportos, previsão do tempo, problemas de falta de água e energia elétrica, entre outros. Porchat assinala ainda que “sempre que um fato chega a abalar a vida da cidade” (1993, p.16) é função do rádio levar o máximo de informação sobre este à população.

³¹⁴ O *Repórter Esso* entrou no ar, no Brasil, em 1941, em plena Segunda Guerra Mundial. Com cinco minutos de duração, a primeira edição foi transmitida às 12h55min do dia 28 de agosto pela *Rádio Nacional*, do Rio e Janeiro, “precedida do prefixo que se tornou célebre, composto de fanfarras e clarins, de autoria do maestro Carioca” (SAMPAIO, 1971, 20). No início de setembro, a *Rádio Record*, de São Paulo, também passou a transmitir o noticiário. O *Esso* era produzido pela agência de notícias *United Press*, com patrocínio da *Standart Oil of New Jersey*, que mais tarde passaria a chamar-se *Standart Oil Company of Brazil* e, posteriormente, *Esso Brasileira de Petróleo Limitada*. O *Repórter Esso* era supervisionado pela agência de publicidade *McCann-Erickson Corporation*³¹⁴. Como observa Klöckner, “todas empresas norte-americanas” (1998, p.107). Em sua fase inicial, o noticiário dava destaque às informações sobre a guerra. As notícias vinham direto dos Estados Unidos. O mais famoso locutor do noticiário foi Heron Domingues³¹⁴, a voz exclusiva do *Esso*, no Rio de Janeiro, durante 18 anos. Além da voz grave de Domingues e da característica musical, o *Repórter Esso* era marcado também pelos seus slogans: *O primeiro a dar as últimas* e *Repórter Esso, testemunha ocular da história*. No rádio, o *Repórter Esso* foi extinto em 31 de dezembro de 1968.

³¹⁵ Ferraretto define *síntese noticiosa* como o “tipo de informativo em que os fatos são hierarquizados em ordem crescente de importância. Cada acontecimento corresponde a uma nota, redigida em lauda única” (1992, p.15-6). Neste trabalho, adotamos o conceito de Ferraretto, embora nossa observação tenha indicado que, em certos casos, alguma notícia excede uma lauda ou mesmo uma nota, quando há desdobramentos do fato ocorrido. Klöckner explica que, na classificação dos noticiosos, o *Esso* enquadra-se na categoria repórter, pois apenas “posteriormente, é que os noticiosos sintéticos, entre cinco e dez minutos, foram conceituados como sínteses noticiosas, denominação usada atualmente” (1998, p.105). Alertamos, porém, que o conceito de *síntese noticiosa* não apresenta consenso entre os diversos autores. Ortriwano, por sua vez, utiliza o termo *boletim* ao referir-se a “noticiário apresentado com horário e duração determinados, com característica musical de abertura e encerramento, texto elaborado – *script* – e montagem dos assuntos a serem tratados, que podem abranger tanto o noticiário local como o nacional e internacional” (1985, p.93).

que a Segunda Guerra Mundial estava em andamento e um dos temas em discussão era a possível participação do Brasil no conflito. Conforme anúncio de sua estréia, era veiculado em três edições, de segunda-feira a sábado: 13h30, 18h30 e 22h30. Aos domingos, entrava na programação às 13h30 e 20h.

Ilustração 21

Anúncio da estréia do Repórter Esso



Fonte: Banco de Dados *Zero Hora*.

A Segunda Grande Guerra também influenciaria diretamente a programação da *PRH-2*³¹⁶. A emissora retransmitiria, de segunda-feira a sábado, às 21h15, o *Boa Vizinhança*. O programa, gerado em *Washington*, apresentava o conflito mundial a partir da visão norte-

³¹⁶ Como a *Farroupilha*, *Gaúcha* e *Difusora* também produziriam programas enfocando a guerra. Contudo, em menor escala. De acordo com Dillenburg, a *Difusora* instituiu o *Marcha da Guerra*, veiculado a partir de 1º de abril de 1943, às 19h30, com a participação de “militares e autoridades em política e economia (1990, p.41). A *Gaúcha*, por sua vez, lançou o programa *A Marcha do Tempo*, “com comentários sobre o andamento da guerra” (DILLENBURG, 1990, p.43).

americana. Era uma das iniciativas da chamada política de boa vizinhança³¹⁷. A programação contaria também, de segunda a domingo, das 21h às 21h30, com produções da *British Broadcasting Corporation*, a *BBC*. A *Farroupilha* também veicularia programas próprios: “[...] em julho de 1943, inclui, ainda, em sua programação o satírico *Barão Eixo*, ridicularizando o inimigo nazista, e o radioteatro semanal *Brasil na Guerra*, focalizando o esforço de guerra do Brasil [...]” (FERRARETTO, 2005, p.186).

Em 1943, as *Emissoras Associadas*, de Assis Chateaubriand, assumem o controle da *PRH-2*. Arnaldo Balvé deixa a estação e, em seu lugar, assume como diretor Osvaldo Chateaubriand, irmão de Assis. Com a mudança de proprietários, a programação é incrementada.

Fazendo parte da rede carioca, a *Farroupilha* estava conectada com a moda ditada pelas grandes rádios do sudeste do país, em especial a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro. Assim, a programação, que tornaria a emissora a mais popular do Estado, segue recheada de radionovelas, programas de auditório, programas humorísticos e esportivos, além da grande audiência do Repórter Esso, sob a voz de Ruy Figueira. Um exemplo de “narração” esportiva merece destaque: em 1949, Ernani Behs assume a direção da rádio e inova ao realizar, de avião, a cobertura de uma corrida automobilística entre Porto Alegre e Passo Fundo, o Circuito da Serra (DALLAGO, 1999, p.104).

O jornalismo também seria beneficiado com a aquisição. O *Grande Jornal Falado Tupi* passaria a integrar a grade de programação.

Começava a ficar evidente a necessidade de um noticiário que atingisse todo o país, mas exibisse características locais. Nos primeiros meses de 1943, passou a ser apresentado o *Grande jornal Falado*, com material gravado das irradiações da Tupi e algumas notícias locais. Aos poucos foi ganhando forma o *Grande Jornal Falado Farroupilha*, transmitido diariamente entre 23h e 23h30 (PAIXÃO, 2006, p. 36).

³¹⁷ Implementada durante os governos de Franklin Delano Roosevelt nos Estados Unidos (1933 a 1945), a chamada política de boa vizinhança tornou-se a estratégia de relacionamento com a América Latina no período. Sua principal característica foi o abandono da prática intervencionista que prevalecera nas relações dos Estados Unidos com a América Latina desde o final do século XIX. A partir de então, adotou-se a negociação diplomática e a colaboração econômica e militar com o objetivo de impedir a influência europeia na região, manter a estabilidade política no continente e assegurar a liderança norte-americana no hemisfério ocidental (Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas. Informações disponíveis em http://www.cpdoc.fgv.br/nav_historia/htm/anos30-37/ev_relint_boavizinhanca.htm).

Em 1945, o jornalismo ocupava grande espaço da grade. O *Jornal Emulsão de Scott e Sal de Fruta Eno* ia ao ar todos os dias. O *Rápido Informativo* era veiculado às 11h, 14h, 16h, 17h, 18h e 22h. Aos domingos, apresenta também uma edição às 12h e outra às 15h. O *Repórter Esso*, com cinco minutos de duração, era irradiado, de segunda a sábado, às 8h, 13h, 19h30 e 22h30. Aos domingos, a terceira edição entrava no ar mais tarde, às 20h. A programação contava ainda com o *Noticiário Fayazal*, das 12h30 às 12h45, de segunda a sábado; e com o *Grande Jornal Falado*, todas as noites, das 23h30 às 24h³¹⁸.

Na década de 50, a emissora vai viver seu ponto máximo. Isto ocorre pelo trabalho iniciado ainda na década anterior sob o controle do grupo de Assis Chateaubriand. De acordo com Ferraretto, a incorporação da *Farroupilha* aos *Associados* vai lançar as bases que nos anos 50 define-se como “uma indústria de conteúdo voltada ao entretenimento e caracterizada por produtos de largo consumo, como as novelas radiofônicas, os programas de auditório e os humorísticos” (2005, p.178). Um dos destaques do início da década é Ary Rego³¹⁹, que com o patrocínio da fábrica de chocolates *Neugebauer*, cria o *Clube do Guri*, programa de calouros que levava crianças e jovens ao palco. A atração revelaria, até seu final em 1966, grandes talentos, entre eles a cantora Elis Regina, na época com 12 anos.

Ilustração 22

Elis Regina, depois de descoberta no Clube do Guri, trabalhou como assistente de Ary Rego no programa



Fonte: Banco de Dados *Zero Hora*

³¹⁸ Programação divulgada pelo jornal *Diário de Notícias* em junho de 1945.

³¹⁹ Ary Rego nasceu em 26 de setembro de 1918 em Rio Grande. Ingressou na *Rádio Pelotense* em 1942, assumindo, mais tarde, a direção de programação. Em 1949 passou a atuar como locutor da *Rádio Farroupilha*.

Em 1952, Jesuíno Antônio D'Ávila é designado por Chateaubriand para assumir a direção artística da emissora³²⁰. D'Ávila faz uma avaliação da PRH-2 e constata a necessidade de investir em programas de auditório. Para colocar em prática sua proposta, monta o Auditório Associado, na Rua Siqueira Campos, no espaço que é ocupado até então pela produção da *Difusora*. Até o momento, os programas com presença de público eram realizados apenas no Cine Teatro Castelo, no bairro Azenha.

Mais afeito a programação musical que à teatral, D'Ávila imprimiu novo vigor ao setor comandado pelo maestro Salvador Campanella e lançou um programa humorístico e musical no horário do almoço, já testado com êxito pelas Rádio Tupi do Rio e Rádio Tupi de São Paulo, Rádio Sequência³²¹, e despontaram como ídolos humorísticos, Walter Broda e Pinguinho interpretando o alemão gremista e o colorado respectivamente, no quadro 'Drama do futebol', de autoria de Serrão Vieira. No campo artístico musical, D'Ávila foi responsável pelo lançamento de um dos mais aplaudidos conjuntos vocais, o Farroupilha (VAMPRE, 1979, p. 1953).

Outro mérito de D'Ávila foi a contratação de Maurício Sirotsky Sobrinho, que já havia passado pela emissora em 1949. Inicialmente, Maurício fica responsável pelo *Pare a música* até chegar ao *Programa Maurício Sobrinho*, apresentado no Cine Castelo.

O velho cinema Castelo, na Azenha, [...] viveu sábados memoráveis. O público assistia, em delírio, ao desfile dos grandes astros da época: Cauby Peixoto, Ângela Maria, Trigêmeos Vocalistas, Trio Irakitan, Anjos do Inferno, Jorge Goulart, Nora Ney, Agostinho dos Santos, Lúcio Alves, Gilberto Alves, João Dias, Marlene, Dircinha, Isaurinha, emilinha e si lá quantos mais (DILLENBURG, 1990, p. 150).

Em abril de 1954, depois de uma administração que “revolucionou a programação da PRH-2, imprimindo um novo ritmo, ágil e inovador” (Dillenburg, 1990, p.93), D'Ávila deixa a emissora para assumir a *Rádio Tupi* do Rio de Janeiro. A *Farroupilha*, no entanto, ficaria bem estruturada: quatro pessoas responsáveis por abastecer a programação com notícias, 45 radioatores e uma orquestra com 38 músicos.

³²⁰ O pernambucano D'Ávila trabalhava como diretor artístico da *Rádio Tupi*, de São Paulo. Há divergências sobre o ano em que D'Ávila entrou na Farroupilha. Vampré (1979) registra o ano de 1953, enquanto Ferraretto (2005) e Paixão (2006), 1952.

³²¹ O programa *Rádio Sequência* era apresentado pelo próprio D'Ávila e, das 11h30 às 13h, destacava, principalmente humor, música e notícias.

O mês de agosto do mesmo ano, porém, mudaria a história da emissora. Os estúdios funcionavam na antiga mansão da família Bastian Castilhos, na rua Duque de Caxias, esquina com Avenida Borges de Medeiros quando a emissora foi incendiada por populares revoltados com a morte do então presidente Getúlio Vargas³²². Sob o controle de Chateaubriand, a programação da emissora, muitas vezes, tinha caráter político.

Na programação, a Farroupilha fazia oposição ao Governo Vargas e, portanto, fora alvo predileto do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) até 1945. Durante o Estado Novo, um censor se mantinha permanentemente de plantão dentro da rádio. A campanha que Chateaubriand fez contra Getúlio alcançou tal dimensão que, quando este se suicidou, a Rádio Farroupilha [...] foi completamente destruída pela população enfurecida. (KLÖCKNER, 1998, p. 165).

O fato de fazer oposição explícita a Vargas fez com que a emissora fosse destruída³²³ quando da confirmação do suicídio do presidente³²⁴. Além disso, Vampré (1979) assinala que após o anúncio da morte de Vargas no *Repórter Esso*, a programação da emissora prosseguiu normalmente com suas atrações musicais. A atitude foi considerada pela população um desrespeito à memória do líder trabalhista.

[...] Em Porto Alegre, capital do estado natal de Getúlio à Rádio Farroupilha coube anunciar, em edição extraordinária do Repórter Esso, o suicídio de Getúlio Vargas. [...] Porto Alegre viu-se, subitamente, convulsionada por um povo enfurecido que, primeiramente, invadiu, depredou e incendiou o Diário de Notícias, invadiu e saqueou inúmeras casas comerciais, principalmente aquelas com nomes estrangeiros. [...] chegou, logo mais, a vez da Rádio Farroupilha. Porque era do grupo Chateaubriand, opositor a Getúlio Vargas e considerado americanista (VAMPRE, 1979, p.117-8).

A *Revista do Globo* descreveria o episódio assim: “Ninguém poderia supor que então começava Porto Alegre a viver suas oito horas mais anárquicas e vândalas [...]. Os associados ‘Diários de Notícias’ e ‘Rádio Farroupilha’ tiveram sorte pior. Foram totalmente destruídos.

³²² O presidente Getúlio Vargas cometeu suicídio em 24 de agosto de 1954, no Palácio do Catete, Rio de Janeiro.

³²³ Os transmissores da *Farroupilha* e da *Difusora* não foram destruídos, pois estavam localizados distantes do centro.

³²⁴ A oposição ao governo já tinha provocado o fechamento temporário da *Farroupilha*. A emissora foi lacrada no dia 9 de julho de 1945 e ficou fechada até 2 de dezembro do mesmo ano. O Departamento de Imprensa e Propaganda alegou que a rádio estava em situação irregular por não ter protocolado o pedido de renovação da concessão, expedido dez anos antes. Contudo, segundo Gastal (1997), a estação foi fechada por fazer críticas Estado Novo.

Primeiro a porrete e depois a fogo (REVISTA DO GLOBO, ano XXV, 18 set. 1954, n. 621, p.57).

Ilustração 23

Instalações da Difusora e auditório da Farroupilha, na Rua Siqueira Campos, são depredados pela população



Fonte: *Revista do Globo*, ano XXV, 18 set. 1954, n. 621, p.58.

A *PRH-2* fica quase duas semanas fora do ar. Quando retoma sua programação, não consegue, em um primeiro momento, manter o ritmo anterior, uma vez que “sofre sem o amparo do *Diário de Notícias*, que, no processo, além de parar de circular durante um período significativo, também perde credibilidade” (FERRARETTO, 2005, p. 87). Para superar a crise e obter recursos, a estação promove uma caravana pelo interior do Estado: “[...] todo o elenco da Farroupilha, inclusive músicos, técnicos até mesmo, encetaram uma peregrinação pelo interior do Estado arrecadando recursos através de shows. O sucesso foi total” (VAMPRÉ, 1979, p.121)

Aos poucos, a emissora vai renovando suas atrações. Uma das novidades de 1955 é o programa *Grande Rodeio Coringa*, idealizado pelo diretor da emissora na época, Otávio Augusto Vampré e Paixão Côrtes. Apresentado por este último, contava com a participação de

Darcy Fagundes³²⁵. O programa, patrocinado pelos Brins Coringa, era dividido em partes chamadas de invernadas: duplas e trios, trova, humor, declamação e a orquestra da Farroupilha. O *Grande Rodeio* ficou no ar por quase vinte anos.

A *PRH-2* chega ao final da década ainda investido em seu um *cast*.

Plauto Cruz, famoso flautista, chegou em 1956, vindo da Rádio Itaí. Junto com Plauto, destacavam-se cantores como Maria Ione, Valdir do Carmo, Antônio Lemos, Teresinha Monteiro, Therezinha Dias, Carmen Del Campo,, Branca de Neve, Francisco Lopes, Zilah Machado, Luiz Germon e Lourdes Rodrigues. Havia ainda uma orquestra de jazz comandada por Eduardo Constantino, a orquestra de Breno Baldo e a orquestra típica, sob o comando de Romero Rodriguez (PAIXÃO, 2006, p.46-7).

Nos primeiros anos da década de 60 do século passado, a *Farroupilha* mantém uma programação voltada para o espetáculo. Contudo, a cada ano, os espaços dedicados aos programas de auditório vão sendo fechados. Em 1966, um dos grandes nomes do gênero encerra suas apresentações. Era o fim do *Clube do Guri*. O próprio apresentador – Ari Rego³²⁶ – já dividia-se entre o rádio e a TV: “Em 1966 a programação de auditório vinha minguando por causa da televisão. [...] Eu tinha um programa semanal de 15 minutos na TV, o *Atrações Neugebauer*. Todos queriam cantar no programa de televisão e ninguém mostrava interesse em cantar no rádio” (Rego apud Paixão, 2006, p. 58).

As radionovelas também seguem o mesmo rumo. De acordo com a *Revista Globo*, em dezembro de 1966, “em Porto Alegre, apenas a Rádio Farroupilha mantém um cast completo” (REVISTA DO GLOBO, ano XXXVIII, primeira quinzena de dezembro de 1966, nº 936, p.37). A reportagem destaca ainda que pesquisa elaborada pela MPM indica que, com a chegada da televisão, o público prefere ouvir e ver seus artistas preferidos: “ver é melhor” (idem).

³²⁵ Darcy Fagundes nasceu em 1925, em Uruguaiana. Em 1968 gravou seu primeiro disco - *Tropa Amarga* – com Luiz Menezes. Em 1970, realizou sua primeira gravação individual, denominada *Rinha de Galo*. Também foi apresentador do programa de televisão dominical *Invernada Gaúcha* na TVE e do programa *Madrugada Gaúcha* na Rádio Gaúcha. Fagundes morreu aos 59 anos, em 22 de junho de 1984.

³²⁶ Ari Rego ficou na *Farroupilha* até 1971 fazendo locução comercial.

Ilustração 24

Revista do Globo anuncia a morte da radionovela

Reportagem de
ADOLFO BRAGA
Fotos de
OCTACILIO DIAS

**INCURSIONANDO
NOS
PROGRAMAS
HUMORÍSTICOS,
MUSICAIS, DE
PRÊMIO E DE
AUDITÓRIO, A
TELEVISÃO
TAMBÉM INVADIU
A ÁREA DA
NOVELA
RADIOFÔNICA.**



A MORTE DA RADIONOVELA

São oito horas e trinta minutos. Dona Theresa para sua cadeirinha ao perto do rádio e liga o aparelho. A voz grave do locutor anuncia que "dentro de um minuto estará no ar mais um capítulo da novela *O J. Fábres*".

Houve época em que milhares de mulheres (e homens também) estavam, naquele momento, à beira dos seus rádios, para "sofrer" com a ingenua ou com o galã que, após enfrentar mil e uma dificuldades, chegava, por fim, aos seus objetivos. Dona Theresa nunca se preocupou com nada disso e não sabe, agora, que ela está ficando cada vez mais isolada entre os que ainda ouvem novelas radiofônicas.

Por que se torna cada vez menor o número de rádios-ouvintes?

Após manter programas de novelas durante mais de 30 anos, emissoras como a Rádio Gaúcha resolveram, simplesmente, eliminá-las de sua programação. A conclusão a que se chega é de que o grande público não está mais interessado em ouvir novelas. Quem é o culpado?

O produtor Papé Moraes e o diretor Darcy Fernandes afirmam que há um meio-castelo em tudo isso, pois, no seu entender, o público de novelas de rádio somente se reduziu, à noite, continuando normal a audiência durante o dia. O meio-castelo é a televisão.

O publicitário Antônio Maffei diz que a TV é culpada por inteiro: "Ela vem roubando público do rádio, praticamente desde que se firmou como veículo. E se o fenômeno se verificou somente nos últimos tempos, no que respecta às novelas, é porque a televisão tardou a incursionar nesse terreno. Apenas por isso, porque na área dos musicais, dos shows humorísticos e mesmo nos programas de prêmios, em auditório, já há muita que a televisão passou o rádio para trás".

O fenômeno verificou-se em todo o País. Pesquisas realizadas na Guanabara demonstraram que as novelas televisadas são superadas na preferência popular, instintivamente pelos musicais. Os índices apontaram 44% para os musicais e 37% para as novelas.

VER É MELHOR

Um público que permanece fiel ao seu programa predileto, durante décadas, somente desloca radicalmente seu foco de atenção, por um motivo muito sério. A psicóloga Susely Avelino garante que esse foco é a própria televisão "que dispõe de um estímulo audiovisual muito poderoso, uma linguagem pictórica, que nasce das imagens e das sons, simultaneamente acessível a quase todo mundo".

Se lado de som, a imagem, e tudo isso num único aparelho, dentro de casa. Um estudo elaborado pela XPM-Propaganda, para IM, complementa com um exemplo prático: "A ouvir seu cantor preferido, tão somente, o público prefere *suavidade e voz*. A imaginar uma situação envolvendo seu gênio predileto, levado pela habilidade do somplanta e os diálogos do produtor, evidentemente, o público prefere *vê-lo em ação, dizendo os mesmos textos e vivendo as mesmas situações que o rádio apenas pode sugerir*. Exatamente a mesma coisa se dá com as novelas. É claro que o público prefere ver e ouvir o seu herói sofredor, a ouvir através do rádio." Lembra a psicóloga Susely Avelino que "o fato da projeção do espectador no contexto das imagens, com todos os seus estímulos psicológicos, é mais importante quando a projeção da sua vida, concorda com a projeção no vídeo".

O DIREITO DE SOFRER

Nem sempre foi assim. A novela radiofônica conheceu seu maior momento com "O Direito de Nascer". Por paradoxal que pareça, isso se repetiu anos depois, na televisão. Quem não sofreu com Isabel Cristina ou Mamã Dolores? Durante mais de um ano, o drama de Alberto Lima preocupou ministros e domas de casa. A novela alcançou tanta penetração, que um aluno consultado pelo professor a respeito do horário em que sua família assistia, respondeu: "Depois do capítulo de *O Direito de Nascer*". Félix Calogret deu ao seu original tons de dramaticidade tão contínuas, que beiraram o ridículo. Mas o público permaneceu fiel ao lado do rádio e, depois, da TV, sócio duplamente.

O produtor Papé Moraes afirma que o público gosta de sofrer: "Retransmitem, quanto mais dramática a novela, mais o ouvinte gosta". Mas é seu motivo que em cada 10 novelas, 9 são dramáticas. A receita aplicada com sucesso no rádio, transferiu-se para a televisão, onde os dramalhões chegam às raias do inacreditável.

36

Fonte: *Revista do Globo*, ano XXXVIII, primeira quinzena dez. 1966, n. 936, p.36.

Nos anos 70, a *Farrroupilha* entrou em sua pior crise. As pesquisas de audiência elaboradas pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística indicam que a emissora ocupava, de fevereiro a outubro de 1971, a oitava posição entre onze rádios citadas pelos ouvintes (Ferraretto, 2005). A sede da *Farrroupilha* passa a operar no prédio dos *Diários Associados*, no Morro Santa Tereza, onde também funciona a *TV Piratini*. A programação começa a pender para o popular e, paralelamente, a audiência volta a subir. Em dezembro de 1973 a emissora lidera com 21,69 por cento, seguida pela *Itaí* com 17,70 e *Difusora*, 16,20. Em quarto lugar aparece a *Rádio Gaúcha* com 12,81 pontos percentuais. A *Guaíba* ocupa a sexta posição, com 11,98 por cento (FERRARETTO, 2005).

A estação, contudo, enfrentaria ainda mais um revés. Em 13 de janeiro de 1974 um incêndio destrói seus estúdios. Desta vez, porém, a *PRH-2* consegue voltar ao ar em duas horas utilizando equipamentos de transmissão externa. Todo o arquivo da rádio desde 1954 e 18 mil discos são queimados. A população solidariza-se com a situação: “Os ouvintes passaram, então, a reconstruir a discoteca da rádio com doações. Em poucos dias, a discoteca destruída de 18 mil volumes era suplantada por outra de 20 mil discos doados por ouvintes” (PAIXÃO, 2006, p.62). O prejuízo provocado pelo incêndio, somado a crise dos *Associados*³²⁷, deixaria poucas alternativas para a sobrevivência da emissora: [...] a Farroupilha passou a investir em músicas populares, reafirmou sua vocação para a cultura regional e apostou no esporte. Foram relançados programas de grande audiência, como o *Rádio Seqüência*, revivido em 1977 (PAIXÃO, 2006, p.63). Entre os destaques deste período estão *Teixeirinha* e *Mary Terezinha*³²⁸, responsáveis por três programas: *Teixeirinha amanhece cantando*, *Teixeirinha comanda o espetáculo* e *Teixeirinha canta o Brasil*.

Em 1979, o jornalista Flávio Alcaraz Gomes assume a direção e encontra uma emissora com 40 funcionários desmotivados e salários atrasados. A saída, para Gomes, é investir em uma programação de qualidade. Busca, então, nomes já consagrados, como o de Cândido Norberto.

Aproveitando o canal livre que dá ampla abrangência ao sinal da Farroupilha, leva os principais comunicadores da emissora para cidades do interior gaúcho, fazendo uma espécie de radiografia sonora de cada município visitado. No dia 14 de julho, a partir das 6h, marcando os 210 anos da Revolução Francesa, coloca no ar boletins de hora em hora – os programetes *Paris, Urgente!* [...] Ao longo do semestre, a rádio já consegue duplicar o seu faturamento. Em 15 de outubro, às 7h, estréia o *Programa Flávio Alcaraz Gomes*. [...] Cândido Norberto Santos procura, no horário do meio-dia, repetir, com o *Sala de imprensa*, na Farroupilha, o sucesso do *Sala de redação* (FERRARETTO, 2005, p.312).

Em 19 maio de 1982, a parte gaúcha dos *Associados* entra em liquidação³²⁹. Os funcionários, conforme lembra Lauro Santos³³⁰ (*apud* PAIXÃO, 2006), escutaram pela *Voz do Brasil* a notícia do fechamento da emissora. Três meses depois, a estação voltaria a operar sob o comando da *RBS*. A sede foi transferida para o prédio da *Zero Hora*, na Avenida

³²⁷ Ver Wainberg (1997).

³²⁸ Mary Terezinha nasceu em Bagé, no Rio Grande do Sul, em 1948. Acompanhou *Teixeirinha*, com o acordeon, durante 22 anos em shows, no rádio e no cinema.

³²⁹ A *TV Piratini* foi encampada pelo governo do Estado e transformada na *TV Educativa*. A *Rádio Difusora* já havia sido vendida e os jornais dos *Associados* no Rio Grande do Sul foram fechados.

³³⁰ Lauro Santos, em 1982, trabalhava como operador de áudio na *Farroupilha*.

Ipiranga, e, pouco depois, a *Farroupilha* perderia seu canal exclusivo. A emissora ocuparia, no *dial*, os 680 mhz, enquanto a *Gaúcha* passaria para o seu lugar – 600 mhz. Um ano depois, com uma programação voltada para o popular, a antiga *PRH-2* voltaria a liderar a audiência.

2.3.5 RÁDIO ITAÍ: ALÉM DE UM WEEKEND DE ATRAÇÕES

A *Rádio Itai* – ZYU-33 - foi inaugurada em oito de março de 1952. Os transmissores foram instalados na cidade de Guaíba, enquanto o estúdio funcionava no prédio do Instituto de Aposentadoria e Pensões dos Comerciantes³³¹, no centro de Porto Alegre. Entre seus fundadores, está Marino Esperança, que já tinha experiência no meio, pois já atuara como corretor de anúncios da *Gaúcha*. De acordo com Ferraretto, a estação - a quarta emissora da capital gaúcha - “surge quase como uma coadjuvante em um mercado de razoável a bom para quem tem condições de contratar os principais artistas locais ou de trazer os grandes nomes do rádio e da indústria fonográfica do centro do país” (2005, p. 126).

O fato de ser uma emissora de menor porte e, por isso, com menos recursos financeiros, refletia diretamente em sua programação. Em seu início, a *Itai*, conforme Dillenburg, apresentava uma programação “um tanto fraca para os padrões desenvolvidos pelas demais” (1990, p.97). Ainda segundo o autor, “a programação era indefinida, isto é, procurava atingir a todo o público, indistintamente, seja com programas de moda de viola ou com clássicos como o ‘Operetas em Revista’ (1990, p.97). Apesar da afirmação de Dillenburg, percebe-se na grade inicial programas de público bem definido, como é o caso de *L’Itália ao Microfona*. Conforme Tósca, “veiculado uma semana após sua fundação, [...] era transmitido nas segundas e terças-feiras às 22h15min com duração de uma hora. Na locução do programa estavam Guido Bakus e Maria Paola Gambellini. O texto era escrito em italiano” (1998, p.58).

Os programas musicais, logo, passam a ser destaque na programação. Entre eles, *Weekend de Atrações* – aos sábados, das 20h às 22h - e *Café da Tarde*, apresentados pelo radialista Silva Filho. A ZYU-33 também abria espaço para duplas nativistas e sertanejas – como Xará e Timbaúva, Inhá Tuca e Inhô Zeca – além do violonista Aldo Braga e o acordeonista Paulinho Reckzigel. Um dos mais conhecidos músicos do Rio Grande do Sul também começaria sua carreira como profissional no estúdio da *Itai*. O flautista Plauto Cruz³³²,

³³¹ Estas informações constam de Ferraretto (2005). Dillenburg (1990) relata, por sua vez, que a *Rádio Itai* funcionava no Edifício Chaves Barcelos.

³³² Plauto Cruz já transitava pelo rádio. Aos 17 anos já tocara na *Rádio Difusora* no programa *Hora do Bicho*.

na época com 23 anos, assinou seu primeiro contrato, de oitocentos mil réis mensais, ainda em 1952.

Ao longo da década de 1950, a emissora vai investir no esporte, chegando a fazer coberturas fora do Estado, como lembra o locutor Rafaelle Merolillo.

Porque aí eu saí da Farroupilha e fui trabalhar na Rádio Itai com outra equipe. Era eu, o Celestino Valenzuela, o Godói Bezerra, o Jorginho Mendes. Então, em 54 o Renner foi campeão, eu estava na Farroupilha... Em 55 o Renner fez uma excursão para o Rio de Janeiro e nós, então na Itai, acompanhamos para fazer a transmissão. Naquele tempo o treinador era o Servílio Rodrigues. Fomos lá e transmitimos jogos pela Itai. As primeiras transmissões da vida da Itai Esportiva fui eu quem fiz. Volta Redonda, Rio de Janeiro, enfim, quando o Renner, calcado no título de campeão de 54 foi fazer uma excursão. Naquele tempo as excursões não eram como hoje, que se diz: "olha, vamos jogar amanhã lá em Manaus?" e vai tudo para Manaus jogar. Não, naquele tempo era tudo difícil, muito difícil. Bom, então eu fiquei um tempo na Itai, uns dois anos mais ou menos, e aí parei. Parei e comecei a entrar na atividade comercial (RAFAELLE MEROLILLO, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio³³³).

Na época, a estação anunciava-se como a “a imparcial dos esportes”. Contudo, a *Rádio Itai* destacaria-se com um esporte que, no período, não recebia atenção das demais emissoras: o turfe. Em 1956, Luiz Carlos Vergara Marques³³⁴ entra no ar com seu *Turfe e Boa Música*³³⁵. O programa dedicava-se as notícias do turfe, transmissão de páreos e canções. Foi o primeiro programa exclusivamente dedicado ao turfe (Projeto Resgate Vozes do Rádio³³⁶).

No hipódromo, em uma cabine especial de rádio, Vergara Marques e Hoffmeister Macedo transmitiam os páreos a partir das 13h30min. Nos estúdios da rádio, Aurélio Câmara com seu estilo sóbrio, fazia a programação do Turfe e boa Música que iniciava pontualmente às 13h com músicas de classe, principalmente do tipo orquestradas (TOSCA, 1998, p. 103).

Em 1959, a ZYU-33 começa a transmitir com 10kw de potência. A programação também sofre alterações.

³³³ Depoimento disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>.

³³⁴ Luiz Carlos Vergara Marques nasceu em Jaguarão. Vergara integrou a primeira equipe de locutores da rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Permaneceu por 32 anos na emissora, na qual chegou a direção no ano de 1984.

³³⁵ O programa ficou 35 anos no ar, sendo 17 pela *Itai*. O *Turfe e Boa música* foi apresentado também nas Rádios *Farroupilha*, *Princesa*, *Difusora*, *Pampa*, *Capital*, *Sucesso* e *1120*.

³³⁶ Entrevista com Vergara Marques disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>.

[...] aproveita os novos equipamentos e começa, então, a se voltar para a música gravada. Mantém, ao vivo, no início da manhã, programas de música caipira e campeira. Explora, ainda, o potencial do radialista Silva Filho, ganhador na categoria de estúdio de Melhores do Rádio em 1957 (FERRARETTO, 2005, p.128).

Ilustração 25

Rádio Itai aumenta potência passando de 1kw para 10 kw



Fonte: *Revista do Globo*, Porto Alegre, ano XXXI, 23 jan. 1960, n. 760, p.30.

Na grade da *Itai* também aparece um programa totalmente dedicado a literatura. O *Eu, Você as Letras* ia ao ar todas as quintas-feiras, às 21h45, e divulgava “tudo o que se passa no mundo literário de nossos dias” (REVISTA DO GLOBO, ano XXXIII, 11 nov. 1961, n. 807,

p.69). A nota da *Revista do Globo* destaca ainda “o louvável propósito de apresentar para seus ouvintes um programa de alto nível cultural, levando inclusive aos seus microfones figuras de prestígio das letras nacionais” (idem).

Ilustração 26

O escritor Érico Veríssimo participa da programação da Itai



Fonte: *Revista do Globo*, ano XXXIII, 11 nov. 1961, n. 807, p.69.

Os anos 1960 vão marcar a ascensão da emissora em relação à audiência. A estação beneficia-se com o fim do espetáculo no rádio, representado pelos programas de auditório, humorísticos e novelas.

A migração destes tipos de atração para a TV, no entanto, não se faz acompanhar por uma audiência formada pelos estratos menos favorecidos, afastados, de início, do novo veículo pelo alto preço dos televisores. Cabe lembrar que, na época, um aparelho chega a custar o equivalente a três salários mínimos [...] (FERRARETTO, 2005, p.216-7).

Lorenzo Gabellini³³⁷ assume a direção da emissora em 1965 e, além da programação, passa a ser responsável pela parte comercial. Logo, ele percebe que é preciso repensar a programação, constituída, na época, por música gauchesca e sertaneja. De acordo com sua esposa Lydía, “a programação da rádio, apesar de ser fundamentalmente regionalista, era de péssima qualidade” (GABELLINI, Lydía *apud* TÓSCA, 1998, p. 60). Ainda em 1965, Gabellini faz um levantamento a fim de traçar um perfil de quais seriam as necessidades do ouvinte. De acordo com Socorro (2006), “a pesquisa revela que uma parcela da população, formada pelas classes C, D e E estava sem opção de entretenimento e serviço de utilidade pública nas outras rádios”³³⁸. O diretor, então, “aposta, gradativamente, na prestação de serviço, na música de teor sentimental-romântico e no entretenimento fácil e direto, conduzido pelo comunicador” (FERRARETTO, 2005, p. 218). Socorro (2006) destaca, por sua vez, que “só sucessos comprovados” integram o rol de músicas. A estratégia era aproximar as músicas de mesmo estilo na programação a fim de buscar um clima de romantismo: “Neste sentido, também havia a preocupação de valorizar a música melódica, equilibrando a quantidade de músicas nacionais e estrangeiras em uma mescla agradável” (GABELLINI *apud* TÓSCA, 1998, p. 60). Gabellini também abre espaço para o ouvinte, que pode realizar pedidos musicais.

Inicialmente a intenção operacional da direção foi a de produzir uma programação radiofônica musical onde os ouvintes participassem por telefone dando sugestões do que queriam ouvir. Com este pequeno mas eficaz argumento, a audiência seria criada pelo fato do ouvinte ficar com o rádio ligado na expectativa de ter seu pedido atendido (TÓSCA, 1998, p.60).

Com Gabellini no comando, a nova programação vai tomando forma com mais inovações.

Introduz, ainda, no rádio no Rio Grande do Sul, a noção de serviço através do programa *Bolsa de Empregos*, irradiado das 6h às 8h, direcionado aos que precisam procurar ou oferecer trabalho. Fazendo a emissora transmitir 24 horas por dia, põe no ar o *Itaí, a Dona da Noite*, transmitido da meia-noite às 6h (FERRARETTO, 2005, p.220).

³³⁷ Gabellini nasceu na Cidade Estado do Vaticano e chegou ao Brasil em 1947.

³³⁸ *Homenagem a Sayão Lobato, o repórter da Rádio Itaí que deu uma canseira no Pelé*. Artigo elaborado por Francisco Socorro para o site do Instituto Caros Ouvintes de Estudo e Pesquisa de Mídia. Publicado em 31 jul. 2006. Disponível em <http://www.carosouvintes.com.br>. Consulta realizada em 21 set. 2007.

Gabellini busca definir a programação conforme o ouvinte do horário.

Cedo, das seis às oito da manhã eu fiz a Bolsa de empregos para aqueles que precisavam procurar e oferecer empregos com veiculação gratuita. Antes disso, às cinco horas da madrugada, se produzia um programa gauchesco ao vivo com participação de repentistas e trovadores regionais que se apresentavam para o homem do campo. Depois das dez horas, por causa da necessidade de colocar no mínimo uma hora de notícias por dia eu inventei o Aconteceu, que eram notícias radiofonizadas. O programa foi dividido em duas partes, uma com preponderância para a sonoplastia e a outra para os fatos com preponderância para vozes. Os dramas narrados na segunda parte eram feitos em cima das ocorrências do Pronto Socorro ou da Polícia [...] (GABELLINI *apud* TÓSCA, 1998, p.61).

De acordo com Socorro, o *Aconteceu*, “centrado no relato de crimes reais” (Socorro, 2006) passa a ser um dos grandes sucessos da emissora. Poucos meses depois, em abril de 1966, a emissora já é líder de audiência em Porto Alegre. Ao ser levado em conta apenas o número de receptores ligados, a *Itaí*, atinge 30,5 por cento; seguida pela *Gaúcha*, com 22,2; *Farroupilha*, 15,4; e *Guaíba* com 9,6 pontos percentuais³³⁹.

Em 1969, Gabellini adquire a estação. Contudo, segundo Tósca (1998), por ser estrangeiro, sua esposa, Lydia Theresa Miotto Gabellini, é designada como sócia majoritária e diretora da rádio.

A *Itaí* manteria-se na liderança em audiência, conquistada em 1966, durante toda a década de 70³⁴⁰. O sucesso de público, ao longo deste período, foi sustentado por uma programação popular.

Durante o período que se estendeu de 1966 até 1979, a Rádio Itaí desenvolveu características bem definidas em torno de sua programação, com base em um modelo de identificação popular. Este modelo incluía a reprodução do cotidiano das pessoas, seguindo um estilo que privilegiava a participação do ouvinte, caracterizando assim a sua importância como agente social (TÓSCA, 1998, p.75).

³³⁹ Pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística de 15 a 21 abril de 1966 (FERRARETTO, 2005).

³⁴⁰ Sobre isto ver Tósca (1998). Em *Rádio Itaí AM: 1º lugar no Ibope (1966 a 1979)*, o autor apresenta as pesquisas do Ibope realizadas neste período que comprovam a liderança da emissora.

Ilustração 27

Rádio Itaí nos anos 70: liderança absoluta



Fonte: Instituto Caros Ouvintes de Estudo e Pesquisa de Mídia. (<http://www.carosouvintes.com.br>)

De acordo com Gabellini, a *Itaí* transformou-se em uma estação com grande respaldo do público, “influenciando assim a linha de programação de outras emissoras que muitas vezes copiavam alguns segmentos de sua programação, buscando encontrar o mesmo caminho para o sucesso” (apud TÓSCA, 1998, p.75-6).

O último levantamento em que a *Itaí* aparece na liderança de audiência refere-se ao mês de março de 1979. A pesquisa realizada pelo Ibope indicava a preferência de 4,52 por cento dos ouvintes, seguida pelo *Rádio Caiçara*, com 4,41 pontos percentuais.

Em 1983, a emissora vive uma crise evidenciada por divergências entre a direção e o setor de operação. Em consequência dos problemas internos e a gradativa queda de audiência, as verbas publicitárias também entram em declínio. Em março de 1984 a emissora é vendida para a Igreja Pentecostal Deus é Amor, do pastor David Miranda. De acordo com Tósca, “no dia seguinte à compra, a rádio se tornou essencialmente evangelizadora, transmitindo sermões, exorcismos, sessões de cura [...] repertório musical evangélico” (1998, p. 108). Com as mudanças na programação da *Itaí*, abre-se um novo momento do rádio na capital gaúcha: o

das estações com programações dedicadas exclusivamente a evangelização e a conquista de fiéis.

2.3.6 RÁDIO METRÓPOLE: UMA LIVRE ATIRADORA

Na presente pesquisa optou-se por destacar, de forma breve, a história da *Rádio Clube Metrópole*, pelo fato de a emissora ter sido berço de dois profissionais que marcaram a história da *Rádio Guaíba*: Milton Ferretti Jung e Pedro Carneiro Pereira. A *Metrópole* – ZYU-44 - integra o grupo definido por Ferraretto como “as emissoras de menor porte da capital gaúcha” (2007, p.73), composto também pela já citada *Rádio Itai* e *Rádio Cultura*³⁴¹.

Ilustração 28

A primeira carteira profissional de Milton Jung.



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Obs.: O sobrenome Ferretti aparece grafado de forma errada, com apenas um T

³⁴¹ De acordo com Ferraretto, “com concessão para Gravataí e estúdios na Rua Coronel Vicente, em Porto Alegre, a Rádio Cultura, nos 840 khz, baseia a sua programação na música (2007, p.77).

De acordo com entrevista do radialista Paulo Deniz ao Projeto Resgate Vozes do Rádio (disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>), *Seu Disk Jockey Paulo Deniz* foi um dos programas de maior sucesso da *Cultura*. A atração foi apresentada Deniz de 10 de agosto de 1959 a 10 de agosto de 1965, das 18 às 19 horas. O radialista explica que criou o programa porque o horário do final da tarde em quase todas as rádios era composto apenas por publicidade. O nome da atração surgiu de um similar norte americano que se chamava "Seu Disk Jockey Favorito". Durante os seus 6 anos de duração orientou os jovens dos anos 60. Era o período da Bossa Nova, dos Beatles e dos Festivais de Música de San Remo. Ainda de acordo com Deniz, logo após sua saída da *Rádio Cultura AM*, o veículo foi vendido para um grupo paulista. Na presente tese, pelo critério de enfocarmos as emissoras surgidas antes da *Rádio Guaíba* e que, por isso, foram, em princípio, ouvidas pelos funcionários que integraram a equipe da emissora da Caldas Júnior, não abordaremos a *Cultura*, que entrou no ar em 1959. Da mesma forma e pelas pesquisas desenvolvidas ao longo deste levantamento não indicarem uma relação direta não enfocaremos as rádios *Princesa*, *Pampa* e a emissora da *Universidade Federal do Rio grande do Sul*. As duas primeiras tinham programação predominantemente musical, enquanto a última de caráter educativo.

Em 1953, o empresário Hermano Sperb³⁴² recebe do governo Getúlio Vargas a concessão para instalar uma emissora no município de Canoas, na região metropolitana de Porto Alegre. De acordo com Jung³⁴³, a *Rádio Canoas* entrou no ar em 1955³⁴⁴, ocupando no dial os 1270 khz. Em fevereiro de 1956, a futura voz do *Correspondente Renner*, da *Rádio Guaíba*, ingressaria na emissora, onde passa a ser também responsável pela seleção de locutores. É em um destes processos que vai surgir o narrador esportivo Pedro Carneiro Pereira que, anos depois, em companhia de Jung, migraria para a emissora da Caldas Júnior.

Pedro, até então apenas um locutor amador, soube por um anúncio de jornal que a Rádio Metrópole, antiga Rádio Canoas estava realizando testes a fim de selecionar locutores comerciais para o seu quadro funcional. No dia seguinte, sem avisar ninguém, Pedro estava na porta da emissora pra inscrever-se no teste. Milton Jung [...] era o chefe dos locutores da Metrópole. Jung e seus colegas Léo Ramos e Hélio Assis levaram o candidato para a cabine e lá exigiram tudo o que se esperava de um profissional. O novato Pedro Carneiro Pereira saiu-se tão bem que deixou o estúdio naquela tarde carregando seu primeiro contrato como locutor profissional (MARTINS, 2006, p.21).

Posteriormente, a *ZYU-44* transfere-se para a Avenida Presidente Roosevelt, na zona norte da capital, e muda seu nome para *Rádio Clube Metrópole*. Os transmissores, no entanto, por uma questão legal, são mantidos em Canoas. Conforme Ferraretto, a rádio passa a identificar-se como “a emissora da zona norte” (2007, p. 76) e sobrevive dos anúncios do comércio das proximidades e das dedicatórias musicais. Milton afirma que a *Metrópole* não tinha um público-alvo e poderia, nas palavras do locutor, ser definida como uma “livre atiradora”³⁴⁵. A emissora, inicialmente, realizava suas transmissões das 6h às 24h. Depois, passou a atuar durante 24 horas, quando adota o slogan “Noite e dia a Metrópole irradia”³⁴⁶. Segundo Jung (2007),

Era uma rádio como as demais em matéria de programação. Às vezes, transmitia futebol, desde que o jogo fosse comercializado. Foi nela que fiz minha primeira narração. Sérgio Moraes seria o narrador, mas se transferiu para a Gaúcha às vésperas de um Cruzeiro *versus* Renner. Basicamente, apresentava música e

³⁴² Sperb foi diretor da Loteria do Estado nos governos Dornelles, de 1951 a 1955, e Brizola, 1959 a 1963.

³⁴³ JUNG, Milton Ferretti. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 16 out. 2007.

³⁴⁴ Segundo Ferraretto (2007, p.76), a *Rádio Canoas* começa a operar em 30 de junho de 1955.

³⁴⁵ JUNG, Milton Ferretti. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 16 out. 2007.

³⁴⁶ Idem.

notícias. Eventualmente, fazia transmissões externas: bailes de debutantes no Gondoleiros, comício de Leonel Brizola, etc.³⁴⁷

2.4. A PROGRAMAÇÃO NA RÁDIO GUAÍBA

E assim, desde o início, a *Guaíba* buscou um padrão sóbrio, sem *jingles*, procurando respeitar a inteligência... A seriedade do ouvinte... (Breno Caldas)

A fim de descrever-se a formação e consolidação da programação da *Rádio Guaíba* optou-se por fazer uma divisão em seis tópicos. O primeiro trata da criação da emissora a partir da concepção de Breno Caldas, proprietário da *Companhia Jornalística Caldas Júnior*. Na sequência, destaca-se a programação inicial, com ênfase para o primeiro ano. Posteriormente, conforme conceito de Ferraretto (2001), desdobra-se a programação em três vértices: notícia (jornalismo), esporte e música. Por fim, registra-se um momento em que a *Guaíba* teve uma programação de exceção: a *Rede da Legalidade*, em 1961.

2.4.1 BRENO CALDAS LANÇA O CORREIO DO POVO NO AR

O proprietário e diretor da *Empresa Jornalística Caldas Júnior*, Breno Alcaraz Caldas³⁴⁸, ao pensar a criação de uma emissora de rádio, vai basear-se no que seu pai Francisco Antonio Vieira Caldas Júnior³⁴⁹ fizera na fundação do *Correio do Povo*, em 1895, ao constatar que o contexto da época levava ao surgimento de um jornal independente, que não fosse mais ligado às forças políticas nem meio de divulgação de idéias partidárias³⁵⁰.

³⁴⁷ JUNG, Milton Ferretti. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 16 out. 2007.

³⁴⁸ Breno Caldas nasceu em 3 de julho de 1910, em Porto Alegre. Filho de Francisco Antonio Vieira Caldas, o fundador do *Correio do Povo*, e de Dolores Alcaraz Caldas, Breno assumiu a direção do jornal em 18 de dezembro de 1935, função na qual permaneceu até a venda da empresa em 1986. Faleceu em 10 de setembro de 1989.

³⁴⁹ Caldas Júnior nasceu na localidade de Porteiros, no Estado de Sergipe, em 13 de dezembro de 1868. Em 1885 ingressou como revisor e noticiário no *A Reforma*, no qual chegou ao cargo de diretor, saindo do jornal em 1891, quando este deixou de circular. Ao deixar *A Reforma*, Caldas Júnior foi para o *Jornal do Comércio*, onde atuou como redator-chefe até 1895, quando saiu para fundar o *Correio do Povo*. Faleceu em Porto Alegre no dia 9 de abril de 1913.

³⁵⁰ O *Correio do Povo*, fundado em 1895 por Francisco Antonio Vieira Caldas Júnior, surge rompendo com o jornalismo dependente de partidos, dominante até aquele momento. Como destaca Dillenburg (1997), o jornal assumiu o risco de implantar um projeto inovador para a época: “Quando o *Correio do Povo* apareceu, em 1º de outubro de 1895, o Rio Grande do Sul ainda sentia os efeitos da Revolução de 1893, finda apenas um mês e oito dias antes do lançamento do jornal. O acordo de paz firmado entre maragatos e pica-paus ocorrera em 23 de agosto daquele ano, em Pelotas, mas os atritos haviam continuado. O Rio Grande do Sul estava dividido: de um

Breno Caldas percebe que o momento é propício para uma mudança na programação do rádio, ainda marcada pelo chamado “rádio-espetáculo”. Caldas busca, desde o início, tornar o jornalismo uma das marcas da programação da *Rádio Guaíba*, a ZYU-58³⁵¹. A estação em sua estréia já apresentava duas horas e dez minutos de notícias diariamente. Embora tenha inovado ao investir no jornalismo, cabe ressaltar que a notícia esteve sempre presente no rádio brasileiro, conforme revelam estudos elaborados por Ortriwano (1985) e Zucoloto³⁵² (1998). Porém, as emissoras da época não tinham uma estrutura exclusiva para atender ao jornalismo. No ar desde 1941, o próprio *Repórter Esso*³⁵³, que serviria como modelo para o *Correspondente Renner* da *Rádio Guaíba*, tinha na origem de sua produção uma agência de publicidade. Na década de 50 do século passado, o jornalismo era um gênero pouco valorizado pelas emissoras do Estado. A porcentagem estimada da programação jornalística nas rádios do Rio Grande do Sul era de seis por cento (Rüdiger, 1993). Dentro deste panorama, é possível afirmar que a emissora quebrou um padrão vigente. Apesar do “rádio-espetáculo” começar a dar sinais de decadência, era ainda o modelo que marcava a programação da maioria das rádios brasileiras. A própria *Rádio Guaíba* apresentava domingos à noite seu radioteatro. Sendo assim, a criação de uma nova estação ficaria sem sentido se ela se dispusesse a reproduzir o formato apresentado até então e que com a chegada da televisão

lado, os pica-paus, liderados por Júlio de Castilhos; do outro, os maragatos, chefiados por Gaspar Silveira Martins. Nesse contexto, embora a intenção de Caldas Júnior fosse de manter uma política neutra, dedicando-se apenas à informação jornalística – uma inovação para a época –, a empreitada era, no mínimo, temerária, ainda mais que praticamente toda a população estava dividida em facções partidárias” (DILLENBURG, 1997, p.19). Contudo, como destaca Rüdiger, o *Correio do Povo* “nunca foi um jornal apolítico, como reza sua lenda. Durante a década de trinta, por exemplo, envolveu-se num sério conflito com o Governo Flores da Cunha” (1993, p.64).

³⁵¹ Este foi o primeiro prefixo da *Rádio Guaíba*. Conforme a emissora foi aumentando sua potência, também foi alterado seu prefixo. Ao longo deste trabalho utilizamos o termo ZYU-58 como sinônimo de *Rádio Guaíba*. Hoje, a emissora pode ser sintonizada em ZYK-276 – 720 khz, 100 kw; ZYE-852 – 49 metros, 6000 khz; ZYE-853 – 25 metros, 11785 khz.

³⁵² Zucoloto (1998) propõe-se a apresentar a trajetória da notícia e não do radiojornalismo brasileiro como um todo. Para isto, optou por uma investigação através de fases, que foram categorizadas de acordo com estágios e fatos que podem ser considerados demarcadores dos tempos históricos da radiofonia nacional. A primeira fase se estende do advento do rádio em 1922 a meados da década de 30. É o período de surgimento e implantação do meio em território brasileiro. De acordo com Zucoloto, neste período “a notícia faz parte da programação radiofônica de maneira muito tímida” (1998, 24). A segunda fase inicia-se por volta de 1935 e termina com o desenvolvimento da televisão no Brasil. Inclui a “época de ouro” do rádio brasileiro. Nesta época, o rádio informativo passa a se desenvolver. Surge em 1941 o *Repórter Esso*, marco do jornalismo radiofônico brasileiro. A terceira fase começa na metade dos anos 50 e segue por toda a década de 60. O rádio sofre com o impacto da TV e, inclusive, chega a ter sua morte anunciada. A maioria das emissoras se limita a rodar discos em sua programação. Apesar do declínio, o radiojornalismo sobrevive e até ganha força, ajudado pelas novas tecnologias, como o transistor. Também Ortriwano registra o crescimento do radiojornalismo neste período. A autora destaca que um novo tipo de programação noticiosa foi lançado pela *Rádio Bandeirantes*, de São Paulo, em 1954. Segundo Ortriwano, “a Bandeirantes fez-se pioneira no sistema intensivo de noticiário [...] em que as notícias de duração entravam a cada quinze minutos e, nas horas cheias, em boletins de três minutos” (1985, 22).

³⁵³ Ver Mércio (2002).

dava sinais claros de desgaste. Em entrevista ao jornalista Pinheiro Machado, em 1987, Breno Caldas destaca que a idéia era criar uma rádio diferente das que já existiam.

Nós queríamos, com o advento da Rádio Guaíba, fazer algo com um pouco mais de nível intelectual. [...] era uma idéia que contrariava o padrão vigente. O padrão vigente era, em 1957 – como hoje –, a estação de rádio supercomercial. Essas coisas que o Zambiasi faz... Naquele tempo tinha aquele Alcântara, que fazia na Difusora esses pedidos... um cobertor, por favor!... Essas coisas... Tinha a hora do anjo... Meus irmãos vamos rezar!... No Rio tinha o Zarur... Enfim, sempre há uma certa tendência para explorar a credence popular... E também para o pessoal tirar proveito próprio. Eu nunca permiti isso. Sempre procurei fazer uma estação de rádio impessoal. O mais impessoal possível. Tanto que alguns programas que surgiam com nome do fulano ou do beltrano, eu sempre procurava cortar [...] E assim, desde o início, a *Guaíba* buscou um padrão sóbrio, sem *jingles*, procurando respeitar a inteligência... A seriedade do ouvinte...[...] Queria uma coisa que ficasse, **uma espécie de *Correio do Povo* no ar...** (CALDAS *apud* MACHADO, 1987, p.67-69) [grifo nosso].

A declaração de Caldas – “uma espécie de *Correio do Povo* no ar” (idem) – sintetiza de forma clara o projeto da nova emissora. Também é possível notar para qual público o então diretor do *Correio do Povo* idealizou a emissora: a alta sociedade gaúcha, que, em suas palavras, buscaria na ZYU-58 um padrão sóbrio, que respeitasse a inteligência e seriedade do ouvinte. De acordo com Breno, “a minha fórmula era fazer um estação de rádio que eu pudesse ouvir! Uma rádio que eu tivesse prazer em ouvir” (MACHADO, 1987, p.68). Desta forma, Caldas também ressalta a idéia de produzir uma programação de “bom gosto”, já que ele, proprietário da maior e mais influente empresa jornalística da época³⁵⁴ da região sul e representante da dita alta sociedade, enquadrava-se entre seus ouvintes. O principal *hobbie* de Breno não deixa dúvidas sobre sua condição: desde 1937 dedicava-se à criação de cavalos, tendo fundado o Haras do Arado, no bairro Belém Novo, em Porto Alegre, considerado um dos mais importantes campos de produção de cavalos de corrida do país. Caldas aplicava-se ainda a outro esporte da elite: a vela. Proprietário do veleiro *Aventura*, participava de competições, tendo conquistado, inclusive, o segundo lugar na *Regata Buenos Aires-Rio*, em 1962.

³⁵⁴ Com a morte da mãe, Dolores Alcaraz Caldas, em 18 de julho de 1957, Breno passou a ter a maioria das ações da *Companhia Jornalística Caldas Júnior*.

Ilustração 29

Breno Caldas em seu escritório na Companhia Jornalística Caldas Júnior em 1950



Fonte: (MACHADO, 1987, p.156).

O gosto pelos cavalos também reforça a idéia de que, embora filho de um sergipano, o portoalegrense Caldas tinha profunda relação com as tradições do gaúcho. Conforme já citado no primeiro capítulo, o símbolo principal do gaúcho pode ser considerado o cavalo (Oliven, 1992). Ainda sobre a relação de Breno com o Rio Grande cabe um destaque:

Flávio³⁵⁵ foi testemunha e muitas vezes ouviu seu primo Breno declamar o *Antonio Chimango*. Segundo o seu depoimento, os versos preferidos do antigo diretor do *Correio do Povo* eram os da “Quarta Ronda” do poema de Ramiro Barcelos, mais precisamente as estrofes 128 e 129³⁵⁶ (GALVANI, 1995, p.370).

Somaria-se a proposta de destacar o jornalismo, a presença de esporte e música na programação, o que ficaria conhecido como o trinômio música-notícia-esporte.

Estava na hora, entretanto, de surgir uma proposta nova, num mercado que possuía apenas quatro emissoras: a Gaúcha, a Difusora, a Farroupilha e a Itaí, esta operando em Guaíba. Vivíamos o auge do radioteatro, que guardadas as proporções, era tão ou mais importante do que as novelas da televisão de hoje, e o

³⁵⁵ Flávio Alcaraz Gomes.

³⁵⁶ “Quando vires um peão, mesmo o melhor no serviço, ir pretendendo por isso, adquirir importância... Bota para fora da estância, mas sem fazer rebuliço. A regra é – cabresto curto – pra ter tudo nos seus eixos; Sofreção pelos queixos, De vez em quando convém... Mesmo aos que procedem bem, queixa-te dos teus desleixos”.

rádio que ia ao ar, com rara exceção, era de má qualidade. [...] Ficou decidido fundamentalmente que transmitiríamos sempre duas músicas, com locução ao vivo e ênfase especial à cultura, notícias e esporte (GOMES, 1995, p. 86-7).

Vampré também registra que a emissora nascia “revestindo-se de uma personalidade marcante, bem diversa da maioria das outras emissoras brasileiras. Muita música, a maioria gravada, e com original característica comercial sem spots ou jingles”³⁵⁷ (1979, p.124).

Para tornar viável a proposta de realizar “uma espécie de *Correio do Povo* no ar”, no final de 1956, Breno Caldas convida o então diretor da *Folha da Tarde*, Arlindo Pasqualini, para assumir a coordenação do projeto. Breno desejava ter no comando alguém que tivesse domínio da história e dos princípios que regiam a *Caldas Júnior*. Pasqualini ingressara na empresa na época da Revolução de 30 como redator do *Correio do Povo* e, em 1937, um ano após a fundação da *Folha da Tarde*, assumiu a direção do vespertino, substituindo Vianna Moog. Na época, Caldas foi criticado por escolher Arlindo para o cargo, pois este era irmão do senador Alberto Pasqualini³⁵⁸ e muitos temiam que ele utilizasse a *Folha da Tarde* para obter benefícios políticos.

A escolha de Pasqualini para a direção do novo empreendimento era uma prova de que a *Caldas Júnior* estava, realmente, querendo investir no rádio, pois além de confiar na competência profissional, colocava à frente da *Guaíba* um amigo. Breno Caldas e Arlindo Pasqualini eram muito próximos. Galvani (1996) destaca esta relação: “Pasqualini fez e refez o passeio de seis quadras pela velha Rua da Praia, da Caldas Júnior até a Doutor Flores, passo a passo, ao lado de Breno Caldas, muitas vezes em silêncio, outras trocando monossílabos, mas, conta-se, através dos fluidos recíprocos, em entendimento completo” (1996, p. 97). O jornalista Amir Domingues conta que Arlindo Pasqualini “era o único amigo que o Breno tinha [...]” (GALVANI, 1996, p. 97).

“O único amigo” no comando também dava segurança para Breno voltar a investir no rádio, uma vez que esta não era a primeira experiência de proprietário do *Correio do Povo* na área. Em 1937, ele havia comprado ações da *Rádio Sociedade Gaúcha*, tornando-se sócio da mais antiga emissora em atividade de Porto Alegre. Gomes conta que “tendo tido uma má

³⁵⁷ Os comerciais eram apresentados única e exclusivamente pela própria voz dos locutores, sem apoio de qualquer outro recurso.

³⁵⁸ Alberto Pasqualini nasceu em Ivorá, no Rio Grande do Sul, em 23 de setembro de 1901 e faleceu em 1960. É considerado o grande ideólogo do trabalhismo brasileiro, sendo um dos fundadores do PTB. Alberto Pasqualini foi professor, advogado e senador pelo Rio Grande do Sul. No Senado, lutou pela implantação do monopólio estatal do petróleo, tendo sido relator do projeto de criação da Petrobrás em 1953.

experiência com a *Rádio Gaúcha*, da qual se desfizera com prejuízo em 1939, Breno hesitava em tentar nova aventura em um ramo que desconhecia” (1995, p. 86).

Com a concessão comprada de políticos do Partido Social Democrático – PSD, a equipe para a nova rádio começa a ser montada por Pasqualini. Ele convida Jorge Alberto Beck Mendes Ribeiro³⁵⁹, que trabalhava na *Rádio Sociedade Gaúcha*, para assumir a direção de *broadcasting*³⁶⁰ e Flávio Alcaraz Gomes, já há 12 anos na empresa, para diretor comercial.

A equipe ainda era formada por [...] o produtor Luiz Gualdi, o programador Osmar Melletti, o engenheiro Homero Simon, Alcides e José Krebs e Hélio Custódio. Como locutores estavam Aden Rossi, Adroaldo Streck e Petrônio Corrêa, este como noticiarista e redator. Logo em seguida ingressaram Marco Aurélius, Paulo Flores, Ênio Berwanger e Zalmiro Zimmermann. Como “Correspondente Renner” foi indicado Ronald Pinto, transferido da Farroupilha (DILLENBURG, 1991, p.124).

Jorge Mucillo foi o primeiro diretor de radioteatro e acumulava também a função de narrador de turfe. O jornalista Sérgio Jockymann³⁶¹ foi contratado como produtor e revelou-se autor de peças infantis. Além de atores contratados, o radioteatro contava com a participação dos locutores da emissora.

O grupo era bem jovem – em média, 30 anos – o que provocou desconfiança. O editorial da *Revista da TV* de maio de 1957, como lembrou Flávio Alcaraz Gomes em sua coluna publicada no jornal *Correio do Povo*, em 30 de maio de 1994, destacava a responsabilidade da equipe, ainda mais pelo fato de ela contar com diretores formados por curso de jornalismo.

Guardo entre meus desafios vencidos a página amarelecida da Revista TV, que se editava em Porto Alegre, e no editorial de sua edição de maio de 57 escreve: Finalmente depois de muito boato e muito diz-que-me-diz rompeu os céus do Rio Grande do Sul e do Brasil a Rádio Guaíba de Porto Alegre. Seus diretores são Arlindo Pasqualini, Flávio Alcaraz Gomes e Mendes Ribeiro. Lembramos uma coisa. A responsabilidade desses moços é muito séria, mas ainda é dupla. Todos eles são formados por curso de jornalismo, sendo que um deles possui estágio em emissoras americanas – o Flávio. Qualquer deslize lhes poderá valer descrédito do

³⁵⁹ Mendes Ribeiro nasceu em 14 de julho de 1929, em Porto Alegre. Ingressou na *Rádio Sociedade Gaúcha* em agosto de 1951. Entrou na *Rádio Guaíba* em 1957 para assumir, além das atividades de locutor, a direção artística. Além de jornalista, foi professor, advogado, vereador, deputado estadual e federal. Faleceu em 10 de julho de 1999.

³⁶⁰ Direção artística.

³⁶¹ Sérgio Jockyman nasceu em 1930, no município gaúcho de Palmeiras das Missões. Atuou como jornalista, romancista, poeta e teatrólogo.

público ouvinte. Não basta entender de rádio. Precisam é mostrar com realizações esse conhecimento [...] (CORREIO DO POVO, 30 abr. 1994, p.4).

Outra preocupação de Breno Caldas e que reflete diretamente na programação da *Guaíba*, é com a qualidade do som. Se Breno pretendia atingir um ouvinte “inteligente e sério”, isto seria feito de forma mais eficiente caso o áudio da nova emissora fosse mais limpo³⁶² que o das concorrentes. O fato de querer ser “uma espécie de *Correio do Povo* no ar” também exigia este diferencial. O jornal da Caldas Júnior era considerado o de maior qualidade na época e, sendo assim, a emissora não poderia destoar do restante do grupo. A qualidade também beneficiaria um dos pontos fortes da nova programação: a música.

Para isto, quatro anos antes da inauguração da *ZYU-58*, a parte técnica já começa a ser montada. Caldas contrata o engenheiro eletrônico Homero Carlos Simon³⁶³, que passa a ser, então, primeiro funcionário da *Guaíba*. Ele tinha experiência com sistemas de transmissão, adquirida na *Rádio Sociedade Gaúcha* e na *Rádio Itai*.

Homero foi convidado, em 1953, para instalar a emissora e imediatamente começou a trabalhar no projeto [...] com a implantação dos transmissores mais modernos da era do rádio. Ele foi o responsável pela instalação do complexo da Ilha da Pintada³⁶⁴, pela estruturação das linhas de transmissão e pela montagem dos estúdios na Rua Caldas Júnior (CORREIO DO POVO, 7 mai. 2002, p.20).

O trabalho de Simon - assessorado por Hélio Custódio, Alcides e José Krebs - permitiu que “o som da emissora surpreendesse os ouvintes já no seu primeiro contato” (CORREIO DO POVO, caderno especial Rádio Guaíba 50 anos, 30 mai. 2007, p. II). Contudo, a instalação dos transmissores na Ilha da Pintada transformou a tarefa do engenheiro em uma aventura, pois “o terreno era alagadiço e, muitas vezes, o acesso somente era

³⁶² A expressão som limpo refere-se a uma emissão sonora com nível muito baixo de ruídos e frequências equilibradas.

³⁶³ De acordo com Vampré, Homero Simon já trabalhava na instalação da *Rádio Guaíba* desde 1953, quatro anos antes de sua inauguração: “Foi uma das lutas, das mais ingratas, mas ao final vencedora, de quatro anos seguidos, pelos problemas técnicos que tivemos de enfrentar para a instalação de transmissores e torres na Ilha da Pintada, ainda município de Porto Alegre. Mas, a 30 de abril de 57, entrávamos no ar em excelentes condições técnicas” (1979, p.124). Nascido no município gaúcho de Carazinho em maio de 1920, Simon faleceu no dia 19 de abril de 1987, um mês antes de completar 67 anos.

³⁶⁴ A Ilha da Pintada, na região metropolitana da capital gaúcha, faz parte do Parque Estadual Delta do Jacuí, no Rio Grande do Sul. O Delta se localiza nos municípios de Porto Alegre, Canoas, Nova Santa Rita, Triunfo, Charqueadas e Eldorado do Sul, com uma área de 17.245 hectares e é composto por 28 ilhas.

permitido com o uso de barcos (idem). Além dos transmissores, a ilha recebe uma antena de 96 metros de altura. De acordo com Diniz, “a idéia é aproveitar o espelho d’água do lago Guaíba para aumentar a propagação do som” (2005, p.55). A ZYU-58 beneficia-se ainda dos avanços tecnológicos do pós-Segunda Grande Guerra. Como o próprio Simon conta,

[...] a tecnologia já estava, nos anos 50, bastante evoluída. Logo após nossa saída da Escola Politécnica, já havíamos traçado os planos de sistema direcional para a Rádio Itaí. O mesmo fizemos com a Guaíba, em 720 quilociclos, na época. Canal exclusivo, consignado ao Brasil e partilhado por outra emissora do norte do País (SIMON *apud* VAMPRE, 1979, p.124).

Ao contrário da maioria das emissoras da época, que recorriam a equipamentos importados dos Estados Unidos, o engenheiro opta por utilizar transmissores da marca Philips, produzidos em São Paulo. Para garantir uma maior qualidade de áudio, Simon fez diversas alterações nos componentes.

Naquela época todas as emissoras, de um modo geral, tinham muita distorção no som, e era necessário que se fizesse alguma coisa em matéria de qualidade. Foi o que foi feito pela Rádio Guaíba. O som do transmissor de 10 quilowatts, o primeiro a ser instalado, foi afinado, refinado, aperfeiçoado em todos os sentidos, [...] então, quando começou de fato, era a primeira emissora em matéria de som (HOMERO SIMON, Arquivo de Vozes da Rádio Guaíba).

Homero Simon “passou para a história da radiofonia brasileira como ‘o mago do som’” (CORREIO DO POVO, 7 abr. 2002, p.20). O programador musical da *Guaíba*, Fernando Veronezi, lembra que o engenheiro chegou a construir novos equipamentos a partir dos adquiridos pela emissora.

[...] o doutor Homero Simon era o responsável pelo som da *Guaíba*. Tanto que ele levou para o túmulo aquele segredo com ele. O material chegava [...]. Ele desenhava tudo de novo. Os próprios transformadores eram construídos por ele, à maneira dele. Os estúdios foram todos desenhados por ele a fim de ter uma melhor qualidade de som. Era um trabalho artesanal (FERNANDO VERONEZI, Projeto Resgate Vozes do Rádio).

No final do ano de 1956, a *Rádio Guaíba* realiza diversos testes de transmissão.

Há vários meses, os ouvintes, especialmente os do Rio Grande do Sul, vinham acompanhando as transmissões experimentais da nova emissora que muito antes da inauguração firmaram para a *Rádio Guaíba* o conceito de alta fidelidade do seu som. Explica-se [...] pelo cuidado com que foram montados os seus transmissores, situados na Ilha da Pintada e ligados tanto por linha direta como por uma emissora exclusiva de frequência modulada para o som para as ondas médias e curtas (FOLHA DA TARDE, 30 abr. 1957).

Para a sua estréia, a ZYU-58 contava com um transmissor de dez quilowatts de potência em ondas médias. Em ondas curtas – 25 e 49 metros – a emissora possuía dois transmissores de sete quilowatts e meio³⁶⁵. Com os equipamentos de transmissão em ordem e os escolhidos de Pasqualini a postos, era hora da *Rádio Guaíba* oficialmente entrar no ar.

2.4.2. A PROGRAMAÇÃO INICIAL: DO RIO GRANDE, PARA O BRASIL E O MUNDO, RÁDIO GUAÍBA DE PORTO ALEGRE

Em 1950, conforme dados da Fundação de Economia e Estatística³⁶⁶, o Rio Grande do Sul atinge a marca de 4.164.821 habitantes. Porto Alegre, por sua vez, ultrapassava os 390 mil. O esgotamento do modelo agro-exportador na década anterior e o incentivo do Estado para a formação de uma indústria nacional auto-suficiente provocam uma aceleração no processo de urbanização.

Na década de 50 do século passado, o Rio Grande do Sul registra 103 publicações periódicas, sendo 23 jornais. Em Porto Alegre, são oito diários (RÜDIGER, 1993). Em primeiro de janeiro de 1950 são 28 emissoras de rádio no Estado e 563 pessoas envolvidas diretamente com a atividade (FERRARETTO, 2005).

³⁶⁵ A preocupação com a qualidade do som vai se estender ao longo da história da emissora. Em 1963, a *Rádio Guaíba* aumentou sua potência para 50 quilowatts, atingindo assim, além da América do Sul, América Central e América do Norte. Em 1991, a emissora duplica sua potência, sendo a primeira rádio AM 100 quilowatts estéreo do país. Com o novo transmissor, a emissora atingia os estados de Santa Catarina, Paraná e Mato Grosso, com a qualidade do som local. De acordo com o jornal *Correio do Povo*, “o diretor da rádio, Carlos Bastos Ribeiro, ressalta que foram investidos 1,5 milhão de dólares no novo transmissor e demais equipamentos de estúdio. O transmissor totalmente transistorizado, fabricado pela empresa norte-americana Harris Corporation, integra a linha de última geração para transmissões radiofônicas. Desde ontem, estes equipamentos estão em operação, projetando para mais longe um inconfundível estilo de fazer rádio. Mais uma vez o pioneirismo Guaíba no ar” (CORREIO DO POVO, 19 dez. 1991).

³⁶⁶ Dados disponíveis no CD-ROM *Um Século de População do Rio Grande do Sul: 1900-2000*, produzido pela Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul. Em 1950, a população da capital gaúcha é de 394.141 habitantes.

Culturalmente, a capital vive dias agitados. Conta com 46 cinemas, sendo destes 26 inaugurados ao longo dos anos 50 (CAPARELLI, 2000, p.277). É também nesta década, como visto no primeiro capítulo, que o grupo de Paixão Côrtes e Barbosa Lessa “foram inventando e se apropriando de uma série de tradições” (OLIVEN, 1992, p.25).

No rádio, os gaúchos acompanham uma programação ainda baseada no espetáculo, com humorísticos, novelas e programas de auditório. O aparelho receptor, de grande porte como mostra anúncio da *Revista do Globo* de abril de 1957, ainda ocupa posição de destaque na sala de estar.

Ilustração 30

Anúncio de página inteira dos rádios Philips na Revista do Globo

Bons como a chimarrita e o chimarrão!



LINHA PHILIPS Super 

DE RÁDIOS E RADIOFONES



RR-246-ii
2 faixas de ondas - 1 sistema interno - 3 válvulas "NOVAL", com funções de 7 - Alto-falante Super M de 8" - Rádio com 5" - Controle de tonalidade



FR 447-A
Convidador automático de 3 velocidades - Cabeçote de cristal com 2 agulhas de sítio - Alto-falante Super M de 8" - Rádio com 4 faixas - 5 válvulas "NOVAL", com funções de 7 - Controle de tonalidade - Chave de ondas em forma de teclado.



FR 569-A
Cabeçote automático de 3 velocidades - Cabeçote de cristal, com 2 agulhas de sítio - Alto-falante Super M de 8" - Rádio com 3 faixas - Controle de tonalidade - Em fecho metálico de lacaite ou pau-marfim.



SP 439-A
5 faixas de ondas - 3 válvulas "NOVAL" com funções de 5 - Alto-falante Super M de 8" - Tensão para Traco-dicas - Estágio de rádio-freqüência em todos os fatores de ondas.



RÁDIOS E RADIOFONES... que sejam PHILIPS!

Fonte: *Revista do Globo*, ano XXVIII, 6 mai. 1957, p.65.

É neste cenário que entra no ar ao ar a *Rádio Guaíba AM*, de Porto Alegre. Ao meio-dia de 20 de abril de 1957, a ZYU-58 inicia suas transmissões em caráter experimental³⁶⁷. Sua entrada no ar é marcada pela execução do *Boi Barroso* ao piano de Nicolau Kersting, seguido pela Orquestra de Frank Pourcel com *Three coins in a fountain*. Foram dez dias de irradiação até a inauguração oficial. No dia 25 de abril a emissora já apresentava sua linha informativa aos ouvintes. Contudo, os patrocinadores só seriam divulgados a partir do dia 1º de maio, data oficial da inauguração. Eram dez sínteses noticiosas e dois jornais falados, além de um informativo econômico. A *Rádio Guaíba* apresentava diariamente duas horas e dez minutos de notícias. Das 7h às 7h30min, a nova emissora levava ao ar o *Rádio Jornal Guaíba*, com as primeiras informações do dia. O *Correspondente Renner* era transmitido às 7h55min, 12h55min, 18h55min e 21 horas. O *Rádio Manchetes Folha da Tarde* contava com seis edições: 9h, 10h30min, 12h, 14h30min, 16h e 18h. Às 22 horas, a emissora apresentava o *Informativo Econômico* e das 22h35min às 23h15min era irradiado o *Rádio Correio do Povo*.

A equipe de esportes também estreou antes da inauguração e fez sua primeira apresentação aos ouvintes no dia 29 de abril. Diariamente, com exceção dos domingos, a ZYU-58 apresentava das 19h05min às 19h20min³⁶⁸ o *Rádio Manchetes Folha Esportiva*. Sábados e domingos, das 13h30min às 13h40min, era a vez do *Folha Esportiva Antecipa a Jornada*. Nos domingos, a *Rádio Guaíba* transmitia, das 19h30min às 20h o *Rádio Manchetes Folha Esportiva*. O esporte era responsável ainda pela “cobertura de todos os prelios [sic] que disserem de perto ao interesse dos amantes do *football* que é o mais popular” (*Folha da Tarde*, 23.04.1957).

“Do Rio Grande, para o Brasil e o mundo, *Rádio Guaíba* de Porto Alegre” (FOLHA DA TARDE, 30 abr. 1957). Com esta característica, acompanhada pela melodia do *Boi Barroso* entrava no ar, ao meio-dia de 30 de abril de 1957, uma terça-feira, a *Rádio Guaíba*, ZYU-58. A inauguração oficial ocorreu à noite, no Theatro São Pedro. A solenidade, dias antes, era classificada como uma forma de “demonstrar o grau de desenvolvimento cultural do

³⁶⁷ Como já dito anteriormente, no final de 1956 a emissora já fazia transmissões experimentais. Contudo, não tinham qualquer planejamento de programação, diferentemente do que vai ocorrer em 20 de abril de 1957. De acordo com depoimento de um dos locutores da estréia da *Rádio Guaíba*, Adroaldo Streck, no programa *Fórum* de 30 de maio 1994, a emissora entrou no ar, neste dia, com sete minutos de atraso devido à falta de energia elétrica no transmissor.

³⁶⁸ Neste período a *Voz do Brasil* era veiculada às 19h30min. Por isto, a possibilidade de apresentar programação própria neste horário, como fazia a *Rádio Guaíba* em 1957. Hoje, a *Voz do Brasil* é veiculada das 19h às 20h. O programa, criado no governo Getúlio Vargas com o nome de *Hora do Brasil*, é apresentado em cadeia nacional desde janeiro de 1938. Em setembro de 1946, por decreto presidencial, a *Hora do Brasil* passou a chamar-se *Voz do Brasil*.

Rio Grande” (FOLHA DA TARDE, 23 abr. 1957). No dia 26 de abril de 1957, o jornal *Folha da Tarde* adiantava para os gaúchos o programa inaugural da nova emissora.

Dia 30, às 20 horas e 30 minutos será inaugurada oficialmente a Rádio Guaíba de Porto Alegre. No programa especialmente elaborado constarão, como atrações maiúsculas, a Orquestra Sinfônica de Pôrto Alegre sob a regência de Pablo Komlós, a consagrada pianista Iara Bernette e o Côro Vocal Julio Kunz, da Sociedade Aliança de Novo Hamburgo (FOLHA DA TARDE, 26 abr. 1957, p.42).

O primeiro diretor da *Rádio Guaíba*, Arlindo Pasqualini, abriu a noite, às 20h30min, com uma mensagem especial, na qual deixava clara a proposta da emissora e seu compromisso de “divulgar e realçar, sempre que possível, os reais e autênticos valores da arte e da cultura do Rio Grande” (DILLENBURG, 1990, p. 123).

A *Rádio Guaíba* de Porto Alegre, que ora se inaugura aqui no Theatro São Pedro [...] constitui um empreendimento novo, mas que embora novo, nasce sob o signo de uma tradição. É quase uma vinculação a dois grandes jornais, o *Correio do Povo* e a *Folha da Tarde*, lhe traça implicitamente os rumos e a orientação, como, sabeis, é de absoluta independência, a qual tem para nós seus limites naturais e intransponíveis nos princípios da moral e do bem comum. Acerca da nossa programação normal, que deverá ter início amanhã, o que vos posso adiantar em poucas palavras é que ela não terá o luxo das grandes montagens. Mas, mesmo quando singela, jamais cairá na vulgaridade. [...] E aqui fica convosco a *Rádio Guaíba*, que a partir deste momento, será sempre uma voz a serviço do Rio Grande (ARLINDO PASQUALINI, Arquivo de Vozes da *Rádio Guaíba*).

Ilustração 31

Arlindo Pasqualini na solenidade de inauguração da Rádio Guaíba,



Fonte: <http://www.radioguaiba.com.br/historico.asp?id=1957>

Às 20h35min, a Orquestra Sinfônica de Porto Alegre, sob a regência do maestro Pablo Komlos, apresentou seu concerto, abrindo o espetáculo com a *Protofonia* de *O Guarani*, de Carlos Gomes, e encerrando com *Danúbio Azul – Valsa*, de Strauss. A pianista Yara Bernette³⁶⁹ se apresentou no Theatro São Pedro, às 21h35min, executando Mozart. Às 22h35min é a vez do Coro Orfeônico Julio Kunz, da Sociedade Aliança de Novo Hamburgo. A noite de inauguração termina às 23h35min com a vocalização pelo Coro Julio Kunz do *Boi Barroso*, adotado como prefixo musical³⁷⁰ da *Rádio Guaíba*.

Ao relembrar a noite de inauguração em um programa comemorativo aos 37 anos da emissora³⁷¹, Mendes Ribeiro contou que “a cerimônia foi simples como tudo que marcou o início da *Rádio Guaíba*. [...] O Pasqualini queria tudo simples e bem feito. A *Guaíba* se caracterizava exatamente por isso: simples e bem feito” (Mendes Ribeiro, Arquivo de Vozes da *Rádio Guaíba*).

O radialista Armindo Antônio Ranzolin também recorda o início da emissora: “Numa época em que as suas concorrentes ainda queriam fazer de tudo um pouco, a Rádio Guaíba surgiu com uma proposta nova, transmitindo notícias, esportes, música e programas culturais de muito bom gosto” (CORREIO DO POVO, 2 mai. 1987, p.32).

Amir Domingues, por sua vez, destaca que o sucesso inicial da emissora também estava no fato da estação pertencer a Empresa Jornalística Caldas Júnior.

Considero a Rádio Guaíba um caso particular dentro da radiodifusão brasileira, pelo sucesso que um projeto simples alcançou e permitiu projetar a emissora no plano nacional e até mesmo no internacional. A premissa Básica da Rádio Guaíba foi seguir uma programação calcada em três linhas primordiais: boa música, cultura e jornalismo. [...] Nascida num complexo jornalístico de grande tradição no Rio Grande do Sul e no Brasil, ela se beneficiou do prestígio e da credibilidade da Empresa Jornalística Caldas Júnior. Foi recebida, desde o início, como uma voz séria a serviço dos mais sérios interesses do Rio Grande do Sul e da nossa gente (CORREIO DO POVO, 2 mai. 1987, p.32-3).

A chegada de uma nova emissora era saudada, inclusive, pelas concorrentes.

³⁶⁹ Yara Bernette, no decorrer de seis décadas de carreira, percorreu quase quarenta países e apresentou-se com algumas das orquestras mais famosas do mundo, como as filarmônicas de Berlim, Nova Iorque e Viena. Morreu aos 82 anos, no dia 30 de março de 2002, em São Paulo.

³⁷⁰ Alguns profissionais do rádio chamam *prefixo musical* de *característica*. Contudo, concordamos com Klöckner, que define *característica* como “trilha (música) específica de cada programa, identificando-o para o ouvinte” (1997, 89).

³⁷¹ Programa *Fórum*, 30 abr. 1994.

A PRC-2-Rádio Sociedade Gaúcha, pioneira da radiofonia em nosso meio gravou uma eloqüente mensagem de saudação à Rádio Guaíba, com a locução do conhecido “broadcaster” Ruy Figueira, a qual foi irradiada pelo microfone da “mais antiga” às 20 horas. Uma reprodução desta gravação foi oferecida pela Rádio Sociedade Gaúcha à Rádio Guaíba [...]. A PRH-2, Rádio Farroupilha, por sua vez, dedicou as suas irradiações de ontem à sua jovem co-irmã que se inaugurava, dirigindo-lhe afetuosas palavras de saudação. Neste mesmo dia, a Rádio Itaí e a Rádio Canoas também cumprimentaram a sua nova co-irmã [...] (FOLHA DA TARDE, 2 mai. 1957).

Embora já tivesse uma grade de programação definida antes de sua estréia, nas semanas seguintes a *Rádio Guaíba* apresentou muitas novidades. No dia seis de maio de 1957, a emissora colocava no ar o programa *Football à moda da casa*. Apresentado pelo comentarista esportivo Aurélio Reis, o novo programa era transmitido as segundas, quartas e sextas-feiras, às 18h30min, sob o patrocínio da Companhia de Cigarros Sinimbu.

Outra marca registrada da programação da *ZYU-58* desde a sua fundação era a locução sempre ao vivo³⁷². “Um ponto que distingue a Guaíba de outras emissoras é a sobriedade na apresentação. A locução, sem spots ou jingles, totalmente ao vivo, valorizando o texto lido pelas vozes mais gabaritadas do Estado” (CORREIO DO POVO, 2 mai.1987, p.32-3). A estação mantinha em seu estúdio, inclusive durante a madrugada, uma dupla de locutores responsáveis pela leitura dos noticiosos e textos comerciais. Para Flávio Alcaraz Gomes, “a locução ao vivo faz com que a rádio se torne mais ágil” (idem).

Desde o início, a *Guaíba* também preocupou-se com os comerciais dentro da grade de programação. Ao contrário das demais emissoras, a *ZYU-58* criou uma regra para a veiculação de anúncios.

Para manter um nível elevado de sintonia e, assim, bem servir ao anunciante, a Rádio Guaíba manterá uma percentagem de somente um terço dos espaços reservados às mensagens comerciais. Este critério não só determinará a valorização do anúncio como assegurará a sua maior eficiência (FOLHA DA TARDE, 30 abr. 1957, p.5).

³⁷² Já a partir da década de 80, muitos comerciais eram gravados, mas a *Rádio Guaíba* mantinha a tradição em não usar *jingles*. Desta forma, os comerciais gravados que eram veiculados em outras emissoras, eram adaptados e apresentados apenas em texto na voz dos locutores da estação. Contudo, na década de 90 do século passado a *Guaíba* decide aceitar anúncios gravados – *spots e jingles* – derrubando sua famosa locução ao vivo.

A *Rádio Guaíba* completa seu primeiro ano em 1958 com uma programação conhecida dos gaúchos³⁷³:

6h: *Bom Dia Musical*
 7h: *Rádio Jornal Guaíba*
 7h30min: *Em Tempo de Valsa*
 8h: *Trabalhando com a Guaíba*
 8h55min: *Correspondente Renner*
 9h: *Trabalhando com Música*
 9h30min: *Paradas de Sucessos Odeon*
 10h: *Rádio Manchetes Folha da Tarde*
 10h05min: *Paradas de Sucessos Odeon*
 10h30min: *Trabalhando com Música*
 11h: *Audição Neugebauer*
 11h25min: *Horóscopo do Dia*
 11h30min: *Trabalhando com Música*
 12h: *Rádio Manchetes Folha da Tarde*
 12h05min: *Grandes Orquestras*
 12h50min: *Audição Pepsi-Cola*
 12h55min: *Correspondente Renner*
 13h: *Grandes Orquestras*
 13h30min: *Suplemento Columbia*
 14h30min: *Rádio Manchetes Folha da Tarde*
 14h35min: *Desfile RGE*
 15h: *Novidades Masterplace*
 15h30min: *Novidades RCA Victor*
 16h: *Tarde Dançante Isa-Raz*
 18h: *Rádio Manchetes Folha da Tarde*
 18h05min: *Teatrinho Cacique*
 18h20min: *Seleção Polydor*
 18h55min: *Correspondente Renner*
 19h: *Rádio Manchetes Folha da Tarde*
 19h25min: *No Mundo das Rédeas*
 19h30min: *A Voz do Brasil*
 20h05min: *A Semana passada a Limpo, com Sérgio Jockymann*
 20h35min: *Viajando pelo Mundo*
 21h: *Correspondente Renner*
 21h05min: *Maria da Luz, O Coração de Portugal*
 21h30min: *Rádio Baile Brahma Chopp*
 22h35min: *Rádio Jornal Correio do Povo*
 23h15min: *Para Dançar*
 01h: *Encerramento*

A *Rádio Guaíba* apresentava ainda programas semanais. *O Filme da Semana* destacava as trilhas sonoras do cinema. *Você é o Sabichão* e *Dê Asas a sua Inteligência* eram

³⁷³ Programação de 3 mai.1958 (DILLENBURG, 1990, p.136).

programas de auditório apresentados diretamente do cinema Cacique, no centro de Porto Alegre. Além disso, a emissora investia no radioteatro, veiculado nas noites de domingo. Na época, fizeram sucesso a radiofoniação de *Aplausos para este Homem*, *Lendas de todo o Mundo* e *Marcelino, Pão e Vinho*. Um dos maiores sucessos era o programa infantil *Teatrinho Cacique*, patrocinado pela *Revista Cacique*, editada pela Secretaria de Educação. Flávio Alcaraz Gomes confirma o sucesso do programa: “As crianças paravam. Fui ao aniversário de criança e elas largavam tudo para ouvir o *Teatrinho Cacique*” (Flávio Alcaraz Gomes, Arquivo de Vozes da *Rádio Guaíba*). Também contribuiu para o sucesso da emissora o destaque dado para a programação por meio dos jornais *Correio do Povo* e *Folha da Tarde*. Este último, inclusive, apresentava uma coluna para divulgar as atrações da ZYU-58: “A ‘Guaíba’ em Jornal” (FOLHA DA TARDE, 28 mai.1958, p.32).

Ilustração 32

Os destaques e a programação da Guaíba na Folha da Tarde

A "GUAÍBA" EM JORNAL

R Á D I O - T E A T R O

★ **“VIAGJANDO PELO MUNDO** — Todas as quartas e sábados, no horário das 20.35 horas, a Guaíba leva ao ar um interessante trabalho de imaginação, produzido por Sérgio Jockiman e com por cento patrocinado por Pepsi-Cola. “Viajando pelo mundo” consiste na radiofoniação de interessantes viagens às mais pitorescas e estranhas plagas do velho globo. Tomarão parte na apresentação de hoje de “Viajando pelo Mundo”, os seguintes elementos de conjunto de rádio-teatro da Guaíba: Cosmo Antônio, Hugo Cassel, Antônio Gabriel, Rochelle Hudson e Zenith Amaral. A cenoplastia estará a cargo de João Carlos Reis, que atuará, também, na assistência técnica. —0000—

★ **NOSSA LUTA CONTRA A MORTE** — As 21.05 horas a Guaíba apresentará hoje mais uma audição de “Nossa luta contra a morte”, programa produzido por Sérgio Jockiman e patrocinado pela S. A. Moinhos Rio-grandenses. “Nossa luta contra a morte” retrata a vida dos grandes médicos e dos grandes momentos da medicina, quando, no limiar de uma nova descoberta, médicos e auxiliares prepararam armas para derrotar a morte implacável. Na apresentação de hoje de “Nossa luta contra a morte” atuarão Zalmirio Zimmermann, Antônio Gabriel, Hugo Cassel, Cosmo Antônio e Gilberto Motta, dirigidos por Jorge Macillo. A cenoplastia será estudada por João Carlos Reis, que estará também atuando na assistência técnica.

DESTAQUES

★ **A VOZ DA RCA VICTOR** — A Rádio Guaíba também tem o prazer de apresentar aos seus distintos ouvintes, todas as quartas-feiras a partir das 21.35 horas, o programa da RCA Victor, irradiado nas principais emissoras do mundo. “A Voz da RCA Victor” é um programa destinado a difundir as melhores produções do selo da “voz do dono”. “A Voz da RCA Victor” é um programa produzido por Orlando Lietto. —0—

★ **PARIS É ASSIM** — Com início às 22.05 horas, irá hoje ao ar, pela Guaíba, o programa da Champagne Georges Aubert S.A. “Paris é Assim”. Foculizando a música da cidade da torre Eiffel, “Paris é Assim” condiz o ouvinte a Pigalle, a Mont-Marte e aos mais ternos recantos da capital do mundo. “Paris é Assim” é mais uma produção que leva a assinatura de Orlando Lietto. —0—

★ **MATINAIS DO CACIQUE** — No próximo domingo, os programas “Você é músico?” (Casa Victor) e “Histórias do Mestre Estrela” (Manufatura de Brinquedos Estrela S.A.), serão apresentados desde o salão nobre do Colégio Anchieta. Por esse motivo, a direção do cinema Cacique resolveu suspender a próxima apresentação de espetáculos, para que não haja distribuição de plateia. Com essa medida, a direção do Cinema Cacique vem dar também sua contribuição à causa da cultura em nossa terra. —0—

★ **DE ASAS À SUA INTELIGÊNCIA** — Desenvolva-se o item à noite, no cinema Cacique, mais uma audição do programa pioneiro, “De Asas à Sua Inteligência”. Os candidatos inscritos, e

Programação

16.00 — Radio Manchete Fôlha da Tarde — Renner.

16.05 — Rítmos Látinos.

16.30 — Seleção Polydor.

17.00 — Sucessos RCA-Victor.

17.30 — Histórias do Mestre Estrela — Brinquedos Estrela.

17.45 — Desfile Copacabana.

18.00 — Radio Manchete Fôlha da Tarde — Renner

18.05 — Teatrinho Cacique — Revista Cacique.

18.25 — Assistência Social

18.30 — Futebol à Moda dos Reis — Cia. de Cigaretos Slimlind.

18.55 — Correspondente Renner

19.00 — Radio Manchete Fôlha da Tarde Esportiva Gasolina Ipiranga.

19.30 — A Voz do Brasil.

20.00 — Audição dos Cines Avenida e Colombo.

20.05 — Um Programa, com a Orquestra de Les Baxter.

20.35 — Viajando Pelo Mundo, gentileza de Pepsi-Cola

21.00 — Correspondente Renner

21.05 — Nossa luta contra a morte, Hospital de Clínicas Dr. Ismarcio

21.35 — A Voz da RCA-Victor.

22.05 — Paris é Assim, programa de Georges Aubert

22.35 — Radio Jornal do Correio do Povo — Renner.

23.15 — Canções da Noite.

0.30 — Boa Noite Musical.

0.50 — Radio Manchete Fôlha da Tarde, Renner.

1.00 — Encerramento.

Fonte: *Folha da Tarde*, 28. mai. 1958, p.32.

O fato é que, com menos de um ano de existência, a emissora de Breno Caldas já estava com sua audiência consolidada. Pesquisa realizada pelo Ibope de dezembro de 1957 a fevereiro de 1958 coloca a *Guaíba* em segundo lugar em Porto Alegre, perdendo apenas para a *Farroupilha*. A *PRC-2* tem 38 por cento de audiência, seguida pela *ZYU-58* com 20 pontos percentuais. A *Gaúcha* registra nove por cento, enquanto as demais somam 13 pontos³⁷⁴. Nas palavras de Amir Domingues (2002)³⁷⁵, “a qualidade do som e a programação da *Guaíba* colaboraram, somando com a credibilidade do *Correio do Povo*, a dar a audiência que a emissora teve logo no início, o que é muito difícil de acontecer”.

2.4.3 JORNALISMO: CREDIBILIDADE COMO HERANÇA DO CORREIO DO POVO

O jornalismo da *Rádio Guaíba* nasce com dois diferenciais em relação às demais emissoras do período. Primeiro, conta com credibilidade³⁷⁶ desde as suas irradiações iniciais. Como destaca Jung, “credibilidade que herdou do *Correio do Povo*”³⁷⁷. Segundo, diferente da maioria das emissoras da época, a *ZYU-58* surge em 1957 com um setor de jornalismo já estruturado, chamado de Departamento de Notícias³⁷⁸. Desta forma, consegue apresentar em sua programação diária, em média, duas horas e dez minutos de notícias. Eram dez sínteses noticiosas e dois jornais falados, além de um informativo econômico. Das 7h às 7h30min, a nova emissora levava ao ar o *Rádio Jornal Guaíba*, com as primeiras informações do dia. O *Correspondente Renner* era transmitido às 7h55min, 12h55min, 18h55min e 21 horas. O *Rádio Manchetes Folha da Tarde* contava com seis edições: 9h, 10h30min, 12h, 14h30min, 16h e 18h. Às 22 horas, a emissora apresentava o *Informativo Econômico* e das 22h35min às 23h15min era irradiado o *Rádio Correio do Povo*.

Neste período inicial, a captação de informações para abastecer a programação jornalística dependia das agências de notícias e do apoio dos jornais da *Caldas Júnior*.

³⁷⁴ Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. Pesquisa sobre hábitos de audiência de rádio realizada em 40 cidades do Brasil (FERRARETTO, 2005, p.107).

³⁷⁵ DOMINGUES, Amir. *Depoimento ao autor*, Porto Alegre, 28 fev. 2002.

³⁷⁶ Na presente pesquisa entende-se credibilidade segundo propõe Balsebre (1994). Para o autor, a credibilidade é um fenômeno complexo, de caráter multidimensional e que tem um conceito determinado por dois âmbitos bem diferentes. Um é o comunicativo, no qual a credibilidade vem determinada por diferentes níveis de rigor jornalístico e eficácia comunicativa. O outro é o institucional, que trata da imagem que a emissora passa ao ouvinte.

³⁷⁷ JUNG, Milton Ferretti. *Depoimento ao autor*, Porto Alegre, 21 fev. 2002.

³⁷⁸ Nos anos 70 do século passado o Departamento de Notícias passa a chamar-se Departamento de Radiojornalismo para, depois, ser definido apenas como Departamento de Jornalismo. Contudo, ao longo da pesquisa não foi possível apurar com precisão em que data ocorreram as mudanças de nome. A observação, porém, dos jornais *Correio do Povo*, *Folha da Tarde* e *Folha da Manhã* indica estas alterações.

As fontes de notícias naquela época [...] ficavam na dependência da contratação de agências, principalmente uma agência do exterior. No caso aqui da *Caldas Júnior* era a *Associated Press*. Recebíamos por teletipo as sínteses informativas da *Associated Press*. Além disso, e por estarmos em uma empresa jornalística, o Departamento de Notícias da rádio se socorria também do trabalho desenvolvido pelas redações do *Correio do Povo* e da *Folha da Tarde*³⁷⁹.

Dos primeiros anos a meados da década de setenta do século passado o jornalismo é sustentado pelo trabalho dos redatores³⁸⁰. As informações são redigidas e passadas ao locutor, que as lê ao vivo. Raras vezes, no dia-a-dia, a emissora faz uso do boletim do repórter, ou seja, informação redigida ou mesmo improvisada, sendo transmitida ao vivo pelo jornalista. As notícias internacionais e as nacionais dominam os noticiários da estação. Sem repórteres, a cobertura local quase inexistente. De acordo com o jornalista José Henrique Green, que atuava na emissora nesta fase,

Nessa época a gente não colhia notícia ao vivo. [...] Eventualmente, raramente, num acontecimento muito importante [...] é que a *Guaíba* se deslocava com uma equipe de jornalistas para fazer cobertura. Também era difícil na época porque as condições telefônicas, de comunicação com a rádio inexistiam. (JOSÉ HENRIQUE GREEN, Documentário *Correspondente Renner, 34 anos de história*, UNISINOS, 1991).

O locutor Milton Jung, por sua vez, ressalta que outra fonte de informação era a escuta de emissoras do centro do país.

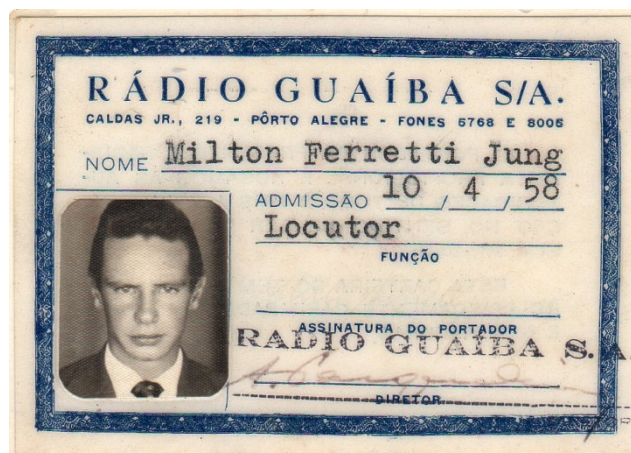
Nas décadas de 50 e 60, o jornalismo não era tão evoluído como agora, os espaços concedidos às notícias e aos esportes eram menores. Era tudo mais estático. Era raros os repórteres. Para se fazer um noticioso, a gente tinha de meter o ouvido nas ondas curtas das emissoras do Rio e de São Paulo, ou valer-se do telégrafo (JUNG *apud* DILLENBURG, 1990, p. 175).

³⁷⁹ DOMINGUES, Amir. *Depoimento ao autor*, Porto Alegre, 28 mar. 2002.

³⁸⁰ Ortriwano, ao descrever as atividades dos profissionais de rádio, afirma que a função básica do redator “é redigir, mas em certas ocasiões também seleciona as notícias e revisa o texto, principalmente no caso dos boletins” (1985, p.100). Contudo, observamos que em muitas emissoras hoje o redator também atua como repórter, sendo responsável pela emissão de boletins que são irradiados.

Ilustração 33

A voz do Correspondente Renner: Milton Jung ingressa na Rádio Guaíba em 1958



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Apesar de ter no redator a figura central do Departamento de Notícias, isto não significa que a *Guaíba* não realize grandes coberturas. Um exemplo são as eleições de três de outubro de 1958. Os candidatos Leonel de Moura Brizola, da coligação PTB-PRP, e Walter Peracchi Barcelos, da Frente Democrática - composta por PSD, UDN e PL- disputam o governo do Rio Grande do Sul. A emissora anuncia que vai realizar uma apuração paralela dos votos, sendo assim a primeira rádio brasileira a fazer este trabalho.

A emissora [...] prepara mais uma vez um projeto ousado e inovador. O objetivo é anunciar o nome do novo governador gaúcho em menos de 48 horas, após o encerramento do pleito. Seis meses antes da eleição, a equipe comandada por Amir Domingues começa a buscar uma forma de agilizar o processo de captação, transmissão e divulgação do resultado das eleições (DINIZ, 2005, p.72).

Contudo, para a realização da cobertura a emissora depende da precária estrutura de telecomunicação gaúcha. Na época, o sistema de telefonia do Rio Grande do Sul era administrado pela Companhia Telefônica Nacional, controlada pela multinacional ITT – *International Telephone and Telegraph Company*. Meses antes das eleições, a *Folha da Tarde* denuncia o estado deficiente do sistema.

Lamentavelmente sob esse aspecto o Rio Grande está atrasado em relação ao mundo civilizado. A Companhia Telefônica Nacional (de “Nacional” só tem o nome) estagnou onde estava há três ou quatro décadas e ali emperrou. Faz-se surda a todas as reclamações [...]. Ignora totalmente a Telefônica o progresso da técnica, sobretudo no campo das comunicações. (FOLHA DA TARDE, 2 jun. 1958, p.3).

Ilustração 34

Amir Domingues comanda a cobertura das eleições de 1958



Fonte: *Correio do Povo*, 3 abr. 2002, p. 25.

Com o propósito de conseguir comunicação com a grande maioria dos municípios do Estado, a *Guaíba* recorre a todos os meios de transmissão disponíveis na época: “a gente utilizou o que deu, mais telefone, e utilizamos serviços da Polícia, da Corsan³⁸¹, da CEEE³⁸², circuitos fechados” (Costa³⁸³ apud Diniz, 2005, p.74). Amir Domingues, na época chefe do Departamento de Notícias³⁸⁴, também lembra do episódio.

Existiam municípios que eu classifiquei como municípios isolados [...] Houve um município, eu não lembro exatamente qual era, lá pela Serra, que era tal a dificuldade de acesso que foi preciso transportar o resultado em lombo de burro até o ponto onde podia ser divulgado. E nós também usamos ônibus, barca, enfim, todos os artifícios possíveis para canalizar aqueles resultados (DOMINGUES apud DINIZ, 2005, p.74).

Além da equipe de Porto Alegre, a estação da Caldas Júnior contrata profissionais pelo Rio Grande: “Centenas de correspondentes localizados em todo o interior do Estado, mantiveram-se em contato permanente com a equipe central da Rádio Guaíba (FOLHA DA

³⁸¹ Companhia Riograndense de Saneamento.

³⁸² Companhia Estadual de Energia Elétrica.

³⁸³ O radialista Celso Costa é responsável pelas transmissões externas da *Rádio Guaíba* desde a sua fundação.

³⁸⁴ Neu Reinert foi o primeiro chefe do Departamento de Notícias, deixando a função em 1958, sendo substituído por Amir Domingues. Em 1960, o jornalista Orlando Liotto passa a comandar o departamento. Um ano depois, o posto é assumido por Remi Gorga Filho. Em 1962, assume José Erasmo Nascentes, conhecido por “capitão”. Em 1976, Antônio Britto Filho passa a responder pelo departamento. Ele deixa a emissora em 1978 e é substituído por Carlos Bastos. No final de 1979, entra na chefia do Departamento Luiz Figueiredo. Éridson Lemos entra no lugar de Figueiredo em 1983. Valdir Barbosa Paz assume a chefia em 1987, ficando até 1997, quando é substituído por Flávio Wornicov Portela.

TARDE, 8 out. 2007.1958, p.3). Trinta emissoras do interior, uma do Distrito Federal e uma do exterior, a CW 43B – *Rádio Internacional de Rivera*, Uruguai - entraram em cadeia com a ZYU-58, formando a *Grande Cadeia Ipiranga*. Graças ao planejamento, a *Guaíba* atinge seu objetivo e em menos de dois dias anunciava a vitória de Brizola.

A totalização era feita com máquinas de calcular manuais. Menos de 48 horas depois do pleito, a *Guaíba*, comandando uma cadeia de 30 emissoras, anunciava vitória de Leonel Brizola sobre Walter Peracchi Barcelos no pleito para governador, e a eleição de Guido Mondin para o Senado, derrotando Carlos de Brito Velho. Pela primeira vez na história do Rio Grande do Sul, os resultados de um pleito são conhecidos com tanta brevidade [...] (CORREIO DO POVO, 3 abr. 2002, p.25).

O próprio candidato eleito declarou que “estava realmente surpreendido com a grande eficiência da cobertura da *Guaíba*” (*Folha da Tarde*, 8.10.2007.1958, p.3). Graças ao sucesso da cobertura a ZYU-58 “firmou definitivamente sua posição, situando-se ao lado das maiores emissoras do país” (idem).

Ilustração 35

Folha da Tarde destaca o sucesso da Rádio Guaíba na cobertura das eleições de 1958



Fonte: *Folha da Tarde*, 8 out. 1958, p.33.

Em 1959 a programação recebe uma novidade: “A ‘Hora Certa’ também foi uma das marcas da Rádio *Guaíba*. O som de um relógio informava periodicamente o horário, marcando o tempo no cotidiano da província (BRAGANÇA, 2003, p.116).

A *Guaíba* termina a década de 50 com uma programação jornalística bem estruturada. Além dos noticiários, o jornalismo se faz presente em diversos programas. Um

deles é o *Távola Redonda*³⁸⁵, que recebeu em seus estúdios o candidato à presidência da República, Jânio Quadros, em dezembro de 1959.

Eu quero me valer da oportunidade que a Rádio Guaíba me enseja de ter mais um contacto com o povo gaúcho a fim de levar-lhe os meus cumprimentos e os meus respeitos. [...] Por toda parte no Rio Grande venho encontrando carinho, venho encontrando estima. Por toda parte recebem-me as populações no desejo de conhecer as minhas idéias e de ouvir-me, debater as questões ou problemas que as aflige (JÂNIO QUADROS, Arquivo de Vozes da *Rádio Guaíba*).

Ilustração 36

O então candidato à presidência da República, Jânio Quadros, participa do programa Távola Redonda em 1959



Fonte: *Correio do Povo*, 6 abr. 2002, p.20.

Em 1960, os porto-alegrenses tem a disposição onze emissoras: *Farroupilha* (600 Kics), *Difusora* (640 Kics), *Gaúcha* (680 Kics), *Guaíba* (720 Kics), *Princesa* (780 Kics), *Cultura* (840 Kics), *Itaí* (880 Kics), *Universidade* (1080 Kics), *Pampa* (1200 Kics), *Metrópole* (1270 Kics) e *Porto Alegre* (1390 Kics). De acordo com Ferraretto, a única pesquisa de audiência disponível daquele ano indica empate técnico: “no total, a Gaúcha tem 6,9%; a Farroupilha, 6,6%; e a Guaíba, 5,3% (2005, p.112). No primeiro ano nova década, o jornalismo da *ZYU-58* investe mais uma vez em uma grande cobertura. Depois de 41 meses e com o trabalho de 30 mil operários, o então presidente da República Juscelino Kubitschek

³⁸⁵ O *Távola Redonda* era levado ao ar todas as quintas-feiras, às 21h. Inicialmente foi apresentado pelo jornalista Cândido Norberto e, posteriormente, por Pedro Carneiro Pereira.

inaugura Brasília no dia 21 de abril de 1960³⁸⁶. A *Guaíba* deslocou vários profissionais para acompanhar a inauguração da nova capital.

Fiel à determinação de estar presente aos grandes acontecimentos, a *Guaíba* preparou-se para a transmissão. Não havia linhas nem telefones e a solução encontrada por Amir Domingues, que dirigia o departamento de notícias, foi a de realizar a cobertura com o mesmo transmissor que tinha servido para devolver à Suécia o som da Copa do Mundo de 1958. Era um trambolho construído pelo Homero Simon, pesando 700 quilos, que foi despachado num cargueiro da Varig, enquanto a equipe, integrada por Amir, Mendes Ribeiro e três técnicos, seguia de Kombi para a nova capital federal (GOMES, 1995, p. 102).

A cobertura da *ZYU-58* em Brasília ganharia destaque pouco mais de seis meses depois da inauguração da capital federal. A equipe comandada por Amir Domingues repete a estratégia da apuração paralela das eleições estaduais de 1958 para acompanhar o pleito que escolherá o sucessor de Juscelino Kubitschek de Oliveira na presidência da República.

[...] nós ousamos realizar um trabalho semelhante do que foi feito aqui em todo o país. E conseguimos em grande parte realizar o intento. Nós aplicamos o mesmo projeto, estado por estado, e levamos pra veículos de comunicação propondo uma permuta de informações. Isso também nos permitiu acelerar fantasticamente a cobertura da eleição de 60. Acredito que isso tenha firmado aquela credibilidade da *Guaíba* no trabalho de cobertura eleitoral (DOMINGUES *apud* ALENCAR, 2005, p.86).

Domingues conta ainda que foram utilizados cinco circuitos diferentes “inclusive o [...] da Fundação do Índio [...] para trazer os resultados do território do Acre” (idem). Mais uma vez a fórmula da *Guaíba* obtém resultados positivos e a emissora fica entre as primeiras a anunciar a vitória de Jânio da Silva Quadros, da coligação liderada pela UDN³⁸⁷.

Ao longo da década, muitos programas surgem na grade de programação. *O Assembléia em sua casa*, por exemplo, estreou em 20 de abril de 1960 com apresentação de Pedro Carneiro Pereira. O programa era veiculado “entre segundas e sextas-feiras, onde as principais atividades do legislativo gaúcho eram relatadas e comentadas” (Martins, 2006,

³⁸⁶ Data escolhida em homenagem a Joaquim José da Silva Xavier, o Tiradentes.

³⁸⁷ Jânio quadros obtém 5.636.623 votos, o que representa 48% dos sufrágios válidos. O marechal Henrique Teixeira Lott, da coligação PSD-PTB, com o apoio do PCB e das esquerdas, ficou em segundo lugar com 3.846.825 votos, o que equivale a 33% do total. Em terceiro lugar, aparece Adhemar de Barros, do PSP, com 19% do total, expressos em 2.195.709 votos obtidos (PINHEIRO, 2001, p.102).

p.29). Contudo, ao observar-se a programação divulgada pelos jornais *Correio do Povo* e *Folha da Manhã*, nota-se que da mesma forma que são criados, muitos deixam de ser irradiados sem qualquer aviso prévio.

A partir 1964, o *Correspondente Renner* sofre com a censura imposta pelo regime militar. O noticiário, por sua audiência, deixa de divulgar certas notícias, que acabavam sendo transmitidas em outros por programas.

Havia notícias que podiam sair em qualquer outro programa, menos no *Correspondente Renner*. Consideravam os censores que as informações emitidas por esta síntese tomavam uma forma e uma força diferente capaz de provocar uma revolta na população (JUNG JÚNIOR, 1985, p.31).

O conteúdo do *Renner* passa a ser controlado e as notícias internacionais ocupam quase que a totalidade.

O noticiário local era inócuo e totalmente limitado. Somente chegavam informações sem baseamento algum ou notas oficiais por parte dos órgãos públicos estaduais ou federais. Com isto, o *Renner* teve seu conteúdo preenchido quase que “totalitariamente” por notícias internacionais (JUNG JÚNIOR, 1985 p.31).

O controle da informação faz com que surja outro ponto forte da programação jornalística dos anos 60: as coberturas fora do Brasil. O então diretor comercial da emissora, o jornalista Flávio Alcaraz Gomes, assume a função de repórter internacional e, em suas viagens, produz boletins para a rádio e jornais da *Caldas Júnior*.

Em 1967, a *ZYU-58* marca presença na Guerra dos Seis Dias³⁸⁸. Gomes, que saíra do Brasil para cobrir a Guerra do Vietnã, percebe em Roma³⁸⁹ que as notícias do conflito já não ocupam mais as manchetes. Os jornais destacam a situação no Oriente Médio, onde uma guerra envolvendo o Egito e Israel pode eclodir a qualquer momento. O repórter da *Rádio Guaíba* resolve, então, ir para o Cairo, onde é o único jornalista brasileiro a entrevistar o presidente egípcio, Gamal Abdel Nasser. Depois da entrevista, Flávio Alcaraz Gomes decide ir para Israel, de onde transmite boletins diários para o Rio Grande do Sul. Inicialmente, o microfone da *Rádio Guaíba* é instalado no edifício da Associação Israelense de Futebol, em Tel Aviv. Gomes deixaria a capital israelense para, com seu gravador, avançar em direção ao *front*³⁹⁰. Na tarde de sábado, seis de junho, termina a Guerra dos Seis Dias. Vinte e quatro

³⁸⁸ No dia 3 de junho de 1967, Israel realiza um ataque surpresa contra aeroportos militares do Egito, da Síria e da Jordânia, eliminando no solo as forças aéreas dos três países. Os israelenses justificam seus ataques devido ao bloqueio do Golfo de Ácaba, imposto pelo Egito e à intensificação do terrorismo palestino. Em seis dias, Israel conquista a Faixa de Gaza e a Península do Sinai, que pertenciam ao Egito, à Cisjordânia e Jerusalém Oriental, que estavam sob o domínio da Jordânia. Da Síria, os israelenses tomam as Colinas de Golan.

³⁸⁹ Na capital italiana, o jornalista pretendia obter o visto na embaixada do Vietnã do Sul.

³⁹⁰ Em seu livro *Morrer por Israel* (ver bibliografia), Flávio Alcaraz Gomes relata em detalhes toda a sua aventura em Israel. Lançado em 1967, o editor da Editora Globo, José Octávio Bertaso, decidiu retirar um

horas depois, Flávio Alcaraz Gomes chega ao Vietnã, de onde abasteceria a *Rádio Guaíba* com boletins diários.

No ano seguinte, Flávio Alcaraz Gomes faria mais uma importante cobertura para a emissora. O repórter registra as manifestações de estudantes e operários em Paris, no chamado *Mai de 68*³⁹¹. Nesse mesmo período, o microfone da *Rádio Guaíba* chegaria à Tchecoslováquia, onde tropas do Pacto de Varsóvia³⁹² haviam invadido o país para debelar os movimentos pró-democráticos. O episódio ficou conhecido como Primavera de Praga.

Em julho de 1969, a programação jornalística seria acrescida de transmissões realizadas diretamente dos Estados Unidos. Em 16 de julho, Flávio Alcaraz Gomes irradia a subida da Apollo XI, levada pelo foguete Saturno V. Cinco dias depois, o jornalista acompanha a chegada do homem à lua. No dia 21 de julho, uma segunda-feira, às nove horas da noite, o responsável pela transmissão da CBS anuncia: *Man on the moon*³⁹³. De acordo com Gomes, “a transmissão sai perfeita do princípio ao fim. E, com quase trezentas emissoras brasileiras em cadeia, a *Rádio Guaíba* consolida sua liderança nacional” (1995, p. 181).

Ilustração 37

Flávio Alcaraz Gomes transmite de Cabo Kennedy o lançamento



Fonte: (GOMES, 1995, p.180)

capítulo por considerá-lo ofensivo ao Exército. Flávio Alcaraz Gomes publicaria o capítulo censurado 28 anos depois, no livro *Diário de um Repórter – 50 anos sem medo* (ver bibliografia).

³⁹¹ Em sua volta para o Brasil, Gomes lançaria mais um livro – *A Rebelião dos Jovens* – em que conta em detalhes o ocorrido na capital francesa. A obra foi lançada ainda no ano de 1968 pela Editora Globo (ver bibliografia).

³⁹² Aliança militar entre os países do Leste Europeu e a União Soviética, assinada em Varsóvia, capital da Polônia, em 1955.

³⁹³ Homem na Lua.

Os anos 60 chegam ao final com a *Rádio Guaíba* mantendo-se, na definição de seu fundador Breno Caldas, como “uma espécie de *Correio do Povo* no ar” (Breno apud Machado, 1987, p. 69). Prova disto é o perfil de seu ouvinte, conforme levantamento realizado pelo Ibope. A composição da audiência da emissora da Caldas Júnior, no período novembro-dezembro de 1969, está dividida em 47 por cento de pessoas das classes A/B, 28 pertencente a C e 25 por cento integrante da D.

Nos anos 70 a emissora mantém sua programação calcada no jornalismo, no esporte e na música. Flávio Alcaraz Gomes continua fazendo suas viagens. Em 1972, realiza a primeira transmissão radiofônica da Transamazônica³⁹⁴. No ano seguinte, o jornalista seria responsável pela cobertura da Guerra do Yom Kipur³⁹⁵, iniciada em seis de outubro de 1973. *Segunda-feira, 22 de outubro* – O III Exército egípcio está completamente cercado. Se os israelenses não afrouxarem o cerco, a fina flor das Forças Armadas egípcias morrerá de fome e de sede. Felizmente, às 15h, o Egito pediu cessar-fogo. No *front* da Síria, o Monte Hermon caiu. Os combates continuam ainda, mas não devem ir muito longe. Despacho 3.000 palavras para os jornais e mando meu boletim para a rádio (GOMES, 1995, p. 213).

Neste período, o jornalismo já responde por três horas da grade de programação da emissora.

7h às 7h30- Radiojornal
 8h às 8h10- *síntese do BRDE*
 9h às 9h10- *Correspondente Renner*
 10h às 10h10- *síntese do BRDE*
 11h às 11h10- *Geraplan*
 12h às 12h10- *Radiomanchetes*
 13h às 13h10- *Correspondente Renner*
 14h às 14h10- *síntese do BRDE*
 15h às 15h10- *Geraplan*
 16h às 16h10- *Geraplan*
 17h às 17h10- *Geraplan*
 18h às 18h10- *síntese do Renner*
 20h15min às 20h45- *síntese do Renner*
 22h às 22h30- *Radiojornal*³⁹⁶

³⁹⁴ Na Amazônia, Flávio Alcaraz Gomes, além de boletins para a *Rádio Guaíba*, produziu uma série de reportagens para o *Correio do Povo*. Em 1975, os textos foram reunidos no livro *Transamazônica: A redescoberta do Brasil* (ver bibliografia).

³⁹⁵ *Yom Kipur* significa o Dia do Perdão, um feriado judaico. Egito e Síria, em um ataque surpresa, tentam recuperar a Península do Sinai e a Colinas de Golan, tomadas por Israel na Guerra dos Seis Dias, em 1967. Os combates duram 19 dias, mas não resultam em mudanças territoriais.

³⁹⁶ A grade de programação apresentada foi publicada no dia 17 de abril de 1974 pelo jornal *Folha da Manhã*. Contudo, conforme constatamos com o jornalista da *Rádio Guaíba*, Idalino Asp Vieira, ela não é precisa. Os horários do *Correspondente Renner* não estão claros, dando a entender que a edição das 20h15 tinha 30 minutos, fato que jamais ocorreu, segundo os depoimentos coletados em Mércio (2002).

Ilustração 38

Milton Jung lê o Correspondente Renner no principal estúdio da Rádio Guaíba

**Atenção, ouvintes... Vai falar
o correspondente Renner**



Milton Jung, a voz conhecida do público ouvinte como o "Correspondente Renner"

Quatro vezes por dia a chamada se repete e logo depois da característica de abertura, a voz inconfundível de Milton Jung abre uma das quatro sínteses:

— Aqui fala o Correspondente Renner, editado pelo Departamento de Jornalismo da Rádio Guaíba, com notícias"...

Em seguida, por 10 minutos ininterruptos, milhões de ouvintes recebem mais de 200 linhas de informações de todo o mundo.

Recentemente, uma das quatro grandes sínteses do Renner — ponto forte da programação de 3 horas diárias de notícias da Guaíba — passou a ser levada ao ar em novo horário: 20h15min, atendendo à necessidade dos ouvintes, consultados através de longa pesquisa.

Mas além do Renner, que movimenta uma equipe de mais de 30 profissionais e que sintetizam o noticiário de duas agências internacionais, das sucursais da Caldas Júnior e dos seus três jornais, o Departamento de Radiojornalismo ainda se movimenta durante as 24 horas do dia para editar os seus demais programas:

das 7 às 7h30min, Radiojornal
das 8 às 8h10min, síntese do BRDE

das 9 às 9h10min, Correspondente Renner
das 10 às 10h10min, síntese do BRDE
das 11 às 11h10min, Geraplan
das 12 às 12h10min, Radiomanchetes
das 13 às 13h10min, Correspondente Renner
das 14 às 14h10min, síntese do BRDE
das 15 às 15h10min, Geraplan
das 16 às 16h10min, Geraplan
das 17 às 17h10min, Geraplan
das 18 às 18h10min, síntese do Renner
das 20h15min às 20h45min, síntese do Renner
das 22 às 22h30min, Radiojornal

Em regime de plantão permanente, o Departamento de Radiojornalismo da Guaíba movimenta diariamente mais de 30 profissionais em sua redação, além dos correspondentes da Companhia Jornalística Caldas Júnior nas principais Capitais e cidades do interior do Estado. Graças a esse esquema e ao cuidadoso tratamento dado às notícias, o que merece a credibilidade de todos os gaúchos, o Departamento de Radiojornalismo da Guaíba é hoje, depois de mais de 10 anos de trabalho, um dos elementos mais importantes da emissora.

Fonte: *Folha da Manhã*, 17 abr. 1974, p.30.

Uma das grandes novidades da década é o programa *Agora*. No dia 14 de julho de 1975, às 8h10min, estréia a nova atração, que seria um marco no jornalismo. A criação do *Agora* é resultado da percepção de Flávio Alcaraz Gomes, que observa que o salto tecnológico dos últimos anos permitiria uma proposta mais ousada para a programação da *Guaíba*.

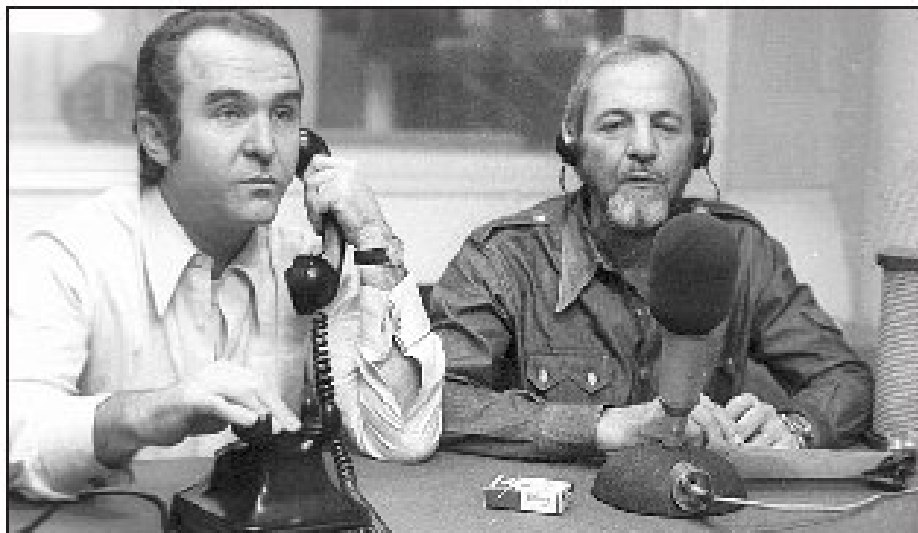
Lancei segunda-feira um novo e revolucionário programa pela *Rádio Guaíba*. Batizei-o de "Agora!" A idéia surgiu ao perceber que, finalmente, o Brasil estava ligado ao mundo pelas telecomunicações. Ligações telefônicas julgadas impraticáveis já podiam ser feitas instantaneamente. Imaginei correspondentes em locais-chave, falando sobre a manchete do dia. A idéia era pegar o *Correio do Povo*, ler seu destaque e sair-lhe no encaixo, com alguém do local onde se originasse falando a respeito. A notícia e a anatomia da notícia, onde quer ela se encontrasse. Nada de semelhante havia sido feito antes no Brasil (GOMES, 1995, p. 218).

A cobertura local ainda não é destaque e na primeira apresentação do *Agora* é a reportagem internacional que ocupa espaço: "De Paris, Ani Bourrier falou sobre as festividades da Queda da Bastilha; de Lisboa, Josué Guimarães abordou o

problema dos angolanos e, de Washington, Emilio Breyer detalhou os estragos dos incêndios de verão nos Estados Unidos”(GOMES, 1995, 220).

Ilustração 39

Adroaldo Streck e Flávio Alcaraz Gomes na primeira edição do Agora



Fonte: *Correio do Povo*, 24 abr. 2002, p.21.

No final de setembro de 1975, Flávio Alcaraz Gomes viaja para a China, onde fica por 15 dias³⁹⁷. No dia 29, de seu quarto de hotel em Pequim, realiza a primeira transmissão radiofônica direta do território chinês para o Brasil. Como lembra o repórter, “no outro lado do mundo, a *Rádio Guaíba* me ouvia com *som local*” (GOMES, 1975, 71).

A década de 70 também vai representar uma virada na programação jornalística da *ZYU-58*. Com o incêndio das *Lojas Renner*³⁹⁸, em Porto Alegre, em 1976, o chefe do Departamento de Jornalismo, Antônio Britto Filho, percebe que era preciso reestruturar o setor. Até aquele momento, o principal profissional era o redator, que apenas recebia informações. Apesar de o incêndio ocorrer próximo à *Rádio Guaíba*, no centro de Porto Alegre, a estação não consegue fazer uma cobertura competente da tragédia. Britto resolve, então, investir na contratação de repórteres³⁹⁹.

³⁹⁷ Na volta ao Brasil, Flávio Alcaraz Gomes lançou o livro *Um repórter na China* (ver bibliografia).

³⁹⁸ O incêndio das *Lojas Renner* ocorreu em 27 de abril de 1976. Quarenta e uma pessoas morreram e mais de 60 ficaram feridas na tragédia.

³⁹⁹ De acordo com Ortriwano, o repórter “é o responsável pela cobertura dos assuntos, deslocando-se até onde está a notícia. Coleta informações, realiza entrevistas, elabora mensagem informativa. Em rádio, é necessário que o repórter saiba verbalizar bem, falar de improviso e ter boa dicção para que o ouvinte possa entender as mensagens” (1985, p. 101). Observa-se hoje que o repórter de rádio precisa também conhecer *softwares* de edição de áudio, uma vez que, em muitas emissoras, ele mesmo opera os equipamentos de gravação. Na *Rádio Guaíba*, onde realizamos a presente pesquisa, os equipamentos de gravação ainda são operados pelos técnicos de áudio.

Até um determinado momento e eu acho que na vida de Porto Alegre o incêndio das Lojas Renner é esse momento, a notícia procurava a rádio [...]. Ela chegava ou pelo telegrama das agências nacionais e internacionais ou porque a cidade ainda pequena, a cidade ainda sem grande complexidade, ela podia ser observada sem outros recursos que não até as pessoas que iam a rádio levar a notícia ou a rádio por telefone ia buscar a informação. De repente aconteceu uma tragédia em Porto Alegre, que foi o incêndio das Lojas Renner, houve a morte de 41 pessoas, e se descobriu que aquele episódio marcava claramente uma mudança. Era preciso que as rádios começassem a ter condições de falar de qualquer momento e de qualquer lugar. Mais do que isso, quem quer falar de qualquer lugar tem que ter quem fale. Então a decisão de levar, de inverter o processo, ou seja, de passar a buscar a notícia, trazia como consequência uma reforma do ponto de vista técnico, que era a instalação de unidades móveis, recursos de transmissão, e de outro lado, o investimento não mais no redator, que dentro da rádio recebe as notícias e põe no ar, mas o repórter que vai ver, vai fazer a notícia lá fora, lá na rua, onde as coisas estão acontecendo (ANTÔNIO BRITTO FILHO, Documentário *Correspondente Renner, 34 anos de história*, UNISINOS, 1991).

Com a nova orientação e as facilidades tecnológicas⁴⁰⁰, o boletim do repórter na programação torna-se cada vez mais presente. Contudo, Britto ainda realizaria outro trabalho que refletiria diretamente na programação: a criação da Central do Interior.

[...] Nós não tínhamos instrumentos para buscar notícia. [...] Havia a figura dos correspondentes do *Correio do Povo*, [...] mas que não eram exatamente jornalistas profissionais. Eles eram mais cronistas das suas cidades. Eles sentavam quando queriam, da forma que queriam, quando tinham tempo, quando podiam e escreviam lá alguma coisa sobre a cidade deles. Nós não podíamos ligar e dizer: “Olhe, hoje está acontecendo aí na sua cidade tal reunião e é muito importante para nós e para o Rio Grande do Sul saber o resultado dessa reunião”. Então, o que que se fez... Pela primeira vez na história do Rio Grande do Sul [...] se profissionalizou uma rede de repórteres e de sucursais no interior do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Então se criou aqui uma central de interior, um grupo que eu comandeï, com sete, oito funcionários, que diariamente de manhã pautava, quer dizer, solicitava informações ao interior e um grupo imenso de profissionais do interior que cumpria essa pauta. Isso nos permitiu uma coisa maravilhosa do ponto de vista jornalístico e político. O interior parou de só ouvir, o interior parou de ser aquele conjunto de cidades que comprava jornal, ouvia rádio, mas não podia falar nem emitir informações (ANTÔNIO BRITTO FILHO, Documentário *Correspondente Renner, 34 anos de história*, UNISINOS, 1991).

⁴⁰⁰ A passagem do jornalista que só atua na redação para a rua, onde os fatos estão ocorrendo, só é possível pelas facilidades tecnológicas que vão surgindo. As linhas telefônicas passam a ser mais acessíveis e os radiotransmissores tornam-se mais leves, o que permite ao repórter entrar ao vivo na programação a partir de qualquer lugar. Na década de 70, os gravadores ainda eram equipamentos pesados, que prejudicavam a atuação do repórter na rua. Cabe aqui lembrar que o *walkman*, por exemplo, foi lançado pela *Sony* somente em setembro de 1979.

O principal noticiário da emissora – o *Correspondente Renner* – não fica impune às propostas de Britto e também vai apresentar alterações em seu conteúdo.

E começamos lentamente a aumentar o número de notícias locais. Eu me lembro bem do dia que coloquei pela primeira vez uma notícia local como a notícia de encerramento do *Renner*. Foi um Deus nos acuda dentro da casa, porque se quebrava uma tradição de aproximadamente 18 anos, o *Renner* terminar não com a notícia de Nova Iorque, com a notícia de Moscou, com a notícia de Paris, mas com notícia de Porto Alegre, Erechim, Santana do Livramento, Vacaria... Então, houve esta primeira mudança. A segunda mudança é que se tornou os textos mais curtos e mais coloquiais [...] (ANTÔNIO BRITTO FILHO, Documentário *Correspondente Renner, 34 anos de história*, UNISINOS, 1991).

Britto ainda coloca no ar, em 1977, um radiojornal⁴⁰¹, o *Linha Aberta*. O programa, irradiado das 13h15 às 14h, valoriza reportagens de Porto Alegre.

A *Rádio Guaíba* chega ao final da década de 70 com uma programação que fala do mundo, do Brasil, de Porto Alegre e de todo o Rio Grande do Sul. Em 1979, a *Caldas Júnior* apresentaria mais uma novidade aos gaúchos: no dia 10 de março entra no ar a *TV2 Guaíba*.

Os anos 80 vão ficar marcados na história da *ZYU-58* não pela sua programação, mas sim pela crise financeira⁴⁰² vivida pela *Empresa Jornalística Caldas Júnior*. Apesar dos problemas financeiros, a emissora continua lançando novos programas. Um deles é o *Jornal da Tarde*, que entra no ar em 1981. O radiojornal conta com a participação de repórteres, correspondentes e comentaristas da emissora, além de valorizar a prestação de serviços.

As incertezas não impedem que a *Guaíba* invista na cobertura do pleito de 1982, que assinala a volta das eleições diretas para os governos estaduais⁴⁰³: “A Central Eleitoral Guaíba/Caldas Júnior começou ontem o trabalho de cobertura no Estado, mobilizando cerca de mil pessoas num intenso acompanhamento jornalístico das votações” (FOLHA DA TARDE, 16 nov. 1982, p.20). A apuração paralela mais uma vez é sucesso.

⁴⁰¹ De acordo com Ferraretto, o radiojornal “corresponde a uma versão radiofônica dos periódicos impressos, reunindo várias formas jornalísticas: boletins, comentários, editoriais, seções fixas – meteorologia, trânsito, mercado financeiros... - e mesmo entrevistas” (2001, p.55).

⁴⁰² Desde meados da década de 70, o grupo já enfrentava problemas devido ao endividamento provocado pela compra de equipamentos para modernizar o parque gráfico e instalar uma emissora de TV. Em quatro de fevereiro de 1983, o Banrisul executa a principal dívida da *Caldas Júnior*. Durante todo o ano de 1982, o Banrisul e a empresa passaram em negociação, mas sem resultados. De um lado, o banco exigia o pagamento das dívidas. Do outro, Breno Caldas pedia mais tempo para quitar o débito. No dia 24 de janeiro, o endividamento da *Caldas Júnior* ultrapassava os onze milhões de dólares. Para agravar a situação ainda mais, o governo federal anuncia, no dia 18 de fevereiro, a desvalorização da moeda nacional em 30 por cento em relação ao dólar. Com a medida, a *Caldas Júnior*, já sem condições de honrar seus compromissos, assiste a suas dívidas em dólar aumentar, de uma hora para outra, em 30 por cento.

⁴⁰³ No Rio Grande do Sul, o candidato do Partido Democrático Social, Jair Soares, é eleito.

O que também não muda é a credibilidade da Guaíba. Mesmo com a crise financeira que afeta a empresa, a emissora consegue o mais alto índice de precisão em apurações paralelas feitas por meios de comunicação no Brasil. A diferença em relação aos dados oficiais é de apenas 24 votos, em um total de 3.799.013; isso representa um erro de apenas 0,0006%. Luiz Figueiredo, Valdir Barbosa Paz e Marco Antônio Baggio são os responsáveis pela coordenação da Central Eleitoral Guaíba/Caldas Júnior, que antecipa o nome do governador do Estado em mais de uma semana antes do resultado oficial (DINIZ, 2005, p.157).

Contudo, a competência em coberturas não garante uma melhoria na situação financeira. No dia 12 de dezembro de 1983, os funcionários, que vinham enfrentando atraso no pagamento dos salários desde maio, entram em greve. Os jornais, porém, não deixam de circular. Na *Rádio Guaíba* a situação não é diferente. Toda a programação é mantida. De acordo com Milton Ferretti Jung (2002), “em toda a crise da *Caldas Júnior*, o *Correspondente Renner* jamais deixou de ir ao ar”⁴⁰⁴.

Em 1984, a *Rádio Guaíba* continuava transmitindo notícias do exterior, do Brasil e do Rio Grande do Sul. Mas logo noticiaria uma informação saída do mesmo prédio onde funcionava. No dia 16 de junho, um sábado, às 16h o locutor José Fontela leria uma notícia que abalaria o Estado.

Numa tarde nublada de junho de 1984, o Rio Grande do Sul não acreditaria no que acabava de ouvir se a notícia não tivesse sido dada pela *Rádio Guaíba*: o *Correio do Povo* e a *Folha da Tarde* iam deixar de circular. Era o lance final da dolorosa agonia da *Empresa Jornalística Caldas Júnior*, um rochedo sólido da economia gaúcha que foi esfacelado pela correção monetária, pelos juros e pelas maxivalorizações do dólar quando decidiu implantar a *TV Guaíba* e remodelar seu parque gráfico (MACHADO, 1987, p.7).

Apesar do anúncio da suspensão dos jornais da *Caldas Júnior*, muitos acreditavam ainda que a empresa poderia levantar-se. Segundo Galvani, “confiavam numa saída, que o governo estadual encontraria, que o governo federal decidiria” (1995, 483). Na época, o *Correio do Povo* contava com uma carteira de 93 mil assinantes.

No dia 30 de setembro de 1985, o juiz Sérgio José Dulac Müller, do Segundo Juizado da Vara de Falências e Concordatas de Porto Alegre, decretou a falência da *Empresa Jornalística Caldas Júnior*. A *Rádio Guaíba* mantém-se no ar.

As portas da empresa foram lacradas naquele mesmo 30 de setembro, deixando livres apenas os serviços de telex e a entrada do prédio e o acesso à *Rádio Guaíba S.A.*, outra empresa, entidade jurídica separada, já que o “Grupo” nunca se constituíra como uma *holding* central. Safou-se a Rádio (GALVANI, 1995, p. 503).

⁴⁰⁴ JUNG, Milton Ferretti. *Depoimento ao autor*, Porto Alegre, 21.02.2002.

Com as portas abertas garantindo o acesso às instalações da *Rádio Guaíba*, a emissora permanece com sua programação normal. A *ZYU-58*, porém, corria o risco de ficar sem um local para abrigar seus estúdios. O prédio do *Correio do Povo*, na rua Caldas Júnior, onde funcionava a emissora⁴⁰⁵, estava com seu leilão marcado para o dia 6 de maio. Contudo, no dia 4 de maio de 1986, o empresário Renato Bastos Ribeiro⁴⁰⁶, do setor de *agribusiness*, fecha negócio e adquire a empresa, assumindo todos os compromissos da *Caldas Júnior*⁴⁰⁷. A sobrevivência da *Guaíba* estava garantida.

Renato Ribeiro comprou quotas que lhe deram 98% da *Rádio Guaíba S.A.*, 90% da *Televisão Guaíba* e 68% da *Empresa Jornalística Caldas Júnior*. Mais tarde, o empresário adquiriu quotas de outros acionistas e, mais adiante, fez um aumento de capital que pulverizou os que não tiveram condições de acompanhar (GALVANI, 1995, p. 508).

Assim, a *Guaíba*, diferentemente dos demais veículos da *Caldas Júnior*, tinha conseguido passar o período de crise sem jamais deixar de fazer suas irradiações. A chegada de Ribeiro, porém, provocaria algumas mudanças.

A emissora diminui o espaço para a música, reduz o número de locutores, passa a gravar comerciais, a aceitar *jingles* e *spots*. Muitos profissionais, que ajudam a construir a credibilidade da emissora, deixam o prefixo para trabalhar na concorrência. Para seus postos são contratados radialistas em sua maioria desconhecidos dos ouvintes e com pouca experiência. Mas dois dos melhores produtos da *Guaíba* são preservados: as transmissões de Copas do Mundo e de Eleições (DINIZ, 2005, p.152).

⁴⁰⁵ A *Rádio Guaíba* desde sua fundação até hoje funciona no segundo andar do prédio do *Correio do Povo*, na Rua Caldas Júnior, 219, centro de Porto Alegre.

⁴⁰⁶ Renato Bastos Ribeiro formou-se em economia pela PUCRS em 1965. Nasceu em 31 de janeiro de 1944, em Porto Alegre.

⁴⁰⁷ No dia 5 de maio, Renato Ribeiro informa que quitou a dívida trabalhista e anuncia o retorno do *Correio do Povo*. No dia 1º de junho, circula edição especial do jornal, a fim de garantir o uso do nome, uma vez que ordem legal permite que a permanência de um periódico fora de circulação por mais de 24 meses faculte a terceiros habilitação ao registro e propriedade de seu título. No editorial, o *Correio do Povo* destaca seus princípios desde a sua fundação e a ligação com o Rio Grande. No dia 11, com o mesmo propósito, circula edição especial da *Folha da Tarde*. Em 15 de junho, uma nova edição do *Correio do Povo*, com cem mil exemplares, circula, sendo distribuída gratuitamente. A *Folha da Tarde* acabou não voltando a circular e seu nome reaparece em um caderno de variedades que circula encartado no *Correio do Povo*, aos sábados.

No dia 31 de agosto de 1986, a *Rádio Guaíba* anuncia, no *Correspondente Renner*, a reabertura do *Correio do Povo*, que a partir de então recomeça a circular diariamente⁴⁰⁸.

Durante a década de 80 também ocorre a quebra de algumas regras internas, o que vai garantir maior agilidade à programação jornalística. Até aquele momento, muitas notícias importantes não eram divulgadas quando da sua apuração, ficando reservadas para a próxima edição do *Renner*. O objetivo era que o principal noticioso da emissora apresentasse em sua edição algumas informações exclusivas. O gerente de jornalismo Valdir Barbosa Paz⁴⁰⁹ decide dar continuidade ao processo iniciado por Britto de garantir cada vez mais uma maior presença do repórter na programação.

O que a gente tinha certeza que estava errado é que o jornalista da rádio [...] estava [...] fazendo grandes matérias às vezes, grandes entrevistas e guardando [...] para sair no *Correspondente Renner*. [...] A gente, com aquela filosofia de resgatar o rádio como o veículo da primeira informação, [...] implantou esse esquema de que a notícia tem que ser dada no rádio a todo momento, a qualquer momento. Tem informação, tem que dar. O *Renner* vai ser a síntese, não vai perder a importância [...] (VALDIR BARBOSA PAZ, Documentário *Correspondente Renner, 34 anos de história*, UNISINOS, 1991).

Em dezembro de 1988, a programação da *Guaíba* vai contar com um de seus criadores. Flávio Alcaraz Gomes, que havia deixado a *ZYU-58* em abril de 1976, retorna à emissora. No dia cinco estréia o *Programa Flávio Repórter*, de segunda a sexta-feira, das 7h05min às 7h30min e das 9h10 às 11h30min. A primeira parte do programa dedica-se a prestação de serviço com boletins do trânsito e dos aeroportos. O boletim do tempo também é destaque e inclui a participação de diversos correspondentes do interior do Estado. A segunda parte abre espaço para entrevistas e debates.

⁴⁰⁸O *Correio do Povo* volta em seu formato tradicional, o *standard* - página de tamanho padrão de 54 centímetros de altura por 33,5 centímetros de largura. Em 26 de maio de 1987, o jornal reduz seu formato para tablóide, que corresponde à metade do padrão *standard*.

⁴⁰⁹ Em 1987, Valdir Barbosa Paz assumiu a gerência de jornalismo, ficando até 1997, quando deixou a empresa para dirigir o jornalismo da *Rádio CBN*, em Brasília.

Ilustração 40

Flávio Alcaraz Gomes volta para a Rádio Guaíba no final de 1988



Venha com
o Flávio
para a
Guaíba

Depois de algum tempo ausente, o maior repórter jornalístico está de volta às suas raízes. Dia 5 de dezembro, Flávio Alcaraz Gomes estreia na Rádio Guaíba. Seu estilo marcante, ágil e sempre em busca da notícia será o grande momento na nova programação. Não perca! 5 de dezembro, nos 720 do seu rádio.

Horários do Programa Flávio Repórter

Rádio Guaíba - de 2ª a 6ª feira
7h05 às 7h30min e 9h10 às 11h30


GUAIBA / CALDAS JUNIOR

Fonte: (GOMES, 1995, p. 266).

A programação jornalística dos anos 90 vai manter-se nesta linha, sem alterações significativas. A emissora mantém seus correspondentes no interior do Estado e concentra equipes em Porto Alegre. As coberturas internacionais já não apresentam pautas diferenciadas e ficam reduzidas aos eventos esportivos – como a Copa do Mundo de Futebol – e a viagens de negócios: “As poucas investidas da reportagem a outros países são para acompanhar empresários e com interesse comercial, como as coberturas de Paulo Sérgio Pinto e Adroaldo Streck à Feira de Hannover, na Alemanha” (DINIZ, 2005, p.169).

No dia oito de maio de 1992, a *Guaíba* mostra que o seu jornalismo continua forte. Depois de quase um ano de tentativas, o produtor do programa *Agora*, Linei Zago, convence o ex-presidente João Baptista Figueiredo a conceder uma entrevista a Amir Domingues.

Figueiredo havia anunciado, após deixar a presidência da República, que não atenderia mais a imprensa. A entrevista de 57 minutos rendeu a Domingues o Prêmio Ari de Jornalismo⁴¹⁰.

Ilustração 41

Correio do Povo destaca, dez anos depois, entrevista de Figueiredo no programa Agora



'Agora' quebra silêncio de Figueiredo

Fato marcante da história recente da Rádio Guaíba foi a entrevista do general João Baptista Figueiredo ao programa "Agora", no dia 8 de maio de 1992, que teve repercussão nacional e garantiu ao jornalista Amir Domingues o Prêmio ARI de Jornalismo. Nessa entrevista de 57 minutos, o último governante do regime militar rompeu o silêncio voluntário de mais de um ano e não poupou críticas aos políticos e ao então presidente Fernando Collor de Mello. Falando por telefone de sua casa no Rio de Janeiro, o general afirmou que a anistia e o encaminhamento para a abertura democrática talvez fossem as únicas coisas boas que fez na Presidência da República.

Figueiredo admitiu que houve torturas durante o regime instalado em 1964 e revelou que a transição democrática de seu governo para o de Tancredo Neves (Tancredo faleceu sem tomar posse e José Sarney acabou sendo o primeiro presidente civil depois de 1964) foi garantida por ele, pelo então ministro do Exército, Walter Pires, e por mais quatro ou cinco pessoas.

A equipe de produção da Rádio Guaíba esperou quase um ano pela entrevista com o ex-presidente. As tentativas eram quase diárias. O general resistia, preferindo continuar em silêncio, mas a persistência dos produtores foi maior. Na noite de 7 de maio, o jornalista Linei Zago da Silva conseguiu conversar com Figueiredo. Uma secretária atendeu o telefone e, logo depois, o

ex-presidente estava na linha. "Não dou entrevistas", respondeu, assim que Linei se identificou. O general justificou a resposta: "Tanto no meu governo como após, quando eu saí, sempre ocorreram algumas distorções (nas entrevistas)". Acrescentou que após vários incidentes já não confiava mais nos jornalistas. Entretanto, como o pedido vinha do Rio Grande do Sul e da Rádio Guaíba, ele reconsiderou a resposta. "A Rádio Guaíba sempre foi um veículo de comunicação do qual nunca tive queixas. Todas as minhas entrevistas sempre saíram da forma em que eu as concedi." Ao saber que Amir Domingues seria o entrevistador, Figueiredo declarou: "Esse eu conheço. Ele é sério". A entrevista foi marcada para o dia seguinte e destacada em primeira página pelos jornais brasileiros na edição de 9 de maio. Figueiredo sancionou a Lei de Anistia em 1979.

Fonte: (CORREIO DO POVO, 27 abr. 2002, p.20).

O ano de 1992 marcaria a volta de José Alberto Mendes Ribeiro, um dos idealizadores da programação da emissora. No dia 27 de julho estréia *"A Hora e a Vez de Mendes Ribeiro"*. O programa era veiculado de segunda a sexta-feira, das 6h às 7h30min e permaneceu no ar até 1999, quando da morte do comunicador⁴¹¹. De acordo com Ferraretto, "há [...] um predomínio maior da opinião de Jorge Alberto Mendes Ribeiro. (2007, p.471).

Em 1994, o jornalismo ganha espaço no final de noite. *O Jornal da Noite*⁴¹² é veiculado a partir de abril, das 23h às 24h. O programa rompe com o padrão de programação de segunda a sexta-feira, uma vez que é apresentado de segunda-feira a domingo⁴¹³.

Em 1996, a emissora da Caldas Júnior começa a transmitir sua programação via satélite. Para isto, cria o *Sistema Guaíba Sat*, integrado por 19 estações, sendo 16 no Rio

⁴¹⁰ O prêmio é concedido anualmente pela Associação Riograndense de Imprensa.

⁴¹¹ Mendes Ribeiro faleceu em nove de julho de 1999 em decorrência de câncer ósseo (*Correio do Povo*, 11.7.1999, p.6).

⁴¹² O programa é dividido em quatro blocos, com informações da equipe de reportagem local, do Interior, Nacional e Internacional. O *Jornal da Noite* também oferece informações sobre a previsão do tempo em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, com o meteorologista professor Eugênio Hackbart, além dos números de fechamento do mercado de capitais. Ao final do programa, espaço para o Departamento de Esportes noticiar as últimas do dia e para as manchetes dos principais jornais do País (Informações disponíveis em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=17>. Consulta realizada em 14.10.2007).

⁴¹³ O programa é apresentado, atualmente, pelo locutor Mario Mazonon.

Grande do Sul e três em Santa Catarina⁴¹⁴. Contudo, conforme levantamento realizado por Mércio (2002), isto não representou uma alteração na programação jornalística. Os critérios de seleção de notícia continuam sendo os mesmos.

No ano seguinte, o jornalismo ganha mais espaço com a criação de um novo programa: o *Jornal da Manhã*. A atração entra no ar em quatro de agosto de 1997, de segunda a sexta-feira, das 11h30min às 12h. O *Jornal da Manhã* conta com a participação da equipe de reportagem e dos comentaristas da emissora⁴¹⁵. O programa destaca ainda a prestação de serviços com o mercado financeiro, previsão do tempo e o boletim do trânsito.

Ainda no mesmo ano, a estação lança um novo slogan: “Rádio Guaíba, Porto Alegre, Brasil, informação com credibilidade”. A frase foi criada pelo diretor comercial, João Müller, e pelo gerente de Jornalismo, Flávio Portela,

Isso era uma das coisas que eu tinha captado, que faltava um slogan pra rádio. Um slogan pra rádio como um todo. O esporte, principalmente, tinha muito slogan aí, um pra cada coisa. Mas um da rádio não tinha. É o que é que a rádio trabalha: basicamente com informação, com notícia. E qual é uma das características da rádio, da Caldas Júnior como um todo: a credibilidade (PORTELA *apud* DINIZ, 2005, p. 182).

Também em 1997, a *Guaíba* passa a disponibilizar, em tempo real, via Internet, a programação da emissora. Com isso, os “guaibeiros” podem acessar a estação de qualquer parte do mundo. Em 1998, o *site* é atualizado, permitindo que os navegadores tenham acesso a informações sobre os programas, apresentadores, trilhas sonoras, fotos, história da ZYU-58 e grade de programação da AM e da FM.

⁴¹⁴ Informações disponíveis em http://www.radioguaiba.com.br/sistema_guaiba.asp. Consulta realizada em 15 out. 2007.

⁴¹⁵ Nas primeiras edições, o programa contou com as participações dos comentaristas Renato Rossi (carros e motos), Dirce Brasil Ferrari (comportamento) e Abraão Winogron (saúde).

Ilustração 42

Correio do Povo anuncia as novidades do site da Rádio Guaíba

VIII — DOMINGO, 18 de janeiro de 1998

INFORMÁTICA

CORREIO DO POVO

Site da Rádio Guaíba tem novos recursos

A emissora pode ser ouvida em todo o mundo em <http://www.guaiba.com.br>

Os "gualbeiros" são aqueles ouvintes que têm na credibilidade da Guaíba a motivação para a fidelidade. E, agora, eles são bem-vindos por mais um meio. Além de ouvir a Guaíba por ondas médias e curtas ou por satélite, existe a possibilidade de escutar a rádio com som local em qualquer lugar do mundo a partir do site <http://www.guaiba.com.br>. O internauta recebe ainda as informações sobre a Rádio Guaíba, "uma voz a serviço do Rio Grande", conforme foi anunciado na data de sua fundação, em 1957.

A homepage informa, de início, que o Sistema Guaíba de Rádio compõe-se de duas emissoras: a AM e a FM. Na primeira, a ênfase é para o jornalismo e o esporte. Na segunda, o destaque é para a programação musical, que prima pelo bom gosto. As duas emissoras, que trabalham em conjunto com o *Correio do Povo* e a TV2 Guaíba, mantêm-se 24 horas por dia no ar.

Clicando nos diversos links, o usuário é convidado a conhecer o perfil das duas rádios e a história do prefixo musical "Boi Barroso", melodia folclórica dos gaúchos utilizada pelas emissoras. Ao acessar o ícone da programação AM e FM, encontra-se a descrição de cada programa, com os horários que eles vão ao ar, além das fotos dos apresentadores. Dois ícones dão destaque para o Correspondente Renner e as Jornadas Esportivas, principais programas dos Departamentos de Jornalismo e de Esportes, respectivamente.

Outra janela apresenta a tabela de preços para anunciar nos diversos programas da Guaíba, bem como os telefones e fax do Departamento Comercial para consultas sobre o patrocínio dos produtos ou mesmo para a inserção de anúncios avulsos. Abaixo, outro link oferece a relação dos representantes comerciais em outras praças, incluindo Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Brasília.

Os dois últimos ícones indicam a lista de emissoras que compõem o Sistema GuaíbaSat e oferecem a oportunidade para download do RealPlayer, programa necessário para ouvir a Guaíba AM via Internet.

O site dispõe das principais trilhas sonoras da Guaíba, como a do Correspondente Renner, o mais antigo noticiário de rádio do Brasil, e a das Jornadas Esportivas, que recentemente foi gravada com um novo arranjo. Através da página, o usuário pode enviar e-mails para a Rádio Guaíba (guaiba@cpovo.net), além de obter o endereço e os telefones da emissora. Em breve, a Guaíba colocará à disposição uma página sobre a Copa 98.

A homepage da Rádio Guaíba é um serviço do provedor *Correio do Povo Net*. A página, idealizada pelo gerente de jornalismo da emissora, Flávio Wornicov Portela, com a consultoria de Milton Ferretti Jung e Fernando Veronezi, foi elaborada pela própria equipe do provedor. O webdesigner Adriano Mussi é o responsável pela sua criação e atualização.

Fonte: *Correio do Povo*, 18 jan. 1998, Caderno de turismo & Informática, p.VIII.

A década de 90 vai terminar com a mais tradicional síntese noticiosa do Rio Grande do Sul, no ar desde 1957, mudando de nome⁴¹⁶. Em 1º de março de 1999, o *Correspondente Renner* passa a ser patrocinado pelas *Organizações Aclub – Associação dos Profissionais Liberais Universitários do Brasil*.

Foi ao ar às 9h de ontem, pela Rádio Guaíba, a primeira edição do Correspondente Aclub. O noticiário mais antigo do rádio gaúcho, transmitido desde a inauguração da emissora, em abril de 1957, trocou de patrocinador após quase 42 anos de existência. A Associação dos Profissionais Liberais Universitários do Brasil (Aclub) substitui as Organizações Renner na condição de patrocinador do noticioso. Esta, entretanto, será a única alteração na mais importante síntese informativa da Rádio Guaíba, produzida pelo seu Departamento de Jornalismo em colaboração com o *Correio do Povo* (*CORREIO DO POVO*, 2 mar.1999, p. 17).

O *Correspondente Aclub* mantém os mesmos horários e característica musical do *Renner* (ver CD em anexo). Da mesma forma, não é realizada qualquer alteração em seu formato.

⁴¹⁶ Milton Ferretti Jung leria pela última vez a tradicional abertura do *Correspondente Renner* no dia 28 de janeiro de 1999. No final de 1998, a companhia norte-americana *JC Penney* confirmou a aquisição do controle majoritário das *Lojas Renner*. O novo controlador da empresa não manifestou interesse em continuar patrocinando o mais tradicional noticiário do rádio gaúcho e decidiu não renovar o contrato com a *Rádio Guaíba*.

Ilustração 43

A síntese noticiosa da Guaíba muda de patrocinador e passa a chamar-se Correspondente Aclub


CORREIO DO POVO — 1º/3/99 — 17

Imagem: Rádio Guaíba

Tem hora pra tudo.

Às 9, 13, 18:50 e às 20, por exemplo, é hora de ouvir o CORRESPONDENTE APLUB na Rádio Guaíba.

O mais antigo e importante noticiário de rádio do Rio Grande do Sul, há mais de 40 anos no ar, tem agora o patrocínio da Associação dos Profissionais Liberais Universitários do Brasil - APLUB. Poucas coisas continuaram iguais na vida das pessoas em todos estes anos. Uma delas é o hábito dos gaúchos de se informarem sobre o que está acontecendo no mundo inteiro através da voz de Milton Ferretti Jung, apresentador do principal informativo da Guaíba desde 1964. O patrocínio da APLUB é uma garantia que este hábito não vai se modificar.



Rádio Guaíba

As domingos, o CORRESPONDENTE APLUB vai ao ar às 13 e 20 horas.

RÁDIO GUAÍBA
 Informação com Credibilidade
720 kHz
Sistema GuaíbaSat
www.radioguaiba.com.br

APLUB
 Solidez e experiência em previdência.

Fonte: (CORREIO DO POVO, 1 mar. 1999, p.17).

Em 30 de abril de 1999 a estação inaugura *Estúdio Cristal*⁴¹⁷. Com vidros transparentes e caixas acústicas voltadas para a rua, os ouvintes podem visualizar os apresentadores e participantes dos principais programas da emissora⁴¹⁸.

Nos anos 2000, a *Guaíba* mantém o mesmo rumo da década anterior, investindo no jornalismo e no esporte. A música, que no período anterior ainda encontrava espaço na programação da tarde – intercalada com o *Guaíba Notícias* – é deixada de lado

⁴¹⁷ O estúdio está localizado na esquina das ruas dos Andradas e Caldas Júnior, no centro de Porto Alegre. Em novembro de 1999, por lei municipal do vereador Claudio Sebenelo, o local foi denominado Esquina da Comunicação, para homenagear a sede do jornal *Correio do Povo*, da *Rádio Guaíba* e o Museu de Comunicação Hipólito José da Costa.

⁴¹⁸ Em abril de 2007, os programas *Terceiro Tempo* – das 12h05 às 13h – e *Espaço Aberto* – das 13h15 às 14h30- estavam sendo transmitidos diariamente do Estúdio Cristal.

definitivamente, como demonstra a grade de programação publicada no jornal *Correio do Povo* de dois de janeiro.

Ilustração 44

Grade de programação da Rádio Guaíba de janeiro de 2000

RÁDIO GUAÍBA

6h – BOM-DIA
 7h30min – FLÁVIO ALCARAZ GOMES
 REPÓRTER — O pró-reitor de extensão
 universitária da PUC, Paulo Franco, co-
 menta o Prêmio Master de Ciência e Tec-
 nologia.
 9h50min – MOMENTO SEGURO
 9h55min – AGENDA ESPORTIVA
 10h05min – AGORA — Entrevista com o
 secretário estadual de Coordenação e
 Planejamento, Adão Villaverde.
 11h05min – PROGRAMA MARIA DO
 CARMO — O biólogo Álvaro Machado e o
 turismo-aventura.
 11h30min – JORNAL DA MANHÃ
 12h05min – TERCEIRO TEMPO — Do
 Estúdio Cristal.
 13h15min – ESPAÇO ABERTO — Os
 ouvintes podem participar do programa
 pelo telefone 3215-6340 ou pelo fax
 3215-6315.
 14h30min – PROGRAMA DA TARDE
 15h30min – GUAÍBA REVISTA — A par-
 ticipação da atriz e diretora de teatro Már-
 cia do Canto.
 16h30min – JORNAL DA TARDE
 17h30min – REPÓRTER ESPORTIVO
 20h10min – PLANTÃO ESPORTIVO
 22h05min – ÚLTIMO TOQUE
 23h – JORNAL DA NOITE
 0h – NOTURNO GUAÍBA — Destaque
 para o cantor Francisco Carlos.
 1h – A MÚSICA DA GUAÍBA
 5h – GUAÍBA RURAL

Fonte: (CORREIO DO POVO, 2 jan. 2000, p.15).

A produção de notícias pela reportagem da emissora continua sendo prioridade no abastecimento da programação jornalística, conforme levantamento realizado no *Correspondente Aplub*⁴¹⁹.

De acordo com a tabela, no período pesquisado, 56,98% das notícias divulgadas no *Correspondente Aplub* foram produzidas pela reportagem da *Rádio Guaíba*. De um total de 93 notícias, 46 apresentavam como procedência Porto Alegre, o que representa 49,46%. Vinte e sete eram notícias nacionais, equivalendo

⁴¹⁹ A pesquisa foi realizada a partir da avaliação do *Correspondente Aplub* das 13h durante o período de uma semana, da segunda-feira, dia 23 de abril de 2001, ao domingo, 29 de abril de 2001.

a 29,03% do total de notícias produzidas no período. As notícias regionais aparecem em terceiro lugar, somando um total de onze. As internacionais aparecem em último, em número de 8, o que corresponde a 8,6% do total. Somando-se as notícias com procedência de Porto Alegre e as regionais, que também foram apuradas pela equipe da *Guaíba*, chega-se ao índice de 61,29% de notícias produzidas pelos repórteres da emissora (MÉRCIO, 2002, p.183).

No dia cinco de agosto de 2000, a *Guaíba* coloca um novo programa no ar. O *Projeto Mercosul*⁴²⁰ passa a ser veiculado aos sábados, das 6h20min às 7h. A proposta é “abrir um espaço para a informação e a discussão das relações comerciais e políticas do Mercosul” (Pereira, 2004, p.5). O programa ganha importância, pois até aquele momento, embora criado em 1991 com a assinatura do Tratado de Assunção, o Mercado Comum do Sul não encontra quase espaço no rádio. Estudo realizado por Haussen (1999) em 1998 sobre o conteúdo dos três programas mais ouvidos em Porto Alegre⁴²¹, no gênero jornalístico-cultural, indicou que “em relação aos temas sobre o Mercosul, observa-se que, do total, apenas 10 minutos e cinco segundos trataram do assunto. O que significa 0,5% das 30 horas de programação analisadas” (1999, p.88).

Outra novidade da década é a ampliação das possibilidades de participação do ouvinte por meio de sugestões de pautas para a programação. Em 20 de março, a emissora coloca no ar o *Telefone do Ouvinte*.

A Rádio Guaíba AM 720 aumenta sua interatividade com os ouvintes, abrindo, a partir de hoje, mais um canal de comunicação para prestação de serviço. É o 'Telefone do Ouvinte: 299-0-720'. A ligação pode ser feita a qualquer hora do dia, todos os dias. A comunidade poderá sugerir assuntos a serem abordados pelo Departamento de Jornalismo, fazer denúncias, reclamações ou comentários. O ouvinte será orientado a dar seu nome, telefone e gravar sua mensagem (máximo de 90 segundos). As sugestões deverão ser aproveitadas no programa Flávio Alcaraz Gomes Repórter. Os ouvintes da Guaíba FM 101.3 poderão se manifestar pelo telefone 299-0-101. E já opera há alguns dias o telefone 299-0-721, do Departamento de Esportes (CORREIO DO POVO, 20 mar. 2001, p.5).

⁴²⁰ O programa foi criado pelos jornalistas Renato Sagrera e Cléber Moreira, na época funcionários da emissora. Atualmente é apresentado pelo jornalista Jurandir Soares e teve seu tempo reduzido de 40 para dez minutos. É veiculado aos sábados, das 6h20min às 6h30min.

⁴²¹ “Durante a primeira semana de maio de 1998 (do dia 4 ao dia 8), foram analisadas 30 horas dos três programas mais ouvidos em Porto Alegre, no gênero jornalístico-cultural, de acordo com dados do IPOPE de março de 1998. O de maior audiência foi o programa ‘Gaúcha Hoje’, veiculado no horário das 6h às 8h da manhã, de segunda a sexta-feira, conduzido por Rogério Mendelski, na rádio Gaúcha Sat. A seguir, foi analisado o programa ‘Flávio Alcaraz Gomes Repórter’, da rádio Guaíba AM, apresentado das 7h30m às 10h, por Flávio Alcaraz Gomes. Por fim, na rádio Bandeirantes AM, o programa mais ouvido analisado foi o ‘Jornal Gente’, veiculado entre 7h30m e 9h da manhã, com apresentação dos jornalistas Affonso Ritter, Bira Valdez e Políbio Braga (HAUSSEN, 1999, p.87).

Em primeiro de fevereiro de 2004, a síntese noticiosa da *Guaíba* muda de nome: *Correspondente Portocred*⁴²². Como das outras vezes, não ocorre qualquer alteração no formato nem na grade de programação. São mantidos os mesmos horários 9h, 13h, 18h e 20h. A história se repete. Em primeiro de setembro a síntese tem novo patrocinador e passa a chamar-se *Correspondente Copesul*⁴²³.

Além do *Correspondente*, a emissora mantém 12 edições diárias de cinco minutos do *Guaíba Notícias*, de segunda a sexta-feira⁴²⁴. Na definição da própria rádio, o noticiário “nada mais é do que a síntese das principais informações do momento, captadas pela equipe de repórteres e correspondentes ou pelas agências de notícias, sempre em colaboração com o jornal *Correio do Povo*”⁴²⁵. O Departamento de Jornalismo é responsável também pelos programas *Jornal da Manhã* - a partir das 11h05min -, *Jornal da Tarde* - às 16h05min-, e *Jornal da Noite*, às 23h. No total, são 4h30min de produção jornalística. Contudo, o tempo pode ser considerado maior, pois a reportagem da emissora participa de vários outros programas: *Bom Dia*, *Agora*, *Espaço Aberto*, *Guaíba Revista* e *Programa das Sete*⁴²⁶. Além disso, o jornalismo pode entrar na programação⁴²⁷ a qualquer momento caso haja um fato relevante que mereça divulgação imediata.

Em 21 de fevereiro de 2007 uma notícia surpreende os gaúchos. O empresário Renato Ribeiro vende a *Rádio Guaíba AM*, a *Rádio Guaíba FM* e a *TV Guaíba* para a *Rede Record*, controlada pela Igreja Universal⁴²⁸. Poucos dias depois, em 12 de março, era confirmada também a venda do *Correio do Povo*. Mudavam de mãos um jornal centenário, uma rádio que em sua fundação anunciou ser “a voz do Rio Grande” e uma emissora de televisão com ênfase na programação local.

⁴²² A Portocred é uma empresa do Rio Grande do Sul que está presente em diversos estados do Brasil e que atua com destaque no ramo financeiro nas áreas de crédito pessoal, financiamentos e investimentos.

⁴²³ A Companhia Petroquímica do Sul, localizada no município de Triunfo, foi criada em 1976 e é responsável pelo processamento de nafta.

⁴²⁴ O *Guaíba Notícias* é veiculado de segunda a sexta às 7h, 8h, 10h, 11h, 12h, 14h, 15h, 16h, 17h, 18h, 21h e 22h. Aos sábados é apresentado às 8h, 10h, 11h, 12h, 14h, 15h, 16h, 17h e 18h. Domingo o noticiário conta com apenas uma edição, às 8h.

⁴²⁵ Definição apresentada no *site* da emissora, em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=13>. Consulta realizada em 16.11.2007.

⁴²⁶ Estes programas são de responsabilidade do Departamento de Produção.

⁴²⁷ Em três de abril de 2006 a emissora promove uma reestruturação em sua programação matinal e noturna. O *Bom Dia*, apresentado por Jurandir Soares, é ampliado e passa a ser transmitido das 6h às 8h. O *Flávio Alcaraz Gomes e os guerrilheiros da notícia* vai ao ar das 8h05min às 9h. Já o *Agora* conquista mais espaço e passa a ser apresentado por Joabel Pereira, das 9h10min às 11h. O *Guaíba Esportes*, com Gilberto Júnior no comando, é irradiado das 20h10min às 21h. O *Plantão Esportivo* entra no ar às 21h15min e segue até às 22h50min, com João Garcia e Rogério Böhlke. Já o *Futebol do Interior*, com Denis Luciano, é veiculado das 22h50min às 23h (CORREIO DO POVO, 2. mar. .2002, p.15).

⁴²⁸ O valor da operação foi estimado pelo mercado em cem milhões de reais.

Ilustração 45
Rádio Guaíba adota o símbolo da Rede Record



Fonte: <http://www.radioguaiba.com.br>

2.4.4. ESPORTE: “DEUS NÃO JOGA, MAS FISCALIZA”

As transmissões esportivas não eram novidade no Rio Grande do Sul quando a Rádio Guaíba entrou no ar⁴²⁹. Em 1957, três emissoras de Porto Alegre dedicavam espaços de sua programação ao esporte: Gaúcha, Farroupilha e Difusora. A Itai, com transmissores instalados em Guaíba, na Grande Porto Alegre, também dava destaque para o tema. O diferencial da ZYU-58 estava no fato dela já definir, em sua primeira grade de programação, qual seria o espaço destinado ao esporte. No primeiro domingo depois da inauguração, dia cinco de maio de 1957, a transmissão do Torneio Início, vencido pelo Sport Club Internacional, inaugurou as jornadas esportivas⁴³⁰. De segunda a sábado, das 19h05min às 19h20min, era irradiado o Rádio Manchetes Folha Esportiva. Sábados e domingos, das 13h30min às 13h40min, era a vez do Folha Esportiva Antecipa a Jornada. Nos domingos, a Rádio Guaíba transmitia, das 19h30min às 20h, o Rádio Manchetes Folha Esportiva. Desta forma, o esporte ocupava, no mínimo, 2h40min da grade por semana. Aos poucos, novos programas esportivos são acrescidos à programação.

Interessante e atraente lançamento realizará a Rádio Guaíba nos próximos dias. Trata-se de “*Football à moda da casa*”, programa eminentemente esportivo fadado a marcar época nos meios radiofônicos, entre os ouvintes da novel emissora. A partir do dia 6 de maio próximo, no horário das 18,30 horas, este movimentado programa estará no ar, todas as segundas, quartas e sextas-feiras sob o patrocínio da Companhia de Cigarros Sinimbu, obedecendo a direção experimentada e

⁴²⁹ A divulgação de informações esportivas consta da programação da primeira emissora de rádio do Rio Grande do Sul. A *Rádio Sociedade Rio-Grandense*, fundada em Porto Alegre, fez sua transmissão inaugural em sete de setembro de 1924, um domingo à noite, e nela já se registram informações sobre futebol e turfê.

⁴³⁰ Na fase inicial da *Guaíba*, a emissora realiza em suas jornadas a transmissão de jogos do campeonato gaúcho de futebol, além da participação dos principais times do Estado em competições nacionais.

apresentação segura de Aurélio Reis, comentarista esportivo da Rádio Guaíba (FOLHA DA TARDE, 2 abr. 1957, p.23) .

Neste período, o Esporte funcionava integrado ao Departamento de Notícias. Por isto, apesar de anúncio da *Folha da Tarde* de abril de 1957 convocar locutores para teste, a ZYU-58 utilizava-se de profissionais que atuavam também em outras áreas.

Cabe destacar que nos primeiros anos não havia uma equipe reportagem esportiva estruturada, mas narradores e comentaristas. Inicialmente, o radialista Mendes Ribeiro utilizava os locutores comerciais para trabalhar nas jornadas, fazendo o que se chamava “posto de campo”, ou seja, aquele que ficava atrás da goleira fornecendo informações sobre o jogo. Ribeiro foi definindo a equipe esportiva dando oportunidade a estes profissionais de narrarem os jogos do Campeonato Gaúcho realizados no interior do Estado, no município de Caxias do Sul, que iniciavam meia hora antes das partidas em Porto Alegre. Milton Jung, que ingressou na emissora em abril de 1958, foi um dos primeiros a participar (DALPIAZ, 2001, p.8-9).

Ilustração 46

Rádio Guaíba seleciona locutores esportivos



Fonte: (*Folha da Tarde*, 2 abr. 1957).

Nos anos 50, a narração das partidas de futebol exagerava no uso de adjetivos. Segundo Ferraretto, a emissora de Breno Caldas quebra com este padrão “por não se adequar à sobriedade pretendida pelos idealizadores da Guaíba (2005, p.741).

A ZYU-58 também inovou ao implantar nas partidas de futebol o esquema tríplice de transmissão. Até o momento, as rádios do Rio Grande do Sul utilizavam o sistema diagonal, com dois narradores. A *Guaíba* passou a trabalhar com três: “O sistema tríplice de transmissão estará mais uma vez em evidência, falando Mendes Ribeiro do posto central, Amir Domingues e Hugo Cassel atrás dos goals [...]” (FOLHA DA TARDE, 25 out. 1958, p.18).

Em 1958, a *Guaíba* faria sua primeira cobertura de uma Copa do Mundo de Futebol. A estação estabeleceu a Rede Ipiranga dos Esportes, com 21 emissoras do Rio Grande do Sul e duas de Santa Catarina⁴³¹. A transmissão da Copa da Suécia marcaria a história da emissora⁴³².

A Copa do Mundo de 58, na qual o Brasil conquistou pela primeira vez o título máximo do futebol mundial, foi também o marco que iniciou as transmissões da *Guaíba* em países do outro lado do mundo, uma realização pioneira no Rio Grande do Sul. [...] Desde então a *Guaíba* transmitiu de mais de vinte países estrangeiros, realizando a cobertura de diversos encontros esportivos, entre os quais o Segundo Pan-Americano de Futebol e a excursão do Selecionado Brasileiro em 63 (FOLHA DA TARDE, 29 abr. 1967, p. 10).

A cobertura da Copa, que ficaria conhecida como “a façanha da Suécia” (CORREIO DO POVO, 2 abr. 2007, p.17) devido à superação técnica para garantir a chegada do sinal a Porto Alegre⁴³³, assegurou uma programação inédita para a rádio da *Caldas Júnior*. A *Guaíba* foi a única emissora que transmitiu com exclusividade⁴³⁴ para a Região Sul a conquista do

⁴³¹ *Sociedade Rádio Marcelinense*, Marcelino Ramos; *Independente*, Lajeado; *Emissora Veranense*, Veranópolis; *Rádio Municipal de Passo Fundo*; *Rádio Osório*; *Taquara*; *Garibaldi*; *Frederico Westphalen*; *Rádio Difusora de Vacaria*; *Júlio de Castilhos*; *Rádio Pelotense*; *Jaguari*; *Rádio Santamariense*, de Santa Maria; *Rádio Independente de Roca Salles*; *Princesa do Jacuí*, Cachoeira do Sul; *Rádio Cultura de Getúlio Vargas*, *Sociedade Rádio Camaquense*, de Camaquã; *Rádio Clube de Canela*; *Sociedade Emissoras Minuano*, Rio Grande; *Rádio Sulina de Santo Antônio*, de Santo Antônio da Patrulha, *Rádio Guarujá*, Florianópolis e *Rádio Difusora de Florianópolis* (FOLHA DA TARDE, 28 jun. 1958, p.15).

⁴³² Sobre isto ver Mércio (2002), Diniz (2005) e Ferraretto (2007).

⁴³³ Em fevereiro daquele ano, Flávio Alcaraz Gomes viajou para Berna, na Suíça, onde se encontrou com o diretor de transmissões internacionais do *Postes Telegraphes et Telephones* (PTT – organização oficial de telecomunicações suíça), Felix Dupuis. A transmissão só seria viável se o som fosse enviado dos estádios na Suécia para Berna por via telefônica. De Berna, o PTT emitiria o sinal radiofônico, que seria recebido em Porto Alegre. Este sistema de transmissão é conhecido por *single side band* (ssb – banda lateral simples). A transmissão da *Rádio Guaíba*, com patrocínio da Ipiranga, deu certo e a emissora tornou-se a primeira a falar da capital sueca, Estocolmo, com exclusividade, para o sul do país.

⁴³⁴ As rádios *Nacional* e *Tupi*, do Rio de Janeiro, e *Bandeirantes*, *Panamericana* e *Record* compraram os direitos de transmissão da Copa de 1958 com quatro anos de antecedência. Como estavam disponíveis, na época, apenas cinco canais radiofônicos para o Brasil, nenhuma outra emissora poderia fazer as transmissões. A *Rádio Gaúcha* já havia garantido sua participação. A emissora gaúcha convenceu o patrocinador da *Nacional* – a Brahma – a determinar que fizesse parte da equipe o locutor Guilherme Sibemberg, que também era médico.

primeiro título da seleção brasileira de futebol⁴³⁵. Depois da Suécia, a ZYU-58 marcaria presença em todas as Copas⁴³⁶.

Ilustração 47

Mendes Ribeiro na Copa de 58: “Deus não joga, mas fiscaliza”



Fonte: (CORREIO DO POVO, 2 abr. 2007, p.17).

O mundial consagraria também o narrador Mendes Ribeiro que, ao referir-se a um erro cometido pelo juiz durante o jogo da final entre o Brasil e a seleção da casa, criou a frase “*Deus não joga, mas fiscaliza*”, repetida até hoje nas transmissões de jogos do Brasil inteiro.

Com o sucesso da transmissão do Mundial, a direção da *Guaíba* entende que é necessário tornar o Esporte independente do Jornalismo. Assim, em 1959, surgiu um departamento exclusivo para o setor. De acordo com Domingues, a decisão foi tomada “por uma necessidade de uma maior atenção para o esporte e também para as notícias” (DOMINGUES, Amir. *Depoimento ao autor*, 28 mar. 2002). Mendes Ribeiro⁴³⁷ assumiu a

⁴³⁵ O Brasil conquistou a Copa ao vencer a Suécia por um placar de cinco a dois sobre a seleção da Suécia no dia 29 de junho de 1958.

⁴³⁶ Na presente pesquisa vai destacar-se apenas algumas, que conforme com o recorte aqui adotado tornam-se importantes na compreensão da programação da *Rádio Guaíba*. Sobre isto, ver Alencar (2005). Contudo, é importante registrar que a emissora esteve presente em todas as Copas realizadas a partir de sua criação: Suécia (1958), Chile (1962), Inglaterra (1966), México (1970), Alemanha Ocidental (1974), Argentina (1978), Espanha (1982), México (1986), Itália (1990), Estados Unidos (1994), França (1998), Coreia-Japão (2002) e Alemanha (2006).

⁴³⁷ Mendes Ribeiro transferiu-se para a *Rádio Gaúcha* em 1963, levando junto o engenheiro Homero Simon.

chefia do recém criado Departamento de Esportes⁴³⁸, mantendo-se também no cargo de diretor de *broadcasting*.

O primeiro desafio para o novo Departamento de Esportes foi a transmissão internacional do Campeonato Sul-Americano de Futebol, na Argentina⁴³⁹. Para não afetar a qualidade do som da programação, “as equipes de engenharia e técnica da emissora montam um projeto para não utilizar o precário serviço das empresas de telecomunicações que operam no Brasil. O sistema *single side-band* volta a ser utilizado” (DINIZ, 2005, p. 83).

Apesar do desmembramento do Jornalismo, o Esporte entrou nos anos 60 sem uma equipe exclusiva. Narradores, comentaristas e profissionais de outros setores desdobram-se para atender a demanda gerada pelas coberturas esportivas. As viagens internacionais continuam.

Em 1961, o narrador Pedro Carneiro acompanhou, durante três meses, a excursão do Grêmio à Europa. A *ZYU-58* consegue fazer a transmissão internacional com a mesma qualidade do som local.

O PTT⁴⁴⁰ tinha transmissões de 100 quilowatts pra fora, com antenas dirigidas, com sistemas direcionais. O que significava que o PTT virando um transmissor desses pro Brasil jogava aqui um som de 400 quilowatts em Porto Alegre [...]. A Guaíba contratava um circuito telefônico [...] da cidade aonde ia se realizar o evento até o PTT. E no PTT engatava esse som no transmissor, o que representava colocar em Porto Alegre o som de 400 quilowatts. Então o famoso som local da Guaíba está explicado, era isso aí que eu acabei de dizer [...]. Berna era o centro nevrálgico de toda a operação. Tanto que eu saí de Porto Alegre, abandonei o Grêmio, e fui direto a Berna estabelecer os contatos com o PTT para que as transmissões fossem realizadas. E nenhum problema eu tive nas transmissões que eu fiz de Nice, de Bruges, de Strasburgo (PEDRO CARNEIRO PEREIRA. Arquivo de Vozes da *Rádio Guaíba*).

Em Moscou, o narrador não obteve linha para transmitir o jogo entre a equipe gaúcha e a seleção da União Soviética. Pereira, no entanto, conseguiu utilizar, por empréstimo, as ondas curtas da *Rádio Central de Moscou*. O narrador passou a irradiar a partida e, no ar, solicitou a quem estivesse ouvindo que avisasse à *Rádio Guaíba*. A emissora logo foi comunicada e a torcida gremista pode ouvir o jogo pela *ZYU-58*. De acordo com

⁴³⁸ Depois de Mendes Ribeiro, também passaram pela chefia do Departamento de Esportes Ataíde Ferreira, Pedro Carneiro Pereira, Armino Antônio Ranzolin, Lauro Quadros, Milton Ferretti Jung, Élio Fagundes, Luís Carlos Oliveira, Wianey Carlet e Paulo Sérgio Pinto. O atual chefe é o jornalista Luís Carlos Reche.

⁴³⁹ A Argentina conquistou o título do Campeonato Sul-Americano de Futebol, em 1959, ao empatar em um a um com a seleção brasileira.

⁴⁴⁰ Postes Télégraphes et Téléphones, companhia estatal de telecomunicações da Suíça.

Diniz, ao mais uma vez realizar uma transmissão exclusiva em sua programação, a emissora da *Caldas Júnior* ficou “em um patamar acima das concorrentes. A boa qualidade de áudio e a cobertura inédita do jogo do Grêmio direto de um país comunista reforçam a imagem de respeitabilidade da Guaíba” (DINIZ, 2005, p.94). A estação podia acrescentar mais um capítulo a sua história: primeira rádio brasileira a realizar uma transmissão esportiva direta do bloco soviético.

Amparada pelo sucesso da transmissão de 1958, a *Guaíba* investe na transmissão da Copa de 1962, realizada no Chile.

[...] a Rádio Guaíba repetiu a fórmula da Suécia, com Flávio Alcaraz Gomes coordenando a cobertura do Estádio Sausalito, em Viña Del Mar, e da grande final no Estádio Nacional de Santiago. Na retaguarda, o engenheiro Homero Simon comandava a equipe técnica. Mendes Ribeiro, Amir Domingues, Ataíde Ferreira, Adroaldo Streck e Lauro Quadros transmitiram para o Brasil todas as emoções da conquista do bicampeonato (CORREIO DO POVO, 10 mai. 2002, p.21).

Na década de 60, o Departamento de Esportes manteve o futebol como carro-chefe, mas outros esportes também conquistaram espaço na programação. O turfe, esporte favorito de Breno Caldas, continuou recebendo cobertura especial com a transmissão dos principais páreos e divulgação dos resultados das corridas. O automobilismo também marcou presença. Em 1960, Pedro Carneiro Pereira e Amir Domingues vão a São Paulo para realizar a transmissão das *Mil Milhas Brasileiras*, no autódromo de Interlagos. Em 1965, a *Rádio Guaíba* abriu-se para o boxe e irradiou direto do Japão a luta do boxeador peso galo Éder Jofre. O brasileiro perderia o combate para o japonês Harada.

Ilustração 48

Pedro Carneiro Pereira e Amir Domingues embarcam para fazer a cobertura da prova automobilística Mil Milhas Brasileiras, no Autódromo de Interlagos, em São Paulo, em 1960



Fonte: (MARTINS, 2006, p.31).

Desde outubro de 1965, a emissora preparava-se para cobrir a Copa do Mundo de Futebol, que seria realizada na Inglaterra no ano seguinte. A *Guaíba*, no entanto, enfrentava vários problemas. Havia perdido seu patrocinador - a Ipiranga - para a *Rádio Gaúcha*. Além disso, Mendes Ribeiro transferiu-se para a concorrente em 1963, levando junto o engenheiro Homero Simon. Tentando buscar o mesmo sucesso da emissora da Caldas Júnior em transmissões de Copa, a *Gaúcha* chegou a publicar anúncio na *Zero Hora* informando ao público que estaria na Copa da Inglaterra “com o mesmo locutor, o mesmo técnico e o mesmo patrocinador” (GOMES, 1995, p.131). Em contrapartida, a *ZYU-58* fechou contrato com a *Philips* e criou o slogan *Guaíba: som local e equipe local*, que seria repetido durante todas as transmissões dos jogos. Outro problema foi o fato de a emissora não ter conseguido credenciamento para fazer a transmissão direta dos estádios. A programação da *Guaíba* corria

o risco de ficar sem a cobertura dos jogos, mesmo contando com uma equipe completa na Inglaterra: Flávio Alcaraz Gomes no comando, os narradores Pedro Carneiro Pereira e Antônio Carlos Resende, o repórter Adroaldo Streck e o comentarista Ruy Carlos Ostermann. A solução foi fazer a transmissão *off tube*⁴⁴¹. Com isto, a ZYU-58 inovou ao cobrir quatro jogos simultaneamente.

[...] no estúdio 3^a da BBC, quatro “tubos” são colocados à nossa disposição. E a “equipe local”, sempre com “som local” e sempre “diretamente da Inglaterra”, transmite simultaneamente, numa façanha inédita na cobertura esportiva da Copa, os jogos Itália 2 X 1 Chile; Portugal 3 X 1 Hungria; Argentina 2 X 1 Espanha e México 1 X 1 França (GOMES, 1995, p.136).

De acordo com Gomes, a *Guaíba* foi a primeira emissora brasileira a fazer uma transmissão *off tube*, provocando “a consagração definitiva do ‘tubo’ e sua entrada triunfal na história das transmissões esportivas do Brasil” (1995, p. 137).

A nova década começou com uma grande competição internacional. A Copa do Mundo de Futebol de 1970, realizada no México, marcou o sucesso que a emissora vivia no momento: a *Guaíba* foi a única do Rio Grande do Sul⁴⁴² a acompanhar a conquista do tricampeonato pela seleção brasileira⁴⁴³.

É PRA VALER!
 ACOMPANHE CADA MINUTO DESTA JORNADA, PORQUE CADA MINUTO
 CONTA. AGORA É “ÁS GANHA”!
 Hoje, a partir das 18h10min!
 Diretamente de Guadalajara (México)
 BRASIL x URUGUAI
 Narrador: Pedro Carneiro Pereira
 Comentarista: Ruy Carlos Ostermann
 Reportagens: João Carlos Belmonte
 Plantão de Estúdio: Edgar Schmidt
 Supervisão Técnica: Eng Homero Simon
 Comando da equipe: Pedro Carneiro Pereira (FOLHA DA TARDE, 11 jul. 1970,
 p.29).

⁴⁴¹ De acordo com Gomes, “*off tube* (literalmente: pelo tubo), ou seja, através de receptores de televisão postados numa sala especial da *BBC*, de onde os narradores poderiam realizar seu trabalho [...]” (1995, 129).

⁴⁴² Conforme Diniz, “a chegada do satélite melhora a qualidade de som e imagem e diminui as incômodas interferências no sinal, mas há uma limitação de canais destinados ao Brasil. São treze rádios credenciadas e apenas cinco circuitos. As emissoras se reúnem e fazem três grupos de três emissoras e dois de duas, isso por causa do custo que é muito alto” (2005, p.129).

⁴⁴³ Cento e dez mil pessoas assistem a final da Copa no estádio Azteca, em Guadalajara, em 21 de junho de 1970. Com gols de Pelé, Gérson Jairzinho e Carlos Alberto Torres, o Brasil sagra-se tricampeão mundial ao vencer a Itália por 4 a 1.

A Copa do México também entraria na história por ser a primeira a ser transmitida via satélite. A *Guaíba*, diferentemente das demais coberturas dos mundiais, não precisou utilizar o sistema *single side-band* para garantir o seu já reconhecido “som local”.

O Departamento de Esportes enfrenta os anos 70 com uma equipe bem estruturada. Nomes que marcariam a história da cobertura esportiva do Rio Grande do Sul integram o setor: Pedro Pereira Carneiro, Milton Jung, Lauro Quadros, Antônio Ranzolin, Lupi Martins, João Carlos Belmonte, Lasier Martins, Edegar Schmidt, Clóvis Rezende, entre outros.

Além de uma equipe de “estrelas”, outro fato vai tornar a equipe esportiva da ZYU-58 a mais conhecida do Rio Grande do Sul. De acordo com Olinto (1989), durante 1971 e 1972 somente a *Guaíba* realizou transmissões de futebol em Porto Alegre em sua programação. Segundo o autor, com o advento do Campeonato Brasileiro de Futebol⁴⁴⁴, o custo das coberturas elevou-se muito, fazendo com que naquele momento a emissora da *Caldas Júnior* fosse a única da capital gaúcha a ter condições financeiras para arcar com as despesas em viagens.

Em 1971, o mais conhecido plantão esportivo⁴⁴⁵ gaúcho chegou à *Guaíba*. Com Antônio Augusto⁴⁴⁶, a programação recebeu novas atrações.

Em 1971 comecei com o plantão da meia-noite, com dez minutos. Já existia esse programa, mas ele era gravado por volta das 20:30. Se havia jogos à noite, ninguém ficava sabendo. Eu comecei a fazer ao vivo. Tinha uma época em que a *Guaíba*, à meia-noite, tinha que tirar as ondas curtas do ar. Era uma lei. Até que certa vez, os pilotos da Varig, que estavam em Nova York, no aeroporto para viajar para o Brasil, eles ficavam nos ouvindo na onda curta. Quando chegava a meia-noite e anunciava o esporte, saía do ar. Então eles fizeram uma correspondência ao doutor Breno Caldas para tirar as ondas curtas mais tarde, depois do esporte. A *Guaíba* não conseguiu, então o doutor Breno mandou puxar o programa para às 23:45 até à meia-noite. Fiz esse programa até 1978, na Copa da Argentina, quando o Ranzolin propôs que o plantão ficasse das 23:30 à meia-noite até o final da Copa. Nunca mais parou. Anos mais tarde, ficou das 23 horas até a meia-noite. (ANTÔNIO AUGUSTO, Depoimento Projeto Resgate Vozes do Rádio⁴⁴⁷).

⁴⁴⁴ O Campeonato Brasileiro de Futebol, conhecido como *Brasileirão*, teve a sua primeira edição em 1971. Antes dele, os clubes disputavam o Torneio Roberto Gomes Pedrosa, chamado popularmente de *Robertão*.

⁴⁴⁵ “Profissional que [...] dá informações adicionais a respeito do que acontece durante uma transmissão esportiva. Assim, a ele cabe situar o ouvinte, dando detalhes a respeito da campanha de uma agremiação ou de um atleta, além de noticiar resultados paralelos ao evento narrado” (FERRARETTO, 2001, p.316).

⁴⁴⁶ Antônio Augusto dos Santos nasceu em Marcelino Ramos, no Rio Grande do Sul, em novembro de 1937.

⁴⁴⁷ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/antonioaucompl.html>. Consulta realizada em 21 dez. 2007

Na década de 70, também pela voz de Antônio Augusto, a loteria esportiva vai conquistar espaço na grade de programação da emissora da Caldas Júnior: “Na Guaíba, eu criei ainda o programa de loteria, às 11:45, e no fim de tarde, com o Ênio Berwanger, "A Bola Parou", às 17:45” (idem).

Em 1973, com a morte de Pedro Carneiro Pereira⁴⁴⁸, Armindo Antônio Ranzolin assumiu a direção do Esporte. Antônio Britto, que ingressara na *Guaíba* em 1972 à convite de Pereira, ficou responsável pela coordenação do setor e, logo, vai reorganizar o departamento, dando maior agilidade por meio da participação do repórter na programação.

Na Guaíba, o noticiário, isso até é difícil de comentar, de lembrar, mas o noticiário de futebol era escrito pelo Milton Jung e por mim e a gente escrevia notícia: Internacional treina essa manhã, está lesionado fulano de tal. Então se passou a ter a fala que vinha gravada do estádio, depois se passou a ter o boletim do repórter, e se passou a ter a pauta. Na época a Guaíba tinha cinco repórteres: o Belmonte, o Lasier, o Lupi Martins, o Edegar Schmidt e o Clóvis Rezende (Antônio Britto, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio⁴⁴⁹).

Jung (2002) também registra a importância de Britto na reestruturação do Esporte: “[...] antes já havia estruturado o esporte, fazendo-o funcionar mais jornalisticamente, com programas bem elaborados e jornadas esportivas bem organizadas. Antônio Britto, sem dúvida, alavancou os dois setores com grande competência”⁴⁵⁰.

De acordo com Olinto (1989) é também na década de 70 que a rádio da Caldas Júnior consolida o “futebol estilo Guaíba” (OLINTO, 1989, p.25).

O futebol estilo Guaíba é uma filosofia de trabalho, apoiada em quatro bases importantes. Estas bases são as mesmas de toda programação, mesmo a não esportiva [...]. Uma delas é a qualidade técnica. [...] a emissora procura levar aos seus ouvintes o melhor som, sempre que possível limpo [...]. Outra base importante para o estilo Guaíba é a seriedade. [...] Caracteriza-se na racionalização dos acontecimentos, através de um trabalho estritamente profissional. [...] Um terceiro componente deste estilo é a prestação de serviços, representada pelo constante esforço de estar presente em todas as competições do Grêmio, Internacional e

⁴⁴⁸ Em 21 de outubro, uma notícia abala os funcionários da *Rádio Guaíba*: o narrador Pedro Carneiro Pereira morre em acidente automobilístico na pista do Autódromo de Tarumã, em Viamão. De acordo com Galvani, “Pedro Carneiro Pereira foi confiante para o Tarumã naquele domingo de tarde. Mas não terminou a prova. Numa curva, seu carro juntou-se com o de Ivan Iglesias, subiu e na volta explodiu, incendiando-se. Pedrinho morreu queimado no acidente terrível” (1995, p.439). Desde 1960, Pereira estava envolvido com competições automobilísticas. Foi o criador, em 1962, da prova *Doze Horas de Porto Alegre*.

⁴⁴⁹ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 21.11.2007.

⁴⁵⁰ JUNG, Milton Ferretti. Depoimento ao autor, Porto Alegre, 21 fev. 2002.

Seleção Brasileira, bem como outras que porventura possam despertar ou manter interesse junto ao seu público ouvinte. [...] A última base do estilo Guaíba é a linguagem empregada nas transmissões de jogos e programação esportiva. Usa-se um linguajar comum, sem gírias, muito utilizadas no futebol (OLINTO, 1989, p.24-25).

Nos anos 80, o Esporte da *Guaíba* continua tendo no futebol sua principal matéria-prima. Mesmo assim, a estação abriu espaço na programação para outras modalidades. Os resultados, porém, não foram positivos. Em 1982 [...], a emissora resolveu investir na transmissão de basquete. Iria cobrir o Campeonato citadino e o Estadual. Mas no decorrer deste acompanhamento foi observado que nos ginásios onde se realizavam os jogos o público, na maioria das vezes, era de apenas 20 espectadores. Foi aí que começou a ser questionado este tipo de cobertura (OLINTO, 1989, p. 28).

Em junho de 1982, narradores, comentaristas e repórteres embarcaram para a Espanha a fim de realizar a sétima cobertura de uma Copa do Mundo⁴⁵¹ com equipe própria. A ZYU-58 forma a *Rede Guaíba dos Esportes*, integrada por mais de duzentas emissoras do interior do Rio Grande do Sul e de outros Estados. A novidade na programação é o *A Guaíba no mundo da Copa*, apresentado por Lasier Martins⁴⁵² direto da Espanha, das 9h30min às 11h30min.

Eu vivi momentos gloriosos que foram na Copa da Espanha, que nós criamos um programa chamado Guaíba no mundo da copa, das 9h30 às 11h30 onde nós retratávamos toda a vida espanhola em diversas áreas e eu tinha convidados e o programa ficou tão bom que eu cheguei em Porto Alegre e ganhou o primeiro prêmio ARI de jornalismo (MARTINS, Lasier. *Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio*⁴⁵³).

A Copa do Mundo da Espanha vai marcar, no entanto, um período de declínio da estação, que já sofre com a crise financeira.

O pretendido empate com a Guaíba – para recordar a metáfora futebolística usada por Nelson Sirotsky – fica, no entanto, para a Copa do Mundo de

⁴⁵¹ A seleção brasileira termina a Copa da Espanha em quinto lugar. A Itália conquista o título, vencendo a Alemanha no dia 11 de julho por três a dois.

⁴⁵² Lasier Costa Martins nasceu em 14 de abril de 1942 no município de Vale Verde, na época pertencente a General Câmara. Começou a trabalhar profissionalmente no rádio em 1960, na *Bandeirantes*. Ingressou na *Rádio Guaíba* em 15 de dezembro de 1961 e deixou a empresa em cinco de maio de 1986..

⁴⁵³ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 23.11.2007.

1982, na Espanha, quando a audiência da Gaúcha no mês de junho registra 15,95% dos receptores ligados, uma leve vantagem em relação à concorrente, com 15,6%. Então, tem-se, do lado da Rede Brasil Sul, investimentos crescentes, enquanto as empresas sob controle de Breno caldas sofrem algumas restrições como reflexo da crise financeira que começa a se espelhar pelo grupo (FERRARETTO, 2005, p.769-70)

No final de maio de 1986, a equipe esportiva viajou para o México, onde a Copa do Mundo de Futebol⁴⁵⁴ ia ser realizada a partir do dia 31 até 29 de junho. A *Rádio Guaíba*, recém adquirida por Renato Bastos Ribeiro, levou a maior equipe do Rio Grande do Sul, inclusive sendo a primeira a contar com uma mulher. Direto do México, Olga Weinheber foi responsável pela apresentação de programas de cultura. Além dos jogos, um dos pontos altos da cobertura foi a transmissão do café da manhã da seleção brasileira⁴⁵⁵, que levou várias emissoras a entrarem em rede com a *Guaíba*. Outro destaque da programação foi o *As Noites da Copa*, conduzido pelos comentaristas Edegar Schimidt⁴⁵⁶ e Paulo Sérgio Pinto⁴⁵⁷.

As copas do mundo que sempre consagraram a programação da ZYU-58, também vão sinalizar mudanças no panorama do rádio AM gaúcho. Em 1986, a programação da *Guaíba* vai ser superada em audiência pela da *Gaúcha*.

De 1957 a 1986, o predomínio é da Empresa Jornalística Caldas Júnior e se materializa no prestígio, na audiência e no sucesso econômico da Rádio Guaíba. A cobertura do Campeonato Mundial de Futebol, naquele ano, no México, marca a transição para a hegemonia da Gaúcha. Desde então, a RBS mantém a liderança em AM e FM, graças a uma série de estratégias empresariais (FERRARETTO, 1998, p. 6).

A *Guaíba* chega ao final da década de 80 com um total de 20 horas semanais de programação esportiva. A sua principal concorrente – a *Gaúcha* – domina com 38 horas e 35 minutos, seguida pela *Bandeirantes*, com 36 horas e 45 minutos⁴⁵⁸. No mesmo curso, a emissora da *Caldas Júnior* apresenta a menor equipe, com 11 integrantes, enquanto a *Gaúcha* conta com 21 e a *Bandeirantes* com 13.

⁴⁵⁴ No dia 26 de junho, a seleção brasileira perde para a França nos pênaltis e é eliminada da Copa, ficando em quinto lugar na competição. A Argentina sai vencedora, ao derrotar a Alemanha Ocidental por três a dois na final.

⁴⁵⁵ Contrariando todos os princípios que regiam a emissora desde a sua fundação e o famoso *estilo Guaíba*, o café com os jogadores nunca houve. Segundo Paulo Sérgio Pinto, tudo não passou de uma simulação: “Eu simulei o café da manhã com os jogadores da seleção como se estivessem no hotel [...] e transmiti no dia do jogo contra a França, exatamente no dia da derrota. E aquilo fez com que várias rádios do Brasil entrassem em cadeia com a Rádio Guaíba para transmitir aquele café da manhã que, na realidade, era uma simulação [...] Nós fizemos no campo [...]. Então, eles contaram o que estavam comendo, nós fizemos as batidas de xícara, tudo direitinho e funcionou como um relógio, até porque os jogadores compreenderam e procuraram fazer aquilo” (PINTO, Paulo, *Projeto Resgate Vozes do Rádio*).

⁴⁵⁶ Edegar Pascoal Schimidt nasceu em Cachoeira do Sul, no dia 27 de fevereiro de 1950. Ingressou no rádio em 1966 pela *Difusora*. Sete anos depois, transferiu-se para a *Rádio Guaíba*.

⁴⁵⁷ Paulo Sérgio Pinto nasceu na cidade gaúcha de Cachoeira do Sul. É formado em engenharia eletrônica pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Iniciou sua carreira de radialista como comentarista de arbitragem do Departamento de Esportes da *Rádio Guaíba*. Pinto foi presidente da Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão, a AGERT. Atualmente, é vice-presidente da *Rede Pampa de Comunicação*.

⁴⁵⁸ Levantamento realizado por Olinto (1989) em junho de 1989.

A programação esportiva da ZYU-58 em junho de 1989⁴⁵⁹, de segunda a sexta feira, marcava presença a partir das 6h45min e estendia-se até as 24h.

Tabela 4
Grade de programação da Rádio Guaíba em junho de 1989

Horário	Programa
6h45min às 6h50min	<i>Manchete Esportiva</i>
6h50min às 6h55min	<i>Comentário</i>
9h15min às 9h20min	<i>Agenda Esportiva</i>
11h40min às 11h45min	<i>Loteria</i>
11h50 às 11h55	<i>Comentário</i>
12h25min às 12h30	<i>Destaque Esportivo</i>
12h30min às 12h45min	<i>Rádio Esporte Primeira Edição</i>
18h30min às 18h45min	Repórter Esportivo
18h45min às 18h50min	<i>Comentário</i>
20h40min às 21h	<i>Rádio Esporte Segunda Edição</i>
23h20min às 24h	<i>Plantão Esportivo</i>

Fonte: (OLINTO, 1989, p.22-35).

Às segundas-feiras, a emissora ainda apresentava o *Terceiro Tempo*, das 21h15min às 22h. Sábado, o Esporte tinha a sua primeira irradiação às 12h25min com um comentário de cinco minutos. Das 12h25min às 12h30min era a vez do *Destaque Esportivo* e, logo em seguida até às 12h45min, a *Guaíba* oferecia aos seus ouvintes o *Rádio Esportes Primeira Edição*. Aos domingos, o Departamento de Esportes era responsável por oito horas da programação: *Destaque Esportivo*, das 12h25min às 12h30min; *Rádio Esportes*, 12h30min às 12h45min; *Preliminar*, das 13h às 14h; *Jornada Esportiva*, das 14 às 18h30min; *Domingo Esportivo*, das 18h30 às 20h e *Plantão Esportivo*, das 23h às 24h.

O último ano da década também registrou uma grande diferença de audiência entre a emissora da *Caldas Júnior* e a rádio da *RBS* levando-se em conta os horários de maior concentração de programação esportiva. A pesquisa do Ibope de abril de 1989 revela que de segunda a sexta-feira, das 12h às 15h, a *Gaúcha* detém 78,5 por cento da preferência, seguida pela *Guaíba* com 20, 5 e *Bandeirantes*, com um ponto percentual. Já das 20h às 24h, as

⁴⁵⁹ Levantamento realizado por Olinto (1989) em junho de 1989.

posições permanecem as mesmas com índices de 70,1; 16,0; e 13 por cento. Aos domingos, das 13h às 19h, a *Gaúcha* mantém a liderança com 62,6 por cento, enquanto a *Guaíba* registra 31,1 e a *Bandeirantes* 6,3 pontos percentuais⁴⁶⁰.

Apesar de ter perdido audiência na última década, a *Guaíba* entra nos anos 90 investindo em contratações. Um dos narradores de futebol mais populares do rádio no Rio Grande do Sul – Haroldo de Souza⁴⁶¹ –, que estava na *Gaúcha*, foi contratado pela emissora em 1991. Segundo Ferraretto, a transferência do narrador “reacende a concorrência no rádio esportivo gaúcho” (2205, p.775). O novo contratado, ao abrir as transmissões dos jogos, quebrou com o padrão adotado pela emissora: “Eu entrava cantando, porque o rádio é diferente. Eu entrava dando pau no governo [...]” (Haroldo de Sousa, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio⁴⁶²). Com a chegada de Haroldo, outra novidade foi apresentada aos ouvintes: “Um sinal eletrônico passa a marcar o giro do placar dos jogos. Um padrão bem diferente da comedida e padronizada Rádio Guaíba dos anos 50, 60, 70 e início dos 80” (DINIZ, 2005, p.172).

A presença de Souza na programação da *ZYU-58* rompeu com o estilo dos narradores da emissora até então, que seguiam a forma denotativa⁴⁶³. Haroldo enquadra-se na escola conotativa⁴⁶⁴, apresenta um estilo mais popular e abusa do uso de bordões.

Porque você gritava o gol, e é aquela história do lugar comum, da coisa comum, do narrador ser comum. É gol, o fulano fez o gol, e chama o repórter. Não, tem que ser diferente. Não pode ser assim. [...] Então, no outro jogo, eu coloquei já com ênfase: "as bandeiras estão tremulando, tremulando, tremulando", e ficava olhando a bandeira tremular e fazendo no mesmo ritmo dela, com aquele barulho do estádio, a coisa ficou bonita e pegou. O ‘adivinhe’, como surge o ‘adivinhe’? Tá Cruzeiro e Atlético jogando, tá Zero a Zero, não entra bola, e esse maluco do Dario Peito-de-Aço, que depois jogou aqui no Internacional, pega uma bola, ele que não tinha técnica nenhuma, era um tosco, era um poste, pega a bola no meio de campo e vai levando toda a zaga do Cruzeiro, que tinha Darci Menezes, Moraes, Piazza, Procópio, e vai levando os caras pela frente, e eu digo "Olha o Dario chegando, olha Dario, e Zero a Zero, e 46 minutos", cento e poucas mil pessoas dentro do Mineirão, de arrepiar, e o Dada Maravilha entra com bola e tudo e faz assim, olho, fez assim

⁴⁶⁰ Os dados constam de Olinto (1989) e levam em consideração apenas as emissoras citadas. Os dias e horários apresentados são os mais utilizados em programação esportiva nas rádios AM em Porto Alegre.

⁴⁶¹ Haroldo de Souza nasceu em Jacarezinho, no Paraná, no dia 10 de dezembro de 1944. Começou na *Rádio Castro*, da cidade de mesmo nome, em 1966. Depois, trabalhou como caminhoneiro, retornando ao rádio em 1969 na *Alvorada*, de Londrina. Atuou ainda na *Rádio Itatiaia*, de Belo Horizonte, e a *Gaúcha*, de Porto Alegre.

⁴⁶² Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 23 nov. 2007.

⁴⁶³ A escola denotativa é caracterizada pela descrição pura e simples das jogadas. De acordo com Tuma, “o narrador nada mais é do que o fotógrafo do que acontece. Ele fotografa com a voz e comunica tudo que esta vendo” (TUMA *apud* SOARES, 1994, p.62).

⁴⁶⁴ A escola conotativa faz uso de metáforas. Cria símbolos, jargões, frases, sons e recursos que estimulem a imaginação do ouvinte.

pro torcedor e a bola dentro da rede, fez assim e eu: "Adivinhe!". E gritei gol (SOUZA, Harold de. *Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio*⁴⁶⁵).

Com o propósito de resgatar a audiência, a estação abre espaço para a participação do ouvinte na programação dominical.

Ela surgiu de uma idéia coletiva da própria equipe. Após uma discussão, concluiu-se que o futebol pelo rádio [...] continuava autoritário. Para isso era necessário democratizar o rádio, dado chance que o torcedor externasse sua opinião, pois ele é parte viva e de transcendental importância dentro do futebol (CARLET⁴⁶⁶ apud OLINTO, 1991, p. 49)

Outra novidade na programação foi o *Pontos de Vista*, veiculado aos sábados à tarde. No programa, a equipe do Departamento de Esportes faz uma análise dos fatos da semana e projeta o domingo. A *Guaíba* também inovou após as jornadas. O *Último Toque* - diferente do que ocorria até o momento, em que só o comentarista podia opinar – conta com a participação de todos que realizaram a cobertura dos jogos. Assim, a emissora garantia uma diversidade de opiniões.

Dando continuidade a uma tradição iniciada em 1958, a programação da *Guaíba* traz para seus ouvintes a transmissão das Copas do Mundo de Futebol: Itália, 1990; Estados Unidos, 1994; e França, 1998⁴⁶⁷. Contudo, como destaca o responsável pela cobertura de 1994, Wianey Carlet, “havia recursos escassos, pouco respaldo da direção” (CARLET, Wianey. *Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio*⁴⁶⁸).

Apesar de os investimentos já não serem os mesmos de outrora, o Esporte da *Guaíba* termina a década de 90 bem estruturado, com uma equipe de 20 integrantes, entre narradores, repórteres, comentaristas, plantões e produtores.

Na entrada do novo século, a programação esportiva não apresentou novidades. Desde meados dos anos 90 há uma estabilidade na grade, ou seja, são mantidos os mesmos

⁴⁶⁵ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 23 nov. 2007.

⁴⁶⁶ O jornalista João Wianey Carlet chefiou o Departamento de Esportes de 1990 a 1996. Atualmente é comentarista da *Rádio Gaúcha*.

⁴⁶⁷ Em 1990, direto da Itália, a emissora realizou sua nona Copa. O Brasil terminou a competição em nono lugar. O título foi conquistado pela Alemanha Ocidental. Em junho de 1994, a equipe de esportes embarca para a cobertura de mais uma Copa, desta vez nos Estados Unidos. A seleção brasileira conquistaria o tetracampeonato, depois de derrotar a Itália nos pênaltis por três a dois, no dia 17 de julho. Em 1998, a *Guaíba* acompanha o Brasil na França. A seleção brasileira termina o Mundial em segundo lugar, ao ser derrotada pelo time da casa.

⁴⁶⁸ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 23 nov. 2007.

programas, ocorrendo de vez em quando pequenas alterações. Em junho de 2002, por exemplo, de segunda a sexta-feira, a emissora apresenta a *Agenda Esportiva*, das 9h55min às 10h; *Terceiro Tempo*, das 12h05min às 13h; *Repórter Esportivo*⁴⁶⁹, das 17h30min às 19h50min; *Plantão Esportivo*⁴⁷⁰, das 20h10 às 22h; e *Último Toque*, das 22h05min às 23h. Aos sábados, o Departamento de Esportes é responsável pelo *Guaíba Esportes*, das 12h05min às 13h; *Preliminar*⁴⁷¹, das 14h05min às 15h30min, *Jornada Esportiva*, das 15h30min às 18h50min, *Último Toque*, das 19h às 22h; e *Guaíba Loterias*, às 24h45min. Aos domingos, é a vez do *Concentração* às 10h; *Preliminar*⁴⁷² às 12h, *Jornada Esportiva*, das 15h30min às 20h; *Toque de Letra* às 20h10min; e *Último Toque*, das 22h às 23h. Com isso, o tema ocupa, de segunda a domingo, 38h25min da grade.

A maior surpresa na programação da emissora estaria ligada a cobertura da Copa do Mundo de Futebol 2002, realizada no Japão e Coréia do Sul⁴⁷³. Os ouvintes começam a escutar algo que jamais esperavam: publicidade da *Rede Globo*⁴⁷⁴. A explicação está no alto custo dos direitos de transmissão do Mundial.

A transmissão da Guaíba é perfeita, mas a emissora paga um custo muito alto por isso. A Rede Globo detém os direitos de transmissão da Copa do Mundo para o Brasil e revende às emissoras. Cada uma deve desembolsar cerca de 300 mil dólares, um valor inviável para a maioria dos prefixos, por isso, é feito um acordo para diminuir os custos. A alternativa vem com uma permuta, ou seja, as rádios passam a veicular as chamadas da Rede Globo de Televisão (DINIZ, 2005, p. 191).

De acordo com o chefe de Esportes, Luiz Carlos Reche, os chamados “guaibeiros” protestaram.

⁴⁶⁹ O programa *Repórter Esportivo* apresenta uma pausa de cinco minutos às 18h, quando é apresentado o noticiário *Guaíba Notícias*.

⁴⁷⁰ O programa *Plantão Esportivo* apresenta uma pausa de cinco minutos às 21h, quando é apresentado o noticiário *Guaíba Notícias*.

⁴⁷¹ O *Preliminar* apresenta uma pausa de cinco minutos às 15h, quando é apresentado o noticiário *Guaíba Notícias*.

⁴⁷² O *Preliminar* apresenta uma interrupção de dez minutos às 13h para apresentação do *Correspondente Aplub*.

⁴⁷³ A equipe esportiva da *Guaíba* acompanha a trajetória do pentacampeonato do Brasil desde a abertura em Seul, na Coréia do Sul, até o jogo final entre as seleções do Brasil e da Alemanha, em Yokohama, no Japão. No dia 30 de junho, a seleção garante o título ao derrotar os alemães por 2 a 0. No Oriente, a *Guaíba* conta com o narrador Haroldo de Souza, os repórteres Luiz Carlos Reche, Rui Guilherme e Flávio Dal Pizzol, além do colunista do Correio do Povo Hiltor Mombach.

⁴⁷⁴ A principal concorrente da *Guaíba* – a *Gaúcha* – pertence ao Grupo RBS, cuja emissora de TV é afiliada à *Rede Globo*.

No começo o pessoal ligou aí. Pô, tão se entregando pra Globo também? Não. Aí com o tempo a gente explicou: é um negócio. A Globo está comprando comerciais da Guaíba, porque nós tínhamos que pagar 300 mil dólares, era dinheiro. Agora, não querendo pagar os 300 mil dólares nós tínhamos que nos sujeitar. Então, a Globo na verdade pagou para sair na rádio Guaíba, porque a Globo teve que repassar o dinheiro para FIFA. Ela comprou de alguém os direitos também (RECHE *apud* DINIZ, 2005, p.192).

A década segue com a emissora da *Caldas Júnior* realizando o que sempre fez: uma cobertura competente do futebol. Em fevereiro de 2007 a rádio é vendida a *Rede Record*, mas no Esporte não é realizada qualquer alteração. Em um primeiro momento, são mantidos os mesmos profissionais e a mesma grade de programação.

2.4.5 MÚSICA: NÃO AOS BEATLES

Quando a *Rádio Guaíba AM* surgiu, a música na programação das emissoras passava por um período de transição. As grandes orquestras, que tinham feito sucesso na “época de ouro” do rádio, cediam espaço para a música gravada. As estações que haviam perdido parte de sua renda vinda da publicidade para a recém chegada televisão não tinham como sustentar seus artistas. Então, em um primeiro momento, “o rádio foi reduzido à fase do vitrolão: muita música e poucos programas” (ORTRIWANO, 1985, p.21). Neste período, a fonografia apresenta melhorias na qualidade de som por meio dos discos *long-play*⁴⁷⁵. Ainda caro para o consumidor comum, o *LP* torna-se uma solução para a grande maioria das estações se comparado ao alto custo da manutenção de uma orquestra. É neste contexto que a emissora de Breno Caldas começa as suas irradiações.

A música faz parte da programação da *Rádio Guaíba* mesmo antes da inauguração. A primeira a ser tocada na *ZYU-58* foi *Three coins in a fountain*, executada pela orquestra de Franck Pourcel⁴⁷⁶, ainda na fase experimental de suas transmissões, no dia 20 de abril de 1957, minutos depois do meio-dia. Poucos dias antes, em 12 de abril de 1957, o diretor da emissora, Arlindo Pasqualini, contrata o radialista e jornalista Osmar João Meletti⁴⁷⁷ para

⁴⁷⁵De acordo com Ortiz, o “LP, que foi introduzido em 1948, mas até a década de 60 era ainda considerado um produto caro” (1988, p.128).

⁴⁷⁶ Franck Pourcel e sua orquestra ficaram conhecidos a partir dos anos 50 por fazerem versões de sucessos musicais e de música clássica, seguindo um estilo definido como *easy listening music*, ou seja, uma “música fácil de escutar”. Pourcel nasceu em 14 de agosto de 1913 em Marselha, na França e faleceu em 12 de novembro de 2002 em Neuilly-sur-Seine.

⁴⁷⁷ Osmar Melletti faleceu no dia 28 de abril de 1979, aos 46 anos. Durante mais de 15 anos comandou o programa musical *Discorama*.

definir a linha musical. Meletti, conforme orientação de Breno Caldas, monta a programação tendo por base grandes orquestras e cantores de renome internacional a fim de adequar-se a proposta de atingir os públicos das classes “A” e “B”. De acordo com locutor Rui Strelow⁴⁷⁸, “quando surgiu, ela revolucionou pelo estilo de música que tocava. Eram músicas de qualidade, de orquestras da Europa, que não tocavam aqui na época” (Rui Strelow. Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio⁴⁷⁹).

Dois meses depois da inauguração, a *Guaíba* buscou o reforço do programador musical Fernando Veronezi⁴⁸⁰, que até aquele momento trabalhava na *Rádio Farroupilha*. Veronezi destaca que o diferencial da *ZYU-58* foi “criar um padrão musical de programação definido, quando as outras rádios ainda não se preocupavam com isso” (CORREIO DO POVO, 30 abr. 1987, s.p.). Além de rodar sempre duas músicas em seqüência antes da intervenção do locutor, a emissora preocupava-se em ter uma lógica na programação.

No Brasil, havia a *Rádio Jornal do Brasil*, que é parecida com a *Guaíba*. Mas eu estive lá várias vezes e eu achei um erro deles de misturar com música popular. De repente, tocava música popular. Depois, o terceiro, o quarto movimento da sinfonia tal, ou seja mistura de alhos e bugalhos. A mesma coisa que tocar na FM aqui um Frank Sinatra e aí, depois, tu emenda com um Martinho da Vila. Um cara que gosta do Sinatra, certamente não gosta do Martinho da Vila (VERONEZI, Fernando. *Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio*⁴⁸¹).

A diferença para as demais emissoras fica clara, entro outros fatores, pela “boa música”, aliada a um som de qualidade acima da média, preocupação manifestada desde a sua formação.

A Rádio Guaíba era completamente diferente da Rádio Gaúcha [...] Era uma rádio mais nova, moderna, mas não era só por isso. É que a Rádio Guaíba tinha uma característica, era o som da Guaíba. E o som da Guaíba para ouvir a boa música. Naquele tempo não tinha essa história de FM [...] Então, era a parada de sucessos, não sei o que, tudo era a Rádio Guaíba [...] A Gaúcha está lá com programa de auditório, com Maurício Sobrinho, radionovela, teatro, esporte e

⁴⁷⁸ Rui Strelow nasceu em São Lourenço do Sul, no Rio Grande do Sul, em 27 de dezembro de 1945. Rui Strelow está na *Guaíba* desde 1968. Trabalhou no setor de rádio do Palácio Piratini de 1974 até 1996, quando se aposentou.

⁴⁷⁹ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 15 nov. 2007.

⁴⁸⁰ Fernando Veronezi nasceu em Porto Alegre em 28 de julho de 1935. Antes de ingressar na *Rádio Guaíba*, trabalhava na *Farroupilha*.

⁴⁸¹ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 15 nov. 2007.

notícia, claro que sim. E a Guaíba está com outro perfil, outra característica (QUADROS, Lauro⁴⁸², *Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio*)⁴⁸³.

A *Guaíba* beneficiou-se também com a chegada do *long-play*.

Naquela época, operava-se só com discos de 78 rotações. Aí, quando eu vim para cá, em junho de 1957, recém estavam começando a chegar os LPs, mas a programação da rádio era quase toda feita em 78 rotações. Ia dentro de um papel determinado pelo doutor Breno Caldas e pelo Arlindo Pasqualini, que era o diretor da rádio na época. O doutor Pasqualini era quem mais convivia com a gente na época. Aquilo foi determinado que tinha que ser um estilo, com um público determinado, tipo A, B, e não tocava um certo tipo de música, inclusive, havia uma censura dentro da própria rádio, em relação ao material a ser usado. E a rádio teve muita sorte, porque em 57, foi o ano em que o LP começou a se expandir. Surgiu a alta-fidelidade. A rádio, além de ter um som bom, teve a sorte de que a qualidade dos discos melhorou (VERONEZI, Fernando. *Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio*)⁴⁸⁴.

A programação musical noturna já ocupava na primeira semana de irradiações 3h40min diárias, como demonstra o jornal da *Folha da Tarde* de dois de maio de 1957.

17h30min- *Seleção Columbia*

18h- *Radiomanchetes Folha da Tarde*

18h30min- *Música Variada*

18h55min- *Correspondente Renner*

19h05min- *Radiomanchetes Folha da Tarde Esportiva*

19h30min- *A Voz do Brasil*

20h- *Vozes Famosas*

20h35min- *Música Imortal*

21h- *Correspondente Renner*

21h05min- *Melodias Favoritas*

21h35min- *Meu Amigo Violão*, com Luiz Telles

22h05min- *Suíte Musical*, apresentando *Grand Canyon* pela Orquestra de Hugo

Winterhalter

⁴⁸²Lauro José de Quadros nasceu em 19 de setembro de 1939. Iniciou sua carreira profissional em agosto de 1959.

⁴⁸³ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 30 nov. 2007.

⁴⁸⁴ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 15 nov. 2007.

22h35min- *Radiojornal Correio do Povo*

23h15min- ***Boa Noite Musical***

Em seu segundo ano, a estação continua investindo nos musicais. A programação abre e encerra com este gênero: *Bom Dia Musical*, às 6h e *Música para Dançar*, às 24h. Ao longo do dia, a música chega a ocupar 70 por cento da grade: *Trabalhando com Música*, que era veiculado três vezes ao dia; *Parada de Sucessos Odeon*, duas vezes; *Grandes Orquestras*, duas vezes; *Em Tempo de Valsa*; *Trilha Sonora*; *Novidades Masterpiece*; *Novidades RCA Victor*; *Tarde Dançante*; *Seleção Polydor*; *Rádio Baile Chopp Brahma*; *Audição Neugebauer* e *Audição Pepsi-Cola*.

Nota-se, porém, ao fazer-se um levantamento nos jornais da *Caldas Júnior*, uma grande variação nos títulos dos programas. A cada mês, surgem e desaparecem novas atrações. Da mesma forma, são apresentados programas temáticos.

Com início às 22,05 horas, irá hoje ao ar, pela Guaíba, o programa da Champagne Georges Aubert S.A. “Paris é Assim”. Focalizando a música da cidade da torre Eiffel, “Paris é Assim” conduz o ouvinte a Pigalle, a Mont-Martre e aos mais ternos recantos da capital do mundo (FOLHA DA TARDE, 28 mai. 1958, p.32).

Ilustração 49

A música domina a programação da Rádio Guaíba em 1958

Programação	
16,00	— Radio Manchetes Fôlha da Tarde — Renner.
16,05	— Rítmos Latinos.
16,30	— Seleção Polydor.
17,00	— Sucessos RCA-Victor.
17,30	— Historias do Mestre Estrela — Brinquedos Estrela.
17,45	— Desfile Copacabana.
18,00	— Radio Manchetes Fôlha da Tarde — Renner
18,05	— Teatrinho Cacique — Revista Cacique.
18,25	— Assistência Social
18,30	— Futebol à Moda dos Reis — Cia. de Cigarros Sinimbú.
18,55	— Correspondente Renner
19,00	— Radio Manchetes Fôlha da Tarde Esportiva Gasolina Ipiranga.
19,30	— A Voz do Brasil.
20,00	— Audição dos Cines Avenida e Colombo.
20,05	— Um Programa, com a Orquestra de Les Baxter.
20,35	— Viajando Pelo Mundo, gentileza de Pepsi-Cola
21,00	— Correspondente Renner
21,05	— Nossa luta contra a morte, Hospital de Clínicas Dr. Iazzarotto
21,35	— A Voz da RCA-Victor.
22,05	— Paris é Assim, programa de Georges Aubert.
22,35	— Radio Jornal do Correio do Povo — Renner.
23,15	— Canções da Noite.
0,30	— Boa Noite Musical.
0,50	— Radio Manchetes Fôlha da Tarde, Renner.
1,00	— Encerramento.

Fonte: *Folha da Tarde*, 28 mai. 1958, p.32.

Ilustração 50

Programação musical: Da Música Brasileira ao Canções da Noite

Programação	
15,00	— MUSICA BRASILEIRA
15,30	— SUPLEMENTO COPA- CABANA
16,00	— RADIO-MANCHETES FOLHA DA TARDE — Renner
16,05	— RITMOS PORTENHOS
16,30	— SELEÇÃO POLYDOR
17,00	— AVENTURAS DO ANJO, num patrocínio da PASTA DENTAL PHILIPS — SUA MUSICA FAVORITA, oferecimento de MELHO- RAL
17,15	— SUCESSOS RCA VICTOR
17,30	— HISTORIAS DO MESTRE ESTRELA — Brinquedos Estrela
17,45	— SUCESSOS RCA VICTOR
18,00	— RADIO-MANCHETES FOLHA DA TARDE — Renner
18,05	— TEATRINHO CACIQUE — Revista Cacique
18,25	— ASSISTENCIA SOCIAL
18,30	— FOOTBALL A' MODA DOS REIS, programa da Cia. de Cigarros SINIMBU
18,55	— CORRESPONDENTE RENNER
19,00	— RADIO-MANCHETES FOLHA DA TARDE ES- PORTIVA — Gasolina Ipiranga
19,30	— A VOZ DO BRASIL
20,05	— SELEÇÃO MUSICAL LUFTHANSA
20,35	— VIAJANDO PELO MUNDO script de Sergio Jockyman para PEPSI-COLA
21,00	— CORRESPONDENTE RENNER
21,05	— AVENTURAS NO MUNDO DO SOM, programa da S. A. MOINHOS RIO- GRANDENSES
21,30	— AUDIÇÃO API SERUM
21,35	— A VOZ DA RCA VICTOR, programa da Lider mun- dial em Radios e Discos e pleneira da T.V.
22,05	— DESFILE MUSICAL LOIDE AEREO
22,35	— RADIO-JORNAL COR- REIO DO POVO — Ren- ner a boa roupa ponto por ponto!
23,15	— BOLEROS, oferecimento da Organização Imobiliá- ria TANCREDO DE OLIVEIRA
23,30	— CANÇÕES DA NOITE
0,00	— BOA-NOITE MUSICAL
0,50	— RADIO-MANCHETES FOLHA DA TARDE — Renner
1,00	— ENCERRAMENTO.

Fonte: *Folha da Tarde*, 8 out. 1958, p.33.

Nos anos 60 surge o mais importante programa musical da *Rádio Guaíba*. Em março de 1963 entra no ar o *Discorama*, apresentado por Osmar Meletti, de segunda a sexta-feira, das 14h às 15h.

O *Discorama* era passagem obrigatória de grandes nomes da música brasileira e internacional. Marcaram presença no programa, Dalva de Oliveira, Elis Regina, Elizete Cardoso, Sérgio Endrigo, Paul Mauriat, Billy Paul, Tito Madi, Gregório Barrios, Clara Nunes, Lupicínio Rodrigues, Agostinho do Santos, Ivan Lins, Beth Carvalho, Renato Teixeira, Carlos Lyra e Dick Farney, entre outros (CORREIO DO POVO, 20 abr. 2002, p.17).

Ilustração 51

Osmar Meletti conduz o *Discorama* de 1963 a 1979



Fonte: *Correio do Povo*, 20 abr. 2002, p.17.

Meletti também abriu espaço para os artistas gaúchos, “sendo dele a iniciativa de transmitir a Primeira Califórnia da Canção, em Uruguaiana” (CORREIO DO POVO, 6. mai. 1997, p.17), realizada em 1971. Com o *Discorama*, o apresentador conquistou em 1977 o Prêmio ARI com uma edição dedicada a Erico Verissimo. O jornalista apresentaria o programa até 28 de fevereiro de 1979, quando, afastado por motivos de saúde, é substituído por Paulo Deniz, que mantém a atração por mais alguns anos.

Ilustração 52

Discorama recebe a visita de Breno Caldas, na comemoração dos 15 anos do programa em 1978



Fonte: <http://www.radioguaiba.com.br/historico.asp?id=1978>

Outro destaque da programação é o *Guaíba ensina o sucesso*, conduzido por Fernando Veronezi. O jornal *Folha da Tarde* publicava as letras das canções e no dia seguinte a *ZYU-58* tocava a música no programa para que, assim, os ouvintes pudessem acompanhar com maior facilidade. Veronezi, “em várias ocasiões, como nos anos de 1961, 1962 e 1963, recebeu o prêmio de Melhor Sonoplasta” (CORREIO DO POVO, 21 abr. 2002, p. 20). Em 1994, foi condecorado pelo então prefeito da capital, Tarso Genro, com a medalha Cidade de Porto Alegre, pelo seu trabalho de pesquisa musical.

Ilustração 53

Fernando Veronezi: dos discos de 78 rpm ao CD



Fonte: <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>

Os anos 60 vão representar ainda uma maior aproximação da emissora com seus ouvintes, que supera a programação via éter. Em 1966, por exemplo, a *Rádio Guaíba* promoveu um grande *show* com a cantora Elis Regina, no auditório Araújo Vianna. Também no aniversário da rádio, em 30 de abril, foi realizado um baile no Clube Gondoleiros, com artistas que faziam sucesso na época, como Dalva de Oliveira⁴⁸⁵, Rosemary⁴⁸⁶ e Luiz

⁴⁸⁵ A cantora Dalva de Oliveira, já doente, inclusive, participou do programa *Discorama*, apresentado por Osmar Melletti. Dalva, cujo nome verdadeiro era Vicentina de Paula Oliveira, nasceu em cinco de maio de 1917, em Rio Claro, São Paulo. Uma das grandes estrelas dos anos 1940, 1950 e 1960, sendo considerada uma das mais importantes cantoras do Brasil. Dona de uma poderosa voz, cuja extensão ia do contralto ao soprano, marcou época como intérprete. Faleceu em 31 de agosto de 1972, no Rio de Janeiro (Informações disponíveis em <http://www.dicionariompb.com.br>. Consulta realizada em 30 nov. 2007).

⁴⁸⁶ Rosemeire Gonçalves nasceu no bairro de Bonsucesso em sete de dezembro de 1945. No Rio de Janeiro. Aos oito anos, cantou no programa O Clube do Guri, da TV Tupi do Rio. Atuou como amadora até seus 14 anos, em 1959, quando adotou o nome artístico de Rosemary. Em junho de 62 gravou seu primeiro disco 78 na Continental (Informações disponíveis em <http://cliquemusic.uol.com.br/artistas/rosemary.asp>. Consulta realizada em 30 nov. 2007).

Vieira⁴⁸⁷. A *Rádio Guaíba* completou dez anos em 1967 e, para comemorar, preparou uma programação musical especial para 30 de abril, dia do seu aniversário. Às 8h da manhã, os ouvintes acompanharam *A Música da Guaíba em 10 Anos*, programa apresentado e produzido por Osmar Meletti e Fernando Veronezi. Os dois relembrou os principais fatos ocorridos na música popular naquele período. Às 11h, a *Rádio Guaíba* levou ao ar o especial *Vinicius & Caymmi*, “reprodução em gravação, com absoluta exclusividade, do *show* musical-poético apresentado no Encouraçado Butikin” (CORREIO DO POVO, 30 abr. 1967, s.p.). Já às 19h, a emissora colocou no ar programa com Elizeth Cardoso⁴⁸⁸ e o Zimbo Trio⁴⁸⁹, “reproduzindo o *show* apresentado à sociedade gaúcha, na última sexta-feira, em outro momento culminante da música brasileira” (CORREIO DO POVO, 30 abr. 1967, s.p.).

⁴⁸⁷ Pernambucano de Caruaru, nascido em 12 de outubro de 1928, foi fortemente influenciado pelos cantadores e violeiros da região. Mudou-se para o Rio de Janeiro, onde participou de programas de calouros e foi *crooner* de boates e restaurantes. Em 1946 passou a trabalhar na Rádio Clube do Brasil, cantando músicas nordestinas, e mais tarde na Rádio Tamoio, no programa *Salve o Baião*, ao lado de Luiz Gonzaga (Informações disponíveis em <http://cliquemusic.uol.com.br/artistas/luiz-vieira.asp>. Consulta realizada em 30 nov. 2007).

⁴⁸⁸ Elizeth Cardoso Valdez nasceu em 16 de julho de 1920 no Rio de Janeiro e faleceu em sete de maio de 1990. Elizeth Cardoso já subia aos palcos para mostrar suas artes desde os 5 anos de idade. Aos 16, foi descoberta por Jacob do Bandolim, que a levou para cantar na Rádio Guanabara. Elizeth logo se tornou uma das maiores cantoras de rádio e orquestra do Brasil dos anos 30 e 40. Em 1951, emplacou seu primeiro sucesso, *Canção de Amor*, de Chocolate e Elano de Paula. Mas foi em 1958, com o lançamento do disco *Canção do Amor Demais* que a Divina entrou para a história da música popular brasileira. Com canções de Tom Jobim e Vinicius de Moraes, o disco tornou-se símbolo do nascimento da bossa nova (Informações disponíveis em <http://www.biscoitofino.com.br>. Consulta realizada em 30 nov. 2007).

⁴⁸⁹ Grupo instrumental formado por Amilton Godói (piano), Luís Chaves (contrabaixo) e Rubinho Barsotti (bateria). Ingressou no cenário artístico em 1964, apresentando-se ao lado de Norma Bengell, na Boate Oásis, em São Paulo (Informações disponíveis em <http://www.dicionariompb.com.br>. Consulta realizada em 30 nov. 2007).

Ilustração 54

Artistas consagrados na programação comemorativa do Aniversário de dez anos da Rádio Guaíba

V. é convidado especial da PRODUSUL para acompanhar

A Programação do 10.º Aniversário da RÁDIO GUAÍBA.

AMANHÃ, a partir das 8 horas da manhã

“A MÚSICA DA GUAÍBA EM 10 ANOS”

Programa retrospectivo apresentando os principais fatos acontecidos na música popular neste período de tempo, com produção e apresentação de Osmar Meletti e Fernando Veronezi.

—o:O:o—

Às 11 horas :

“VINICIUS & GAYMMI”

Reprodução do show apresentado recentemente no Butikin, com dois dos maiores nomes de nossa música.

—o:O:o—

Às 19,00 horas :

“ELIZETE CARDOSO & ZIMBO TRIO”

O show do ano, apresentado à sociedade gaúcha no fim-de-semana, com a “Divina” e o categorizado Zimbo Trio.

—o:O:o—

OPERAÇÃO EXCLUSIVO DA



PRODUSUL

Cia. de Investimento, Financiamento e Crédito à Produção

AVENIDA BORGES DE MEDEIROS, 430 — GALERIA DO EDIFÍCIO SULACAP,
LOJA, 3.º E 4.º ANDARES — FONES 4-7511, 4-1412 E 4-1955 — PORTO ALEGRE

Fonte: *Folha da Tarde*, 29 abr. 1967, p.10.

A ZYU-58, neste período, segue fiel a sua proposta inicial, a ponto de não incluir, em um primeiro momento, um dos maiores sucessos da época. O padrão musical da *Guaíba* era tão rígido que a emissora chegou a vetar a execução de músicas de grupos de *rock*, que a cada dia tornavam-se mais populares, como o inglês *The Beatles*.

Não se tocava *rock*, *Elvis Presley*, *Rolling Stones* e outros. Mas devido ao grande sucesso no mundo inteiro, mais tarde a *Guaíba* começou a apresentar a música dos *Beatles* apenas em programas especiais como *O Disco que Eu Gosto*, *Discorama* e *A Guaíba Ensina o Sucesso* [...]. Foi preciso ainda uma ordem do [...] jornalista Arlindo Pasqualini, que era o diretor da *Guaíba*, autorizando os *Beatles* na programação (CORREIO DO POVO, 6 mai. 1997, p. 17).

Da mesma forma, a emissora da *Caldas Júnior* não abria exceções nem mesmo para as gravadoras.

[...] havia uma triagem, porque as gravadoras nos mandavam discos para promoção. Então, de tarde, geralmente havia programas que correspondiam a este tipo de demanda: *Suplemento RCA-Victor*, *Desfile Odeon*. Para cada gravadora tinha um programa de cerca de meia hora tocando o que eles queriam que tocassem. Porém, dentro do estilo da rádio. Jamais a rádio abriu oportunidade para quem quisesse pedir Wanderléa. Não, não tocava mesmo (VERONEZI, Fernando. *Projeto Resgate Vozes do Rádio*⁴⁹⁰).

Na década de 70, a *Guaíba* mantém a música como um dos sustentáculos da programação, dividindo espaço com o jornalismo e o esporte. As rádios de frequência modulada – as FMs – ainda eram em pouco número no Brasil. De acordo com levantamento elaborado por Vampré (1979, p. 176), o Rio Grande do Sul contava com apenas 22 emissoras de FM em 1978. Os principais lançamentos musicais ainda ocorriam nas rádios AMs.

A Rádio Guaíba é considerada uma das grandes emissoras brasileiras no ramo dos lançamentos musicais. [...] lançou em primeira mão para o Estado os elepês de Roberto Carlos, Simone, Maria Bethânia e Gal Costa, entre outros (CORREIO DO POVO, 30 abr. 1982, p.10).

Contudo, esta realidade logo vai apresentar alterações, uma vez que os receptores com banda FM começam a ficar mais acessíveis: “Em 1977, cinco anos depois de o governo militar ter decidido investir no setor, a Bosch, que na época estava entre as maiores fabricantes de auto-rádios do país, passou a produzir somente aparelhos com as duas bandas: AM e FM” (Moreira, 2002, p.95).

A *Caldas Júnior* não foge a esta nova tendência. Em seis de março de 1980, entrou no ar a *Rádio Guaíba FM*. Entretanto, mais uma vez a emissora difere do que está sendo produzido pelas demais.

A *Guaíba FM* chega com uma proposta musical diferente das demais emissoras de Porto Alegre, que na maioria aposta na programação voltada aos

⁴⁹⁰ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 15.11.2007.

jovens. O foco do novo canal é o público da faixa etária acima dos 40 anos, das classes A e B, acostumados com a música de qualidade da Guaíba AM (DINIZ, 2005, p.154).

O responsável pela programação musical, Fernando Veronezi, conta que a primeira música irradiada pela *Guaíba FM* foi *Fascinação*, tocada pela Orquestra de Frank Chacksfield⁴⁹¹, ainda em disco de vinil de 33 rotações⁴⁹². Veronezi destaca “que a programação é feita com 54 dias de antecedência para evitar a repetição de músicas” (*Correio do Povo*, 6.05.1997, p.17). A nova emissora adota o estilo que no passado havia consagrado a emissora AM da *Caldas Júnior*: músicas orquestradas e locução sóbria.

Em contrapartida à chegada da *FM*, a *Guaíba AM* vai mudando a sua programação. No início dos anos 80 ainda mantém a música como um dos destaques, como demonstra anúncio de seus 25 anos – Rádio Guaíba, há 25 anos fazendo a história da música-, publicado no *Correio do Povo* em 30 de abril de 1982.

A Guaíba é uma das mais importantes emissoras brasileiras em lançamentos musicais. Só neste ano de 82, lançou, em primeira mão para todo o Estado, os elepês de Simone, Roberto Carlos, Maria Bethania e Gal Costa, entre outros. Seu arquivo de vozes e sua discoteca são dos mais completos do país. Tudo isso, sem esquecer de dar importância às manifestações regionais: a Guaíba transmite a Califórnia da Canção, a Ciranda Teuto-Riograndense, a Vindima da Canção e outros eventos musicais. A Guaíba toca em todos os tons. São 25 anos de afinação, 25 anos fazendo a história da música (CORREIO DO POVO, 30 abr. 1982, s.p.).

Aos poucos, a música, que já ocupara 70 por cento de sua programação, vai desaparecendo da grade ao longo do dia, cedendo espaço para o jornalismo e o esporte. Na década de 90, a música começa a ocupar espaço apenas em horários noturnos. Conforme o locutor Rui Strelow, “a programação praticamente não toca música. A rádio só toca música de madrugada. É uma programação praticamente de voz e jornalismo das 5h até 1h” (STRELOW, Rui. *Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio*⁴⁹³).

⁴⁹¹ Nascido em nove de maio de 1914 em Sussex, na Inglaterra, Frank Chacksfield tornou-se um dos mais populares líderes de orquestra a partir dos anos 50. Morreu em nove de maio de 1995 (Informações disponíveis em <http://www.battle-abbey.co.uk/frank.htm>. Consulta realizada em 30 nov. 2007).

⁴⁹² Hoje, a *Guaíba FM* trabalha somente com o formato CD.

⁴⁹³ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. consulta realizada em 30.11.2007.

Nos anos 2000, a estação mantém a mesma linha. A única novidade é a estréia do programa *Província de São Pedro*, em seis de maio de 2003. Na atual grade de programação da emissora, de segunda a sexta-feira, encontramos apenas dois programas dedicados à música. O *Noturno Guaíba*, que entra no ar à meia-noite e o *A música da Guaíba*, irradiado da uma até às 5h da madrugada as segundas e sábados e até às 4h de terça a sexta-feira⁴⁹⁴. Aos sábados, a programação musical inclui do programa *A Música do Rio Grande na Guaíba*, das 5h às 6h da manhã. No domingo, o *A música da Guaíba* ocupa cinco horas, da 1h às 6h. Logo em seguida, até às 7h, é a vez do *Província de São Pedro*, apresentado pelo cantor nativista Leonardo⁴⁹⁵.

Fernando Veronezi é o responsável pela apresentação do *Noturno Guaíba*. O programa roda músicas da velha guarda brasileira, tangos e boleros, além de passar informações curiosas a respeito das gravações. Concentra-se, principalmente, no repertório produzido entre as décadas de 30 e 50. O *A Música na Guaíba* “apresenta sempre o que há de melhor entre as orquestras, conjuntos e intérpretes brasileiros e internacionais”⁴⁹⁶. Por sua vez, o *A Música do Rio Grande na Guaíba* e o *Província de São Pedro* valorizam os compositores e intérpretes do Rio Grande.

2.4.6. UMA PROGRAMAÇÃO DE EXCEÇÃO: A REDE DA LEGALIDADE

Em 1961, a programação da *Rádio Guaíba* mantinha-se fiel a sua proposta inicial de conteúdo: música, jornalismo e esporte. Para isto, o diretor Arlindo Pasqualini conduz a ZYU-58 segundo a orientação de Breno Caldas de fazer uma “uma espécie de *Correio do Povo* no ar” (Caldas apud Machado, 1987, p. 69). Contudo, durante um período de dez dias, a *Guaíba* viveu uma programação de exceção, ou seja, em que não teve gerência sobre o que estava sendo transmitido: a Rede da Legalidade.

⁴⁹⁴ O *A Música da Guaíba* era irradiado até às 5h. Contudo, o horário das 4h às 5h agora é ocupado pelo *A Voz do Brasil*. A Terceira Turma do Tribunal Regional Federal da Quarta Região, confirmou em dez de maio de 2006 a sentença da Justiça Federal gaúcha que permite à *Rádio Guaíba* retransmitir o programa *A Voz do Brasil* em qualquer horário da sua programação normal, desde que dentro do mesmo dia da transmissão original.

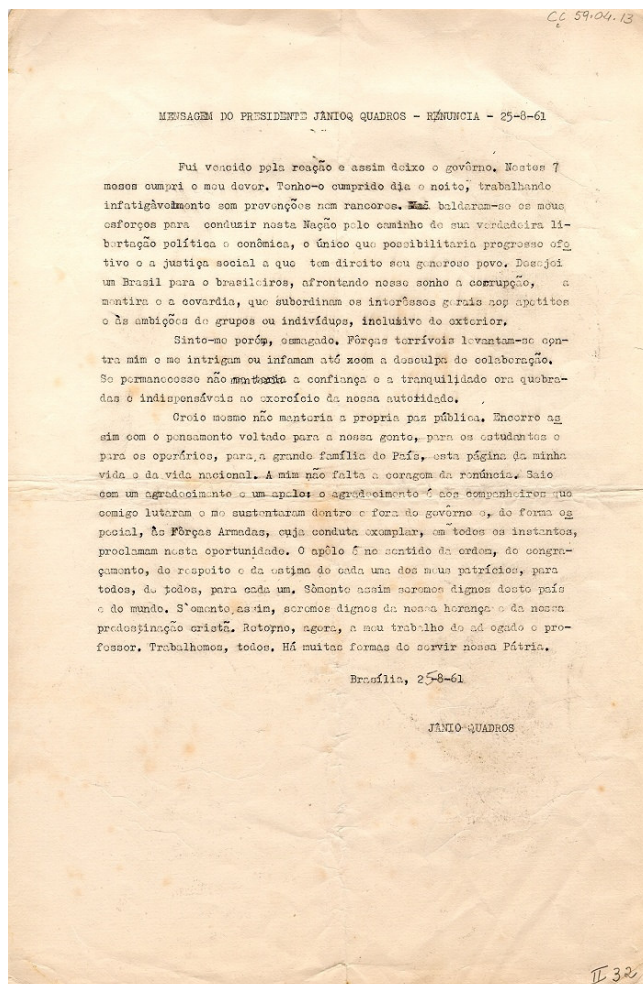
⁴⁹⁵ Leonardo, cujo nome verdadeiro é Jader Moracy Teixeira, nasceu em 1940, em Bagé, no Rio Grande do Sul. O músico é autor de sucessos como *Tertúlia*, *Viva Bombacha*, *Batismo de Sal e Céu*, *Sol, Sul, Terra e Cor*.

⁴⁹⁶ Definição apresentada pelo site da emissora. Disponível em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=21>. Consulta realizada em 30 nov. 2007.

Em 31 janeiro de 1961, o ex-governador paulista Jânio Quadros tomou posse na presidência da República⁴⁹⁷. Ele defendia uma política externa independente e a valorização da soberania nacional. Jânio Quadros seguiu um projeto de austeridade definida pelo Fundo Monetário Internacional. Restringiu o crédito e congelou salários e, a fim de fortalecer sua autoridade, iniciou uma campanha de desmoralização dos políticos. Nesta linha, mandou abrir diversas comissões de sindicância e inquéritos para apurar supostas irregularidades no setor público. Por meio do Decreto nº 50.666/66, Quadros criou o Conselho Nacional de Telecomunicações, que tinha como atribuição, entre outras, propôr leis específicas para o setor. De acordo com Moreira, a alteração mais importante provocada pelo decreto “residia na independência do Conselho em relação à Comissão Técnica de Rádio, que desde 1932 se mantinha como o único órgão responsável pela coordenação do setor de radiodifusão no Brasil” (MOREIRA, 2002, p.113).

Ilustração 55

Texto da renúncia de Jânio Quadros à Presidência da República



Fonte: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas

⁴⁹⁷ Quadros foi eleito pela coligação liderada pela UDN com “5.636.623 votos, ou seja, 48% dos sufrágios válidos. O seu oponente, marechal Henrique Teixeira Lott, da coligação PSD-PTB, com o apoio do PCB e das esquerdas, ficou em segundo lugar com 3.846.825 votos, ou 33% do total” (PINHEIRO, 2001, p.102).

Apesar das ações iniciais, o presidente renunciaria meses depois, em 25 de agosto. Os setores militares e políticos tentaram impedir a posse do vice, João Goulart – o Jango –, identificado com a esquerda e que estava em viagem oficial à China de Mao Tsé-Tung. O governador do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola, liderou, então, a campanha para garantir que Jango assumisse o poder. Neste episódio, o rádio funcionaria como instrumento de resistência política, no que ficaria conhecido como a Rede da Legalidade.

A partir de Porto Alegre e sob a liderança de Leonel Brizola, entrou no ar dia 27 de agosto de 1961, dois dias depois da renúncia de Jânio Quadros, uma cadeia de rádio intitulada Rede Radiofônica da Legalidade. O objetivo da Rede era impedir o golpe pretendido pelos ministros militares e garantir a posse do Vice [...]. **A primeira rádio a transmitir informações sobre o movimento da legalidade foi a Guaíba, do grupo Caldas Júnior** (MOREIRA, 1998, p. 56-7) [grifo nosso].

Ilustração 56

João Goulart visita o líder comunista chinês Chou en Lai em Pequim em 15 de agosto de 1961



Fonte: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas

As rádios *Gaúcha* e *Farroupilha* haviam sido tiradas do ar na madrugada do dia 26 de agosto por ordem do Ministro da Guerra. Os transmissores foram lacrados por terem transmitido manifesto do Marechal Henrique Teixeira Lott⁴⁹⁸, que denunciava a tentativa de golpe dos ministros militares. A alternativa para Leonel Brizola é recorrer à *Rádio Guaíba*. O então proprietário da Companhia Jornalística da Caldas Júnior, Breno Caldas, exigiu, porém, que Brizola registrasse em documento a requisição da emissora, para assim, não ser responsabilizado por qualquer ação.

⁴⁹⁸ Candidato à presidência derrotado por Jânio Quadros na eleição de 1960.

O Brizola veio ao telefone, me cumprimentou e disse: “Dr. Breno, eu quero avisá-lo que eu resolvi encampar a *Rádio Guaíba*. Já ocupei os transmissores lá na ilha e vou ocupar agora aqui no centro, e quero lhe dar conhecimento disso”. Eu respondi que não aceitava uma situação nesses termos: “Isso é uma concessão federal e é uma propriedade privada [...]”. Depois de muita discussão, eu falei: “Então o senhor faz o seguinte, me manda uma carta ou um ofício... um documento oficial... o senhor assumo toda a responsabilidade desse gesto. Assim, da minha parte não haverá problema, eu não posso fazer nada, só posso me conformar com o fato consumado, mas ao menos, quero me resguardar” (CALDAS *apud* MACHADO, 1987, 69-70).

A exigência de Caldas, como noticiou a *Folha da Tarde* de 28 de agosto de 1961, foi aceita.

Rádio Guaíba requisitada pelo governo do Estado – Cerca do meio dia de ontem, um grupo de choque da Guarda Civil, armado de metralhadoras, ocupou os estúdios da Rádio Guaíba, situados no segundo andar do edifício da Cia. Jornalística Caldas Júnior. O comandante do pelotão apresentou à direção daquela prestigiosa emissora um ofício assinado pelo próprio Governador do Estado, Sr. Leonel Brizola e no qual comunicava que a partir daquele momento a Rádio Guaíba passava à disposição da Secretaria de Segurança Pública. [...] Logo após haverem sido tomadas as providências determinadas pelo governo e uma vez desligados os estúdios da Rádio com a instalação do microfone e do equipamento de controle no Palácio do Governo, a força policial se retirou, seguindo para o transmissor situado na Ilha da Pintada, onde ainda permanece montando guarda (FOLHA DA TARDE, 21 ago. 1961, s.p.).

Breno não permitiu, porém, que fossem usadas as dependências da *Rádio Guaíba*. De acordo com Flávio Alcaraz Gomes, Caldas, por telefone, comunica-o que “podes entregar a rádio, desde que ela seja operada de outro lugar” (CORREIO DO POVO, 25 ago. 2001, p.4).

Ilustração 57

Flávio Alcaraz Gomes relembra a chegada da Guarda Civil para requisitar a Rádio Guaíba

4 — SÁBADO, 25 de agosto de 2001

Bastidores da história

Flávio Alcaraz Gomes

Domingo, 27 de agosto de 1961. Estou na janela da sala que ocupo com Mendes Ribeiro junto aos estúdios da Guaíba, quando vemos duas Kombis estacionar. Delas saem uns dez "cardeais". Em grupos de dois, segurando caixas de munição, ganham o prédio. Estão fardados de cáqui e com quepes vermelhos - daí o apelido de "cardeais" dado aos homens do "choque" da Guarda Civil. Sobem as escadarias e postam-se à entrada. Em seguida, entraram o chefe de Polícia, Joaquim Vilanova, e Gabriel Obino, secretário da Fazenda e irmão de Alfredo Obino, gerente da Folha da Tarde. Ele fala: "Viemos requisitar a Guaíba". "Só com ordem de Breno", respondo, e telefono para a sua fazenda do Arado. O diálogo foi rápido. Obino passou-me o telefone, e o todo-poderoso dr. Breno Caldas me disse: "Podes entregar a rádio, desde que ela seja operada de outro lugar". A rede da Legalidade ia começar.

(Fonte: *Correio do Povo*, 25.8.2001, p.4)

Então, o engenheiro da emissora, Homero Simon⁴⁹⁹, instalou os equipamentos no Palácio Piratini: "o microfone e o toca-discos foram instalados às pressas numa das salas do porão, de paredes cobertas de material acústico, para permitir que, no futuro, ali fossem gravados os programetes semanais que Brizola veiculava pela Farroupilha" (Markun, 2001, p.222). De acordo com a *Coluna Rádio e TV*, do jornal *Última Hora* de 31 de agosto de 1961, assinada por Antenor Modula⁵⁰⁰, graças a Simon, a Rede da Legalidade fez suas transmissões com um som de qualidade.

Um homem é o responsável pelo som da Rede Radiofônica da Legalidade. Este homem chama-se Homero Simon e, dizendo isto, está explicado o porquê da qualidade das transmissões da cadeia de emissoras que se formou no

⁴⁹⁹ Na época, Simon era Diretor do Conselho Estadual de Comunicações do Rio Grande do Sul.

⁵⁰⁰ Pseudônimo do jornalista João Batista Aveline.

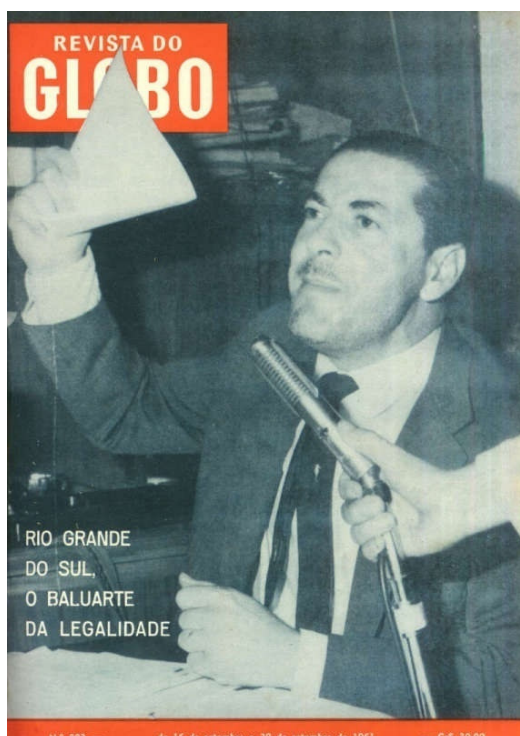
nosso Estado. O trabalho do engenheiro Homero Simon está sendo de 234 horas por dia. [...] Além da atividade normal como responsável pela Rede, o grande técnico é obrigado a estar permanentemente atento, para superar qualquer barreira de som que se anteponha às emissões do Palácio Piratini. Como se sabe, transmissores a serviço da causa anticonstitucional procuram interferir na freqüência das ondas curtas da Guaíba, que é a emissora através da qual a Rede divulga os seus comunicados (ÚLTIMA HORA, 31 ago. 1961, s.p.).

A ligação entre os transmissores e o estúdio, então instalado no Palácio, era feita por cabos, o que deixava o sistema facilmente vulnerável. De acordo com a viúva do engenheiro, Marfisa Simon,

Além da linha de som, integração dos estúdios com os transmissores, foi colocado um sistema FM para assegurar a não interrupção das irradiações. A linha de som passava pela CRT, o que tornava possível a sabotagem; já o FM instalado nas dependências do Palácio e nos transmissores da Ilha da Pintada, ficava bem guardado por militares de confiança do governador (SIMON, 1991, p.130).

Ilustração 58

Leonel Brizola comanda pelo microfone da Rádio Guaíba



Fonte: *Revista do Globo*, ano XXXIII, 16 set. 1960, nº 803, capa.

Por volta das 11h do domingo, dia 27 de agosto de 1961, o chefe do Gabinete de Imprensa, Hamilton Chaves, havia anunciado que o governador iria se dirigir ao povo. Brizola entrou no ar pela primeira vez, denunciando a manobra para impedir a posse de Jango. Ao microfone, o governador declara que “o Rio Grande do Sul resistirá ainda que para ser esmagado” (REVISTA DO GLOBO, ano XXXIII, 16 set. 1960, n. 803, p.9).

Peço a vossa atenção para as comunicações que vou fazer. Muita atenção. Atenção, povo de Porto Alegre! Atenção Rio Grande do Sul! Atenção Brasil! Atenção meus patrícios, democratas e independentes, atenção para essas minhas palavras! [...] Hoje, nesta minha alocução, tenho os fatos mais graves a revelar. O Palácio Piratini, meus patrícios, está aqui transformado em uma cidadela que há de ser heróica, uma cidadela da liberdade, dos direitos humanos, uma cidadela da civilização, da ordem jurídica, uma cidadela contra violência, contra o absolutismo, contra os atos dos senhores, dos prepotentes. [...] Porque não nos submeteremos a nenhum golpe. A nenhuma resolução arbitrária. Não pretendemos nos submeter. Que nos esmaguem! Que nos destruam! Que nos chacinem, neste Palácio! [...] Esta rádio será silenciada, tanto aqui como nos transmissores. O certo, porém, que não será silenciada sem balas. Tanto aqui como nos transmissores estamos guardados por fortes contingentes da Brigada Militar (BRIZOLA *apud* SILVEIRA, 1991, p. 67).

A Rede da Legalidade ganharia mais um reforço: Lauro Hagemann, conhecido como a voz do *Repórter Esso* no Rio Grande do Sul.

Só a Guaíba ficou transmitindo lá do porão do Palácio e eu comecei a ouvir aquilo e, claro, eu já estava com os pruridos políticos, assim, de defesa da cidadania, essa coisa toda, eu tinha passado pela faculdade de comunicação, tinha sido dirigente estudantil e estava imbuído, assim, de um conceito de cidadania bem mais forte do que um simples assistente. E me percebi, me apercebi que o pessoal que estava lendo os boletins do Palácio não tinha assim uma postura política que pudesse entusiasmar a população, a quem estava sendo dirigida aquela mensagem. [...] Eram funcionários, eram jornalistas, que trabalhavam no gabinete de imprensa do Palácio. Eram todos partidários, ninguém chegava perto. Daí, me dei conta, eu vou lá, vou me apresentar para ler esse negócio porque eu sabia que a minha voz era conhecida, se de repente, aparecesse ali naquele noticiário, dava outra conotação ao processo e isso era a minha contribuição ao momento político que se vivia. Eu tive essa consciência (HAGEMANN, Lauro. *Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio*⁵⁰¹).

Anos mais tarde, Hagemann lembraria que Brizola, naquele momento, já tinha consciência da força do rádio. De acordo com o locutor, “o governador tinha um espaço

⁵⁰¹ Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/laurohcompl.html>. Consulta realizada em 1º.12.2007).

semanal na Farroupilha todas as sextas-feiras. Ele conhecia o poder do rádio, por isso criou a Rede da Legalidade” (O SUL, 22 ago. 2002, p.10). A resistência pelas ondas da *Rádio Guaíba* era apenas o início da Rede, que, até o seu final, receberia a adesão de mais de cem emissoras.

Logo em seguida, as demais emissoras de Porto Alegre, incluindo a *Gaúcha* e a *Farroupilha*, foram se unindo à Rádio da Legalidade. As rádios do interior do estado seguiram o exemplo e se criou a magnífica Rede Nacional da Legalidade, à qual se juntaram emissoras de outros estados, especialmente a *Rádio Brasil Central*, de Goiânia, [...] que podia ser sintonizada sem qualquer dificuldade em Brasília, tanto nas ondas médias como nas ondas curtas (SILVEIRA, 1991, p.19-20).

Ilustração 59

Rio Grande do Sul em defesa da Constituição Federal



Fonte: *Revista do Globo*, ano XXXIII, 16 set.1960, n. 803, p.6.

Radialistas, jornalistas, políticos e voluntários mantinham a Rede da Legalidade ininterruptamente no ar. Na programação, são irradiados os discursos do governador, informações, mensagens de mobilização e marchas militares. Também eram transmitidos regularmente boletins em francês, inglês, espanhol, italiano e alemão. A Rede da Legalidade chegou a ter um programa, com horário definido. É o *A ponte da amizade*, irradiado das 2h às 4h da madrugada. Nele, os ouvintes enviam recados a familiares e amigos de outros Estados.

Para impedir as transmissões radiofônicas, os militares prepararam-se para bombardear o Palácio Piratini. Sargentos da Aeronáutica da Base Aérea de Canoas,

responsáveis pela manutenção das aeronaves, no entanto, esvaziaram os pneus dos aviões evitando, dessa forma, o ataque.

[...] o clima na base aérea chegou a ser dramático e houve momentos em que os sargentos tiveram de se dar as mãos em volta dos Gloster⁵⁰² para impedir que os aviadores tivessem acesso aos aparelhos. Isto, porém, não foi suficiente e a sargentada (como diria o governador Leonel Brizola) apelou para o desarmamento dos aviões e para o esvaziamento dos pneus, inviabilizando a decolagem (SILVEIRA, 1991, p. 222).

Brizola conquistaria, inclusive, o apoio do Terceiro Exército⁵⁰³, comandado pelo general José Machado Lopes⁵⁰⁴.

A notícia eletrizou o Brasil [...].Em Brasília, de máquina de somar em punho, os generais golpistas registrando o número de adesões. Quando viram que havia mais contra do que a favor, resolveram arreglar a situação com uma solução híbrida e honrosa: Jango Goulart poderia assumir, desde que fosse num regime parlamentarista [...] (GOMES, 1995, p.107).

João Goulart chegou à Brasília em cinco de setembro e tomou posse no dia sete, mas dividiu o poder com o gabinete ministerial, chefiado por um primeiro-ministro⁵⁰⁵. A Rede da Legalidade tinha cumprido seu papel.

Brizola, em Porto Alegre, lançou pelo rádio um chamado à rebelião contra os que se rebelavam contra a legalidade da Constituição. A Campanha da Legalidade fez abortar o golpe de Estado, garantiu a posse de Jango, estremeceu o Brasil e a América Latina: pela primeira vez neste Continente onde os golpes florescem como os trigais (de acordo com as temperaturas e as chuvas), a mobilização popular imobilizava os tanques. A Cadeia da Legalidade, reunião de

⁵⁰² O *Gloster Meteor* foi o primeiro avião de caça a jato britânico e entrou em atividade ainda na Segunda Guerra Mundial.

⁵⁰³ O Terceiro Exército é responsável pela região sul do Brasil, integrada pelos Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

⁵⁰⁴ O jornal *O Semanário*, nº277, sobre Machado Lopes destacou que “nasceu na Guanabara. Foi interventor no Ceará. Tem todos os cursos e a sua folha corrida é uma página que honra o Exército. Todas as suas promoções são por merecimento. [...] não conteve seu impulso de natural revolta quando recebeu ordens para bombardear o Palácio Piratini de Porto Alegre, sede do governo gaúcho” (SILVEIRA, 1991, p.106). *O Semanário* era o portavoz da Frente Parlamentar Nacionalista que reunia parlamentares de diversos partidos e tinha como princípio defender, no Congresso Nacional, políticas e soluções nacionalistas para o desenvolvimento brasileiro (Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas. Disponível em http://www.cpdoc.fgv.br/nav_jgoulart. Consulta realizada em 1 dez. 2007).

⁵⁰⁵ Em 1962, Jango submeteu a forma de governo a um plebiscito. O presidencialismo vence e é restabelecido.

todas as emissoras transmitindo dos porões do Palácio, fora o veículo de Brizola (SOUZA; SOARES, 1985, p. 40).

Brizola, que havia enviado ofício para requisitar a *ZYU-58* no início do movimento, repetiu o mesmo procedimento.

Às 13h30min do dia 6 de setembro de 1961, o governador do Estado, Leonel Brizola, enviou ofício ao diretor da Rádio Guaíba, Arlindo Pasqualini, notificando-o que a emissora, a partir daquele momento, poderia voltar a transmitir normalmente (CORREIO DO POVO, 6. jul. 2001, p.2).

A *Rádio Guaíba* estava, então, liberada para retomar a sua programação normal e transmitir aos gaúchos música, jornalismo e esporte.

Em 2001, a Rede da Legalidade ocuparia mais uma vez a programação da emissora da *Caldas Júnior*. Desta vez, porém, em caráter de comemoração a fim de destacar os 40 anos do movimento. O episódio foi lembrado no dia 27 de agosto, a partir das 7h30min, com a transmissão da programação ao vivo direto dos porões do Palácio Piratini. O jornalista Flávio Alcaraz Gomes destacou a tomada da emissora, quatro décadas antes. Leonel Brizola⁵⁰⁶ lembrou, por telefone, o seu discurso, em 28 de agosto de 1961, nos microfones da *Rádio Guaíba*, quando soube da ordem de bombardeio no Piratini e despediu-se da população.

Ao longo do dia, participaram da programação historiadores, jornalistas e políticos que recontaram, do mesmo local onde a Rede fez suas irradiações, os principais acontecimentos da Legalidade. A emissora apresentou ainda de 25 de agosto a sete de setembro a série especial *Memória da Legalidade*. Produzida e apresentada pelo jornalista Edison Moiano, constou de 70 programetes de dois minutos irradiados em cinco edições diárias. Por fim, em seis de setembro - exatamente no dia em que, há 40 anos, era encerrada a Rede da Legalidade -, o *Guaíba Revista*, conduzido por Walter Galvani, foi transmitido direto dos porões do Piratini, das 15h30min às 16h30min.

⁵⁰⁶ Em 2001, Leonel Brizola era o presidente nacional do PDT.

2.5. PANORAMA ATUAL DAS RÁDIOS AM EM PORTO ALEGRE: PROGRAMAÇÃO INFORMATIVA, POPULARESÇA, MÍSTICA-RELIGIOSA E EDUCATIVA

Porto Alegre e Região Metropolitana contam com 50 emissoras de rádio em atividade, segundo dados da Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão⁵⁰⁷. Destas, 24 operam em amplitude modulada e 26 em frequência modulada⁵⁰⁸. Das AMs sintonizadas em Porto Alegre, apenas nove tem como cidade de outorga a capital gaúcha.

Ao realizar-se uma audição das emissoras de rádio AM com estúdios em Porto Alegre⁵⁰⁹ encontramos as quatro vertentes de programação propostas por Ferraretto (2001): informativa, popularesca, mística-religiosa e educativa.

Tabela 5
Rádios AMs com estúdios em Porto Alegre

Emissora	Frequência	Potência	Programação	Propriedade
<i>Gaúcha</i>	600 KHz	100/100 KW	informativa	Grupo RBS
<i>Bandeirantes</i>	640 KHz	50/10 KW	informativa	Grupo Bandeirantes
<i>Farroupilha</i>	680 KHz	50/50 KW	popularesca	Grupo RBS
<i>Guaíba</i>	720 kHz	100/100 KW	informativa	Rede Record
<i>Princesa</i>	780 KHz	25/25 KW	informativa	Rede Pampa
<i>Itaí</i>	880 KHz	25/2,5 kw	mística-religiosa	Igreja Deus é Amor
<i>Pampa</i>	970 KHz	50/10 KW	informativa	Rede Pampa
<i>Caiçara</i>	1020 KHz	25/5 KW	popularesca	Rede Pampa
<i>Universidade</i>	1080 KHz	10/10 KW	educativa	UFRGS
<i>Rural</i>	1120 KHz	50/50 KW	informativa	Grupo RBS
<i>CBN</i>	1340 KHz	10/1 KW	informativa	Grupo RBS
<i>Esperança</i>	1390 KHz	10/10 KW	mística-religiosa	Igreja Nova Jerusalém

Fonte: quadro elaborado a partir de audição do autor e consulta ao *site* da Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão⁵¹⁰

⁵⁰⁷ Dados disponíveis em <http://www.agert.org.br>. Consulta realizada em 9 dez. 2007.

⁵⁰⁸ Na presente pesquisa destacam-se apenas as emissoras AMs, uma vez que é nesta frequência que opera a *Rádio Guaíba*, objeto deste estudo.

⁵⁰⁹ Aqui optou-se por citar-se emissoras com estúdios em Porto Alegre. Desta forma, as emissoras *CBN* e *Caiçara*, com outorga para o município de Canoas, e *Itaí*, de Guaíba, também foram incluídas.

⁵¹⁰ Agert: <http://www.agert.org.br>. Consulta realizada em 23 dez. 2007.

A *Rádio Gaúcha*, pertencente à *Rede Brasil Sul de Comunicações – RBS* -, permanece com a mesma proposta de programação que começou a ser implantada em 1983. Com ênfase em jornalismo, a estação segue o formato *talk and news*⁵¹¹. Para reforçar esta idéia, mantém seu slogan “a fonte da informação”. De acordo com informações fornecidas pela própria *Gaúcha*, “é líder no segmento de jornalismo e de esportes com 62 por cento de *share*⁵¹² (das 5h às 24h, todos os dias), é a rádio de maior audiência entre o público adulto (acima de 25 anos) classe AB de Porto Alegre e Grande Porto Alegre⁵¹³”. A emissora está presente em nove Estados brasileiros com 139 afiliadas à Rede Gaúcha Sat. Destas, 75 estão localizadas no Rio Grande do Sul.

Conforme Bragança, “a programação da emissora apresenta características que apontam para um conceito de programação em rede⁵¹⁴” (2003, p.149). Contudo, o único programa que é veiculado em todas as emissoras que fazem parte da rede no território gaúcho é a síntese noticiosa *Correspondente Ipiranga Gaúcha Sat*. O noticiário é também o único que leva *Gaúcha Sat* em seu nome.

Em 2005, o *Correspondente* foi reestruturado passando a ser apresentado por um jornalista⁵¹⁵ e não mais por um locutor. Outra novidade é a inserção de pequenos trechos de entrevistas. Em dez minutos, a síntese tem por objetivo destacar “o que de mais importante ocorreu na política, economia, polícia, mundo ou esporte⁵¹⁶”. O *Ipiranga* é veiculado, de segunda a sexta-feira, às 8h, 12h50min, 18h50min e 20h. Aos domingos, são apresentadas duas edições, às 12h50min e 20h.

⁵¹¹ De acordo com Klöckner, no formato *talk and news* as notícias são transmitidas de forma direta, contribuindo para que o ouvinte capte imediatamente a informação. A seguir, são comentadas e discutidas nos espaços específicos (1997, p.24).

⁵¹² Percentual de rádios ligados.

⁵¹³ Informações disponíveis em <http://www.rbs.com.br/midias/index.php?pagina=radio>. Consulta realizada em 9 dez. 2007.

⁵¹⁴ Segundo Bragança, “a programação em rede possui uma flexibilidade que lhe permite ser transmitida a composições diversas de emissoras afiliadas de localidades diferentes, em horários distintos, ao mesmo tempo em que pode ser ampliada em momentos em que ocorrem fatos de interesse mais amplo, como também em cobertura planejadas (2003, p. 149).

⁵¹⁵ O jornalista Leandro Staudt apresenta as edições das 8h e 12h50min. Às edições das 18h50min e 20h são conduzidas por Rafael Colling.

⁵¹⁶ Informação disponível em <http://www.clicrbs.com.br/gaucha>. Consulta realizada em 12 dez. 2007.

Ilustração 60

Os jornalista Leandro Staudt e Rafael Colling apresentam o Correspondente Ipiranga Gaúcha Sat



Fonte: <http://www.clicrbs.com.br/gaucha>

Também integram a grade de programas do jornalismo o *Gaúcha Hoje* (5h30min às 8h); *Gaúcha Atualidade* (8h10min às 9h30min); *Polêmica* (9h30min às 11h); *Chamada Geral* (1ª edição das 11h às 12h e 2ª, das 17h às 18h); *Gaúcha Repórter* (15h às 16h); *Gaúcha Entrevista* (16h às 17h); *Gaúcha 19 horas* (19h às 20h); *Gaúcha Faixa Especial* (domingo, 21h30min); *Plantão Gaúcha Notícias* (22h30min às 23h15min); *Brasil na Madrugada* (0h às 5h) e *Notícia na Hora Certa* (todos os dias em 20 edições diárias; as horas cheias, com exceção das 8h, 13h, 19h e 20h). O Esporte conta com os programas *Esportes ao Meio-Dia* (12h às 12h50min); *Sala de Redação* (13h às 14h); *Domingo Esporte Show* (9h30min às 12h); *Pré-Jornada* e *Jornada Esportiva* (domingos, 14h às 20h); *Balanço Final* (após a *Jornada*); *Plantão Gaúcha Esportes* (23h15min às 0h); *Plantão de Domingo* (23h30min às 0h); *Show dos Esportes* (20h100min às 22h); e *No Mundo da Bola* (22h às 22h30min). A grade é composta ainda pelo *Campo e Lavoura* (5h às 5h30min); *Gaúcha Comportamento*; *Galpão do Nativismo* e *Sem Fronteiras*⁵¹⁷.

A *Gaúcha* pode ser ouvida em tempo real pela Internet através do site da emissora - <http://www.clicrbs.com.br/gaucha>. Também é possível acessar trechos de programas via *web*. A cada programa novo, o anterior deixa de ser disponibilizado. Contudo, isto não ocorre de forma regular⁵¹⁸.

A emissora é pioneira em transmissões digitais. Em 2005, recebeu da Agência Nacional de Telecomunicações autorização para realizar irradiações experimentais.

⁵¹⁷ O site da *Rádio Gaúcha* (<http://www.clicrbs.com.br/gaucha>) apresenta a grade de programação completa com os devidos horários. Ainda é possível consultar uma sinopse de cada programa e informações sobre os apresentadores. Aqui, procurou-se fazer apenas um registro da programação da emissora. Sendo assim, alguns programas de periodicidade semanal ou temporária – como o caso do *Gaúcha no Carnaval*, que é veiculado de dezembro a março - não foram citados.

⁵¹⁸ Por exemplo, ao acessarmos o site no dia 14 de dezembro de 2007, apenas edições do dia anterior do *Correspondente Ipiranga* estavam disponíveis. Em outros casos, a defasagem ainda é maior. O programa *Chamada Geral*, embora já fosse dia 14, disponibilizava acesso somente a destaques do dia oito.

Brasília, 16 de setembro de 2005 – A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) concedeu mais duas autorizações para execução de Serviço Especial para Fins Científicos ou Experimentais visando a realização de testes do Sistema de Radiodifusão Sonora Digital. As autorizações foram publicadas no Diário Oficial da União (DOU) de hoje, por meio dos Atos nº 52.895 e 52.897 e concedidas à Rádio Itapema FM, permissionária do serviço de radiodifusão sonora em frequência modulada, operando em Porto Alegre (RS), e Rádio Gaúcha, concessionária do serviço de radiodifusão sonora em onda média, também funcionando na capital gaúcha (RELEASE divulgado pela Anatel em 16 set. 2005. Asinado pelo assessor de imprensa da Agência, Luiz Henrique Ferreira).

Desde 30 de março de 2007, a programação da rádio pode ser escutada em Porto Alegre, Curitiba, São Paulo e Rio de Janeiro no canal 351 da NET Música para quem tem Net Digital.

Com o fim da administração da *Ordem dos Frades Menores Capuchinhos*, a *Rádio Difusora* – 640 mhz - passa a ser controlada pelo *Grupo Bandeirantes de Comunicação*. No segundo semestre de 1986 o tradicional nome é substituído por *Bandeirantes AM*. Em sua nova fase até meados da década de 90, a emissora investe em “programas de entrevista, algumas reportagens e transmissão de jogos de futebol, ora pende-se para o entretenimento e o assistencialismo para as classes C e D” (FERRARETTO, 2007, p.297).

Ainda na década de 90, a emissora vive momentos de instabilidade. Em fevereiro de 1995 amplia sua programação jornalística colocando no ar versões locais de programas da *Bandeirantes AM*, de São Paulo. A *Band AM* também retoma a cobertura esportiva, abrindo espaço em sua grade para programas e transmissões de jogos de futebol. Contudo, o faturamento não acompanha os custos de produção e em outubro do mesmo ano vários funcionários são demitidos e, em consequência, programas são cortados da grade.

Nos anos 2000, a *Band AM 640*⁵¹⁹ retoma o jornalismo e o esporte. Em relação a este último, a emissora arrenda o espaço para a Sidon, empresa do ex-presidente do Sport Club Internacional Pedro Paulo Zachia – que passa a ser gestora do esporte. De acordo com a própria rádio, a “programação da Band AM 640 tem 24 horas de jornalismo e esporte com muita informação e prestação de serviços. Entrevistas, debates e reportagens de uma premiada equipe de jornalistas, além das melhores coberturas esportivas com a mais vibrante equipe do rádio gaúcho⁵²⁰”.

Entre os principais programas jornalísticos está o *Grande POA* (6h às 7h), *Jornal Gente* (7h30min às 9h30min), *Manhã Bandeirantes* (9h30min às 11h), *Jornal do Meio-Dia*

⁵¹⁹ De março de 2000 a dezembro de 2001, a *AM* e a *Band FM* (99,3 Mhz) transmitiram o mesmo conteúdo

⁵²⁰ Informações disponíveis em <http://www.bandrs.com.br/grupo/>. Consulta realizada em 12 dez. 2007.

(12h às 12h30min), *Ciranda da Cidade* (14h às 16h), *Jornal em Três Tempos* (16h às 17h), *Tempo Real* (18h às 19h) e *Repórter Online* (22h às 22h02min). No Esporte, os destaques são os *Atualidades Esportivas* (1ª edição das 11h às 12h e 2ª, das 17h às 18h), *Apito Final* (12h30min às 14h), *Na Geral* (19h às 20h) e *Band Esporte Show* (20h às 22h)⁵²¹.

A *Band AM 640* abre espaço ainda em sua grade para o *Primeira Hora Nacional*, radiojornal gerado via satélite diretamente de São Paulo, das 7h às 7h30min. Com apresentação de Haissem Abaki, o programa define-se como “o mais completo jornal do rádio brasileiro. Um noticiário moderno, ágil, objetivo, bem-humorado, com redação clássica de três locutores padrão e mais um âncora de notícias que chama a reportagem em todo o país”⁵²². O *Primeira Hora* é transmitido simultaneamente para todo o Brasil, por mais de 50 emissoras da *Rede Bandeirantes* e está há mais de 45 anos no ar.

A *Farroupilha*, sob a administração da *RBS* desde 1982, aos poucos vai retomando audiência. De acordo com o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, no primeiro semestre de 1983 a emissora ocupa o sexto lugar. Em junho, atinge apenas 1,38 por cento do total de receptores⁵²³. Contudo, este mesmo mês vai marcar uma nova fase para a estação. Em 29 de junho de 1983 estréia na *Farroupilha* o comunicador Sérgio Zambiasi, vindo da *Rádio Difusora*, que na época ocupa o segundo lugar em audiência⁵²⁴. Com Zambiasi, “apenas 13 dias depois, a *Farroupilha* já lidera a audiência geral na Região Metropolitana, posição que mantém com tranquilidade nas décadas seguintes” (FERRARETTO, 2007, p.251). O comunicador conduz um programa de caráter assistencialista, o *Comando Maior*.

A audiência de Sérgio Zambiasi, da Rádio Farroupilha, do grupo de comunicação RBS, podia ser medida pelo tamanho da fila em frente à emissora na avenida João Pessoa, região central de Porto Alegre. Gente em busca de emprego, dinheiro, dentadura, muleta ou cadeira de rodas (JUNG, 2004, p.53).

⁵²¹ O site da *Band AM 640* (<http://www.bandrs.com.br>) apresenta a grade de programação completa com os devidos horários. Ainda é possível consultar uma sinopse de cada programa e o nome dos apresentadores. Na presente pesquisa citou-se apenas os principais programas. Sendo assim, algumas atrações de periodicidade semanal não foram relacionadas.

⁵²² Informações disponíveis em <http://www.bandrs.com.br/radiobandeirantes/programacao.php>. Consulta realizada em 12.12.2007.

⁵²³ Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. Dados disponíveis no relatório de audiência domiciliar de rádio AM de Porto Alegre, período de janeiro a junho de 1983.

⁵²⁴ Idem.

O sucesso de Zambiasi também pode ser medido pela sua carreira política. Em 1986 é eleito deputado estadual pelo PTB com 365.381 votos, a maior votação em toda a história do parlamento gaúcho⁵²⁵.

Desde então, mantendo uma linha popular, a emissora mantém-se líder em audiência. De acordo com anúncio publicado no jornal *Diário Gaúcho* em 28 de fevereiro de 2002, a *Farroupilha* é a “líder absoluta entre as Rádios AM e FM na Grande Porto Alegre”⁵²⁶ com média de 83.728 ouvintes por minuto⁵²⁷.

Em 2000 a *RBS* faz mais investimentos no segmento popular e lança o jornal *Diário Gaúcho*, voltado para as classes B2, C e D, público semelhante ao da *Farroupilha*. Os dois veículos passam a interagir. Os comunicadores Sérgio Zambiasi e Sílvio Roberto “Gugu” Streit mantém colunas no *Diário*. Da mesma forma, profissionais do jornal participam da programação da rádio. Há também uma troca de divulgação: a *Farroupilha* destaca as notícias do *Diário Gaúcho* e este, por sua vez, a programação da emissora. Também são desenvolvidas promoções conjuntas, além da tradicional festa de aniversário da estação, que reúne artistas populares em apresentações ao vivo⁵²⁸.

Em julho de 2005, Zambiasi anuncia a sua saída da estação.

Terça-feira, 12 de julho de 2005- O radialista Gugu Streit substituirá o senador Sérgio Zambiasi na apresentação do programa Comando Maior, da Rádio Farroupilha, às segundas e sextas-feiras. Zambiasi anunciou na última sexta-feira seu afastamento das atividades de comunicador da RBS, com a justificativa de que não estava mais conseguindo conciliar a vida parlamentar com sua atuação nos veículos do grupo. Gugu já dividia a apresentação do programa na Farroupilha com o senador, sendo responsável pelas edições de terça a quinta-feira. O Comando Maior vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 8h às 13h (COLETIVA NET⁵²⁹).

Mesmo com a saída do comunicador, a *Farroupilha* mantém-se no topo. Pesquisa do Ibope referente ao período de primeiro a 30 de setembro de 2007 indica média de 68.522

⁵²⁵ Em 1990, é reeleito com 320.323 votos. É reconduzido ao cargo em 1994 com 289.025 e reeleito em 1998 com 217.643 votos. Em 2002, é eleito senador com 2.902.120 votos (Informações disponíveis no *site* oficial de Sérgio Zambiasi, <http://www.senado.gov.br/evmnet/zambiasi>).

⁵²⁶ *Diário Gaúcho*, 28 fev. 2002, p.9.

⁵²⁷ *Idem*.

⁵²⁸ Ao longo do ano, a *Farroupilha* promove diversos *shows* populares. Em 2007, por exemplo, foram destaques o aniversário de Porto Alegre, Domingo *Show* Dia das Mães, Festa no Litoral, entre outros.

⁵²⁹ Dados disponíveis na Coletiva. Net, <http://www.coletiva.net/noticiasDetalhe.php?idNoticia=11395>. A Coletiva.net é uma revista digital, com atualização diária, dedicada a assuntos relacionados a carreiras e negócios na área de marketing e comunicação, englobando profissionais, veículos, agências, consultorias e assessorias. A revista tem seu foco principal no mercado do Rio Grande do Sul.

ouvintes por minuto⁵³⁰. Entre os principais programas estão o *Amanhecer Farroupilha* (4h às 5h), *Despertador* (5h às 7h), *Comando Maior* (7h às 13h), *Viva a Tarde Farroupilha* (13h às 17h), *Linha Aberta* (17h às 19h), *Companhia da Noite* (20h à 0h), *Dona da Madrugada* (0h às 4h) e *Programa de Domingo*, 7h às 13h).

O *Comando Maior* é o programa de maior audiência do rádio gaúcho. Conduzido por Gugu Streit, a atração sintetiza a proposta de programação da emissora baseada na prestação de serviços à comunidade: hora certa, temperatura, horóscopo, parabéns aos aniversariantes do dia, notícias de polícia, previsão do tempo, loterias, comentário esportivo, culinária gaúcha, simpatia, novelas do dia e cartas dos ouvintes.

Ilustração 61

Rádio Farroupilha: programação popular para um milhão de amigos

Programação

 **AMANHECER FARROUPILHA** - O comunicador Moisés de Assis comanda um programa dedicado ao trabalhador. Para o ouvinte sair de casa bem informado, a Farroupilha leva ao ar programetes como Manchetes do Dia, Horóscopo, Plantão de Polícia, Esportes e Previsão do Tempo. Levado ao ar de segunda a sexta-feira, das 4h às 5h.

 **DESPERTADOR** - Apresentado pelo comunicador Moisés de Assis, o programa apresenta informações de utilidade pública. Hora Certa, Temperatura, Previsão do Tempo, Grande Oração da Manhã e Boletim das Rodovias são levados ao ar de segunda a sábado, das 5h às 7h.

 **COMANDO MAIOR** - O programa de rádio mais ouvido do Rio Grande do Sul. Apresentado por Gugu Streit, o programa é reconhecido pela prestação de serviços à comunidade. Hora Certa, Temperatura, Horóscopo do Dia, Parabéns à Você, Plantão de Polícia, Previsão do Tempo, Sopa de Letrinhas, Loterias, Comentário Esportivo, Tchê Gourmet, Simpatia, Novelas do Dia e Carta do Dia são apresentados de segunda a sábado, das 7h às 13h.

 **VIVA A TARDE FARROUPILHA** - Apresentado pelo comunicador João Carlos Albani, o programa é interativo e traz muita informação e brincadeiras através dos programetes: Notícias da Hora, Charada do Ouvinte, Carrossel das Cores, Quem sou eu?, Parabéns à Você Especial, Telefone Premiado, Previsão do Tempo e Horóscopo do dia seguinte. Levado ao ar de segunda a sexta-feira, das 13h às 17h.

 **LINHA ABERTA** - Programa onde os ouvintes da Rádio Farroupilha contam com um formato inovador e cheio de atrações. O comunicador Arlindo Sassi comenta as principais notícias do dia, prestando serviços à comunidade e trazendo fatos interessantes e curiosos para debate no Linha Aberta, de segunda a sexta, das 17h às 19h.

 **COMPANHIA DA NOITE** - O comunicador Araújo Jr. deixa a noite dos ouvintes mais romântica com uma seleção musical muito especial, brincadeiras e programetes como: Hora Certa, Temperatura, As Campeãs do Dia, Troca-Troca, Notícias da Hora, Nossa Terra, Nossa Música, Previsão do Tempo, Horóscopo do Dia seguinte e Juri Popular. Levado ao ar de segunda a domingo, das 20h à 0h.

 **DONA DA MADRUGADA** - Valdeir Guimarães faz da madrugada um grande momento para os milhares de ouvintes da Farroupilha. Muita música e a participação direta do ouvinte durante o programa que vai ao ar de segunda a domingo, da 0h às 4h.

 **PROGRAMA DE DOMINGO** - Domingo também é dia de se informar e de saber o que anda acontecendo na cidade. E agora a Farroupilha ganhou um programa ao vivo entre 7h e 13h neste dia, e um comunicador que dá show no microfone. Zezé Maravilha assume o comando do programa, interagindo com os ouvintes e levando ao ar todas as notícias de interesse deles. Levado ao ar nos domingos, da 7h às 13h.

Fonte: <http://www.clicrbs.com.br/radiotv/farroupilhaam>

⁵³⁰ Dados disponíveis em Almanaque Ibope, <http://www.almanaqueibopecom.br>. Consulta realizada em 16 dez. 2007.

Na própria definição da emissora, a

Rádio Farroupilha 680 AM é a rádio da comunidade, e não é por acaso. O nosso público é formado por pessoas de todas as classes sociais. A nossa linguagem, no entanto, tem o objetivo de ser entendido por todos, desde a dona de casa até o empresário: a Farroupilha se orgulha de ser ouvida pelas classes mais populares da comunidade. Com 70 anos de história, a Farroupilha trabalha para ser a companhia no rádio dos gaúchos. Líder de audiência desde a sua fundação, a Farroupilha é hoje, a emissora com a maior audiência média do país (Ibope - Audiência Proporcional). Em programas como o Comando Maior, Viva a Tarde e Linha Aberta, a liderança de audiência comprova que a Rádio Farroupilha é, mais do que nunca, a Rádio de um milhão de amigos⁵³¹.

A *Rádio Itai* desde março de 1984 pertence à Igreja Pentecostal Deus é Amor, do pastor David Miranda. Desde então, dedica-se a uma programação de caráter religioso, com destaque para a transmissão de cultos. Grande parte da programação é ao vivo e sustenta-se com a veiculação de sermões, exorcismos, sessões de cura, além de um repertório musical evangélico. A programação da rádio passou a ser uma ferramenta para a conquista de fiéis e de fundos para a igreja. A emissora, inclusive, correu o risco de ser fechada em seu primeiro ano de funcionamento sob a nova direção, como demonstrou o repórter do jornal *Zero Hora*, Nilson Mariano, em uma série de reportagens.

Os negócios da Igreja Pentecostal Deus é Amor nunca prosperaram tanto. Pelo microfone da Rádio Itai, os pastores pentecostais arrebanharam milhares de fiéis desempregados, doentes, curas milagrosas, sorte grande, harmonia familiar e felicidade sem fim. Tudo em nome de Deus, mas por muito dinheiro. No final do ano, porém, as autoridades resolveram agir. A Secretaria da Saúde e do Meio Ambiente autuou a direção da Rádio Itai, por crime de curandeirismo e charlatanismo, aplicando uma multa diária de Cr\$ 8 milhões, a contar de 30 de novembro. E a Procuradoria Geral da Justiça encaminha pedido de fechamento da rádio e processo criminal contra os pastores. [...] Quem pode dar Cr\$ 10 mil, em nome de Deus, para ajudar a pagar a Rádio Itai? - diziam os pastores, nas três sessões diárias organizadas na sede estadual da seita, na avenida Mauá [centro de Porto Alegre]. 'Quem é inimigo do Satanás e vai ajudar a nossa igreja?' - condicionavam os seguidores de David Miranda, saqueando centenas de fiéis. Numa sessão, que dura quase quatro horas, os pastores arrecadam perto de Cr\$ 600 mil. Distribuem cadernetas da Bênção da Vitória, para pagamento de mensalidade, os

⁵³¹ Definição disponível no *site* da emissora, <http://www.clicrbs.com.br/radiotv/farroupilhaam>. Consulta realizada em 16 dez. 2007.

envelopes da Campanha da Fé, e pedem mais doações (MARIANO *apud* FERRARETTO, *Caros Ouvintes*⁵³², 11 set. 2006⁵³³).

Um dos destaques da grade é o programa conduzido pelo próprio pastor David Miranda, o *Voz da Libertação*. De acordo com a Igreja Pentecostal Deus é Amor,

[...] são mais de quatro décadas transmitindo a palavra do Senhor Jesus a milhões de ouvintes pelo Brasil e em vários países do Mundo. [...] Nestas quatro décadas de história, muitas almas foram salvas pelo Senhor Jesus através das pregações, testemunhos e orações transmitidas pelo programa, em cumprimento da palavra do Senhor, segundo os seus santos propósitos. Atualmente o programa é transmitido por milhares de emissoras tanto no Brasil como no Mundo, e também pela internet, aqui no Portal da IPDA⁵³⁴.

Ilustração 62

Em 2005, o Voz da Libertação completou 43 anos



Fonte: Igreja Pentecostal Deus é Amor, <http://www.ipda.com.br>

A *Rede Pampa de Comunicação* pertence ao empresário Otávio Dumit Gadret. Aos 22 anos, em seis de agosto de 1970, ele adquire a *Rádio Caiçara*, de Esteio, que passava por problemas financeiros, deixando, inclusive, de pagar o salário de seus funcionários. Pouco mais de um ano depois, em novembro de 1971, Gadret compra a *Rádio Pampa*⁵³⁵. A

⁵³² O Instituto Caros Ouvintes de Estudo e Pesquisa de Mídia foi criado em 25 de janeiro de 2000. É uma associação civil, sem fins econômicos, com sede e foro em Florianópolis, Santa Catarina. Tem por objetivo o desenvolvimento de estudos e pesquisas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos relativos aos meios de comunicação social. O Instituto Caros Ouvintes funciona como uma comunidade online e pode ser acessado em <http://www.carosouvintes.com.br>.

⁵³³ Informações disponíveis <http://www.carosouvintes.com.br>. Consulta realizada em 16.12.2007.

⁵³⁴ Informações disponíveis no Portal da Igreja Pentecostal Deus é Amor - <http://www.ipda.com.br>. Consulta realizada em 23 dez. 2007.

⁵³⁵ A *Rádio Pampa* foi inaugurada em 13 de agosto de 1960 por Hamilton Muniz da Rocha e Ernani Behs.

programação da emissora investe no segmento musical. A fim de buscar um público jovem monta seu repertório a partir de sucessos estrangeiros. Em julho de 1975, o empresário adquire a *Rádio Clube de Canoas*, que passaria a chamar-se *Eldorado*, que inicia sua programação rodando músicas sertanejas e românticas. O grande sucesso viria em 17 de janeiro de 1977 com a inauguração da *Universal FM*. Durante a década de 80 e meados da de 90, a emissora atinge a liderança de audiência entre as emissoras de frequência modulada. Em 1980, no mês de julho, Gadret investe em outro meio: *TV Pampa*, canal quatro de Porto Alegre. Atualmente, a *Rede Pampa* conta com doze rádios, nove canais de TV e 82 retransmissoras, além do jornal *O Sul*⁵³⁶.

O grupo mantém três emissoras AM com estúdios em Porto Alegre: *Princesa*, *Pampa* e *Caiçara*⁵³⁷. A *Rádio Pampa* – 980 khz - passou por uma mudança mais profunda em sua grade de programação a partir de 1984.

A estação de Gadret procura carrear para si os ouvintes descontentes com a decadência da Guaíba, a serem atraídos por uma linha de programação muito semelhante, sem se dedicar à cobertura esportiva, mas caracterizada pela presença majoritária de ex-funcionários da rádio ligada à Caldas Júnior. Assim, transferem-se [...] Adroaldo Streck, [...] José Barrionuevo, Lauro quadros, Rogério Mendelski, Tânica Carvalho e Walter Galvani [...] (FERRARETTO, 2007, p.275-6).

No final de 1986, com a crise pós-Plano Cruzado⁵³⁸ e, em consequência, a redução de verbas publicitárias, o empresário decide cortar os investimentos em jornalismo. Durante os anos 90, a emissora dedicaria-se a programas de estúdio. Em 1999, mudaria mais uma vez sua grade, destinando seus espaços quase em sua totalidade ao esporte. Em 2002, ocorre uma retomada do jornalismo com o *Programa Rogério Mendelski*, veiculado de segunda a sexta-feira, às 7h⁵³⁹.

O ano de 2007 registraria alterações profundas na *Pampa AM*. Com a compra da *Rádio Guaíba*, *TV Guaíba* e *Correio do Povo* pela *Record*, o grupo de Gadret seria diretamente atingido, uma vez que a *TV Pampa* retransmitia a programação da rede paulista para o Rio Grande do Sul.

⁵³⁶ *Revista Press & Advertising*, edição 106, versão online. Disponível em <http://www.revistapress.com.br>. Consulta realizada em 20 jan. 2008.

⁵³⁷ A *Rádio Caiçara* possui outorga para o município de Canoas.

⁵³⁸ Segundo Bresser Pereira, “no dia 28 de fevereiro de 1986, a inflação brasileira que já alcançara um patamar de aproximadamente 350 por cento ao ano, foi estancada por um choque heterodoxo, ou seja, pelo congelamento geral dos preços, salários e da taxa de câmbio” (1986, p.9).

⁵³⁹ No ano seguinte, o *Programa Rogério Mendelski* sofreria uma alteração de horário, começando às 6h.

Os profissionais da Rede Pampa ainda estão perplexos com a notícia que a partir de julho a Record dispensará a TV Pampa, passando sua programação para a TV Guaíba. O primeiro impacto foi a extinção do setor de Esportes das emissoras de rádio e televisão da Pampa. Segundo o jornalista Ricardo Vidarte, que também foi atingido com a decisão, “desde a venda da Guaíba para a Record, a expectativa é de que houvesse reflexos negativos na rede”. Ele disse a Coletiva.net que 88 pessoas ficarão sem emprego (COLETIVA.NET, 12 mar. 2007⁵⁴⁰).

Aos poucos, uma nova grade vai sendo implantada na rádio. Mendelski apresenta seu último programa em 31 de julho e transfere-se para a *Guaíba*, onde passa a conduzir o *Bom Dia*. Por sua vez, Flávio Alcaraz Gomes que havia deixado a emissora da Caldas Júnior em 31 de agosto, estreou na 980 khz com seu *Guerrilheiros da Notícia*, de segunda a sexta-feira, das 8h às 9h.

Ilustração 63

Flávio Alcaraz Gomes na nova casa: Rádio Pampa AM



Guerrilheiros da Notícia . Segunda à Sexta-feira . 8h às 9h
Flávio Alcaraz Gomes e a informação, a cultura, a notícia e a anatomia da notícia, agora em novo endereço. Informação, curiosidade e variedade com alegria e alto astral, de segunda à sexta-feira nas manhãs da Pampa AM. São quase 30 os guerrilheiros com liberdade para opinar, debater, dizer o que e como pensam, sem censura.

Fonte: Departamento Comercial da *Rádio Pampa*.⁵⁴¹

Além do *Guerrilheiros*, constam da programação de segunda a sexta-feira o *Pampa Bom Dia* (6h às 7h), *Pampa Hoje* (7h às 8h), *Programa Beatriz Fagundes* (de segunda à sexta, das 9h às 12h e sábado, das 8h às 12h), *Crítica* (12h às 14h), *Pampa News* (14h às 16h), *Pampa Entrevista* (16h às 19h), *Programa Paulo Boa Nova* (19h às 20h), *Choque de Idéias* (20h às 22h), *Plantão das Multidões* (22h à 0h) e *Tribuna Popular* (0h às 3h). De hora em hora, de segunda a sexta-feira, a emissora veicula o *Plantão de Notícias*: “Alfredo Bergman mantém o ouvinte sempre muito bem informado através do resumo instantâneo e objetivo dos principais acontecimentos do mundo, durante todo o dia”⁵⁴².

A *Rádio Princesa AM* – 780 khz - não tem produção própria. Atualmente, transmite a mesma programação da *Rádio Pampa*.

⁵⁴⁰ Disponível em <http://www.coletiva.net/noticiasDetalhe.php?idNoticia=19457>. Consulta realizada em 20 jan. 2008).

⁵⁴¹ Sinopse da programação. Material fornecido pelo Departamento Comercial da *Rede Pampa* ao autor.

⁵⁴² Informações disponíveis em Sinopse da programação. Material fornecido pelo Departamento Comercial da *Rede Pampa* ao autor.

A *Rádio Caiçara* – 1020 khz – ao ser assumida por Gadret passa a rodar apenas música gravada e tem por objetivo atingir as classes B e C. Para deixar clara suas intenções, adota o slogan “*Rádio Caiçara*, onde a música não para”. De acordo com Ferraretto,

em abril de 1979, a Caiçara chega ao primeiro lugar da audiência em ondas médias na capital gaúcha, praticamente empatada com a Itai. Em dezembro do mesmo ano, no entanto, atinge 28,25 dos receptores ligados contra 24,32% da antiga líder, posição mantida, sem grandes alterações, até 1982 (2007, p. 276).

Atualmente, de acordo com o Ibope, a emissora tem a preferência do público feminino. Sessenta e quatro por cento dos ouvintes são mulheres, enquanto 36 por cento são homens. A *Caiçara* tem 21 por cento de sua audiência entre as classes A e B. A pesquisa revela ainda que 80 por cento dos ouvintes têm mais de 40 anos⁵⁴³.

A emissora mantém em sua grade os programas *Comando geral* (6h às 6h30min), *Clube do Ouvinte* (7h às 7h30min), *Peça e Ofereça* (8h às 8h30min) e *Caiçara Confidencial* (9h às 9h30min)⁵⁴⁴. Os demais horários são dedicados à música: “A Rádio Caiçara mudou a sua programação musical, buscando atingir um público mais qualificado. A emissora eliminou o perfil assistencialista até agora característico das Rádios AM populares”⁵⁴⁵.

A *Rádio da Universidade AM*, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, completou 50 anos em 18 de novembro de 2007⁵⁴⁶. A programação da emissora tem como carro-chefe a música erudita, além de espaços destinados ao jornalismo. De acordo com a estação, 67 por cento da programação é composta por música erudita e 33 por cento por programas culturais-educativos⁵⁴⁷. Entre os principais temas abordados, encontram-se

⁵⁴³ Ibope – Abril/Junho 2007 – Grande Porto Alegre – Perfil de Audiência e Alcance Máximo em todos os locais, todos os dias, durante as 24 horas. Material fornecido pelo Departamento Comercial da *Rede Pampa* ao autor.

⁵⁴⁴ Material fornecido pelo Departamento Comercial da *Rede Pampa* ao autor.

⁵⁴⁵ Idem.

⁵⁴⁶ A emissora entrou no ar oficialmente em 18 de novembro de 1957, às 20h. Contudo, realiza transmissões desde 1951: “Exatamente no primeiro dia de julho de 1950, através da portaria número 618, o Ministro de Estado, em nome do Diretor-Geral do Departamento de Administração, atendendo ao que solicitou a Reitoria da Universidade do Rio Grande do Sul, tendo em vista o parecer da Comissão Técnica de Rádio, número 649, de 16 de junho de 1950, resolveu autorizar a solicitante, a instalação de uma estação radiotelefônica, destinada à transmissão de ensinamentos, palestras, etc., bem como informações de seu observatório astronômico, com a ressalva, entretanto, de não serem irradiados programas musicais e outros de natureza recreativa. [...] Com a autorização verbal do reitor Alexandre Martins da Rosa em janeiro de 1951, foi feita uma inauguração simbólica, e a Rádio da Universidade estava finalmente no ar” (Informações disponíveis em <http://www.ufrgs.br/radio>. Consulta realizada em 23 dez. 2007).

⁵⁴⁷ Informações disponíveis no site da emissora, <http://www.ufrgs.br/radio>. Consulta realizada em 23 dez. 2007.

literatura, cinema, teatro, artes plásticas, medicina e meio ambiente. A programação também destaca, na definição da própria rádio, “a produção intelectual e tecnológica da UFRGS”⁵⁴⁸.

Desde 1957, a *Universidade* veicula o *Boletim Astronômico*, programa mais antigo da emissora, que é transmitido diariamente às 0h. A estação funciona, ainda, como um “laboratório” para os alunos da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Os estudantes de Jornalismo são responsáveis pela produção de programas que são inseridos na programação.

Tabela 6

Programação da Rádio da Universidade de quinta-feira, 20 de dezembro de 2007

00.00 - PROGRAMAÇÃO ESPECIAL NOTURNA

07.00 - 01. J.S.Bach: Concerto BWV 1052, para cravo, cordas e contínuo – CD 803

02. J.Haydn: Sinfonia nº 47, em sol maior, “Palíndromo” – CD 2073

03. J.Quantz: Sonata em sol menor, p/flauta transversal e baixo contínuo – CD 2808

04. Comp.Anônimos: Cantos Gregorianos – CD 828

08.00 – UNICIÊNCIA

08.15 - 05. Hummel: Concerto em mi b maior, p/trompete e orquestra – CD 09

06. Giuliani: Grande Sonata Op. 25, p/violão e bandolim – CD 113

07. Div.Comp.: Música para trompete – CD 1545

09.00 - JORNALISMO 1080

09.05 - 08. C.Schumann: Trio Op. 17, para violino, piano e cello – CD 1315

09. R.Schumann: Peças de Fantasia Op. 73, para piano e violoncelo – CD 2022

10. Schubert: Scherzos nº 2 e 3 – CD 3051

11. Div.Comp.: Peças para piano – CD 1370

10.00 - TOQUE DE ARTE

10.05 - SINTONIA DA TERRA

10.35 - 12. Gershwin: Rapsódia In Blue – CD 29

13. Brahms: Danças Húngaras para piano a quatro mãos – CD 939

11.00 - ENTREVISTA COLETIVA

12.00 - REPÓRTER NACIONAL – RADIOBRÁS

12.20 - 14. Mozart: Quinteto em ré maior, K. 593, para cordas – CD 2452

15. Cimarosa: Abertura da Ópera “Os Dois Falsos Condes” – CD 3151

⁵⁴⁸ Informações disponíveis no site da emissora, <http://www.ufrgs.br/radio>. Consulta realizada em 23 dez. 2007.

13.00 - CONCERTOS SALA DOS CLÁSSICOS**14.00 - ESPECIAL FINAL DE ANO****19.00 - A VOZ DO BRASIL****20.00 - PROGRAMA PARTIDÁRIO (PR)**

20.10 - 16. Darnton: Concertino em dó maior, para piano e orquestra de cordas – CD 3009

17. J.S.Bach: Trechos das Variações “Goldberg”, para cravo – CD 463

20.30 - TANGOS EN LA NOCHE**21.00 - UFRGS EM CANTO**

21.30 - 18. Shostakovitch: Sinfonia nº 1, em fá menor, Op. 10 – CD 1185

19. Villa-Lobos: Quinteto em Forma de Choros – CD 1233

20. Bloch: “Suíte Hebraica”, para violino e piano – CD 2128

21. Isasi: Suíte nº 2, em mi maior, Op. 21 – CD 2062

22. Debussy: “O Recanto das Crianças”, peças para piano – CD 147

23. Saint-Saëns: Trio nº 2, em mi menor, Op. 92, p/piano, violino e violoncelo – CD 1629

24. Paganini: Sonata nº 13, em mi maior, para violino e violão – CD 2827

25. Div.Comp.: Cinco Canções Brasileiras, para soprano e piano – CD 2563

24.00 - BOLETIM ASTRONÔMICO

26. Carlos Gomes: Abertura da ópera “O Guarani” – CD 799

27. Napoleão: Primeira Suíte de orquestra Op. 62 – CD 3333

28. Reger: Fantasia e Fuga sobre o nome “Bach”, Op. 46, para órgão – CD 1995

29. Tchaikovsky: Quarteto nº 1, em ré maior, Op. 11 – CD 1730

30. Rachamaninoff: Prelúdios Op. 23, de 1 a 10 – CD 1180

31. Rossini: Sonata para cordas nº 2, em lá maior – CD 1526

Fonte: <http://www.ufrgs.br/radio>. Consulta realizada em 23 dez. 2007.

A *Rádio da Universidade* conta com dois estúdios. O maior - com 36 metros quadrados abriga um piano de meia cauda *Grotrian-Steinweg*. É utilizado diariamente durante a programação, recitais e locuções ao vivo. O estúdio menor, por sua vez, é utilizado para gravação de programas jornalísticos e entrevistas.

A *Rádio Rural AM*⁵⁴⁹, fundada em 18 de dezembro de 1999, pertence ao *Grupo RBS*. Com o *slogan* “Rural AM, o som que o campo produz”, a programação da emissora consta de

⁵⁴⁹ A frequência 1120 Khz era, até o surgimento da *Rural*, ocupada pela *CBN*, que passou, então, para os 1340Khz.

notícias - com destaque para o agronegócio – e música regional. O *1120 Notícias* é veiculado de hora em hora, das 8h às 18h, de segunda a sexta-feira, com informações do setor rural. A emissora também transmite simultaneamente com a *Rádio Gaúcha*, ao vivo, das 6h às 7h, o *Campo e Lavoura*. O programa apresenta “entrevistas, notícias e os indicadores sobre a área agrícola, pesquisas, novas tecnologias e novas culturas. Destinado tanto ao proprietário agropecuarista quanto ao pequeno agricultor”⁵⁵⁰. Ainda na linha de jornalismo, a estação irradia o *Revista Rural* (segunda a sexta-feira, das 9h às 12h), o *Conversa de Guria* (sábado, das 10h às 12h) e o *Buenas Tardes, Tchê !* (terça, das 13h às 14h).

A música regional está presente em diversos programas: *Som Rural* (sábado, das 15h às 18h e das 21h às 24h; domingo, das 6h às 10h e das 19h30min às 24h), *Encontro com os Serranos* (domingo, das 18h às 19h30min), *Estúdio Betha* (das 7h às 9h, de segunda a sexta e domingo, das 12h às 14h); *Som Rural Nativo* (segunda, quarta, quinta e sexta das 12h às 14h; terça das 12h às 13h), *Fandango Rural* (das 14h às 17h, de segunda a sexta), *A Hora do Mate* (das 17h às 18h, de segunda a sexta), *Estúdio Rural* (segunda a sexta, das 18h às 19h), *Brasil de Bombacha* (das 20h às 24h, de segunda a sexta), *Festaça Rural* (sábado, das 12h às 15h), *Caminhos do Coração* (sábado, 18h às 21h), *Domingueira* (domingo, das 14h às 18h, domingo), *Galpão do Nico* (das 10h às 12h).

A *Rádio Rural AM* transmite ainda feiras, rodeios e festivais nativistas. A estação pode ser sintonizada, via parabólica, em todo o Brasil, na frequência 4.171, áudio 6.2 e na Internet, por meio do *clicRBS*⁵⁵¹

A *Rádio CBN* pertence ao *Sistema Globo de Rádio*, que para atender com exclusividade o setor de jornalismo criou a *Central Brasileira de Notícias* em primeiro de outubro de 1991. Em 1997, a *CBN* iniciou uma nova fase.

Uma grande reformulação em sua grade de programação veio para reforçar o conceito de rede nacional da emissora, ampliar o número de afiliadas e posicionar o meio rádio no mercado publicitário. A nova programação da CBN vem permitindo aos ouvintes o acesso imediato às notícias de outras cidades onde a rede está presente, tornando-se um instrumento de integração nacional (CENTRAL BRASILEIRA DE NOTÍCIAS⁵⁵²).

⁵⁵⁰ Informações disponíveis em <http://www.clicrbs.com.br/gaucha>. Consulta realizada em 25 dez. 2007.

⁵⁵¹ <http://www.clicrbs.com.br>.

⁵⁵² Informações disponíveis no site da Central Brasileira de Notícias - <http://cbn.globoradio.globo.com/cbn/institucional/historia.asp>. Consulta realizada em 20 jan. 2008.

A CBN adota o formato *all news* e tem como público-alvo ouvintes de classes A e B, com idade acima de 30 anos e economicamente ativos. A rede conta com quatro emissoras próprias – Belo Horizonte, Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo – e 24 afiliadas.

Tabela 7
As afiliadas da Central Brasileira de Notícias

Cidade/Estado	Frequência	Afiliada
<i>CBN Blumenau/SC-</i>	820 AM	Rede Fronteira de Comunicação Ltda
<i>CBN Campina/SP</i>	99,1 FM	Rádio Cultura de Campinas Ltda
<i>CBN Cascavel/PR</i>	1.340 AM	Telecomunicações Campos Dourados Ltda
<i>CBN Cuiabá/MT</i>	590 AM	Sociedade Rádio Vila Real Ltda
<i>CBN Curitiba/PR-</i>	90,1 FM	Rede Curitibana de Radiodifusão Ltda
<i>CBN Florianópolis/SC</i>	740 AM	Rádio Diário da Manhã Ltda
<i>CBN Fortaleza/CE</i>	1.010 AM	Sistema O Povo Ltda
<i>CBN Goiânia/GO</i>	1.230 AM	Rádio Anhanguera S.A
<i>CBN João Pessoa/PB</i>	1.230 AM	Rádio e TV Correio Ltda
<i>CBN Londrina/PR</i>	830 AM e 93,5 FM	Rádio Tabajara de Londrina Ltda
<i>CBN Maceió/AL</i>	104,5 FM	Sistema Costa Dourada de Radiodifusão Ltda
<i>CBN Manaus/AM</i>	91,5 FM	Rádio Tiradentes Ltda
<i>CBN Maringá/PR</i>	95,5 FM	Rádio Jornal FM Ltda
<i>CBN Mogi Mirim/SP</i>	610 AM	Rádio Chamonix Ltda
<i>CBN Natal/RN</i>	1.190 AM	Rádio Trairy Ltda
<i>CBN Paranaquá/PR</i>	1.570 AM	Porto de Cima Rádio e Televisão Ltda
<i>CBN Ponta Grossa/PR</i>	1.300 AM	Sociedade Pitangui de Comunicação Ltda
<i>CBN Porto Alegre/RS</i>	1.340 AM	Rádio Educadora Ltda
<i>CBN Recife/PE</i>	90,3 FM	Rádio Monumento Ltda
<i>CBN Ribeirão Preto/SP</i>	96,9 FM	Rádio Jardimópolis Ltda
<i>CBN Salvador/BA</i>	1.050 AM	-
<i>CBN Santos/SP</i>	102,1 FM	-
<i>CBN Teresina/ PI</i>	910 AM	-
<i>CBN Vitória/ES</i>	93,5 FM	Sistema Norte de Rádio Ltda

No Rio Grande do Sul, a emissora funciona em parceria com a *Rádio Gaúcha AM*. Desta forma, utiliza-se de profissionais e estrutura da emissora da *RBS*. De acordo com a coordenadora de afiliadas do *Sistema Globo de Rádio*, Flávia Gurjão (2007), “a programação da CBN de Porto alegre é idêntica à da rede, exceto no horário das 9h30min às 12h. Neste espaço, a afiliada transmite programação local”⁵⁵³.

⁵⁵³ Gurjão, Flávia. Depoimento ao autor. Por e-mail (flaviagurjao@globoar.com.br), São Paulo, 26 dez. 2007).

A *Rádio Esperança AM* entrou no ar em primeiro de dezembro de 1988. Desde o início, apresenta uma programação religiosa. A rádio é de propriedade do pastor Antônio Fidélis Marin, da Igreja Nova Jerusalém. De acordo com a emissora,

a Rádio Esperança AM, com seus transmissores localizados na capital do Rio Grande do Sul, nasceu com a missão de ser uma voz que clama, anunciando o Evangelho do Senhor Jesus Cristo. Nesta época, a capital de nosso estado possuía apenas uma emissora no segmento evangélico, mas esta era utilizada exclusivamente para divulgação de sua denominação. Este foi o diferencial da Rádio Esperança, sendo a 1ª emissora no segmento a abrir seu espaço para as diversas denominações de nosso estado, utilizando o seu espaço radiofônico com total liberdade para abençoar a tantas vidas alcançadas com a mensagem transformadora da Palavra de Deus⁵⁵⁴.

A emissora apresenta quase toda a sua programação ao vivo, como demonstra o quadro a seguir.

Tabela 8
Grade de Programação da Rádio Esperança AM

Programa	Tipo	Horário	Produção
<i>Bom dia com Esperança</i>	ao vivo	06h às 08h	Igreja Nova Jerusalém
<i>Planeta Gospel</i>	ao vivo	8h às 8h57min	Pastor Eduardo Antunes
<i>Esperança Notícias 1ª edição</i>	ao vivo	9h às 10h	Radialista Andi Alves
<i>Missão Quadrangular</i>	gravado	10h às 10h30min	Igreja do Evangelho Quadrangular
<i>O Sol nasce para todos 1ª edição</i>	ao vivo	10h30min às 11h30min	Bispo Antonio Marin/Igreja Nova Jerusalém
<i>Vida e Paz</i>	ao vivo	11h30min às 12h30min	Assembléia de Deus (matriz de Porto Alegre)
<i>Semaders</i>	ao vivo	12h30min às 13h	Secretaria de Missões da Assembléia de Deus
<i>Ig. Restauração</i>	gravado	13h às 13h30min	Assembléia de Deus -

⁵⁵⁴ Informações divulgadas pela administradora da *Rádio Esperança*, Rosana Marin em e-mail enviado ao autor. Porto Alegre, 27.12.2007.

			Ministério Restauração
<i>Valor para a família</i>	gravado	13h30min às 13h35min	Igreja Nova Jerusalém
<i>Musical 1390</i>	ao vivo	13h30min às 16h	Igreja Nova Jerusalém
<i>O sol nasce para todos 2ª edição</i>	ao vivo	16h às 17h	Igreja Nova Jerusalém
<i>Esperança Notícias 2ª edição</i>	ao vivo	17h às 18h30min	Radialista Andi Alves
<i>Voz do Brasil</i>		19h às 20h	Governo Federal
<i>Musical 1390</i>	gravado/ao vivo	20h às 22h	Igreja Nova Jerusalém
<i>Valor para família</i>	gravado	inserido no programa em andamento	Igreja Nova Jerusalém
<i>A Bíblia falada</i>	ao vivo	inserido no programa em andamento	Igreja Nova Jerusalém
<i>Sementes da fé (quartas-feiras)</i>	ao vivo	21h às 21h30min	Igreja Assembléia de Deus de Esteio
<i>O amigo de Deus</i>	ao vivo	22h às 24h	Igreja Nova Jerusalém

O início dos anos 2000 marcam poucas alterações na programação da *Rádio Guaíba* AM. A principal síntese noticiosa conserva suas características, embora altere seu nome de *Correspondente Aplub* para *Correspondente Portocred* e, posteriormente, para *Correspondente Copesul*. Em sua maioria, programas e apresentadores são mantidos. Em seis de abril de 2003, domingo, às 6h, estréia o programa *Província de São Pedro*, conduzido pelo músico gaúcho Leonardo. Em março 2006, a emissora anuncia alterações em sua grade.

No mês em que completa seus 49 anos, a Guaíba AM está reestruturando a sua programação matinal e noturna, oferecendo ainda mais informação aos seus ouvintes. Notícias, reportagens e os principais destaques da economia, política, cultura, ensino, tecnologia, esportes e serviços com a credibilidade que é a marca das transmissões da Guaíba (CORREIO DO POVO, 30 mar. 2006, p.21).

Ilustração 64

Rádio Guaíba anuncia no jornal Correio do Povo alterações na grade de programação

CORREIO DO POVO

QUINTA-FEIRA, 30 de março de 2006 — 21

RÁDIO GUAÍBA
AM 720 kHz 100 kw
Sistema Guaíba SAT

NOVIDADES NA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO GUAÍBA.

No mês em que completa seus 49 anos, a Rádio Guaíba AM está reestruturando a sua programação matinal e noturna, oferecendo ainda mais informação aos seus ouvintes. Notícias, reportagens e os principais destaques da economia, política, cultura, ensino, tecnologia, esportes e serviços, com a credibilidade que é a marca das transmissões da Guaíba.

Confira as alterações na programação, a partir da próxima segunda-feira.

BOM-DIA com Jurandir Soares De segunda a sexta, das 6h às 8h.	GUAÍBA ESPORTES com Gilberto Júnior De segunda a sexta, das 20h10min às 21h.
FLÁVIO ALCARAZ GOMES E OS GUERRILHEIROS DA NOTÍCIA De segunda a sexta, das 8h05min às 9h.	PLANTÃO ESPORTIVO com João Garcia e Rogério Böhke De segunda a sexta, das 21h05min às 22h50min.
AGORA com Joabel Pereira De segunda a sexta, das 9h10min às 11h.	FUTEBOL DO INTERIOR com Denis Luciano De segunda a sexta, das 22h50min às 23h.

A programação completa da Rádio Guaíba está disponível no site www.radiaguaiba.com.br



Fonte: *Correio do Povo*, 30 mar. 2006, p.21.

O *Bom Dia*, que era veiculado das 6h às 7h30min, é acrescido de 30 minutos, encerrando às 8h. O programa *Flávio Alcaraz Gomes e os Guerrilheiros da Notícia*⁵⁵⁵, por sua vez, sofre uma redução significativa em seu tempo. Irradiado das 7h30min às 9h55min, na nova grade vai ao ar das 8h05min às 9h. O *Agora*, além de ser ampliado, muda de apresentador. Por motivos de saúde, Amir Domingues deixa o programa, que passa a ser conduzido por Joabel Pereira, das 9h10min às 11h. As outras alterações afetam a programação da noite, de segunda a sexta-feira: *Guaíba Esportes*, com Gilberto Júnior, das 20h10min às

⁵⁵⁵ O programa mantém o nome de *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* até 31 mar. 2006. Com a nova programação, passa a chamar-se *Flávio Alcaraz Gomes e os Guerrilheiros da Notícia* em 3 abr. 2006.

21h; *Plantão Esportivo*, conduzido por João Garcia e Rogério Bölke, das 21h05min às 22h50min; *Futebol do Interior*, apresentado por Denis Luciano, 22h50min às 23h.

Em 21 de fevereiro de 2007, a *Rede Record*, controlada pela Igreja Universal, compra a *Rádio Guaíba*. Em 20 de março, os novos proprietários assumem integralmente o controle e, desde então, a programação vem sofrendo alterações. Em 21 de março de 2007, a *Copesul* retira o patrocínio da síntese noticiosa, que passa a chamar-se *Correspondente Guaíba*. De acordo com Jung (2007), o cancelamento ocorreu porque “ele (o patrocínio) se devia à amizade entre o antigo diretor da emissora, Carlos Ribeiro, e o presidente da Copesul, Cirne Lima⁵⁵⁶”.

Nos primeiros dias de gestão, a nova administração anuncia a contratação dos direitos de transmissão dos Jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro⁵⁵⁷. Até aquele momento, nenhuma emissora do Estado havia fechado acordo. O primeiro contratado da nova fase foi o jornalista André Haar, que assume o programa *Jornal da Manhã*⁵⁵⁸.

Em maio, no dia 21, a *Guaíba* quebra uma de suas regras internas: não citar na programação os concorrentes diretos. O jornalista Joabel Pereira, ao anunciar as manchetes de economia dos principais jornais na abertura *Agora*, incluiu também destaques do *Jornal do Comércio*, *O Sul* e *Zero Hora*.

Em junho, a emissora coloca no ar dois novos programas aos sábados pela manhã. O *Cultura e Lazer*, conduzido pela Chefe de Reportagem do turno da tarde, Sinara Félix, destaca uma agenda com dicas sobre cinema, *shows*, teatro, literatura e artes, inspirada no caderno *Folha da Tarde*, publicado pelo *Correio do Povo*. O *Jornal da Manhã* passa a contar com uma edição de sábado, comandada por Ricardo Orlandini, das 11h05min às 12h. Outra novidade é o *Programa das Sete*, veiculado desde nove de julho no horário da *Voz do Brasil*, das 19h às 20h. Com apresentação de Sérgio Couto, a atração apresenta os principais assuntos do dia no jornalismo e no esporte, além de prestação de serviço com boletins de trânsito. O programa conta com um quadro de entrevista, o *Pauta das Sete*. A integração dos veículos da *Rede Record RS* também tem um espaço diário, no qual jornalistas da TV apresentam os destaques da programação da televisão durante o dia e a previsão para o dia seguinte. Na sequência, um dos editores do *Correio do Povo* traz para os ouvintes os assuntos de capa da

⁵⁵⁶ JUNG, Milton Ferretti. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 16 out. 2007.

⁵⁵⁷ Os Jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro foram realizados de 13 a 29 de julho de 2007.

⁵⁵⁸ O jornalista estava trabalhando no *Canal Rural*, pertencente a *RBS*. Na *Guaíba FM* passou a conduzir o *Clássicos Guaíba FM*. Na *TV Record RS*, André Haar comanda o principal espaço do jornalismo da emissora, além de apresentar a programação da *Record News* a partir do sul do país.

próxima edição do jornal. O *Programa das Sete* apresenta ainda uma agenda cultural e, no encerramento, um comentário de jornalista e escritor Juremir Machado da Silva.

Em 31 de julho, a *Guaíba* anuncia a contratação do jornalista Rogério Mendelski, que estava na *Pampa*. Em 13 de agosto, Mendelski estréia da apresentação do *Bom Dia*, das 6h às 9h⁵⁵⁹.

Ilustração 65

Programação da Rádio Guaíba AM de segunda a sexta-feira em fevereiro de 2008

SEGUNDA A SEXTA-FEIRA	
00:00 Noturno Guaíba	14:05 Espaço Aberto
01:00 A Música da Guaíba	14:30 Guaíba Revista
04:00 A Música da Guaíba (segundas)	15:00 Guaíba Notícias
04:00 A Voz do Brasil (terças a sextas)	15:05 Guaíba Revista
05:00 Guaíba Rural	16:00 Jornal da Tarde
06:00 Bom-dia	17:00 Repórter Esportivo
07:00 Guaíba Notícias	18:00 Guaíba Notícias
07:05 Bom-Dia	18:05 Repórter Esportivo
08:00 Guaíba Notícias	18:50 Correspondente Guaíba
08:05 Bom-Dia	19:00 Programa das 7
09:00 Correspondente Guaíba	20:00 Correspondente Guaíba
09:10 Agora	20:10 Guaíba Esportes
10:00 Guaíba Notícias	21:00 Guaíba Notícias
10:05 Agora	21:05 Cadeira Cativa (segundas)
11:00 Jornal da Manhã	21:05 Plantão Esportivo (terças a sextas)
12:00 Terceiro Tempo	22:00 Guaíba Notícias
13:00 Correspondente Guaíba	22:05 Cadeira Cativa (segundas)
13:15 Espaço Aberto	22:05 Plantão Esportivo (terças a sextas)
14:00 Guaíba Notícias	22:50 Futebol do Interior
	23:00 Jornal da Noite

Fonte: http://www.radioguaiba.com.br/programacao_am.asp

A mudança mais recente é a alteração de apresentador no programa *Espaço Aberto*. Em primeiro de fevereiro de 2008, o jornalista Gustavo Mota assumiu no lugar de Armando Burd, que deixou o programa para assumir a assessoria de Comunicação Social do Tribunal de Justiça⁵⁶⁰.

⁵⁵⁹ Mendelski apresenta aos domingos, das 10h às 12h, na *Guaíba FM*, o *Classe Especial*.

⁵⁶⁰ Armando Burd também deixou a função de editor e colunista de política do *Correio do Povo*. Em seu lugar, em 10.3.2008 assumiu o jornalista Luiz Augusto Kern. Até o fechamento da presente tese, Burd mantinha-se como comentarista político da *Rádio Guaíba*, participando diariamente do programa *Bom Dia*.

Embora a *Record* venha, aos poucos, fazendo alterações na grade não é possível afirmar, no momento, que a emissora descaracterizou-se. Ao observar-se a programação, vamos localizar atrações já estabelecidas há várias décadas no ar: *Noturno Guaíba*, *A Música da Guaíba*, *Guaíba Rural*, *Agora* e *Guaíba Revista*. Perdeu nomes que representam a “velha” *Guaíba*, como Flávio Alcaraz Gomes, que foi para a *Pampa*, e Amir Domingues, que faleceu. Contudo, mantém outros como Milton Jung e o coordenador da equipe de transmissões externas, Celso Costa, que está na emissora desde sua fundação. Em dois de janeiro de 2008, o diretor da *Rádio Guaíba AM e FM*, Alexandre Serralvo Calderon, anunciou que a emissora atingiu recorde histórico de faturamento. Segundo ele, “nunca antes a Guaíba alcançou resultados comerciais como os realizados nos últimos meses de 2007” (Coletiva.Net, 2.1.2008⁵⁶¹). Calderon adiantou ainda que em 2008 serão realizadas reformas na infraestrutura física e tecnológica da estação, com a construção de novos estúdios, redação e central técnica. Ao avaliar a administração da *Record*, o diretor destacou que “ao longo dos meses novas propostas foram lançadas, todas inéditas, mas preservando a essência das transmissões da Guaíba: Informação com credibilidade, transparência e seu estilo inconfundível” (idem).

Ilustração 66

Programação da Rádio Guaíba AM de sábado e domingo em fevereiro de 2008

SÁBADO	DOMINGO
00:00 Noturno Guaíba	00:00 Noturno Guaíba
01:00 A Música da Guaíba	01:00 A Música da Guaíba
04:00 A Voz do Brasil	08:00 Província de São Pedro
05:00 A Música do Rio Grande na Guaíba	08:00 Guaíba Notícias
06:00 Jornal da Brigada	08:05 Espaço Empresarial
06:10 Exército em Revista	08:30 La Domenica Italiana
06:20 Projeto Merosul	08:30 Guaíba Ecologia
06:30 O Mundo na Guaíba	10:00 Concentração
07:00 Nos Caminhos do Rio Grande	10:00 Reunião de Pauta
07:30 Medicina & Saúde	13:00 Correspondente Guaíba
08:00 Guaíba Notícias	13:10 Preliminar
08:05 Medicina & Saúde	15:30 Jornada Esportiva
09:00 Correspondente Guaíba	20:00 Correspondente Guaíba
09:10 O tempo na Guaíba	20:10 Toque de Letra
09:15 Cultura e Lazer	22:00 Último Toque
09:30 Correio Rural	23:00 Jornal da Noite
10:00 Guaíba Notícias	
10:05 Correio Rural	
11:00 Jornal da Manhã	
12:00 Guaíba Notícias	
12:05 Guaíba Esportes	
13:00 Correspondente Guaíba	
13:10 Reunião de Pauta	
14:00 Guaíba Notícias	
14:05 Preliminar	
15:00 Guaíba Notícias	
15:05 Preliminar	
15:30 Jornada Esportiva	
18:50 Correspondente Guaíba	
19:00 Último Toque	
20:00 Correspondente Guaíba	
20:10 Último Toque	
21:00 Futebol do Interior	
21:30 For Onde Anda Você?	
22:00 Sábado Total	
23:45 Guaíba Loterias	

Fonte: http://www.radioguaiba.com.br/programacao_am.asp

⁵⁶¹ Disponível em <http://www.coletiva.net>. Consulta realizada em 3 jan. 2008.

3 O GAÚCHO E “AS COISAS DO RIO GRANDE” NA PROGRAMAÇÃO DA *RÁDIO GUAÍBA AM*

Na última parte deste trabalho pretende-se, inicialmente, efetuar uma aplicação à programação da *Rádio Guaíba* dos conceitos, organização, modelos e formatos trabalhados no capítulo anterior. Feito isto, segue-se em busca do gaúcho e das “coisas do Rio Grande” na emissora em estudo. Com este propósito, realiza-se a descrição dos programas que integraram a grade do dia 30 de março de 2006, além de uma série de reportagens especiais. Esta localização de “fragmentos identitários” foi desenvolvida sempre levando em conta o primeiro capítulo desta tese - *Cultura, identidade e a representação do gaúcho* – cujos conceitos permitiram ao autor fazer o rastreamento proposto.

3.1. CONCEITOS PARA UMA LEITURA DA PROGRAMAÇÃO DA *RÁDIO GUAÍBA*

A partir dos conceitos propostos por Martí (1990), Muñoz e Gil (1994), Herreros (1994), Pietro (2001) e Ferraretto (2001) no capítulo II desta tese, busca-se aqui compreender a programação da *Rádio Guaíba*, objeto de estudo da presente pesquisa. Primeiro, cabe registrar que, conforme as definições expostas pelos autores citados, a emissora manifesta todos os quesitos para que se possa afirmar que, de fato, apresenta o que pode ser definido como programação. Em síntese, a *Rádio Guaíba* conta com um conjunto de programas em uma unidade de tempo específica. E estes programas estão organizados “no interior de um quadro de referência denominado grade de programação⁵⁶²” (Martí, 2004, p.21). No caso da estação, podemos observar que a grade mantém-se a mesma de segunda a sexta-feira, os chamados “dias úteis” da semana. Já sábado e domingo apresenta programas distintos, preservando os noticiários veiculados ao longo da semana - *Guaíba Notícias* e *Correspondente Portocred*⁵⁶³ -, porém com alterações em seus horários de emissão.

Martí (1990) assinala que a programação não é uma simples relação inarticulada de diferentes programas. De acordo com o autor, existe uma lógica que se ordena em uma unidade de tempo determinada. Esta lógica perpassa pela audiência que a emissora quer atingir, ou seja, ela busca um encontro entre o horário estabelecido para determinado programa e o ouvinte em potencial. Assim, vamos encontrar na *Rádio Guaíba* o programa

⁵⁶² “se trata de una estrategia discursiva de La emisora o de la cadena, mediante La cual organiza, de manera coherente, una serie de programas em el interior de um cuadro de referencia denominado parrilla de programación” (Tradução do autor).

⁵⁶³ Como já dito, a programação aqui estudada refere-se ao dia 30 de março de 2006.

voltado ao “homem do campo” às 5h, o com ênfase a prestação de serviço às 6h a fim de atingir aqueles que estão preparando-se para a jornada de trabalho ou já em trânsito e assim por diante. Ao se descrever os programas que compõem a grade da emissora, como será elaborado no decorrer deste capítulo, é possível construir uma lógica a partir deste ponto.

Ao pensarmos a programação da *Rádio Guaíba* a partir da ótica de Martí (1990)⁵⁶⁴, vamos constatar que a emissora tem por finalidade última chegar ao ouvinte, ou seja, a uma audiência. A partir desta premissa básica – existe programação porque existe ouvinte e existe ouvinte porque existe programação –, é possível afirmar que há um jogo determinado, em parte, por questões comerciais. No caso da estação da Caldas Júnior, observa-se que esta intenção de atingir uma audiência faz com que ela vive uma transição *ad eternum*. De uma proposta inicial de Breno Caldas de ser uma “espécie de *Correio do Povo* no ar” (CALDAS apud MACHADO, 1987, p.69), a *Guaíba* vai fazendo concessões a fim de acompanhar as mudanças impostas pelo tempo de permanência. A estação mantém muito daquela emissora “que não rodava *Beatles*”. Uma audição do *Noturno Guaíba* e do *A música da Guaíba* vai mostrar a presença de músicas da velha guarda brasileira, tangos, boleros e as grandes orquestras. Por sua vez, quem acompanhar o *Repórter Esportivo* vai observar uma linguagem de maior apelo popular: “Com policiais a paisana dentro do trem pra terminar com esses vagabundos!” (RECHE, Luiz Carlos. programa *Repórter Esportivo*, 30 mar. 2006. Transcrição). Ao mesmo tempo, vamos encontrar fundadores como Flávio Alcaraz Gomes e Amir Domingues com outros recém-chegados, como Denis Luciano, na ancoragem de programas. Desta forma, a emissora mantém uma programação que não se descola dos chamados *guaibeiros*⁵⁶⁵ enquanto procura conquistar uma nova audiência por meio, principalmente, das atrações esportivas como demonstrou Mércio (2002). No período de análise para a presente pesquisa é visível que a fim de atender a uma lógica comercial, a emissora não deixa de satisfazer os antigos ouvintes como também busca espaços para criar portas de entrada para um novo público. A finalidade também leva a uma coerência, ou seja, a que a rádio administre o “seu próprio livro de estilo” (MARTÍ, 1990, p. 56), que faz com que ela irradie determinado programa e não abra espaço para outros.

Outro elemento levantado por Martí (1990) como definidor de uma programação é a continuidade. No caso da *Guaíba*, nota-se que existe uma articulação entre os programas

⁵⁶⁴ Martí (1990), conforme já dito no capítulo anterior, propõe quatro características básicas que definem a programação de uma emissora de rádio: finalidade, continuidade, planejamento e coerência. Aqui optou-se por Martí por considerar que o pesquisador faz uma síntese dos elementos propostos pelos demais autores.

⁵⁶⁵ De acordo com o jornal *Correio do Povo*, “a identificação da Rádio Guaíba com seus ouvintes é tanta que eles passaram a ser chamados e a denominarem-se de ‘guaibeiros’, tal a fidelidade com a programação e as atrações da emissora” (Caderno Especial 50 anos *Rádio Guaíba*, 30 abr. 2007, p.5).

conforme seus gêneros⁵⁶⁶, o que garante esta noção de continuidade. O esportivo *Terceiro Tempo*, veiculado a partir das 12h05min, em 30 de março de 2006 teve como tema central o jogo entre Internacional e Grêmio a ser realizado no dia primeiro de abril. O *Repórter Esportivo*, de mesmo gênero, retomou o tema às 17h05min. Contudo, cada um trata da questão conforme suas características. O *Terceiro Tempo*, por ser um programa de debate, discutiu o *Grenal* tendo por base a opinião dos comentaristas do Departamento de Esportes. O *Repórter Esportivo*, por sua vez, respeitou sua característica de resenha e abordou a disputa entre Grêmio e Internacional a partir da participação da equipe de reportagem. Já os programas do gênero informativo, ao longo do dia, demonstraram a mesma articulação. Eles tiveram unidade pelos temas apresentados, embora cada um dê tratamento diferenciado a cada questão. Assim, por exemplo, o relatório final da CPMI dos Correios no programa *Agora é* abordado pelo apresentador Amir Domingues por meio de entrevistas com os deputados federais Gustavo Fruet e Ônix Lorenzoni. No *Jornal da Tarde*, o mesmo caso chega aos ouvintes através de um boletim do correspondente em Brasília, Fábio Marçal. A unidade e, conseqüentemente, a continuidade também são asseguradas pela participação dos repórteres, que se dá ao longo da programação. O dia analisado registrou manifestações em Porto Alegre - agricultores e funcionários públicos – além do anúncio do novo secretariado do governo do Estado. Conforme os acontecimentos iam desenrolando-se, os repórteres garantiam uma atualização dos mesmos na programação, indiferente do programa que estivesse no ar. Há também um diálogo dos diversos gêneros. O esporte marcou presença nos programas de gênero informativo por meio de boletins e comentários. O chefe do Departamento de Esportes, Luiz Carlos Reche, por exemplo, participa diariamente com um comentário do *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*.

O planejamento é outra das características arroladas por Martí (1990). No caso da *Guaíba*, ele pode ser comprovado pela publicação da grade no jornal *Correio do Povo*. Nela, já constam os entrevistados que ao longo do dia participarão ao vivo da programação. Isto demonstra que há, com antecedência, uma definição do quê e de quem será pauta na emissora na jornada seguinte⁵⁶⁷.

~

⁵⁶⁶ Não há consenso sobre gêneros radiofônicos. Por isto, na presente pesquisa, optou-se por classificar os programas da *Rádio Guaíba* a partir de sua programação, que é baseada em jornalismo, esporte e música. Assim temos os gêneros informativo, esportivo e musical.

⁵⁶⁷ Os entrevistados normalmente são agendados com um dia de antecedência pelos produtores da emissora.

Ilustração 67

Jornal Correio do Povo destaca entrevistados dos programas da Rádio Guaíba em 30 de março de 2006

RÁDIO GUAÍBA

Telefone do ouvinte: (51) 3299-0720
jornalismo@radioguaiba.com.br

6h - BOM-DIA
7h30min - FLÁVIO ALCARAZ GOMES REPÓRTER: presença do secretário municipal da Cultura **Sergius Gonzaga**. 9h - CORRESPONDENTE PORTOCRED
9h55min - AGENDA ESPORTIVA
10h05min - AGORA: entrevista com o deputado federal **Onyx Lorenzoni** (PFL-RS).
11h05min - JORNAL DA MANHÃ
12h05min - TERCEIRO TEMPO: os ouvintes podem participar do programa pelo telefone (51) 3215-6340.
13h - CORRESPONDENTE PORTOCRED
13h15min - ESPAÇO ABERTO: no Estúdio Cristal, na Esquina da Comunicação, com a participação da vereadora **Sofia Cavedon** (PT) e do economista da Federasul, **José Antônio Belló**.
14h30min - GUAÍBA REVISTA
16h05min - JORNAL DA TARDE
17h05min - REPÓRTER ESPORTIVO
18h50min - CORRESPONDENTE PORTOCRED
19h - A VOZ DO BRASIL
20h - HORÁRIO POLÍTICO
20h02min - CORRESPONDENTE PORTOCRED
20h12min - PLANTÃO ESPORTIVO
22h30min - ÚLTIMO TOQUE
23h - JORNAL DA NOITE
0h - NOTURNO GUAÍBA
1h - A MÚSICA DA GUAÍBA
5h - GUAÍBA RURAL

A partir de Herreros (1994) é possível registrar que a programação da *Rádio Guaíba* está ancorada em uma *macrounidade*, que corresponde ao todo proposto pela grade. No caso da estação da Caldas Júnior, vamos encontrar a adoção de *macrounidades cíclicas*. Assim, o ouvinte sabe de antemão o que vai escutar em determinado dia e hora. Há, na emissora, uma predominância de *macrounidades cíclicas* diárias, ou seja, a programação consolida-se por programas que se repetem a cada 24 horas, de segunda a sexta-feira. Existe ainda a presença de *macrounidades intermitentes*, que se referem de forma específica aos noticiários. São os conteúdos que aparecem intermitentemente ao longo da programação. Podemos citar como exemplo, no dia observado para a presente pesquisa, as manifestações de agricultores e funcionários públicos em Porto Alegre, que receberam atenção da equipe de reportagem desde o início da manhã. Sobre as *macrounidades intermitentes*, Herreros destaca que, quando os

fatos exigirem, é possível “interromper a programação prevista para fazer a cobertura do acontecimento em continuidade” (1994, p.425). Em 30 de março de 2006 tem-se prova disto. Ao final do programa *Jornal da Manhã*, o repórter Gustavo Mota participa ao vivo com uma entrevista com o governador Germano Rigotto. Mesmo depois de o tempo do programa ter esgotado-se, o chefe do Executivo permanece no ar. A *Guaíba* opta por cancelar o programa seguinte – o *Guaíba Notícias*, de cinco minutos de duração – para dar continuidade ao trabalho de Mota.

Herreros (1994) registra ainda a existência de *macrounidades seriadas*. No caso da *Guaíba*, no dia analisado, vamos encontrar o programete *Orgulho de ser gaúcho*, inserido ao final do programa *Guaíba Revista*, que pode ser enquadrado nesta categoria. Outro exemplo é o quadro *Sonho de Grenal*, veiculado de 27 a 31 de março de 2006 no programa *Repórter Esportivo*. Nele, torcedores descrevem como seria um gol da partida entre Grêmio e Internacional a ser realizada em primeiro de abril e o narrador Haroldo de Souza reproduz o lance.

O autor considera ainda os programas como unidades fechadas e coerentes que podem ser chamadas de *unidades de programas*. Uma audição da programação da emissora da Caldas Júnior deixa bem clara esta idéia de unidade fechada. Todo o programa tem característica musical de abertura e encerramento próprias, o que delimita o espaço de cada um. Da mesma forma, nenhum apresentador repete-se na seqüência, o que sublinha a idéia de estar passando de uma unidade para outra. Herreros (1994) registra, por fim, que se encontram no rádio *microunidades programáticas*, que funcionam como pequenos programas com autonomia suficiente para distinguir-se do todo em que estão inseridos. O já citado *Orgulho de ser gaúcho* apresenta estas características e, embora dentro de um programa maior, tem um apresentador específico: o jornalista Armando Burd.

Ao procurarmos estabelecer uma classificação do modelo de programação radiofônica proposto pela *Rádio Guaíba* tendo como referência o conteúdo, verifica-se que ele enquadra-se no *convencional* ou *tradicional*, conforme Martí (1990). Neste modelo, encontramos programas variados, que sinalizam para audiências diferentes. Mais uma vez é possível pensar no *Guaíba Rural*, que é veiculado às 5h da manhã com o slogan “Acordando o homem do campo”⁵⁶⁸.

Dentro do modelo *convencional* apresentam-se, conforme já abordado no segundo capítulo, três tipos de programação de acordo com critérios de estrutura: *mosaico*, *blocos* e

⁵⁶⁸ Informações disponíveis em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=56>. Consulta realizada em 5 mar. 2008.

continuidade. A emissora da Caldas Júnior utiliza-se da programação em *bloco*, cujos programas, segundo Martí (1990), não apresentam grandes diferenças entre si em relação ao conteúdo e estrutura. A distinção fica por conta do apresentador. Na *Guaíba*, podemos citar, como exemplo, o caso dos programas *Espaço Aberto* e *Guaíba Revista*. Os dois entram em seqüência na grade e tem perfil semelhante, apresentando como foco central a pauta política. Contudo, tem apresentadores distintos: Armando Burd e Denis Luciano.

Em relação ao formato, que corresponde às características próprias de cada emissora, não há consenso entre os diversos autores. Aqui, optou-se por Ferraretto (2001), já que o pesquisador desenvolveu seus estudos a partir da experiência brasileira. A *Rádio Guaíba* faz uso do formato *híbrido*, pois produz uma programação com “música-esporte-notícia”. De acordo com o autor, neste formato a emissora utiliza-se de elementos informativos e musicais, com predominância do jornalismo e esporte. Na estação da Caldas Júnior, ao verificarmos a programação das 5h às 0h, constata-se a presença predominante de jornalismo e esporte, com a música ocupando espaço a partir da meia-noite.

3.2 UM DIA NAS ONDAS DA RÁDIO GUAÍBA: 30 DE MARÇO DE 2006

A presente pesquisa, tendo como inspiração o trabalho de Moragas Spa (1980), partiu da proposta de realizar a gravação de um período de 24 horas de programação da *Rádio Guaíba AM* de Porto Alegre. Após o acompanhamento de 26 de março a primeiro de abril de 2006, decidiu-se pela gravação na íntegra, cedida pela estação, da quinta-feira, 30 de março⁵⁶⁹. Segue-se agora, a descrição de cada programa⁵⁷⁰.

3.2.1. DO NOTURNO GUAÍBA AO GUAÍBA RURAL

A programação da emissora abre a 0h com o *Noturno Guaíba*, programa do gênero musical. O *Noturno* caracteriza-se pela execução de músicas produzidas, principalmente, entre as décadas de 30 e 50 do século passado. No dia 30 de março de 2006, o apresentador

⁵⁶⁹ Alguns apresentadores e repórteres, depois do dia escolhido para análise, deixaram a emissora ou mesmo funções que exerciam na *Rádio Guaíba* e *Correio do Povo*. Contudo, aqui, manteve-se a redação no original, conforme os cargos que ocupavam em 30.3.2006.

⁵⁷⁰ A transcrição de todos os programas do período analisado consta de CD em anexo. Após avaliação do material, optou-se por concentrar a descrição dos programas da 0h até às 20h12min, quando terminou a última edição do *Correspondente Portocred*. Os programas esportivos *Plantão Esportivo* (20h12min) e *Último Toque* (22h30min) trataram de conteúdos já apresentados ao longo do dia. Da mesma forma, o jornalístico *Jornal da Noite* (23h), que segue o modelo do *Jornal da Manhã* e do *Jornal da Tarde*, também não acrescentou novidades.

Fernando Veronezi destacou a história e as canções de Francisco Alves⁵⁷¹. O artista é considerado “o mais influente cantor brasileiro da primeira metade do século”⁵⁷². Sendo assim, é possível afirmar que o programa, pela temática, é destinado a um público de mais idade, classificado como idoso⁵⁷³. O horário também pode ser considerado um indicativo de que, em sua grande maioria, o *Noturno* é acompanhado por aposentados⁵⁷⁴, já que sua audição torna-se mais acessível para quem não tem compromissos na manhã seguinte.

O programa posterior mantém-se na mesma linha, sendo do gênero musical. À 1h entra no ar o *A música da Guaíba*, com destaque para as grandes orquestras. A escolha das músicas é de responsabilidade de Veronezi, que ocupa na emissora a função de programador musical. É possível afirmar que o programa tem o mesmo público-alvo do que o *Noturno*. Isto fica claro pelo repertório e pelo seu produtor. Cabe a Veronezi elencar as músicas que serão rodadas a cada dia.

As 5h é a vez do *Guaíba Rural*. O próprio horário do programa, que se enquadra no gênero informativo, já deixa claro sua intenção de atingir o produtor rural/homem do campo. Há uma idéia já estabelecida de que quem trabalha no setor rural começa o dia ainda de madrugada⁵⁷⁵, o que remete à imagem do gaúcho que monta no cavalo para enfrentar a lida do campo. O *slogan* do programa reforça esta tese: “Guaíba Rural, acordando o homem do campo”⁵⁷⁶. A repórter da *Rádio Guaíba* Lizemara Prates (2008)⁵⁷⁷, setorista de rural há 17 anos, observa que “ainda hoje, os produtores de leite e alguns peões – acompanhando a roda de chimarrão - mantêm a tradição de começar suas atividades bem cedo”⁵⁷⁸.

⁵⁷¹ Francisco de Moraes Alves nasceu no Rio de Janeiro em 19 de agosto de 1898 e faleceu em 27 de setembro de 1952 em Pindamonhangaba, São Paulo.

⁵⁷² Informações disponíveis no Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira, versão online, http://www.dicionariompb.com.br/verbete.asp?tabela=T_FORM_A&nome=Francisco+Alves. Consulta realizada em 2 jan. 2008.

⁵⁷³ O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística define como idoso pessoas com 60 anos ou mais de idade. Informação disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/perfilidoso/default.shtm>. Consulta realizada em 2 jan. 2008.

⁵⁷⁴ Outra possibilidade de público, embora apresente uma seleção musical com repertório entre as décadas de 30 e 50, são os trabalhadores noturnos.

⁵⁷⁵ A *Rádio Gaúcha*, por exemplo, também coloca no ar no mesmo horário um programa semelhante, o *Campo e Lavoura*.

⁵⁷⁶ Informações disponíveis em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=56>. Consulta realizada em 5 mar. 2008.

⁵⁷⁷ Lizemara Prates também é responsável pela apresentação do programa *Correio Rural*, irradiado aos sábados, das 9h30min às 11h.

⁵⁷⁸ PRATES, Lizemara. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 3 jan. 2008.

Ilustração 67

Programa Guaíba Rural: “acordando o homem do campo”

GUAÍBA RURAL
Acordando o homem do campo

O homem do campo acorda ouvindo o programa "Guaíba Rural", transmitido ao vivo em colaboração com o *Correio do Povo*, o jornal de maior circulação do Rio Grande do Sul, em dias úteis. Previsão do tempo fornecida pelo 8º Distrito de Meteorologia, manchetes dos jornais nacionais e internacionais, orientações técnicas elaboradas pela Emater, boletim informativo de Lizemara Prates e as primeiras informações do dia com o plantão do Departamento de Jornalismo, além das notícias produzidas pela editoria de Rural do Sistema Guaíba/Correio do Povo.



Apresentação: Wladimir Oliveira

Horário: segunda a sexta, das 5h às 6h

Fonte: <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=56>

O *Guaíba Rural*, no dia analisado, apresentou previsão do tempo, hora, manchetes da capa do *Correio do Povo* e dos principais jornais do país, notícias, orientações técnicas, cotações de produtos agrícolas, mercado, bolsa de valores, comentário⁵⁷⁹ e músicas. Embora a *Guaíba* seja considerada elitista por sua origem no *Correio do Povo* e pela proposta de programação de Breno Caldas, observa-se pelos temas abordados que a emissora não leva em conta este fato e busca uma maior abrangência de público. Sendo assim, divulga informações de vários segmentos. Encontram-se notícias que fazem referência a movimentos populares:

E agricultores de mais de 150 municípios gaúchos engrossarão a manifestação dos professores estaduais e servidores de Porto Alegre, em frente ao Palácio Piratini. Apesar de bandeiras distintas, os líderes do Movimento dos Pequenos Agricultores, o MPA, acreditam que a estratégia pode trazer apoio popular à causa (locutor Wladimir Oliveira, programa *Guaíba Rural*, 30.3.2006, transcrição).

Organizações representativas do setor também têm voz no programa:

⁵⁷⁹ O comentário é realizado diariamente pela jornalista Lizemara Prates. No dia analisado ela destacou o balanço feito pelo então Secretário de Agricultura, Odacir Klein, sobre suas realizações durante o período em que este à frente da pasta no governo Rigotto (Germano Antônio Rigotto foi governador do Rio Grande do Sul de primeiro de janeiro de 2003 até 31 de dezembro de 2006).

E agricultores ligados a Fetag⁵⁸⁰ promoveram ato público ontem no Centro de Passo Fundo para protestar e chamar a atenção do governo federal para a crise devido aos prejuízos acumulados com secas, queda de preço dos produtos agropecuários e auto custo das lavouras. Os manifestantes se concentraram em frente à catedral Nossa Senhora Aparecida com faixas e cartazes denunciando o endividamento. Eles exibiam pés de milho e soja para denunciar que estão pagando para plantar (idem).

Notícias de interesse de grandes exportadores também encontram espaço: “E após cinco meses de embargo, Argélia voltará a importar carne bovina desossada de alguns estados do país como Rio Grande do Sul, Goiás e Minas Gerais, a liberação foi comunicada ao departamento de saúde animal do Ministério da Agricultura” (ibidem).

O governo gaúcho também faz-se presente por meio da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado Rio Grande do Sul, a Emater.

(locutor Vladimir Oliveira:) - Vinte e cinco minutos para às seis horas, 19 graus e 4 décimos é a temperatura aqui no Centro. Vamos às orientações técnicas da Emater. (jornalista da Emater:) - Bom dia ouvintes do programa *Guaíba Rural*, bom dia Vladimir. (locutor Vladimir Oliveira:) - Bom dia. (jornalista da Emater:) No Rio Grande do Sul a piscicultura em açudes, tanque e barragens vem recebendo cada vez mais atenção por parte dos agricultores, a piscicultura é uma atividade que pode ser introduzida em áreas da propriedade rural que não teriam outra finalidade, e além disso apresenta outras vantagens, como por exemplo utilizar resíduos da própria propriedade rural e transformando-os em importantes insumos que podem proporcionar aumentos significativos na produtividade na piscicultura. Pouco a pouco, o consumidor gaúcho também começa a se acostumar e inclusive, mais do isso, a apreciar a carne de peixe.[...] Se você amigo, amigo ouvinte quiser mais informações sobre piscicultura escreva para Orientações Técnicas da Emater, caixa postal 2727, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, CEP 90.150-053 ou telefone para o nosso plantão técnico da Emater, código 051, fone 21253100, e você pode ainda se comunicar com a gente através do e-mail www.radio@emater.tche.br, teremos o maior prazer em responder. Bem ouvintes do programa *Guaíba Rural*, até amanhã neste mesmo horário, quando voltaremos com orientações técnicas da Emater (programa *Guaíba Rural*, 30 mar. 2006, transcrição).

De acordo com Lizemara Prates (2008), “o *Correio do Povo* foi o primeiro jornal a ter suplemento rural, ainda na década de 60, valorizando a economia primária gaúcha”⁵⁸¹. A estação, segundo a repórter, “também tem esta filosofia de reconhecer a importância do

⁵⁸⁰ Federação dos Trabalhadores na Agricultura no Estado do Rio Grande do Sul. A FETAG-RS representa 1,3 milhões de agricultores familiares, 60 mil famílias de pecuaristas familiares e 200 mil assalariados rurais congregados em 351 Sindicatos de Trabalhadores Rurais organizados em 23 regionais sindicais. Informações disponíveis em <http://www.fetags.com.br>. Consulta realizada em 4 jan. 2008.

⁵⁸¹ PRATES, Lizemara. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 3.1.2008.

setor”⁵⁸². O *Guaíba Rural*, por sua vez, mantém-se fiel a esta proposta. Todas as notícias divulgadas ao longo do programa estavam ligadas diretamente ao setor. Das onze notícias lidas pelo locutor Wladimir Oliveira, dez tiveram como fonte a editoria de rural do *Correio do Povo* e uma o jornal *Folha de São Paulo*.

Tabela 9
O programa Guaíba Rural e suas fontes de notícia

Notícia	Fonte
Agricultores de mais de 150 municípios gaúchos engrossarão a manifestação dos professores estaduais e servidores de Porto Alegre [...].	<i>Correio do Povo</i>
[...] Quintilhano Machado Vieira deverá trazer novidades à secretaria da agricultura.	<i>Correio do Povo</i>
Agricultores ligados a Fetag promoveram ato público ontem no Centro de Passo Fundo [...]	<i>Correio do Povo</i>
Após cinco meses de embargo Argélia voltará a importar carne bovina desossada de alguns estados do país como Rio Grande do Sul [...].	<i>Correio do Povo</i>
Melhorar a qualidade da assistência técnica oferecida aos agricultores familiares e assentados da reforma agrária.	<i>Correio do Povo</i>
As exportações de carne suína recuaram 40% na primeira quinzena desse mês [...].	<i>Folha de São Paulo</i>
A câmara setorial do leite debate hoje às duas da tarde em Pelotas o preço pago ao produtor aqui no Rio Grande do Sul [...].	<i>Correio do Povo</i>
O Banco do Brasil já está realizando a contratação das operações de custeio das lavouras de alho e cebola [...].	<i>Correio do Povo</i>
Uma vacina desenvolvida pelo laboratório francês Sanofi-Pasteur pode neutralizar o vírus H5N1, a forma mais letal da gripe aviária	<i>Correio do Povo</i>
O presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Exportação de Carne, Marcus Vinícius Pratini de Moraes, fará a palestra de abertura do Quatro Simpósio da Carne Bovina[...].	<i>Correio do Povo</i>
O Instituto de pesquisa veterinárias, Desidério Finamor, que integra a Fepagro, premia hoje personalidades e instituições pelo incentivo à qualificação da pecuária gaúcha.	<i>Correio do Povo</i>
O Ministério da Agricultura e Abastecimento, MAPA, estuda novas recomendações técnicas para diminuir a incidência de ferrugem asiática no país.	<i>Correio do Povo</i>

⁵⁸² Idem.

Ilustração 68

Correio do Povo, a principal fonte: notícias lidas pelo locutor Wladimir de Oliveira no Guaíba Rural

Correio do Povo

RURAL

QUINTA-FEIRA, 30 de março de 2006 — 19

Agricultor entrega pauta ao governo em Brasília

Líderes do MPA entregaram ontem a pauta de reivindicações à Secretaria de Agricultura Familiar (SAF) do Ministério do Desenvolvimento Agrário. Segundo o coordenador do MPA/RS, Aureo Scherer, está marcada audiência com o novo ministro que assume em 5 de abril...

Preço do leite no Estado será debatido em Pelotas

A Câmara Setorial do Leite de Pelotas vai debater o preço pago ao produtor no Rio Grande do Sul. Durante o encontro, as lideranças locais e estaduais também devem avaliar o desempenho da pecuária leiteira gaúcha no ano passado...

BB antecipa contratação para custeio de cebola

O Banco do Brasil (BB) está realizando a campanha eleitoral rumo à Câmara Federal. A aposta é de atual secretário, Odacir Klein, que deixará o cargo na sexta-feira para se engajar na campanha eleitoral...

Vacina neutraliza vírus da gripe aviária em humanos

Uma vacina desenvolvida pela laboratório francês Sanofi Pasteur pode neutralizar o vírus H5N1, a forma mais letal da gripe aviária. Segundo estudo divulgado pelo New England Journal of Medicine, cerca de metade dos voluntários produziu um certo nível de anticorpos ao receber as doses...

Sã Borja abre simpósio sobre produção de carne

O presidente da Associação Brasileira de Indústrias de Exportação de Carne, Marcus Vinícius Fratini de Moraes, fará a palestra de abertura do 4º Simpósio da Carne Brasileira, hoje, às 19h30min, em São Borja. A CotriSal promove o evento e prevê reunir, até amanhã, mais de 400 participantes no Parque de Exposições Serafin Vargas...

Fepagro entrega prêmio hoje em Eldorado do Sul

O presidente do Instituto Veterinário Desidério Finamor Ilipivli, que integra a Fepagro, premia hoje personalidades e instituições pelo incentivo à qualificação da pecuária gaúcha. Serão homenageadas a Editora de Rural do Correio do Povo, a Farsul, os pesquisadores Davi Barcelos (Ufrgs) e Sandra Borowski Ilipivli e o diretor-presidente da Fepagro, Carlos Cardinal. O ato ocorre às 10h30min, em Eldorado do Sul.

Produtor adere a ato do magistério

Segundo dia de mobilização do MPA provocou congestionamentos no Centro de Porto Alegre

Anticipos gaúchos e nordestinos, os líderes do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) aderiram ao ato de mobilização realizado pelo magistério em apoio popular à causa. A expectativa é conseguir uma audiência com o governador Germano Rigotto...



Empresas na Av. Farrapos interrompem sequência de manifestações.

Manifesterias de mais de 150 municípios integraram ação que estava com a agência fechada. A tarde, letaram a pauta às superintendências da Fazenda e do Desenvolvimento Agrário. No fim do dia, o grupo retornou a Canoas.

Manifesterias de mais de 150 municípios integraram ação que estava com a agência fechada. A tarde, letaram a pauta às superintendências da Fazenda e do Desenvolvimento Agrário. No fim do dia, o grupo retornou a Canoas.



Manifesterias de mais de 150 municípios integraram ação que estava com a agência fechada.

Expectativa é inovação na SAA

O novo secretário da Agricultura do Estado, Odacir Klein, espera trazer novidades à SAA. A aposta é de atual secretário, Odacir Klein, que deixará o cargo na sexta-feira para se engajar na campanha eleitoral rumo à Câmara Federal...

Fetags protesta em Passo Fundo

Agricultores ligados a Fetag promoveram ato público, ontem, no centro de Passo Fundo para protestar e chamar atenção do governo central para a crise devido aos preços anormalmente baixos para os produtos agropecuários e alto custo das lavouras. Os manifestantes se concentraram em frente à catedral Nossa Senhora Aparecida com faixas e cartazes denunciando o endividamento...

Lula deve anunciar pacote na segunda

O ministro da Agricultura, Roberto Rodrigues, informou ontem que presidente Lula pretende anunciar o pacote de ajuda aos produtores rurais na próxima segunda-feira. Segundo o ministro, a troca de comando no Ministério da Fazenda não prejudicou o andamento das negociações com a área econômica. A chamada MP do Bem para o agronegócio tem como foco a renegociação de dívidas e medidas para apoiar a comercialização da safra 2005/06, estimada em 122,6 milhões de toneladas...

Mapa avalia novas orientações para soja

O Ministério da Agricultura e Abastecimento (Mapa) avalia novas recomendações técnicas para diminuir a incidência de ferrugem asiática no país. Uma das possibilidades seria proibir o plantio de soja na safra, a exemplo do Mato Grosso, que o fez através de lei estadual. O assunto volta a ser analisado numa reunião, em maio, em Londrina (PR), adiantou o diretor de Sanidade Vegetal do Mapa, Genivaldo Ramos. O Consórcio Anti-Ferrugem esteve reunido ontem, em Brasília. A pesquisadora da Embrapa Soja, Claudine Setcas, explica que o cultivo nesse período torna o fungo permanente na terra, atingindo a safra de verão antecipadamente...

Argélia retoma compra do RS

Após cinco meses de embargo, a Argélia voltará a importar carne bovina desossada de alguns estados do país, como Rio Grande do Sul, Goiás e Minas Gerais. A liberação foi comunicada ao Departamento de Saúde Animal do Ministério da Agricultura. Porém, a suspensão comercial será mantida para o produto fornecido por outros estados brasileiros, como São Paulo, Paraná e Mato Grosso do Sul. O embargo foi determinado em outubro, depois que o ministério confirmou focos de febre aftosa no rebanho do Mato Grosso do Sul e, posteriormente, no Paraná. A Argélia não chegou a confirmar oficialmente o embargo, mas não estava concedendo licença de importação para a carne bovina procedente do Brasil. Em 2005, as exportações de carne bovina do Brasil para a Argélia totalizaram 108 mil toneladas em outubro, ante 69 mil toneladas em 2004.

Sistema facilita troca de dados

Melhorar a qualidade da assistência técnica aos agricultores familiares e assentados da reforma agrária. Esse é um dos objetivos do Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural (Sibrater), lançado pelo ministro do Desenvolvimento Agrário, Miguel Rossetto. O sistema servirá ainda para implementar a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural. Conforme o secretário Nacional de Agricultura Familiar do MDA, Valter Bianchini, o Sibrater melhorará a articulação entre os gestores públicos, possibilitando troca de dados. Segundo o secretário, o sistema articulará as ações do MDA com as 27 unidades da Emater nos estados e com o trabalho feito com ONGs e entidades de assistência técnica.

Table with 2 columns: Cotações and Variação. Rows include Soja-Graão - Bolas de Chicago, Setembro/2006, Novembro/2006, Janeiro/2007, Março/2007, and Bovino gordo em pé/kg.

Advertisement for Glorinha, featuring '1000 RESES' and contact information: 3487.1089, 9919.9816.

Advertisement for ALEGRETE, featuring 'VACA & VACA' and '1200 BOVINOS' with contact information: 3487.1089, 9919.9816.

Advertisement for Parque Cambara, featuring '600 bovinos' and '200 Novilhas 1,5 - 2,5' with contact information: 3322.6640, 8113.1300.

Fonte: Correio do Povo, 30 mar. 2006, p. 19.

As músicas tocadas no Guaíba Rural também buscam uma identificação com seu ouvinte e, por isso, são tradicionais⁵⁸³. Durante a audição foram apresentadas quatro canções e ao anunciá-las o locutor faz a citação “vamos à música do Rio Grande” (locutor Wladimir Oliveira, programa Guaíba Rural, 30.3.2006, transcrição): Se bamo pra sala, de Amaro

583 Na presente pesquisa adotou-se o conceito de Golin proposto no estudo A cultura “tradicional” nas ondas do rádio: música gauchesca e método de pesquisa (2004). De acordo com o autor, “definiram-se como cultural “tradicional” as manifestações artísticas decorrentes da “tradição”, do tradicionalismo, do nativismo e do folclore, expressas musicalmente e através de linguajar preponderantemente regional (2004, p.69).

Peres, executada pelo Bando Gaúcho; *Tenho orgulho em ser gaúcho*, composta e interpretada por Baitaca; *Ciranda do amanhã*, de Telmo de Lima Freitas, pelo autor; *Légua e pico*, de Mauro Morais, com João de Almeida Neto e Nelson Cardoso.

Ao longo do programa foram inseridos três blocos comerciais. Os anunciantes não apresentam uma ligação direta com as questões do campo. O principal é a Quartzolit Weber, que aparece em dois dos três blocos. A empresa é fabricante de materiais de construção e, por isso, atinge todas as categorias de ouvinte, não somente os envolvidos com o setor rural. A Weber Quartzolit é um anunciante de caráter nacional e pertence a multinacional de origem francesa Saint-Gobain⁵⁸⁴. Os demais anunciantes são de caráter regional e local.

O jornal *Correio do Povo* e a *Rádio Guaíba* são citados em todos os espaços comerciais e, por sua abrangência em todo o Estado, podem ser definidos como regionais. Os anúncios do *Correio* não tratam de temas específicos do campo: o primeiro ressalta a importância de estar bem informado; o segundo divulga os classificados e o último as assinaturas do jornal. Já dois da *Guaíba* destacam o esporte: programa *Repórter Esportivo* e a cobertura da campanha do Sport Club Internacional na Taça Libertadores da América. O terceiro comercial segue a lógica da música que é tocada no programa: “Todos os domingos das seis às oito da manhã, *Província de São Pedro* aqui na *Rádio Guaíba*. Um resgate da música regional gaúcha de todos os tempos. Apresentação do cantor e compositor gaúcho, Leonardo” (programa *Guaíba Rural*, 30 mar. 2006, transcrição).

Também aparecem dois anunciantes locais, cada um com uma inserção ao longo do programa: Óticas Dallas e Baterias Reche. A Ótica Dallas, tanto pelo texto – “alianças de compromisso a partir de 40 reais” (idem) - como pela sua localização na Rua Voluntários de Pátria⁵⁸⁵, busca um ouvinte de menor renda, de uma classe mais popular. Mesmo assim, não fica explícito em nenhum momento o objetivo de tentar atingir o pequeno agricultor. A Reche Baterias - de propriedade do Chefe do Departamento de Esportes da *Rádio Guaíba*, Luiz Carlos Reche - também apresenta apelo popular em seu texto: “Reche Baterias tem o melhor preço da cidade, aceita seu cheque pré-datado, testa sua bateria de graça e tem ofertas de todas as marcas” (ibidem). Por vender um produto destinado a proprietários de veículos automotores, o anúncio pode ser direcionado para qualquer categoria de ouvinte.

⁵⁸⁴ A Saint-Gobain está presente no Brasil desde 1937, onde possui empresas como a Saint-Gobain Canalização, Brasilit, Saint-Gobain Vidros, Saint-Gobain Abrasivos, Saint-Gobain Cerâmicas e Plásticos, Saint-Gobain Quartzolit e Saint-Gobain Materiais Cerâmicos. O grupo - criado em 1665, com o nome de Manufacture Royale des Glacés de Miroirs, para a fabricação de vidros e espelhos para o Palácio de Versalhes - atua em mais de 50 países. Informações disponíveis em <http://www.saint-gobain.com.br/versao2006/Portugues/noBrasil.aspx>. Consulta realizada em 4 mar. 2007.

⁵⁸⁵ A Ótica Dallas citada no comercial fica localizada na Rua Voluntários da Pátria, 429, no centro de Porto Alegre, em uma região de comércio popular.

3.2.2 BOM DIA: INFORMAÇÃO E PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

O próximo programa da grade é o *Bom Dia*, apresentado por Jurandir Soares⁵⁸⁶, que entra no ar às 6h. O programa, de gênero informativo, de acordo com a própria emissora, dá ênfase a “informação, entrevista, opinião, participação de repórteres, meteorologia atualizada, política e assuntos gerais”⁵⁸⁷. Ao fazer-se a audição do *Bom Dia*, confirma-se as informações fornecidas pela *Guaíba*. O programa, como a atração anterior, anuncia os assuntos que são destaque na edição do dia do *Correio do Povo*. Além das manchetes, o apresentador e o locutor Vladimir Oliveira lêem notícias publicadas no referido jornal. Também são divulgadas nos dez minutos iniciais as manchetes dos principais jornais de circulação nacional, previsão do tempo, temperatura nas capitais dos estados brasileiros e da Argentina e Uruguai, mercado e bolsa de valores. O programa apresenta ainda, em sua primeira parte, uma agenda, que divulga apenas atividades locais que vão ocorrer ao longo do dia:

Bom dia. Às oito da manhã no salão nobre da UFRGS começa o primeiro encontro nacional de estudos tributários. Às onze e meia no Hotel Sheraton, o Sicredi divulga balanço de 2005 e apresenta seus principais projetos para 2006. Às seis da tarde, na Capela Nosso Senhor dos Passos, da Santa Casa de Porto Alegre, o Arcebispo Dom Dadeus Grings celebra a missa comemorativa que antecede a posse da nova provedoria da instituição. Termina nesta quinta-feira o prazo para que eleitores que não votaram ou justificaram ausência nos três últimos pleitos, regularizem sua situação nos cartórios eleitorais. Integrantes do movimento dos pequenos agricultores realizam atos públicos hoje em Porto Alegre, em frente à agência central do INSS e ao Palácio Piratini. Com a agenda Simone Ceré (Simone Ceré, programa *Bom Dia*, 30 mar. 2006, transcrição).

O *Bom Dia* conta com boletins da equipe da reportagem da emissora, informações da equipe de Esportes, comentários, uma entrevista diária e um quadro de economia no formato de boletim. No dia analisado, o programa apresentou oito boletins produzidos pelo Departamento de Jornalismo. Destes, quatro trataram de questões nacionais (CPI dos Correios, reeleição do presidente da República, astronauta brasileiro Marcos Pontes, e empréstimo consignado aos aposentados) e quatro de informações locais (política local, ronda

⁵⁸⁶ Desde o dia 13 de agosto de 2007, o programa é conduzido pelo jornalista Rogério Mendelski, com participação do locutor Wladimir Oliveira. Jurandir Soares nasceu no município gaúcho de Canela em 1943. Ingressou no curso de jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul em 1967. Em 1971, começou a trabalhar no jornal *Folha da Tarde*, da *Companhia Jornalística Caldas Júnior*, na editoria de Internacional. Logo, passou a ter uma coluna diária intitulada *Repórter Internacional*, na qual abordava um tema de destaque.

⁵⁸⁷ Informações disponíveis em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=3>. Consulta realizada em 30 mar. 2006.

policial, cultura e apreensão de mercadorias sem documentação). O apresentador e o locutor também leram duas notícias nacionais e três locais.

Ilustração 69

Jurandir Soares nos estúdios da Rádio Guaíba



Fonte: Projeto Resgate Vozes do Rádio, <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>

A participação da equipe de Esportes dá-se por meio de um bloco, por volta das 6h40min, no qual o apresentador Rogério Böhlke⁵⁸⁸ conduz a entrada de vários repórteres. Em 30 de março de 2006 foram cinco boletins, sendo um com informações internacionais (Copa do Mundo de Futebol da Alemanha), três locais/regionais (*Sport Club* Internacional, Grêmio *Foot-Ball* Porto Alegre e Esporte Clube Juventude) e um nacional (Confederação Brasileira de Futebol, Rio de Janeiro). O bloco é complementado com um comentário. No dia em questão, João Garcia deu ênfase apenas ao local, fazendo referência somente aos times Internacional e Grêmio, ambos de Porto Alegre.

O editor de política e colunista do *Correio do Povo*, Armando Burd⁵⁸⁹ participa diariamente do *Bom Dia* por volta das 7h20min. No período analisado, o jornalista tratou de dois temas – sonegação do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços, o ICMS, e CPI dos Correios⁵⁹⁰. O primeiro tema teve uma abordagem local, enquanto o

⁵⁸⁸ Böhlke apresenta, de terça a sexta-feira, o programa *Plantão Esportivo*, das 21h05min às 22h50min. Ele também é responsável pela condução do *Último Toque*, sábado, das 19h às 21h, e domingo, das 22h às 23h.

⁵⁸⁹ Além de participar do *Bom Dia* diariamente, Armando Burd, neste período, apresentava o programa *Espaço Aberto*, das 13h15min às 14h30min, de segunda a sexta-feira na *Rádio Guaíba*. Conforme já citado, Burd deixou o comando do programa em fevereiro de 2008 para assumir a Comunicação Social do Tribunal de Justiça.

⁵⁹⁰ De acordo com o jornal *Folha de São Paulo*, “a CPI dos Correios foi criada em maio com o objetivo específico de investigar as denúncias de corrupção nas estatais, mais especificamente, nos Correios. Seu foco, no entanto, foi deslocado pouco depois para a investigação da existência do suposto “mensalão”, o pagamento

segundo, que ocupou quase a totalidade do comentário, foi de caráter nacional. A entrevista do dia foi com o economista Mário Baiocchi, que respondeu questões sobre a mudança do titular do Ministério da Fazenda

(apresentador Jurandir Soares) - Como é que o senhor está acompanhado essa mudança aí do Ministério da Fazenda? (economista Mário Baiocchi:) - Bom, primeiro lugar a gente tem que ter claro o que realmente muda, além da questão da personalidade e até da formação profissional que é diferente dos dois ministros, né.. Nós temos aí uma sutil diferenciação, que é que o ministro Mantega é um economista, é um homem da área, é um homem do setor. O ex-ministro Palocci apesar, de ser *expert*, vamos dizer assim, tinha uma outra formação, e, portanto ele se valia muito das sugestões, enfim, das recomendações da sua equipe que tinha uma formação solidamente conservadora, calcada aí nos modelos da Universidade de Chicago basicamente. Hoje, o ministro Mantega está preparando a sua equipe (programa *Bom Dia*, 30 mar. 2006, transcrição).

Embora o tema central da entrevista tenha caráter nacional, é possível afirmar que é de interesse local, uma vez que envolve os rumos da economia do país e, por consequência, do Rio Grande do Sul.

O quadro *Economia Popular*, apresentado pelo editor de notícias do turno da noite Erington Junior⁵⁹¹, tratou da cobrança de taxa de abertura de crédito na concessão de empréstimos consignados para aposentados e pensionistas do INSS. O tema, por sua abrangência, tem origem nacional – Brasília -, mas interesse também local.

O *Bom Dia*, como o próprio nome indica, segue o senso comum de ser um programa para quem está despertando naquele horário, ainda preparando-se para iniciar as atividades da manhã ou em deslocamento para o trabalho. Por isto, temperatura e previsão do tempo são anunciadas ao longo do programa em intervalos entre cinco e dez minutos: “Seis horas e 17 minutos, 19 graus e quatro décimos é a temperatura aqui no centro de Porto Alegre. Quinze na área do aeroporto Salgado Filho. Dia começando a clarear com tempo bom em Porto Alegre” (apresentador Jurandir Soares, programa *Bom Dia*, 30.3.2007, transcrição). A previsão, inclusive, conta com um boletim dedicado de um meteorologista da Metsul Meteorologia⁵⁹².

mensial a parlamentares da base aliada pelo governo”. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u71875.shtml>. Consulta realizada em 9 jan. 2008.

⁵⁹¹ O boletim não é realizado ao vivo no programa *Bom Dia*. O jornalista Erington Junior realiza a gravação no dia anterior.

⁵⁹² Sobre isto, consultar o *site* da Metsul Meteorologia: <http://www.metsul.com>.

(apresentador Jurandir Soares) - Estão faltando minutos para às sete horas. Dezenove graus aqui no centro, 15 na área do aeroporto. Vamos conferir o tempo aqui na *Guaíba*. Num oferecimento de SESCOB-RS, apoiando as empresas que primam pela qualidade, com as informações da Metsul Meteorologia. Bom dia Luiz Fernando Nachtigall! (meteorologista Luiz Fernando Nachtigall!) - Bom dia Jurandir. Dia típico de outono no Rio Grande do Sul: ar seco, amanhecer frio e tarde amena. Uma massa de ar seco e frio está predominando sobre o Estado e define as condições do tempo nessa quinta-feira. As primeiras horas da manhã serão com uma temperatura baixa e provocam sensações de frio em todas regiões, mas principalmente na serra. A presença do ar seco garante um dia claro, com muito sol e vai proporcionar a elevação da temperatura no decorrer do período e a tarde será muito agradável. [...] Agora há pouco a temperatura em São Joaquim, no interior sul catarinense era de seis graus. Na região metropolitana fazia 15 graus no Aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre e 12 graus em Canoas. No centro do Estado, Santa Maria tinha nove graus e na serra o registro era de sete graus em São Francisco de Paula, Jurandir (programa *Bom Dia*, 30 mar. 2006, transcrição).

De acordo com o apresentador Jurandir Soares (2008),

por ser o primeiro programa da manhã, eu privilegiava no Bom Dia as informações sobre tempo e temperatura, para as pessoas saberem o que vestir para sair de casa; hora, para as pessoas não perderem seu horário de compromisso; trânsito, para facilitar o deslocamento; e tudo o mais que envolve o dia-a-dia do cidadão, como as questões de economia, política, esporte, educação, cultura, etc. Sempre procurei privilegiar a informação, mas com o adendo de um especialista da respectiva área. Entendo que isto permite ao ouvinte não só saber o que está acontecendo, mas também, porque o fato está acontecendo e quais os seus possíveis desdobramentos⁵⁹³.

Pelo que pode ser observado por meio da audição do programa, é possível afirmar que o *Bom Dia* busca um ouvinte ainda em atividade produtiva. Por isto, dá ênfase as informações econômicas por meio de boletins e entrevista. Esta última, inclusive, tem como patrocinador o Conselho Regional de Economia do Rio Grande do Sul, o Corecon-RS. Conforme Soares (2008)⁵⁹⁴, “a economia era forte, porque ela influi no orçamento familiar. E o objetivo era auxiliar as pessoas nesse sentido”.

Sobre os anunciantes, registramos uma grande diversidade, o que reforça o conceito de o programa tentar atingir um público o mais abrangente possível. O *Bom Dia* tem como principal patrocinador os Produtos Piá: “[...] vamos ao intervalo e voltamos em seguida aqui pela *Guaíba*, em nome de Produtos Piá, o sabor que está sempre com você” (apresentador Jurandir Soares, programa *Bom Dia*, 30 mar. 2006, transcrição). Os Produtos Piá são uma

⁵⁹³ SOARES, Jurandir. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 14 jan. 2008.

⁵⁹⁴ Idem.

marca da Cooperativa Agropecuária Petrópolis Ltda⁵⁹⁵, com sede no município gaúcho de Nova Petrópolis. Embora distribua seus produtos para, além do Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina e São Paulo, podemos defini-lo como regional. Ao longo do programa, os Produtos Piá contaram com sete citações. O *Correio do Povo*, além de ser citado como fonte das informações divulgadas, apareceu em dois anúncios (assinatura e classificados). A programação da *Rádio Guaíba* também contou com dois: um destacava novos programas que iriam estreiar e outro a *Jornada Esportiva* da emissora. A *TV Guaíba* foi contemplada com uma publicidade, que citou o programa *Seis e Meia*. Além destes, mais 14 anunciantes registraram uma inserção: Quartzolit Weber, Ótica Dallas, JK Pneus, Tumelero, Coca-Cola, Serviço Social da Indústria, Corecon-RS, Sucos DuBone, Atacado Delfino, Agafarma, Reche Baterias, Multisom, Prefeitura de Canoas, Vivo. O quadro a seguir mostra a grande diversidade dos anunciantes.

Ilustração 70
Anunciantes do programa Bom Dia em 30 de março de 2006

Anunciante	Produto/Serviço	Abrangência	Inserções/ Citações ⁵⁹⁶
Produtos Piá	Laticínios	Regional (RS, SC, PR e SP)	7
Correio do Povo	Jornal	Regional (RS), nacional ⁵⁹⁷	2
Rádio Guaíba	Programação de rádio	Regional (RS), nacional ⁵⁹⁸	2
TV Guaíba	Programação televisiva	Regional (RS)	1
Quartzolit Weber	Materiais de construção	Nacional	1
Ótica Dallas	Óculos, relógios, jóias	Local (Porto Alegre)	1
JK Pneus	Pneus	Local (Porto Alegre)	1
Tumelero	Materiais de construção, móveis, decoração	Regional (RS)	
Coca-Cola	Bebidas	Nacional	
Serviço Social da Indústria	Serviços para a categoria dos	Nacional	

⁵⁹⁵ Com 10 mil associados e 625 funcionários, a Cooperativa possui indústria de laticínios com capacidade de produzir diariamente 420 mil litros. A Cooperativa conta ainda com uma indústria de rações, outra de processamento de frutas e uma rede de supermercados. Informações disponíveis em <http://www.pia.com.br/site2007>. Consulta realizada em 11 jan. 2007.

⁵⁹⁶ Na presente pesquisa adotou-se o critério de somar as inserções de comerciais gravados com a citação de um patrocinador feita pelo apresentador ou locutor ao vivo.

⁵⁹⁷ O jornal *Correio do Povo* pode ser encontrado nas principais capitais brasileiras. Da mesma forma, pode ser acessado pela Internet de qualquer parte do mundo.

⁵⁹⁸ A *Rádio Guaíba*, com o *Sistema Guaíba Sat*, atinge toda a região sul. Da mesma forma, pode ser acessada pela Internet de qualquer parte do mundo.

	industiários e familiares	
Corecon-RS	Entidade de classe	Regional (RS)
Sucos DuBone	Produtos alimentícios	Regional (RS, SC)
Atacado Delfino	Roupas	Local (municípios de Porto Alegre e Capão da Canoa)
Rede Agafarma	Farmácia	Regional (RS)
Reche Baterias	Baterias para veículos	Local (cidade de Porto Alegre)
Multisom	Cds, dvds, eletrônicos	Regional (RS e SC)
Prefeitura de Canoas	Administração e serviços	Local (município de Canoas)
Vivo	Telefonia celular	Nacional

A variedade dos anunciantes pode ser compreendida pela intenção de atingir ouvintes das classes sociais A, B e C, como destaca Soares.

É sabido que a *Rádio Guaíba*, historicamente, é voltada para as classes A e B. Todavia, sempre procurei usar uma linguagem simples, inteligível a todas as camadas sociais, sem se desqualificar. Mantendo um padrão de comunicação capaz de receber manifestações elogiosas desde altos dirigentes de grandes corporações, como até de humildes agricultores de São José do Sul. Posso assegurar que os meus ouvintes não se limitavam às classes A e B, mas chegavam à classe C (SOARES, 2008)⁵⁹⁹.

3.2.3 FUNDADORES NO AR: FLÁVIO ALCARAZ GOMES E AMIR DOMINGUES

Depois do *Bom Dia*, é hora de um dos fundadores da emissora ocupar o microfone. Flávio Alcaraz Gomes⁶⁰⁰ conduz o *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* de segunda à sexta-feira, das 7h30min às 9h50min⁶⁰¹.

(apresentador Flávio Alcaraz Gomes) - Bom dia! São sete e meia. É a Rádio Guaíba transmitindo da esquina da comunicação de Porto Alegre. Nosso e-mail está à disposição dos ouvintes. É produtores@radioguaiba.com.br e o nosso telefone, Porto Alegre 3215.6310. Um lindo dia de outono em Porto Alegre. Aracruz Celulose e aeroportos (programa *Flávio Alcaraz Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição).

⁵⁹⁹ Soares, Jurandir. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 14 jan. 2008.

⁶⁰⁰ Gomes desligou-se da *Rádio Guaíba* em 31 de agosto de 2007. O jornalista acionou na Justiça a *Empresa Caldas Júnior* a fim de pedir reconhecimento de vínculo empregatício retroativo a 1995, depois de ter o horário de seu programa alterado para a entrada de Rogério Mendelski, proveniente da *Rádio Pampa*.

⁶⁰¹ O programa conta com uma interrupção de cinco minutos, às 8h, para a veiculação *Guaíba Notícias* e de dez minutos, às 9h, horário em que é transmitido o *Correspondente Portocred*.

O *Repórter* enquadra-se no gênero informativo. De acordo com Haussen,

O programa iniciou em 1988 e desde o começo mantém as mesmas características estruturais e a linha de produção que privilegia os temas locais. O apresentador normalmente seleciona assuntos de cunho polêmico que podem ser de economia, política, lazer, cultura e serviços. A estrutura baseia-se, principalmente, em entrevistas realizadas pelo apresentador no estúdio ou por telefone, além de fatos do dia que são comentados (1999, p.88).

Em 30 de março de 2006, logo após a abertura do *Repórter*, o locutor Wladimir Oliveira destaca a “operação nos principais aeroportos do Brasil e Mercosul” (programa *Flávio Alcaraz Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição). Segue-se então a chamada “ronda do tempo” em que correspondentes de diversos municípios do interior anunciam as condições meteorológicas de suas cidades. No dia analisado, participaram Miguel Siqueira, da *Rádio São Miguel*, de Uruguaiana, Celso Sgorla, da *Rádio São Francisco*, de Caxias do Sul e Evandro Couto, da *Rádio Erechim*, de Erechim. Após os boletins, Gomes faz um fechamento da ronda, utilizando o bordão “o tempo e o vento”, uma referência a obra de Erico Verissimo⁶⁰². O apresentador abre espaço, então, para a equipe do jornalismo. O repórter Ticiano Kessler transmite informações sobre as condições do trânsito em Porto Alegre. Na seqüência, o redator Ricardo Pont apresenta um boletim, direto da redação da emissora, com informações gerais:

(redator Ricardo Pont) - Flávio, Cepers marcou para segunda-feira que vem no ginásio do Gigantinho assembléia geral [...]. E o movimento de pequenos agricultores promete engrossar o ato em frente à sede do governo [...]. E a Federação dos Trabalhadores em agricultura do Rio Grande do Sul, a Fetag, promove hoje no trevo de Seberí, o quinto ato em uma semana, para denunciar o endividamento do setor. E em Brasília, o Tribunal de Contas da União adiou mais uma vez a decisão sobre ampliar a linha do Trensurb a até Novo Hamburgo [...] E uma última informação que vale ressaltar, Flávio. O governo federal decidiu proibir os bancos de cobrar taxa de abertura de crédito na concessão de empréstimos consignados para aposentados e pensionistas do INSS [...] (programa *Flávio Alcaraz Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição).

⁶⁰² No dia analisado, Gomes recorreu ao bordão “o tempo e o vento” no encerramento da ronda. Contudo, o autor observou que muitas vezes, o jornalista também utiliza-se deste recurso na abertura da série de boletins. “O tempo e o vento” na voz de Flávio Alcaraz Gomes tornou-se uma “marca registrada” do programa.

Após a participação do redator, Gomes realiza uma entrevista de seis minutos com o médico José Grossi Netto, que relatou sua participação no Encontro Mundial de Dermatologia, realizado na cidade de San Francisco, nos Estados Unidos. O tema da entrevista e o entrevistado, no dia analisado, somente apareceram no *Repórter*, não sendo citados em nenhum outro momento na programação da emissora. Na continuação, o locutor Wladimir Oliveira faz a leitura de duas informações que fazem parte do quadro *Guaíba Serviço* do dia: “Termina hoje o prazo para a regularização do título de eleitor [...]. Continuam abertas as inscrições ao processo seletivo para ingresso no quadro de capelães da Marinha [...]” (Wladimir Oliveira, programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*, 30.3.2006. Transcrição). Depois, o programa conta com a entrada, por telefone, de Brasília, do deputado federal gaúcho Júlio Redecker⁶⁰³, do PSDB, do Rio Grande do Sul. Em tom de “bate-papo”, o parlamentar transmite a Flávio e aos ouvintes informações do Congresso de interesse dos gaúchos. Ao longo do programa também são inseridos boletins da equipe de reportagem, conforme demonstra o quadro a seguir.

Tabela 10

Equipe de reportagem: os assuntos do dia no Flávio Alcaraz Gomes Repórter

Repórter	Assunto (frase de encerramento do boletim/assinatura)
Ticiano Kessler	Com informações do trânsito.
Andreia Fantinel	Com o lançamento do foguete que levou o primeiro astronauta brasileiro ao espaço.
Lizemara Prates	O ministro da agricultura, Roberto Rodrigues, está informando que o pacote será apresentado pelo presidente Lula na próxima segunda-feira.
Gustavo Mota	No mais, a confirmação da ampliação dos espaços do PTB, o que antecipa a chapa majoritária com os trabalhistas indicando o vice do PMDB e também a expectativa em relação ao futuro do governador. Até amanhã ele, pela legislação, deve finalizar o que pretende fazer (referente ao novo secretariado do governador Germano Rigotto).
Fernanda Bagatini	Com a aula inaugural do Projeto Compartilhar Ensino Médio

⁶⁰³ O deputado Júlio Redecker era um dos 186 ocupantes do voo 3054 da TAM que se chocou no dia 17 de julho de 2007 em um terminal de cargas da companhia, no aeroporto de Congonhas, em São Paulo. De acordo com o *O Globo Online*, o deputado “estava no melhor momento de sua vida pública. Eleito em 2006 para o quarto mandato, foi o candidato mais votado da coligação que elegeu Yeda Crusius a primeira governadora do Rio Grande do Sul. [...] Redecker vinha tendo atuação destacada na Casa, com participação ativa nas CPIs do Mensalão e das Sanguessugas (que investigou compras superfaturadas de ambulâncias), da qual foi o relator. Era o líder da Minoria na Casa e, nessa condição, participou, em março, dos plantões que deputados de oposição fizeram nos aeroportos para recolher as 20 mil assinaturas que pediam a instalação da CPI do Apagão na Câmara (Disponível em <http://oglobo.globo.com/sp/mat/2007/07/17/296831662.asp>, notícia publicada em 18 jun. 2006, às 2h01min).

	(referente a projeto educacional desenvolvido pela prefeitura de Porto Alegre).
Tatiane de Souza	O MST também exige agilidade por parte do governo federal nos processos de desapropriação das fazendas Três Pinheiros e Dragão, no interior do Estado

Por volta das 8h05min, após a veiculação do *Guaíba Notícias*, Gomes anuncia quem fará parte da mesa-redonda⁶⁰⁴ do programa: “No ar os Guerrilheiros da Notícia⁶⁰⁵: Túlio de Oliveira Martins⁶⁰⁶, JK⁶⁰⁷, Vieira da Cunha⁶⁰⁸, Valter Nagelstein⁶⁰⁹ e o polêmico Antônio Carlos Baldi⁶¹⁰. Com estilo informal, eles emitem opiniões sobre os assuntos da pauta do dia e informações transmitidas pela equipe de reportagem. Gomes, ao longo do programa, levante questões para que ocorra debate entre os “guerrilheiros”. Mesmo assuntos sérios são conduzidos de forma irônica pelo apresentador: “(apresentador Flávio Alcaraz Gomes): - Baldi, o “manteiga” como é que está indo? (economista Antônio Carlos Baldi:) - (risos). Não conheço. Conheço o Mantega⁶¹¹. O mercado assimilou com tranquilidade singular essa substituição [...] (programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição). A participação de Martins, JK, Cunha, Nagelstein e Baldi segue até o final da atração, sempre em tom de discussão.

(deputado federal Vieira da Cunha) - Mas o otário, os otários a gente sabe quem são. (economista Antônio Carlos Baldi:) - Quem são? (deputado federal Vieira da Cunha:) - Quem trabalha e quem produz. No Brasil, os otários são quem trabalha e quem produz. (economista Antônio Carlos Baldi – Ah! Não... Mas é palanque de político... (deputado federal Vieira da Cunha:) – Não! Palanque não, isso é a realidade. (economista Antônio Carlos Baldi) - Me poupa... Me poupa... (deputado federal Vieira da Cunha:) - Nem tudo que se diz nem tudo que se diz num palanque é discurso de político. (economista Antônio Carlos Baldi – Ah! Meu Deus do céu!

⁶⁰⁴ De acordo com Prado, a mesa-redonda é a “fórmula mais completa, dinâmica, ágil e atraente de polemizar no rádio. [...] Nela participam representantes de diversos pontos de vista sobre o tema a ser debatido. Os pontos de vista expostos podem ser contrapostos ou complementares” (1989, p. 91).

⁶⁰⁵ Gomes faz uma referência ao programa *Guerrilheiros da Notícia*, veiculado de segunda a sexta-feira, das 19h às 20h15min, na *TV Guaíba*. Diariamente, a partir das 8h05min, integrantes da bancada do programa televisivo participam do *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*. O *Guerrilheiros da Notícia* está no ar desde 19 de junho de 1989. Inicialmente, usava a mesma denominação do programa de rádio. Atualmente, Gomes e seus “guerrilheiros” estão na TV Pampa, de segunda a sexta-feira, das 13h às 14h.

⁶⁰⁶ Juiz de Direito.

⁶⁰⁷ Jayme Keunecke. Jornalista, colunista político.

⁶⁰⁸ Carlos Eduardo Vieira da Cunha. Deputado Federal, do PDT.

⁶⁰⁹ Advogado. Nagelstein foi candidato a prefeito de Porto Alegre em 2000 e a deputado estadual em 2002. Não se elegeu em nenhum dos cargos. Em 2004 foi vice de José Alberto Mendes Ribeiro Filho na chapa do PMDB na eleição municipal. Mais uma vez não se elegeu.

⁶¹⁰ Economista.

⁶¹¹ O economista Guido Mantega assumiu em 27 de março de 2006 o Ministério da Fazenda em substituição a Antonio Palocci.

(deputado federal Vieira da Cunha:) - Também se fala no palanque coisas sérias e também se traduz a realidade. A realidade é esta: tu mesmo disseste que alguém ganha e alguém perde. Quem são os otários... Eu estou te dizendo quem são os otários... Eu sou, por exemplo, um dos otários. Eu vivo do meu trabalho, eu vivo de salário... (programa *Flávio Alcaraz Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Em torno das 8h25min, Nagelstein conta que se emocionou ao ver em um programa de TV a decolagem da nave Soyuz TMA-7 com o primeiro astronauta brasileiro, Marcos Pontes. Os “guerrilheiros” provocam novo debate. Flávio Alcaraz Gomes aproveita, então, para destacar a importância das coberturas internacionais da *Guaíba*. O jornalista relembra a decolagem da *Apollo 11*, cuja transmissão foi realizada por ele: “O que a façanha nos lembra: 1969, julho, o homem vai à Lua” (Flávio Alcaraz Gomes, programa *Flávio Alcaraz Repórter*, 30.3.2006. Transcrição). O operador de áudio⁶¹² reproduz, então, o boletim da época.

Agora atenção ouvintes, um minuto e cinco segundos para Apolo decolar. Muita gente aqui na frente agachada... Eu me encontro precisamente a três milhas de distância em linha reta do foguete Saturno. É o lugar máximo permitido para presença de homens de rádio, de televisão e de jornal. Há na verdade, em volta do Apolo, câmeras de televisão embutidas em casamata que permitirão que os telespectadores de todo o mundo acompanhem a decolagem da nave. Atenção ouvintes! Faltam 25 segundos, faltam 24 segundos, faltam 23 segundos. Atenção começou a subir a Apolo 9. É o espetáculo mais emocionante jamais testemunhado por esse repórter! Lá começa ele a subir lentamente, muito lentamente, levemente inclinado para a direita... Ouçam o ruído, ouvintes da Rádio Guaíba! (programa *Flávio Alcaraz Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição).

O *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* conta ainda com três boletins que não são produzidos por funcionários da emissora. O primeiro é de responsabilidade da Empresa Pública de Transporte e Circulação: “Trânsito sem maiores transtornos na manhã dessa quinta-feira [...]. Direto da central de rádio da EPTC, Moreno Osório” (programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição). O segundo é elaborado pelo Exército.

(apresentador Flávio Alcaraz Gomes) - Nos estúdios da Rádio Guaíba, oito horas e sete minutos. Temperatura 19 graus e dois décimos. GBOEX, a maior empresa de previdência privada do Brasil e o boletim do Comando Militar do Sul. **(capitão Mônica Silvana)** - 0 Décimo Nono Regimento de Cavalaria Mecanizado, sediado

⁶¹² A função de operador de áudio pertence ao setor de tratamento e registros sonoros. É o profissional que “opera a mesa de áudio durante gravações e transmissões, respondendo por sua qualidade” (Manual do Radialista, editado pela Federação Interestadual de Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão – Fitert, s.d.).

em Santa Rosa, realizou o exercício de garantia da lei e da ordem. O esquadrão de ação rápida do regimento São Martin teve como objetivo implementar o projeto de excelência operacional da unidade. Do comando militar do sul, informou a capitã Mônica Silvana (programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição).

O terceiro é da *BBC* de Londres. Em 30 de março de 2006, o enviado especial da *BBC Brasil* ao Cazaquistão, Eric Camara, relata a decolagem, no Cosmódromo de Baikonur, da nave com o astronauta brasileiro. É interessante registrar que o boletim entrou no ar às 9h20min, quase uma hora depois de os debatedores terem discutido a questão.

O *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* apresenta ainda um boletim de previsão do tempo elaborado pelo fundador e diretor-geral da MetSul Meteorologia Eugênio Hackbart: : “Nove horas, 13 minutos, 45 segundos. Meteorologia, Eugênio Hackbart (Flávio Alcaraz Gomes, programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição). Na seqüência, Gomes anuncia uma música de Frank Sinatra⁶¹³.

Por volta das 9h30min, o chefe do Departamento de Esportes, Luiz Carlos Reche, faz um comentário que tem como tema central o jogo de futebol entre Internacional e Grêmio a ser realizado no sábado seguinte. Seguem ainda mais três entrevistas no programa que contam com, além de Gomes, a participação de todos os “guerrilheiros” na elaboração dos questionamentos. A diretora do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Rio Grande do Sul, a arquiteta Débora Magalhães Costa, fala sobre o convênio entre a Secretaria de Estado da Cultura e a Companhia Estadual de Energia Elétrica para a realização de ações conjuntas em relação ao Centro Cultural CEEE Erico Verissimo⁶¹⁴. A arquiteta lembrou ainda o lançamento do livro do Instituto sobre as estações férreas do Rio Grande do Sul. Depois foi a vez do presidente do Tchecerveja Clube Gaúcho de Colecionáveis Cervejeiros que divulgou o encontro promovido pelo grupo envolvendo colecionadores da América do Sul e Europa a ser realizado no *Shopping Total*, em Porto Alegre. Por fim, o *Flávio Alcaraz Gomes* conta com a participação do Secretário Municipal da Cultura, Sergius Gonzaga. A presença do secretário é considerada a entrevista mais importante do programa, sendo destaque, inclusive, na programação da *Guaíba* divulgada no dia no jornal *Correio do Povo*.

⁶¹³ *When Somebody Loves You* (S. Cahn, J. Van Heusen). Gravada em 14 abr. 1965, Hollywood, Estados Unidos.

⁶¹⁴ O Centro Cultural CEEE Erico Verissimo está instalado no antigo prédio da Companhia Força e Luz, construído entre 1926 e 1928 na Rua dos Andradas, nº 1123, no centro de Porto Alegre. Além do acervo de Erico Verissimo, o local abriga o Museu da eletricidade do Rio Grande do Sul.

Ilustração 71

Correio do Povo destaca a participação do Secretário Municipal de Cultura, Sérgio Gonzaga, no programa Flávio Alcaraz Gomes Repórter no dia 30 mar. 2006

24 — QUINTA-FEIRA, 30 de março de 2006

VARIEDADES

CORREIO DO POVO

Agenda de espetáculos teatrais

Tribo de Atadores exhibe jogos cênicos na rua e o grupo Boca de Cena estreia no Teatro Renascença

Para comemorar seus 28 anos, a Tribo de Atadores *Ôs Nós Aqui Traviz* promove várias apresentações este mês. Hoje e amanhã, às 12h, na Esquina Democrática serão apresentados jogos cênicos. Hoje, a atração é "Festejando na contramão", e amanhã, "Entre o chute de uma bota e o coque de um cavale". Também nesta sexta, às 20h, o *Ôs Nós* lança a revista *Cavalo Louco*, na Terreira da Tribo (João Inácio, 981). Na próxima terça, dia 4, na Praça da Alameda, o grupo encenará "A saga dos Camudos".

Amanhã, o grupo Boca de Cena estreia "A gente se vê", às 19h, no Teatro Renascença (Erico Verissimo, 307). Dirigida por Arnes Ibiás, a peça exibe um executivo estressado envolvido com as penosas de duas ex-esposas. A temporada segue, até 14 de maio, de sextas a domingos, às 19h. A comédia musical "No rit-

mo do amor" reestrea também nesta sexta, às 21h, no Teatro de Câmara Túlio Piva (República, 575). A história é sobre Mohammed e Raquel. Apesar deles se amarem, há na relação uma zona de conflito. Negociações são feitas na busca da paz. A peça permanece até 16 de abril, com sessões nas sextas e sábados, às 21h, e domingos, às 20h. No sábado, estreia o show de causos e piadas "Solto das patas", com João Kutudo, no Teatro Novo DC (Frederico Mentz, 1561). A temporada segue, até 9 de abril, aos sábados e domingos, às 21h. A co-

munidade acadêmica da FUCRS realizará o "Abraço à vida", na Renascença, no sábado, às 19h, perto do Monumento ao Expedicionário. O concerto de encerramento da Gincana FUCRS Integração 2006, será às 19h, no Parque Esportivo Ião Iado do Hospital São Lucas.



A gente se vê... estreia amanhã no Teatro Renascença

Três shows para conferir novos trabalhos



Marcelo Delacroz, no TSP

Shows musicais exibem as novas produções de vários artistas, hoje e nos próximos dias. O Teatro São Pedro (Praça da Matriz, s/nº) recebe, hoje, às 21h, o cantor e compositor Marcelo Delacroz, que lança o CD "Depois do rato". O repertório do show apresenta canções em parceria com Ronald Augusto, Arthur de Faria, Nelson Coelho de Castro, Gustavo Finkler e Sergio Napp. Na formação da banda, Veco Marques (violões e co-produção), Angelo Primon (violões e guitarra), João Vicenti (acordeão e piano), Mateus Mapa (flauta e voz), Nico Bierno (bateria), Mano Gomes (bateria) e Giovanni Berti (percussão). Participam do show,

como convidados especiais, Nelson Coelho de Castro, Ronald Augusto e Arthur de Faria, Fábio Mentz e Marcelo Piratino. Como parte do lançamento disco, acontece uma exposição de xilogravuras de Aníbal Herskovits. Também hoje tem show da Ultramar, às 22h, no Ocidente (Oswaldo Aranha, 968). No ano em que completa 15 anos de estrada, a banda abre o tradicional projeto Ocidente Acústico e prepara o lançamento do quarto CD. O show apresenta músicas inéditas, do novo trabalho, que deve sair até o meio do ano. E no próximo sábado, 19h, os poETS exibem show acústico, com novas canções, na Livraria Cultura (Túlio de Rose, 80).

Palmeir

CHORO — O Clube do Choro de Porto Alegre retoma hoje as exibições das quintas no Ypiranga Futebol Clube (Princesa Isabel, 795), 21h. O repertório inclui grandes sucessos do choro, sextista e samba-canção. Grátis.

CONCERTO — No ano em que se comemora 250 anos de nascimento de Mozart, a Orquestra Sesi/Fundarte homenageia o compositor com o concerto de hoje, às 20h30min, no Teatro Teresinha Petry Cardona, em Montenegro. À entrada é franca.

SEMINÁRIO — O Museu de Comunicação Social (Andradas, 959) promove, até o dia 20 de abril, sempre às quintas, um seminário sobre o escritor Caio Fernando Abreu. Hoje, 19h30min, o tema é "Caio entre amigos".

MÚSICA — Luiz Felipe Damiani (violino), Rodrigo Andrade (violão) e Eduardo Moreira (piano) tocam obras de Mozart e Beethoven hoje, no StudioClio José do Patrocínio, 698, às 21h.

SHOW — Kleiton & Kleidr lança neste sábado, 21h, e domingo, 18h, no Teatro São Pedro (Praça da Matriz, s/nº), o CD e DVD "Kleiton & Kleidr ao vivo". No repertório, sucessos da dupla.

MEMÓRIA — O projeto "Arqueologia, que cidade é esta?" será apresentado hoje e amanhã, no StudioClio José do Patrocínio, 698, com Rualdo Mengat. Informações pelo fone 3254-7200.

RÁDIO GUAÍBA

Telefone do ouvinte: (51) 3299-0729
jornalismo@radioguaiba.com.br

18h30min — **FLÁVIO ALCARAZ GOMES REPÓRTER**: presença do secretário municipal de Cultura, Sérgio Gonzaga. (9h)
CORRESPONDENTE PORTOCREDE
AGENDA ESPORTIVA
19h06min — **ZORZOC**: entrevista com o deputado federal Onyx Lorenzoni (PFL-RS).
19h06min — **JORNAL DA MANHÃ**
12h06min — **TERCEIRO TEMPO**: os ouvintes podem participar do programa pelo telefone (51) 3215-0340.
13h — **CORRESPONDENTE PORTOCREDE**
13h15min — **ESPAÇO ABERTO**: no Estádio Cristal, na Esquina da Comunicação, com a participação da vereadora Sueli Cavendon (PT) e do economista da Faderesul, José Antônio Ballo.
14h06min — **GUAÍBA REVISTA**
18h06min — **JORNAL DA TARDE**
17h06min — **REPÓRTER ESPORTIVO**
18h06min — **CORRESPONDENTE PORTOCREDE**
19h — **A VOZ DO BRASIL**
20h — **HORÁRIO POLÍTICO**
20h02min — **CORRESPONDENTE PORTOCREDE**
20h12min — **PLANTÃO ESPORTIVO**
22h06min — **ÚLTIMO TOQUE**
23h — **JORNAL DA NOITE**
0h — **NOTURNO GUAÍBA**: com Francisco Alves.
1h — **A MÚSICA DA GUAÍBA**
5h — **GUAÍBA RURAL**

MÚSICA

ROBERTO PINHEIRO — No Sa Acaso Vozes Chegasse (Vanício Alves, 866), 21h.
TIAGO SANTOS — No Cosmopolita Pub Bar (Sarmiento Lulla, 1062), às 21h00min.
CHORO E SAMBA — No São Jorge e o Dragão (Sofia Valoco, 61), às 22h.
CAPIVARI BAND — No Cut (Lima e Silva, 205), às 22h.
Blueszz
ULTRAMAR — No Bar Ocidente (João Talas esquina com Oswaldo Aranha), 22h.
FREAKCHOC — No Eio Perdido (João Inácio, 933), a partir das 22h.
FESTA RETIRO — No Cado Bier (Túlio de Rose, 80), às 22h00min.
SUNSET REDERS — No John Bull Pub (Cristóvão Colombo, 545), às 22h.
DEUS É O DIABO — No Dr. Jackyl (Travessa do Carmo, 76), às 22h.
QUINTA PIPE NA MORAL — No Pipe Bar (Tobias da Silva, 241), às 22h.
BOX — Beco (João Pessoa, 205), 22h.

Fonte: *Correio do Povo*, 30 mar. 2006, p. 24.

Pela segunda vez no programa, a própria *Rádio Guaíba* é evocada.

(apresentador Flávio Alcaraz Gomes) - Obrigado pela presença do ilustre amigo e colega, doutor Sergius Gonzaga. Sergius... (Secretário Municipal da Cultura, Sergius Gonzaga:) - Bom dia aos nossos estimados ouvintes. Falávamos da Rádio Guaíba... (apresentador Flávio Alcaraz Gomes:) - O Sergius é, como se sabe, é o secretário de cultura do município de Porto Alegre. Guaíba e Sergius Gonzaga, uma relação de muitos anos. (Secretário Municipal da Cultura, Sergius Gonzaga:) - De muitos anos e também como ouvinte, porque eu era um menino, um adolescente, um pré-adolescente lá em Taquara quando entrou no ar a Rádio Guaíba. E tinha um programa infantil que ia num determinado horário, das seis eu acho, às cinco, que apresentou o Mágico de OZ. (apresentador Flávio Alcaraz Gomes:) - Era o Teatrinho Cacique.(Secretário Municipal da Cultura, Sergius Gonzaga:) - Isso, teatrinho... (apresentador Flávio Alcaraz Gomes:)- Um sucesso fantástico... O primeiro programa infantil aqui do Rio Grande do Sul... O rádio teatro da Rádio Guaíba ia ao ar às 18 horas, a característica é (cantarola), hã? (Secretário Municipal da Cultura, Sergius Gonzaga:) - A velha canção do folclore popular brasileiro. Isso mesmo! Então, a Rádio Guaíba está... Ela tá no coração de todos os gaúchos profundamente [grifo nosso] (programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*, 30.3.2006. Transcrição).

Gomes também utiliza diversas vezes – no dia analisado foram oito – um bordão que identifica a emissora: “É a Guaíba” (Flávio Alcaraz Gomes, programa *Flávio Alcaraz Repórter*, 30.3.2006. Transcrição). A frase, na maioria das vezes dita de forma solta, acentua a idéia de que aquilo que está sendo dito só tem espaço na estação da Caldas Júnior.

Para encerrar o *Repórter*, Gomes, por meio de seu operador de áudio, roda uma gravação em que cada integrante da equipe anuncia seu nome e função.

- Chefia de reportagem, Ataídes Miranda, com os repórteres: - Fernanda Bagatini. - Lizemara Prates. - Ticiano Kessler. - Tatiane de Souza. - E Gustavo Mota. – Locução, Vladimir Oliveira. - Na mesa de áudio, Marco Aurélio Pacheco. - Central técnica e gravações, Luís Alberto Barbosa. – Produção, Luís Reis.- E Luma Duarte. - Coordenação de produção, Sílvio Almeida. - Seleção musical de Fernando Veroneze. - Gerência de jornalismo, Flávio Portela (programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* 30 mar. 2006. Transcrição).

Após a audição do programa - pela condução de Gomes, a participação dos “guerrilheiros” e entrevistados e a música - é possível confirmar o proposto por Cunha nove anos antes.

O receptor idealizado pelo discurso de Gomes pertence à classe média alta, com uma visão conservadora dos fatos. A definição de conservadorismo associada a tradicionalismo [...] é a que melhor se aplica a este caso. [...] E esta marca da tradição, Gomes faz questão de manter, para ganhar seus seguidores, não muitos quando a avaliação é numérica, mas fiéis, quando o critério é constância (CUNHA, 1997, p. 244-5).

Cabe o registro que no dia analisado – 30 de março de 2006 – Flávio estava com 79 anos, o que também corrobora a tese de Cunha de que os “ouvintes são indivíduos pertencentes a um grupo que se identifica historicamente com o comunicador, voz tradicional do rádio gaúcho”. (1997, p.244, 1997) Contudo, é possível apontar contradições. Ao mesmo tempo em que roda uma música “sofisticada” de Frank Sinatra, na hora do debate entre os “guerrilheiros” utiliza-se de um tom agressivo e de expressões de gosto duvidoso: “- **Não, não tá ouvindo coisa nenhuma!** O Valter tá falando, tu tás falando e o JK está ali, **com a cara de quem tá em serviço de parto** [grifo nosso] (economista Antônio Carlos Baldi programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Embora a parte comercial seja bastante diversificada, como demonstra o quadro a seguir, é possível afirmar que existe intenção de atingir um público de mais idade. Chama a atenção o fato de dos 22 anunciantes, três estarem ligados a área de saúde: Sindicato Médico do Rio Grande do Sul, UNIMED e PANVEL. Em porcentagem, estes comerciais representam 13,6 por cento do total. Este índice eleva-se ao levarmos em conta o número de inserções/citações. O programa registrou 44 inserções/citações comerciais. Destas, nove são referentes à área de saúde, o que representa 20,4 por cento da totalidade.

Ilustração 72

Anunciantes do programa Flávio Alcaraz Gomes Repórter em 30 de março de 2006

Anunciante	Produto/Serviço	Inserções/ Citações
Aracruz Celulose	Produção de celulose branqueada de eucalipto	2
GBOEX	Previdência privada	5
Sindicato Médico do Rio Grande do Sul (SIMERS)	Entidade de classe	3
UNIMED	Plano de Saúde	1
PANVEL	Farmácia	6
Serviço Social da Indústria (SESI)	Serviços para a categoria dos industriários e familiares	5
Consulado Geral da Itália	Escritório de representação	2
Copesul	Petroquímica	2
Correio do Povo	Jornal	3
Zaffari e Bourbon	Rede de supermercados	2
JK Pneus	Pneus	1
Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR-RS)	Formação profissional rural	1
Quartzolitweber	Materiais de construção	1
Governo federal	Administração e serviços	2
Paquetá esportes	Artigos esportivos	1
Jimo Cupim	Imunizante	1
Rádio Guaíba	Programação de rádio	1
Multisom	Cds, dvds, eletrônicos	1
Cooperativa Santa Clara	Laticínios e embutidos	1
Companhia de Geração Térmica de Energia Elétrica (CGTEE)	Usina termelétrica	1
Goldstein	Construtora	1
Gambrinos	Restaurante	1

Às 10h55min, O Departamento de Esportes da *Rádio Guaíba* coloca no ar o programete *Agenda Esportiva*⁶¹⁵. A atração, conduzida pelo narrador Orestes de Andrade, abre com as manchetes esportivas do *Correio do Povo* e dos principais jornais do país, além de *sites* especializados em futebol. Logo após, o repórter Flávio Dal Pizoll apresenta um boletim com as informações do Grêmio e do Internacional. A *Agenda* termina com a leitura de mais duas notícias por parte de Andrade: jogos da noite pela Copa Libertadores da América e a morte do ciclista Vanderlei Magalhães.

O programa *Agora*, por sua vez, entra no ar às 10h05min e segue até às 11h, de segunda a sexta-feira⁶¹⁶. É apresentado por Amir Domingues desde 1977. Do gênero informativo, tem como principal assunto a política. O *Agora* sustenta-se por entrevistas conduzidas pelo apresentador ou, então, elaboradas pela equipe de reportagem. No dia 30 de março de 2006, após uma breve introdução, na qual Domingues destacou o principal patrocinador e as condições do tempo, o *Agora* já contou com a presença da reportagem.

(apresentador Amir Domingues) - Dez horas, sete minutos. Bom dia ouvintes. Num oferecimento do Sindicato dos Estabelecimentos do Ensino Privado do Rio Grande do Sul, SINEP, nosso principal conteúdo é o ser humano, estamos iniciando mais uma apresentação do programa *Agora*. Tempo bom, céu azul esta manhã em Porto Alegre, a umidade relativa do ar está em 74 por cento e a pressão atmosférica é de 1014 hectopascals. Agora na rua Caldas Júnior, sede dos estúdios da Rádio Guaíba, o termômetro está marcando 20 graus e oito décimos. Iniciamos como sempre com as informações do repórter do setor político. Alô! Bom dia, Gustavo Mota (programa *Agora*, 30.3.2006. Transcrição).

Mota destaca, então, uma das notícias do dia: a reforma no secretariado do governo Rigotto. O boletim do repórter apresenta três entrevistas: os deputados estaduais Jeronimo Goergen, do PP, Adroaldo Loureiro, do PDT e Edson Brum, do PMDB.

De um tema de interesse direto dos gaúchos, o apresentador abre para uma questão nacional. Domingues realiza, por cerca de sete minutos, uma entrevista com um dos relatores da CPMI dos Correios, o deputado Gustavo Fruet, do PSDB do Paraná. O político fala diretamente de Brasília por telefone. Amir tem um estilo próprio de conduzir as entrevistas em seu programa. Apresenta um ritmo mais lento em que muitas vezes as perguntas são trocadas por afirmações: “Para quem nos acompanha nessa entrevista, deputado Gustavo Fruet, é muito importante que o senhor informe o que vai acontecer daqui para frente em

⁶¹⁵ Em 30.3.2006, a *Agenda Esportiva* teve a duração de quatro minutos e 22 segundos.

⁶¹⁶ Atualmente, o *Agora* é apresentado pelo jornalista Joabel Pereira, que assumiu em 3 abr. 2006. O programa vai ao ar, de segunda a sexta-feira, das 9h10min às 11h.

função da apresentação do relatório” (DOMINGUES, Amir. programa *Agora*, 30 mar. 2006. Transcrição). Da mesma forma, Amir não pressiona o entrevistado, deixando que ele tenha total liberdade para emitir opiniões “Eu gostaria de no final da entrevista, deputado Gustavo Fruet, que o senhor fizesse uma apreciação sobre a forma como a presidência da CPMI, através do senador Delcídio Amaral se conduziu durante esse processo (DOMINGUES, Amir. programa *Agora*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Após Fruet, o gerente de jornalismo da *Guaíba*, no papel de repórter, participa do programa. Mais uma vez, como o ocorrido no boletim de Mota, a entrevista ocupa um espaço maior do que a fala do jornalista, que serve apenas para anunciar a questão.

(repórter Flávio Portela) - Pois Amir, o presidente do Tribunal de Justiça, o desembargador Marco Antônio Barbosa Leal, reuniu representantes dos veículos de comunicação, agora pela manhã, para realizar o que ele chamou de “café da manhã com o judiciário”, evento que ele pretende fazer com alguma regularidade. Ele encerrou o café da manhã agora mesmo dando uma informação importante, que a magistratura, através de uma decisão da administração do Tribunal de Justiça, em conjunto com a AJURIS, está desistindo do projeto de reajuste de 12 por cento para os magistrados. A gente começa por aí a conversa. Desembargador: como se chegou a essa decisão? (programa *Agora*, 30 mar. 2006. Transcrição).

O tema da CPMI dos Correios é retomado. Desta vez, Amir busca a opinião de um parlamentar gaúcho, o deputado Ônix Lorenzoni, do PFL⁶¹⁷, que foi sub-relator da comissão. Na seqüência, o apresentador entrevista o titular da Secretaria de Ciência e Tecnologia, Kalil Sehbe, que no dia seguinte voltaria a ocupar sua cadeira como deputado pelo PDT na Assembléia Legislativa. A conversa gira em torno do projeto que trata do plano estratégico de ciência e tecnologia e inovação do Estado para os próximos dez anos. Segue-se, então, uma entrevista que tem como foco a cidade de Porto Alegre. O supervisor operacional do Departamento Municipal de Limpeza Urbana, Geraldo Luís Felipe, é questionado por Domingues sobre o novo modelo de limpeza urbana para a capital gaúcha. Após a entrevista, Amir encerra o programa.

(apresentador Amir Domingues) Bom dia. Num oferecimento do SINEP, nosso principal conteúdo é o ser humano, estamos encerrando mais uma apresentação do programa *Agora*. Tenham todos um bom dia e acompanhem a seguir o informativo das onze, com Paulo Amaury, e logo após o *Jornal da Manhã*, com apresentação de Orestes de Andrade (programa *Agora*, 30 mar. 2006. Transcrição).

⁶¹⁷ Em 2007, o PFL mudou seu nome para Democratas.

Ilustração 73

Amir Domingues: 29 anos no comando do programa *Agora*



Fonte: Projeto Vozes do Rádio, <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/20051/domingues/foto1.jpg>

O *Agora* distingue-se dos programas apresentados desde o início da manhã – *Guaíba Rural*, *Bom Dia* e *Flávio Alcaraz Gomes* – por não dar informações da chamada “prestação de serviços”. A hora e a temperatura somente são ditas duas vezes: na abertura e na metade do programa. Da mesma forma, não são repassadas informações sobre previsão do tempo e boletim do trânsito. Por entrar no ar a partir das 10h05min, quando as pessoas economicamente ativas já estão no trabalho, estes dados passam a não ser relevantes. Outra diferença é o ritmo. Amir conduz com sobriedade as entrevistas, não alterando o tom da voz em nenhum momento. Cabe registrar que o jornalista está a 29 anos no comando do programa, o que garante o domínio total sobre o período em que está no ar. Dessa forma, o programa consegue manter sempre a mesma linha, pautado pela conduta sóbria de Domingues, não fugindo da cobertura política. De todas as vozes que participaram do *Agora*, excetuando-se a de Amir e a dos repórteres Gustavo Mota e Flávio Portela, quatro eram de parlamentares, uma de um representante do Poder Judiciário e outra da prefeitura. Desta forma, é possível afirmar que todas vozes são oficiais, ou seja, representam instâncias de poder.

Quanto à parte comercial, o principal anunciante é o Sindicato dos Estabelecimentos de Ensino Privado do Rio Grande do Sul, que contou com oito inserções/citações ao longo do programa. Embora o *Agora* tenha a política como principal pauta, apenas um anunciante tem ligação direta com o tema: a Assembleia Legislativa.

Todos os gaúchos querem um estado mais forte e para isso podem contar com a Assembléia. Há tempos essa é a casa dos debates, da democracia, um lugar transparente, onde a diversidade de opiniões traduz a vontade de milhões de pessoas, onde todos trabalham por um mesmo objetivo: contribuir para uma vida melhor, com condições iguais para crescer e se desenvolver. No dia-a-dia da Assembléia Legislativa se constrói o nosso Rio Grande Andrade (programa *Agora*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Os demais anunciantes tiveram apenas uma inserção: Real Center (material elétrico), Associação Gaúcha de Concessionárias de Rodovias, Banrisul, Rádio Guaíba, Atacado Delfino (roupas), Vivo, Sesi, Dubone (produtos alimentícios), Brasil Telecom, Sulbra, Claro, Al Dent (restaurante) e Empresa Portoalegrense de Vigilância (segurança).

3.2.4 DO JORNAL DA MANHÃ AO TERCEIRO TEMPO

Às 11h05min, de segunda a sexta-feira, entra no ar o *Jornal da Manhã*, apresentado por Orestes de Andrade⁶¹⁸. De acordo com a emissora, o programa é uma “síntese dos principais acontecimentos da manhã, noticiados pela equipe de repórteres e correspondentes do Sistema Guaíba/Correio do Povo e pelas rádios parceiras nacionais e internacionais”⁶¹⁹. A propaganda do programa que roda na emissora ao longo da programação também deixa claro o objetivo do *Jornal*.

Informação e prestação de serviços nos jornais da Rádio Guaíba. *Jornal da Manhã*, de segunda a sexta das onze e cinco até o meio-dia. *Jornal da Tarde*, também de segunda a sexta-feira, das 16 e cinco até às 17 horas. E o *Jornal da Noite*, de domingo à sexta, das onze à meia-noite (PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO GUAÍBA, 30 mar. 2006. Transcrição).

A atração, do gênero informativo, conta ainda com a participação de comentaristas. O *Jornal da Tarde* e o *Jornal da Noite*, veiculados às 16h e às 23h, respectivamente, também seguem este mesmo conceito. Andrade inicia o programa anunciando hora, temperatura, o principal patrocinador e a manchete do dia.

⁶¹⁸ O narrador esportivo Orestes de Andrade apresentou o programa interinamente por um período. Atualmente, o *Jornal da Manhã* é ancorado pelo jornalista André Haar.

⁶¹⁹ Informações disponíveis em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=16>. Consulta realizada em 24 jan. 2008.

(apresentador Orestes de Andrade) - Bom dia! São onze horas com cinco minutos e trinta segundos, 22 graus de temperatura. Jornal da Manhã, oferecimento Tim, promoção Tarifa Zero. Você compra um Tim e faz ligações locais para outro Tim de graça. O destaque de hoje do Jornal da Manhã: Rigotto define os últimos nomes para o novo secretariado (programa *Jornal da Manhã*, 30 mar. 2006, Transcrição).

Na seqüência, o meteorologista Eugênio Hackbart transmite aos ouvintes da *Guaíba* as condições do tempo. Então, inicia-se a participação da equipe de reportagem: “Onze horas, sete minutos e meio, 22 graus de temperatura. Gustavo Mota, me responda, definida o novo secretário do governo gaúcho?” (Orestes de Andrade, programa *Jornal da Manhã*, 30 mar. 2006, Transcrição). Depois de Mota, o programa veicula um quadro de: culinária. A radialista Rosaura Fraga apresenta, diariamente, receitas para o preparo de alimentos: “Hoje é dia de tortinha cremosa de frango com legumes [...]” (Rosaura Fraga, programa *Jornal da Manhã*, 30.3.2006, Transcrição). Na continuidade, em 30 mar. 2006, foi veiculada a penúltima reportagem de uma série especial. A repórter Tatiane de Souza destaca a importância de uma alimentação saudável. Já Lizemara Prates noticia, por meio de um boletim, a marcha dos pequenos agricultores em Porto Alegre.

(repórter Lizemara Prates) - Neste momento 2500 pequenos agricultores estão marchando pela avenida Loureiro da Silva em direção ao Parque da Harmonia. Eles chegaram a Porto Alegre por volta das nove e meia da manhã e foram ao prédio central do INSS, na Avenida Mauá para entregar uma pauta pedindo que seja mantida das regras da Previdência Social para os pequenos agricultores (programa *Jornal da Manhã*, 30 mar. 2006, Transcrição).

Às onze horas e 22 minutos, entra no ar o primeiro comentário. O jornalista Renato Rossi⁶²⁰ participa do *Jornal da Manhã* com informações e opiniões sobre o setor automotivo. No dia analisado, Rossi construiu suas observações a partir de uma matéria do jornal *The New York Times*, que critica a busca da indústria automobilística pela produção de veículos de maior potência e, por consequência, mais poluidores.

Na seqüência, o programa apresenta um bloco de notícias internacionais com a participação dos chamados *parceiros internacionais*⁶²¹ da *Rádio Guaíba*. A correspondente

⁶²⁰ Desde 1987, Renato Rossi é o responsável pelo conteúdo editorial das páginas de *Carros e Motos* do *Correio do Povo*. Também é produtor e apresentador do programa *Motorshow* da, *TV Record*, veiculado aos domingos às 10h.

⁶²¹ *Radio France Internationale, BBC Brasil, China Radio International, Radio ONU, Swissinfo.ch, NHK World Daily News, Radio Japan Online, Radio-Canada, RUVR-Voz da Rússia.*

Ana Carolina Dani, da *Radio France Internationale*, transmite um boletim sobre a conferência realizada pelo presidente da Fundação Nacional do Índio, Mércio Pereira Gomes, em Paris. O boletim seguinte é produzido pela repórter Mônica Valéria, da *Radio Onu*: “O secretário geral da ONU, Kofi Annan, reafirmou a proposta do quarteto diplomático formado pela ONU, União Européia, Rússia e Estados Unidos na implementação do plano de paz no Oriente Médio” (Mônica Valéria, programa *Jornal da Manhã*, 30 mar. 2006, Transcrição). O bloco termina com uma notícia lida pelo redator da própria emissora da Caldas Júnior, Antônio Max, sobre o programa iraniano de enriquecimento de urânio.

Diariamente, por volta das 11h30min, O *Jornal da Manhã* abre espaço para os destaques do esporte. O repórter Sérgio Couto apresenta as notícias do Internacional e Flávio Dal Pizzol as do Grêmio. Os dois boletins somam dois minutos.

Às 11h33minutos, o programa veicula o segundo comentário. O médico Abraão Vinogron⁶²² fala aos ouvintes sobre os benefícios do consumo de café.

O *Jornal* segue com a participação da equipe de reportagem. Ticiano Kessler é o responsável pela cobertura das notícias de polícia.

(repórter Ticiano Kessler) - A Polícia Civil trabalha com a possibilidade de tentativa de roubo seguido de morte para o assassinato da estudante universitária Débora Koslowski, de 27 anos. Ela foi atingida por um tiro nas costas, na noite passada, quando saiu da universidade e estava parada no carro na esquina das Avenidas Cubanos e Cristiano Fischer. A vítima morreu durante a madrugada no hospital da PUC. O chefe de investigação da Décima Quinta Delegacia, Jorge Reis, ouviu as primeiras testemunhas e relatou o que foi apurado até agora (programa *Jornal da Manhã*, 30 mar. 2006, Transcrição).

Da capital federal, o correspondente da *Guaíba* em Brasília, Fábio Marçal, apresenta informações da área de educação.

(apresentador Orestes de Andrade) - Rio Grande do Sul ganhou em três meses 32 mil vagas públicas na educação superior. Fábio Marçal. (repórter Fábio Marçal:) - O gaúcho Jairo Jorge, secretário executivo do Ministério da Educação, sai nessa sexta-feira do Ministério para se candidatar para deputado estadual. Mas antes disso, ele faz um balanço dos três anos do presidente Lula na educação no Rio Grande do Sul. Os números são bons para os gaúchos, Jairo Jorge? (secretário executivo do Ministério da Educação, Jairo Jorge:) - Bom dia Fábio, são excelentes os números da educação para os gaúchos. Se nós tomarmos os repasses do FNDE, tomando por referência 2002, foram na ordem de 60 milhões e agora no ano de 2005 nós

⁶²² Atualmente, Vinogron apresenta um programa sobre saúde na *TV Bandeirantes* aos sábados, 9h.

chegamos a um repasse de 367 milhões [...] (programa *Jornal da Manhã*, 30 mar. 2006, Transcrição).

A prestação de serviço - além de hora, temperatura e previsão do tempo - aparece por meio de um boletim com informações sobre o trânsito feito direto da central de rádio da Empresa Pública de Transporte e Circulação pelo agente Moreno Osório. O *Jornal da Manhã* termina com uma nova participação do repórter Gustavo Mota. Desta vez, ele transmite ao vivo para os ouvintes, diretamente do Palácio Piratini, o governador Germano Rigotto anunciando o novo secretariado. Logo após, realiza uma entrevista com o chefe do Executivo: “Aqui com a rádio Guaíba, ao vivo, o senhor disse que vai comandar essa equipe ao lado do vice. Isso significa que o senhor já tomou a decisão de ficar no governo?” (Gustavo Mota, programa *Jornal da Manhã*, 30.3.2006, Transcrição). Em função da importância da pauta com o governador, o programa ocupa o espaço da atração seguinte – *Guaíba Notícias* -, que não é apresentado.

Quanto à publicidade, é bem diversificada. Reflete a linha do programa, que apresenta receitas culinárias, dicas de saúde, prestação de serviço e, ao mesmo tempo, jornalismo.

Tabela 11
Anunciantes do Jornal da Manhã em 30 de março de 2006

Anunciante	Produto/Serviço	Abrangência	Inserções /Citações ⁶²³
Tim	Telefonia celular	Nacional	8
Zaffari/Bourbon	Rede de supermercados	Regional (RS)	1
Companhia de Geração Térmica de Energia Elétrica (CGTEE)	Usina termelétrica	Regional (RS) ⁶²⁴	1
Prefeitura de Canela	Administração e serviços	Local (Canela)	1

⁶²³ Na presente pesquisa adotou-se o critério de somar as inserções de comerciais gravados com a citação de um patrocinador feita pelo apresentador ou locutor ao vivo.

⁶²⁴ A Companhia de Geração Térmica de Energia Elétrica foi constituída em julho de 1997. Em novembro de 1998, seu controle acionário foi transferido para a União. Posteriormente, em 31 de julho de 2000, a CGTEE tornou-se uma empresa do Grupo Eletrobrás. A CGTEE possui os direitos de exploração e produção de energia elétrica através de suas usinas termelétricas instaladas no Estado do Rio Grande do Sul. São elas: Usina Termelétrica Presidente Médici (Companhia de Geração Térmica de Energia Elétrica (CGTEE) II), Usina Termelétrica São Jerônimo, Nova Usina Termelétrica de Porto Alegre (Nutepa) (Informações disponíveis em <http://www.cgtee.gov.br>. Consulta realizada em 25 jan. 2008.)

Tumelero	Materiais de construção, móveis, decoração	Regional (RS)	2
Sun Motors	Revendedora de veículos	Local (Porto Alegre)	2
Hospital Moinhos de Vento	Saúde	Local (Porto Alegre)	1
Coca-Cola	Bebidas	Nacional/Internacional	1
Ótica Dallas	Óculos, relógios, jóias	Local (Porto Alegre)	1
Agrosafra	Produtos agrícolas	Regional (RS)	1
UNIMED	Plano de Saúde	Regional (RS)	1
Portocred	Financeira	Nacional ⁶²⁵	1
Ughini Esportes	Artigos esportivos	Local (Porto Alegre)	1
Correio do Povo	Jornal	Regional (RS), nacional ⁶²⁶	1
Sarandi	Bebidas	Regional (RS e SC)	1

Em 30 de março de 2006 o *Jornal da Manhã* teve em sua maioria anunciantes de abrangência local e regional. Contudo, o principal patrocinador tem abrangência nacional. A Tim é a única operadora de telefonia celular com presença em todos os Estados brasileiros. Seus comerciais, inclusive, não apresentam qualquer elemento no texto que os relacione ao Rio Grande do Sul.

A Promoção Tarifa Zero da Tim está imperdível, veja só: você compra um celular Tim e faz ligações locais para qualquer outro Tim de graça, a qualquer hora do dia, até o final do ano. São 500 minutos por mês para você falar de graça e tem mais, se você já é cliente pré-pago ou pós-pago também pode participar. Outra novidade é que esta promoção também é válida para os novos clientes corporativos, por isso mude agora para a Tim (programa *Jornal da Manhã*, 30 mar. 2006, Transcrição).

O programa *Terceiro Tempo*, de segunda a sexta-feira, inicia às 12h⁶²⁷ e segue até às 13h. Do gênero esportivo, a atração promove um debate, no qual são colocados em pauta as notícias esportivas, principalmente do futebol, e assuntos mais polêmicos do setor. O programa é conduzido pelo chefe do Departamento de Esportes, Luiz Carlos Reche⁶²⁸ e conta

⁶²⁵ A Portocred S.A está presente no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Goiás, Distrito Federal, São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Minas Gerais, Bahia, Piauí, Maranhão, Rio Grande do Norte e Acre.

⁶²⁶ O jornal *Correio do Povo* pode ser encontrado nas principais capitais brasileiras. Da mesma forma, pode ser acessado pela Internet de qualquer parte do mundo.

⁶²⁷ Este é o horário que consta na grade de programação disponibilizada no *site* da emissora - http://www.radioguaiba.com.br/programacao_am.asp. Contudo, no dia em que foi feita a audição, 30 de março de 2006, o *Terceiro Tempo* iniciou às 12h10min.

⁶²⁸ Atualmente, Reche ancora o programa *Balanço Geral*, da *TV Record* em Porto Alegre, canal 2, a partir do meio-dia. Por isto, ele deixou o *Terceiro Tempo*, que é conduzido pelo jornalista Rodrigo Koch, que também tem a função de Coordenador do Departamento de Esportes.

com a presença dos narradores, comentaristas e repórteres esportivos da emissora. Os ouvintes também podem participar por telefone, fax e *e-mail*.

No dia em que a audição foi realizada – uma quinta-feira, 30 de março de 2006 – o programa apresentou como principal tema o jogo entre Grêmio e Internacional que seria realizado no sábado. A centralização em um único tema é justificada pelo fato de que a partida, definida pelo jornal *Correio do Povo* como “uma final como o Gauchão merece”⁶²⁹, encaminharia o vencedor do Campeonato Gaúcho de Futebol de 2006⁶³⁰. O *Terceiro Tempo* abriu com um boletim sobre o Internacional produzido pelo repórter Sérgio Couto. Na seqüência, o jornalista Flávio Dall Pizzol participou com as informações sobre o Grêmio. A partir de então, os debatedores discutiram todas as questões que envolvem o chamado *Grenal*. O programa contou ainda com um boletim do repórter Denis Luciano sobre os demais times que participam do campeonato gaúcho. Embora em alguns momentos os debatedores desviem-se do tema *Grenal*, este foi sempre o ponto de início e fim das discussões.

(comentarista Vinícius Sinott) - Mas tem time inteiro que mente e ganha da TV por ano dois milhões. O Flamengo ta (sic) mentindo e há séculos e vive só do poder da camisa. (narrador Haroldo de Souza:) - Eu vou fazer uma comparação: o Roberto Jefferson mentiu 24 anos e está aposentado com oito quilos de alcatra por mês até ele morrer. **(apresentador Luiz Carlos Reche)** - Dê o time Vinícius Sinott. **(comentarista Vinícius Sinott)** Patrício, Evaldo, Pereira e Wellington, Geovani, Nunes, Tcheco e Lucas, Ricardinho e Marcelinho (programa *Terceiro Tempo*, 30 mar. 2006, transcrição).

Quanto à publicidade, a audição confirma a linha da *Guaíba* de veicular comerciais para um público diverso. Brasil Telecom, Banrisul, Assembléia Legislativa, Copesul, Manlec, Jornada Esportiva⁶³¹, Central de Móveis-Aluguéis e Condomínios, JK Pneus, Máquinas Agrícolas Santo Antônio, Canoas Parque Hotel, Tecmasul, Pizzaiolo, Joalheria e Ótica Dallas, Escola Rainha do Brasil, Bazar Bahia Fogos de Artifício, E o Video Levou, Rede Agafarma, Tumelero, Tabacaria 33, Postos Megapetro, Sulbra Veículos, LT Distribuidora, Grupo Epavi, Água Mineral Sarandi, Multisom, Agrosafra Sementes, Galeazi Metais, Instituto Irmão Ernesto Dewes, Personal Operadora de Turismo, Ulbra Saúde e

⁶²⁹ *Correio do Povo*, 1 abr. 2006, p.24.

⁶³⁰ O jogo realizado no Estádio Olímpico, do Grêmio, terminou empatado em zero. Na semana seguinte, em 9.4.2006, uma segunda partida foi realizada no Estádio Beira-Rio, pertencente ao Internacional. A disputa terminou empatada em um a um, o que, pelo regulamento assegurou o título ao Grêmio.

⁶³¹ Programação esportiva de domingo da *Rádio Guaíba*. Excepcionalmente neste caso refere-se ao sábado, uma vez que, o jogo entre Grêmio e Internacional foi marcado para o referido dia.

Ughini Esportes. Dos 31 comerciais, apenas dois tinham ligação direta com o esporte, sendo um deles uma referência a programação da própria emissora.

Mais um *grenal* na vida de todos nós. Não importa se é ferro ou diamante. *Grenal é mais grenal na Guaíba*. Neste sábado, a partir das três e meia da tarde, no Olímpico, decisão do Gauchão. Grêmio *Football* Porto Alegre e *Sport Club* Internacional. Com Haroldo de Souza, Vinícius Sinott, Otacílio Gonçalves, Ernani Campelo, Luiz Carlos Reche, Flávio Dal Pizzol, Sérgio Couto, Felipe Gamba, Luciano Silveira, Rafael Serra e Fabiano Brasil. No plantão, Rogério Böhlke. Jornada esportiva da *Rádio Guaíba* (programa *Terceiro Tempo*, 30 mar. 2006, transcrição).

Outro que é possível relacionar é o de uma loja que comercializa artigos esportivos: “Ughini Esportes. Tudo para tudo quanto é esporte conosco na Taça Libertadores da América” (programa *Terceiro Tempo*, 30.3.2006, transcrição). Por fim, pode-se acrescentar de forma indireta o Bazar Bahia Fogos de Artifício. Uma vez que as vitórias esportivas são comemoradas, tradicionalmente, com fogos de artifício, é viável afirmar que este anunciante tem relação com o esporte.

3.2.5. POLÍTICA E MAIS POLÍTICA: ESPAÇO ABERTO E GUAÍBA REVISTA

O programa *Espaço Aberto* é veiculado de segunda a sexta-feira, das 13h15min às 15h30min. A atração entrou na grade de programação da *Rádio Guaíba* em 11 de março de 1996 e teve como primeiro apresentador o jornalista Walter Galvani. De acordo com ele, “certo momento apresentei dois programas, um deles chamado Espaço Aberto, que ficou dedicado, agora mais recentemente de 97 para cá, exclusivamente à política [...] (Walter Galvani, Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio⁶³²). Desde 1998, é conduzido pelo editor de política e colunista do *Correio do Povo*, Armando Burd. O programa, do gênero informativo, reúne diferentes personalidades para debater os principais assuntos do dia e tem como principal pauta - o que justifica a escolha de Burd para a apresentação - as questões políticas. Como *slogan*, utiliza a frase “a discussão qualificada sobre os fatos do momento”.

⁶³² Depoimento disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/galvanicompl.html>.

Ilustração 74

Espaço Aberto no ar: Estúdio Cristal, em 3 mar. 2006



Fonte: <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=8>

Em 30 de março de 2006, o *Espaço Aberto*, contou com uma vereadora, um economista e um advogado sobre o qual o apresentador deixou bem claro sua filiação partidária.

(apresentador Armando Burd) - Uma hora, 13 minutos e 25 segundos. Boa tarde! Para analisar e debater temas de interesse público, comparecem ao Estúdio Cristal da Rádio Guaíba, na esquina da Andradas com Caldas Júnior, a Esquina da Comunicação de Porto Alegre, a vereadora Sofia Cavedon, da bancada do PT, Partido dos Trabalhadores na Câmara Municipal de Porto Alegre; o economista José Antônio Belló, vice-presidente da Federasull e presidente do Sindicato das Empresas de Asseio e Conservação do Rio Grande do Sul; e o advogado Omar Ferri, filiado ao PDT, Partido Democrático Trabalhista (programa Espaço Aberto, 30 mar. 2006. Transcrição).

Após a apresentação dos convidados, a primeira participação acentua a linha do *Espaço Aberto*. Direto de Brasília, o correspondente Fábio Marçal repassa informações sobre a CPMI dos Correios. A presença do repórter não se restringe apenas a um boletim. Ele permanece no programa durante os 30 minutos iniciais, via telefone, interagindo com Burd e os debatedores. As notícias que são dadas por Marçal são comentadas “na hora” pelos participantes. Desta forma, a primeira parte do programa centra-se em discussões políticas a partir da capital federal: CPMI dos Correios, governo Lula, reforma do Palácio da Alvorada, pauta de votação do Congresso Nacional e verbas federais destinadas à educação.

Na abertura da segunda parte, Burd coloca em discussão o assunto que recebeu a manchete principal na capa do jornal *Correio do Povo*.

(apresentador Armando Burd) - Uma hora, 47 minutos e 55 segundos. [...] Manchete do Correio do Povo de hoje: Um brasileiro no espaço. Nave Soius decolou na noite passada, levando o astronauta Marcus César Pontes para uma missão histórica [...] Vamos conhecer as opiniões dos nossos convidados, se é importante investir em viagens espaciais. Quem comenta? Economista José Antônio Belló (programa Espaço Aberto, 30 mar. 2006. Transcrição).

Ilustração 75

Manchete principal do Correio do Povo provoca debate no programa Espaço Aberto

classificados
CORREIO DO POVO
3216.1616

VOCÊ TEM ATÉ HOJE, ÀS 19H, PARA FAZER GRANDES NEGÓCIOS. ANUNCIE.

Fonte: *Correio do Povo*, 30 mar. 2006, capa, p.1.

A questão, pelo perfil do *Espaço Aberto*, é debatida por um viés político: “[...] Em primeiro lugar é política em benefício do governo Lula, porque ele vai telefonar para o cara, vai mandar telegrama, vai receber, vai fazer festa como se tivesse voltando para o Brasil uma

espécie de campeonato sideral, em que o Brasil participou (advogado Omar Ferri, programa Espaço Aberto, 30 mar. 2006. Transcrição).

A terceira parte do programa inicia às 2h07min, quando o apresentador coloca em pauta a crise no Estado. Como ponto de partida, Burd lembra que o dia registra diversas manifestações de funcionários públicos, com destaque para a greve do Magistério. Cavedon, Belló e Ferri opinam sobre o tema durante 20 minutos. Próximo ao encerramento do *Espaço Aberto*, Burd concede um minuto para que cada participante conclua seu pensamento: “Um minuto para a vereadora Sofia, um minuto para o economista Belló [...] (apresentador Armando Burd, programa Espaço Aberto, 30 mar. 2006. Transcrição).

Embora os assuntos abordados possam ser considerados de interesse geral da sociedade - ou como refere-se Burd, na abertura do programa, “de interesse público” - fica claro que o programa é voltado também para a classe política, uma vez que todas as discussões – mesmo a viagem do primeiro astronauta brasileiro - são abordadas sob este prisma. *Release* da Câmara de Vereadores de Porto Alegre sobre as manifestações pelos dez anos do programa também reforça esta tese, uma vez que registra a opinião de diversos políticos sobre a atração.

[...] Burd não discrimina partidos; todos têm vez e direito assegurado, como manda o bom jornalismo (vereador Sebastião Melo, do PMDB) [...] Mônica Leal (PP) definiu o Espaço Aberto como um programa indispensável para as pessoas se informarem sobre os fatos do dia-a-dia. [...] Burd é um articulador de atualidades (vereador Paulo Odone, do PPS). [...], Em nome de suas bancadas, também saudaram o Espaço Aberto os vereadores Carlos Comassetto (PT), Raul Carrion (PCdoB), Elói Guimarães (PTB), Carlos Garcia (PPS), Nereu D’Avila (PDT), José Ismael Heinen (PFL), Claudio Sebenelo (PSDB) e João Dib (PP) (*Release* da Câmara Municipal de Porto Alegre, redigido pela jornalista Claudete Barcellos, 20 mar. 2006)

Ilustração 76

Vereadores homenageiam os dez anos do programa Espaço Aberto

Vereadores comemoram 10 anos do Espaço Aberto

O programa Espaço Aberto, da Rádio Guaíba AM, que completa 10 anos, foi homenageado no Grande Expediente da sessão desta segunda-feira (20/3) da Câmara Municipal de Porto Alegre. Sugerido pelo vereador Sebastião Melo (PMDB), o ato contou com a presença do jornalista Armando Burd, que comanda o programa.

Melo lembrou que o Espaço Aberto trata diariamente dos problemas da cidade, do Estado e do país de forma democrática e plural, ouvindo a opinião de representantes de todas as correntes de pensamento. "Burd não discrimina partidos; todos têm vez e direito assegurado, como manda o bom jornalismo", disse. "É com muita honra e alegria que divido com meus colegas essa homenagem."

Armando Burd afirmou que é muito grato à Câmara de hoje e de ontem porque foi no Legislativo da Capital, ainda quando funcionava no 14º andar da "prefeitura nova", que começou sua carreira de repórter. O jornalista contou que, na Câmara, aprendeu o zelo pela administração pública e conviveu com vereadores memoráveis, entre eles José Aloisio Filho, Carlos Pessoa de Brum, Say Marques e Mendes Ribeiro. Também reafirmou o compromisso da Rádio Guaíba de servir na busca do bem comum.

Dois vereadores pronunciaram-se em tempo de liderança. Mônica Leal (PP) definiu o Espaço Aberto como um programa indispensável para as pessoas se informarem sobre os fatos do dia-a-dia. Segundo ela, são notícias discutidas na nascente do problema, com espaço para a controvérsia. "Burd é um articulador de atualidades", enfatizou. Na opinião de Paulo Odone (PPS), Burd é um daqueles jornalistas "que dão vida fértil à atividade política". Destacou a personalidade, a grandeza e a postura imparcial e democrática do âncora do Espaço Aberto, recordando que recebeu seu apoio quando teria sido censurado pela Empresa Jornalística Caldas Júnior.

Em nome de suas bancadas, também saudaram o Espaço Aberto os vereadores Carlos Comassetto (PT), Raul Carrion (PCdoB), Elói Guimarães (PTB), Carlos Garcia (PPS), Nereu D'Avila (PDT), José Ismael Heinen (PFL), Claudio Sebenelo (PSDB) e João Dib (PP).

Claudete Barcellos (reg. prof. 6481)

Fonte: Release, Imprensa da Câmara Municipal de Porto Alegre, jornalista Claudete Barcellos, 20 mar. 2006

O *Espaço Aberto* conta com três anunciantes principais: Sulgás, Caixa RS e Associação Gaúcha de Concessionárias de Rodovias. Todos tiveram oito citações/inserções. Chama a atenção o fato de dois deles terem relação direta com o governo do Estado e um indireta. A Companhia de Gás do Estado do Rio Grande do Sul é a empresa responsável pela comercialização e distribuição de gás natural no território gaúcho. Foi criada em 1993 e funciona como uma sociedade de economia mista, tendo como acionistas a Petrobras Gás S.A. e o governo do Estado. A Caixa RS Agência de Desenvolvimento, por sua vez, é uma instituição de fomento na qual, conforme seu Estatuto Social, o Estado tem, no mínimo, 51 por cento do capital votante. Já a Associação Gaúcha de Concessionárias de Rodovias tem uma ligação indireta com o Executivo uma vez que é a entidade que congrega as concessionárias do Programa Estadual de Concessão Rodoviária do RS. Embora possa

parecer uma forma de pressão sobre Burd e o *Espaço Aberto*, o dia analisado comprovou não existir qualquer interferência do Estado sobre o conteúdo. Em 30 de março de 2006, ao debaterem a crise estadual, Cavedon, Belló e Ferri tiveram total liberdade para expressarem suas opiniões. Outro anunciante que pelos temas tratados ao longo do programa tem interesse direto no debate é a Assembléia Legislativa. O Legislativo, no entanto, é um patrocinador menor, com apenas uma inserção. A atração ainda tem como anunciantes a Quartzolit Weber (duas inserções), Companhia de Geração Térmica de Energia Elétrica (CGTEE), Banrisul (duas inserções), Prefeitura de Canoas, Atacado Delfino, Vivo e Multisom.

O *Guaíba Revista*, ao longo de sua trajetória, passou por diversas transformações. Da mesma forma, contou com diferentes apresentadores: Lasier Martins, Edegar Schmidt, Wianey Carlet, Paulo Mesquita, Laerte de Fransceschi, Walter Galvani, Denis Luciano, João Garcia e Jurandir Soares⁶³³. O programa foi criado pelo jornalista Lasier Martins.

Então o Pedro Pereira [...] me indicou para apresentar um programa na Guaíba, que era um programa nobilíssimo, que era o Távola Redonda. Eu comecei adorar isso, no ano de 67, 68, 69, por ali... Quando eu voltei da Copa, eu criei um programa de jornalismo que, modéstia à parte, foi um sucesso na época, dava combate ao Sala de Redação, que foi o Guaíba Revista. Modelo do que se faz hoje no Gaúcha Repórter. É um programa variado, uma revista. Descontraído, intercalado por musiquinhas [...] (MARTINS, Lasier. *Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio*⁶³⁴).

Edegar Schmidt também relembra a fase inicial do *Guaíba Revista*: “[...] eu fiz o Guaíba Revista, que era da uma as duas. Não era um programa político como é hoje. [...] Na época era uma revista mesmo (SCHIMIDT, Edegar. Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio⁶³⁵). O jornalista Walter Galvani, que apresentou a atração de 1991 a 2003, destaca que este perfil manteve-se por um longo período: [...] a partir de 98, fiquei só com o programa Guaíba Revista, então só na área cultural (GALVANI, Walter. *Depoimento ao Projeto Resgate Vozes do Rádio*⁶³⁶).

⁶³³ Jurandir Soares apresenta o *Guaíba Revista* desde 3 set. 2007, de segunda a sexta-feira, das 14h30 às 16h.

⁶³⁴ Depoimento disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/lasier/lasiercompl.html>. Consulta realizada em 26 jan. 2008.

⁶³⁵ Depoimento disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/edegar2/edegar2entre.html>. Consulta realizada em 26 jan. 2008.

⁶³⁶ Depoimento disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/vozes.html>. Consulta realizada em 26 jan. 2008.

No dia 30 de março de 2006, o programa foi apresentado pelo jornalista Denis Luciano⁶³⁷, que acumula na emissora a função de plantão esportivo. O *Guaíba Revista* enquadra-se no gênero informativo e “repercute as principais notícias do dia por meio de entrevistas com as pessoas diretamente relacionadas ao tema, assim como através de reportagens ou intervenções de comentaristas especializados”⁶³⁸.

Na abertura, após anunciar o horário, o apresentador lê na íntegra o editorial do *Correio do Povo* intitulado *Autonomia do Banco Central*, publicado na página quatro da edição do dia. No encerramento da leitura, Luciano reafirma a proposta do programa: “Fique conosco, está no ar Guaíba Revista, 90 minutos de informação, serviços, utilidade pública, opinião e entrevistas” (Luciano. Programa *Guaíba Revista*, 30 mar. 2006. Transcrição). E, de fato, o programa em toda a sua extensão será fiel ao anunciado pelo jornalista. Ainda nos minutos iniciais, o locutor Paulo Amauri⁶³⁹ lê no estúdio um bloco com as principais notícias das últimas horas.

(locutor Paulo Amauri) - O governador Germano Rigotto anunciou hoje os novos secretários estaduais que serão empossados amanhã. Entre as dezessete alterações, Paulo Michelucci se transfere da Fazenda para a Casa Civil. Rigotto informou que está adiando para 2010 o sonho de ser candidato a presidência da República e que exercerá seu mandato até o fim. Considerou difícil que o PMDB tenha candidatura própria ao Planalto. - O judiciário gaúcho desistiu do reajuste de 12% para a categoria. A informação é do presidente do Tribunal de Justiça do Estado, Desembargador Marco Antônio Barbosa Leal. - Dois mil e 500 integrantes do movimento dos pequenos agricultores realizaram caminhada pela manhã. A categoria reivindica manutenção das regras da previdência para os trabalhadores rurais. - O ex-ministro Antônio Palocci prestará depoimento à Polícia Federal amanhã, em Brasília. O ex-ministro poderá ajudar a identificar os responsáveis pelo vazamento do extrato do caseiro Francenildo Costa. Com as principais notícias das últimas horas, Paulo Amauri (AMAURI, Paulo. Programa *Guaíba Revista*, 30 mar. 2006. Transcrição).

O programa contou com três participações da reportagem. A repórter Fernanda Bagatini fez um boletim sobre o número de gaúchos que já entregaram a declaração do Imposto de Renda. Por seu turno, Gerson Anzzulin, falou direto do Palácio Piratini, onde ocorreu o anúncio da instalação de uma fábrica da SAP Brasil, desenvolvedora de *softwares* de origem alemã. Lizemara Prates relatou a manifestação de agricultores no trevo de acesso à

⁶³⁷ Atualmente, Denis Luciano é coordenador de esportes da Rádio Eldorado de Criciúma, em Santa Catarina.

⁶³⁸ Informações disponíveis em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=14>. Consulta realizada em 12 mar. 2007.

⁶³⁹ Paulo Amauri nasceu em 14 de outubro de 1949, em Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul. Ingressou na *Rádio Guaíba* em 1975. Em 1977 deixou a emissora para trabalhar no Rio de Janeiro. Em 1987, depois de uma passagem pela *Rádio Pampa*, retornou para a estação da Caldas Júnior.

cidade de Seberi, na estrada BR 386. Tanto a reportagem de Anzzulin quanto a de Lizemara abriram espaço para que os envolvidos pudessem prestar esclarecimentos.

Ao fazer-se a audição do *Guaíba Revista* percebe-se que o programa é sustentado pelas entrevistas. Somando-se as inseridas nas reportagens e as conduzidas por Denis Luciano chega-se a ao número de seis entrevistados.

Tabela 12
As entrevistas no Guaíba Revista em 30 de março de 2006

Entrevistado	Assunto	Entrevistador
Secretário de Desenvolvimento e Assuntos Internacionais do Rio Grande do Sul, Luiz Roberto Ponte	Anúncio da instalação da fábrica da SAP Brasil	Repórter Gerson Anzzulin
Deputado Federal Darcísio Perondi, do PMDB gaúcho	Relatório final da CPMI dos Correios	Apresentador Denis Luciano
Líder da bancada do PT na Câmara dos Deputados, Henrique Fontana	Relatório final da CPMI dos Correios	Apresentador Denis Luciano
Presidente da Federação dos Trabalhadores na Agricultura no Estado do Rio Grande do Sul, Ezídio Pinheiro	Manifestação de pequenos agricultores no trevo de acesso a cidade de Seberi, na estrada BR 386	Repórter Lizemara Prates
Vencedora do Prêmio BRDE de Desenvolvimento, economista Luciana de Oliveira	Pesquisa <i>Produção de tabaco e policultura, um estudo comparativo nos três estados do sul do Brasil</i>	Apresentador Denis Luciano
Corregedor da Câmara dos Deputados, Ciro Nogueira, do PP do Piauí	Possibilidade de representação contra a deputada Ângela Guadagnin, do PT, por quebra de decoro	Apresentador Denis Luciano
Regente da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre, Tulio Belardi ⁶⁴⁰	Quadro <i>Orgulho de ser gaúcho</i>	Apresentador Armando Burd (gravado)

Ao longo do programa, o apresentador e o locutor Paulo Amauri revezam-se na leitura de notícias e informações da categoria “prestação de serviços”. O *Guaíba Revista* termina com o quadro *Orgulho de ser gaúcho*, conduzido por Armand Burd. Em 30 de março de 2006, o jornalista entrevistou o regente da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre, Tulio

⁶⁴⁰ Por fazer parte de um programete que é inserido ao final do *Guaíba Revista*, este último entrevistado não foi contabilizado.

Belardi, que embora nascido na Argentina considera-se um gaúcho⁶⁴¹: “Es um orgulho que todos nós deveríamos tener. Porque ser gaúcho é uma coisa maravilhosa. Esta es uma terra que acolhe a todo el mundo com carinho. Aqui se pode trabalhar em paz [...]” (Tulio Belardi. Programa *Guaíba Revista*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Em síntese, é possível afirmar que o programa cumpre o que anuncia em sua abertura: “[...] noventa minutos de informação, serviços, utilidade pública, opinião e entrevistas” (Denis Luciano. Programa *Guaíba Revista*, 30.3.2006. Transcrição). É importante registrar ainda a agilidade da equipe. Em sua entrevista, o Deputado Federal Darcísio Perondi, do PMDB gaúcho, fez críticas ao Líder da bancada do PT na Câmara dos Deputados, Henrique Fontana. Na seqüência, o programa abriu espaço para Fontana justificar suas ações.

A parte comercial segue a linha da emissora e é extremamente variada. Embora o programa tenha seu foco voltado para a política e a economia, os anunciantes ultrapassam este universo: Tumelero (três inserções/citações), *Correio do Povo* (quatro inserções/citações), Banrisul (três inserções/citações), Restaurante Al Dent, Ughini Esportes, Usina de Candiota, *Rádio Guaíba*, Coca-Cola, Chocofest/Prefeitura de Canela, Ótica Dallas, Delfino Atacado, Sulbra, Prefeitura de Canoas, Assembléia Legislativa e Sesi.

3.2.6. JORNAL DA TARDE E REPÓRTER ESPORTIVO

Às 16h05min, de segunda a sexta-feira, entra no ar o *Jornal da Tarde*, apresentado por Rogério Böhlke. O programa apresenta uma síntese dos principais acontecimentos do dia noticiados por meio de boletins da equipe de reportagem e correspondentes da estação. O *Jornal da Tarde*, do gênero informativo, abre espaço também para a prestação de serviço aos ouvintes, com informações sobre o mercado de capitais, meteorologia e condições do trânsito. A abertura já indica o tom do programa.

(apresentador Rogério Böhlke) - Quatro horas, sete minutos, 30 segundos, 24 graus é a temperatura. Boa tarde, no ar o *Jornal da Tarde*, pela *Rádio Guaíba* e *Rádio Guarant* de Santa Maria conferindo o destaque dessa edição, Tiago Abech. (repórter Tiago Abech:) - Quinta-feira é marcada por protestos de professores e pequenos agricultores em Porto Alegre (programa *Jornal da Tarde*, 30 mar. 2006, transcrição).

⁶⁴¹ Aqui, gaúcho vai encontrar consonância com o proposto por Saraiva em seu *Manual do Tradicionalista*: “são todos aqueles que aqui nasceram e, ainda, os que amantes extremados desta terra, embora nascidos em outras paragens, aqui se contagiaram e incubaram de gauchismo o seu mundo interior” (Saraiva, 1968, p. 47).

Logo após a manchete do destaque da edição, o *Jornal da Tarde* apresenta um boletim com a previsão do tempo para Porto Alegre e região metropolitana e região dos vales. Na seqüência, Böhlke anuncia: “Agora a integração do Rio Grande do Sul” (apresentador Rogério Böhlke, programa *Jornal da Tarde*, 30 mar. 2006, transcrição). A dita “integração” dá-se por meio de boletins dos correspondentes do interior. Em 30 de março de 2006, o bloco regional contou com seis participações: Santa Maria, Bagé, São Borja, Caxias do Sul, Rio Grande e Gramado (com referências a Canela).

O *Jornal da Tarde* segue com um bloco de notícias nacionais. Nele são apresentados os desdobramentos da CPI dos Correios por meio de um boletim⁶⁴² do correspondente de Brasília, Fábio Marçal e o anúncio da nova presidente da Caixa Econômica Federal. Depois é a vez de um bloco de notícias internacionais. Este conta com a participação dos chamados *parceiros internacionais*⁶⁴³ da *Rádio Guaíba*. Em 30 de março de 2006 foram dois boletins da *BBC Brasil* (“astronauta brasileiro já está em órbita” e “jornalista norte-americana é libertada no Iraque”) e dois da *Radio France Internationale* (“reunião debate programa nuclear do Irã” e “Conselho decide legalidade de reforma trabalhista na França”). A parte internacional encerra-se com o comentário do jornalista Jurandir Soares⁶⁴⁴, que destacou a política do primeiro-ministro israelense Ehud Olmert para a Faixa de Gaza e Cisjordânia. Ao realizar suas observações, Soares não faz qualquer ligação com o Rio Grande do Sul.

⁶⁴² Na presente pesquisa optou-se por uma generalização e, por isso, pela utilização do termo *boletim* para referir-se a participação do repórter na programação da *Rádio Guaíba*. A palavra *boletim* é de uso comum das redações de radiojornalismo. Contudo, em muitos casos a classificação mais adequada seria *reportagem ao vivo* e *reportagem montada*. Segundo Almeida, *reportagem ao vivo* “é a informação direta e instantânea, emitida pelo repórter do próprio lugar em que ocorrem os fatos, em fala de improviso e com o máximo de exatidão descritiva e narrativa” (1998, p.1). Já *reportagem montada* “é a ordenação e posterior gravação das partes mais significativas de depoimentos colhidos pelo repórter no local do acontecimento ou repercutindo os efeitos após a ocorrência do fato” (ALMEIDA, 1998, p.2). Almeida registra ainda a *reportagem gravada*, que corresponde ao “registro dos acontecimentos presenciados pelo repórter, emitido sem a instantaneidade da reportagem ao vivo que pode ter sido realizada anteriormente. Havendo a oportunidade de levantar outros dados mais concretos como locais, nomes e repercussões iniciais, o agente jornalístico grava no local e envia para a emissora (1998, p.2).

⁶⁴³ *Radio France Internationale, BBC Brasil, China Radio International, Radio ONU, Swissinfo.ch, NHK World Daily News, Radio Japan Online, Radio-Canada, RUVR-Voz da Rússia.*

⁶⁴⁴ Jurandir Soares tem três livros publicados abordando conflitos entre nações: Israel versus Palestina: as raízes do ódio (1995), Oriente Médio: de Maomé a Guerra do Golfo (1998), Iugoslávia: guerra civil e desintegração (1998). Soares é pós-graduado em Ciências Políticas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Ilustração 77

Parceiros internacionais da Rádio Guaíba: participação diária no Jornal da Tarde



Fonte: http://www.radioguaiba.com.br/Parceiros_Internacionais.asp

O esporte faz-se presente com dois boletins. Um enfocando o Internacional e o outro o Grêmio. Depois disto, por volta das 16h30min, o *Jornal da Tarde* entra em sua parte principal. É a vez da notícia que foi destaque na abertura do programa e seus desdobramentos.

O trânsito está bastante prejudicado na Rua Duque de Caxias nas mediações do Palácio Piratini e a Assembléia Legislativa. Isso em função de um protesto que reúne cerca de quatro mil professores na Praça da Matriz. Eles não pretendem ter audiência com algum representante do Estado. O objetivo é reforçar a luta por melhores salários e o descontentamento da categoria com o andamento das negociações. Na próxima segunda-feira os professores realizam assembléia geral no Gigantinho. Eles analisarão a proposta do Executivo de 8,57% de reajuste. Durante o protesto, outra categoria anunciou paralisação: os servidores da polícia civil suspenderão as atividades na próxima quarta-feira, dia cinco. [...] De acordo com o comandante do 9º BPM, cerca de 220 policiais realizam o policiamento no local. Da Praça da Matriz, Tiago Abech (repórter Tiago Abech, programa *Jornal da Tarde*, 30 mar. 2006, Transcrição).

A repórter Cristiane Pastorini complementa as informações de Abech destacando a distribuição dos alimentos que está sendo realizada pelo Movimento dos Pequenos Agricultores na Praça da Matriz. Por seu turno, a repórter Lizemara Prates faz um resgate das manifestações realizadas ao longo da manhã: “Dois mil e quinhentos integrantes do movimento dos pequenos agricultores realizaram, pela manhã, a caminhada no centro de Porto Alegre” (repórter Lizemara Prates, programa *Jornal da Tarde*, 30 mar. 2008). Depois, o

programa segue com as demais notícias do dia até aquele momento, conforme demonstra o quadro a seguir.

Tabela 13

As notícias do dia pela reportagem da Rádio Guaíba em 30 de março de 2006

Repórter	Assunto (manchete)
Fernanda Bagatini	Eleitor poderá regularizar situação até o início desta noite
Tatiane de Souza	Reforçada a sinalização em ponto crítico da Zona Sul de Porto Alegre
Ticiano Kessler	Apreendido duas toneladas de pescado na Free Way
Fernanda Bagatini	Violência no trânsito rende ato pela paz em Viamão
Samuel Vettori	Polícia tenta identificar criminosos que assassinaram universitária em Porto Alegre
Gustavo Mota	Rigotto decide permanecer no cargo sem descartar reeleição
Gerson Anzullin	Bancada petista dará acordo para projeto de reajuste de servidores

O programa contou ainda com uma notícia de ecologia lida pelo próprio apresentador e com o comentário de Amir Domingues⁶⁴⁵, que opinou sobre a CPMI dos Correios.

Quanto aos comerciais veiculados ao longo do *Jornal da Tarde*, seguem a linha de emissora. São diversificados e, por isso, com potencial de atingir um público abrangente. No dia 30 de março de 2006 os anunciantes foram Tim, Quartzolit Weber, Manlec, Banrisul, Agrosafra Sementes, Ótica Dallas, Sucos Dubone, JK Pneus, Vivo, Tumelero, Claro, Multisom, Sulbra, Projeto Mercosul⁶⁴⁶, Goldsztein e Ughini Esportes. A Tumelero foi a única que contou com duas citações. Os demais, apenas uma. A intenção de atingir um público maior fica clara pelo texto. Ao mesmo tempo em que apresenta produtos sofisticados – “Porto Alegre ganhou um novo bairro e a sua vida novos ares. Jardim Europa, muita natureza, ar puro e infraestrutura em 400 mil metros de área total, ao lado do shopping Iguatemi” (Construtora Goldsztein) e “O novo Mégane já está na Sulbra. O carro que vai mudar a sua história e trazer o que existe de mais avançado em tecnologia está esperando por você, com a nova ignição, o cartão em lugar da chave, direção elétrica e o freio que mais parece um

⁶⁴⁵ Até afastar-se da emissora por motivos de saúde, Domingues participava com um comentário de todas as edições do *Jornal da Tarde*. O jornalista faleceu em 8.10.2007.

⁶⁴⁶ O *Projeto Mercosul* é um programa da própria emissora. Estreou em cinco de agosto de 2000 com o objetivo de manter um espaço para a informação e a discussão das relações comerciais e políticas do bloco que une Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai. Atualmente é apresentado por Jurandir Soares, aos sábados, das 6h20min às 6h30min.

manche de avião” (Sulbra) - anuncia também de apelo popular: “Manlec, marcação cerrada nos preços, compre agora e só pague daqui a 60 dias’ e “Ótica Dallas, alianças ouro 18 quilates a preços de fábrica”.

“Agora você vai ouvir mais uma atração esportiva da Guaíba, líder de audiência no futebol do Rio Grande do Sul. Repórter Esportivo, apresentação Luis Carlos Reche. Prêmio Ari de jornalismo esportivo” (Rui Strelow, Programa *Repórter Esportivo*, 30.3.2006. Transcrição). A gravação, na voz do locutor Rui Strelow, anuncia o início do *Repórter Esportivo*, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 17h05min às 18h50min. Apresentado pelo chefe do Departamento de Esportes, Luiz Carlos Reche⁶⁴⁷, o programa é uma resenha esportiva, ou seja, uma síntese dos fatos que foram notícia no esporte, principalmente dos dois principais times gaúchos: Grêmio *Football* Porto Alegre e *Sport Club* Internacional. Para garantir maior dinamismo, os repórteres participam diretamente dos estádios. O programa conta ainda com os comentários de Milton Jung e Edegar Schimidt.

A preocupação com a agilidade na divulgação de informações marca o *Repórter Esportivo* do início ao fim. Já na abertura, Reche abre espaço para a reportagem.

(apresentador Luiz Carlos Reche) - Cinco e treze. Estamos abrindo o Repórter Esportivo desta quinta-feira, 30 de março de 2006. Vamos para as manchetes do programa. Central de imóveis, aluguéis e condomínios, José do Patrocínio, três-oito-um, três-oito-cinco. Gre-Nal é mais Gre-Nal na Guaíba. O Grêmio, Filipe Gamba. (repórter Filipe Gamba:) - Olímpico blindado. Grêmio fecha os portões, reforça a vigilância com dezenas de seguranças e proíbe integralmente acesso da imprensa ao gramado. Mesmo se não estiver cem por cento, Tcheco garante que vai para o clássico (Programa *Repórter Esportivo*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Embora o apresentador anuncie como “manchetes do programa”, o conceito é superado, uma vez que Reche aproveita a participação do repórter para desenvolver um diálogo: (apresentador Luiz Carlos Reche:) - Mano Menezes está conseguindo o que queria, né? Porque confundiu tudo aí Filipe! (repórter Filipe Gamba:) - Oi Rech? (apresentador Luiz Carlos Reche:) - Já confundiu as idéias, né? Podem ser dois atacantes! (repórter Filipe Gamba:) - Já, já confundiu... (Programa *Repórter Esportivo*, 30.3.2006. Transcrição). O diálogo, inclusive, vai ser uma marca do programa. Reche sempre interage com os repórteres e comentaristas elaborando questionamentos e, muitas vezes, ironizando o conteúdo da

⁶⁴⁷ Luiz Carlos Reche nasceu em sete de dezembro de 1963, no município gaúcho de Lagoa Vermelha. Está na *Rádio Guaíba*, única emissora em que ele trabalhou, desde 13 de outubro de 1985. O jornalista chefia o Departamento de Esportes desde primeiro de fevereiro de 1999.

informação que está sendo transmitida. Em 30 de março de 2006, o programa girou em torno do jogo entre Grêmio e Internacional, marcado para primeiro de abril. Foram realizados 19 boletins ao longo do programa. Destes, 14 faziam referência ao *Grenal*. Os setoristas do Grêmio, Filipe Gamba, e do Internacional, Luciano Silveira, transmitiram aos ouvintes a expectativa, a preparação, a escalação e a opinião de treinadores e atletas sobre o jogo. Nota-se que há sempre um equilíbrio. Gamba, por exemplo, entrou em seu boletim com a palavra do jogador gremista Tcheco. Logo depois foi a vez de Silveira abrir o microfone para o “colorado” Michel falar sobre a disputa.

O repórter Ernani Campelo, por seu turno, foi responsável pela transmissão ao vivo, direto da Federação Gaúcha de Futebol, do sorteio para a arbitragem do jogo. A busca do equilíbrio mais uma vez fica clara. Após a confirmação do juiz do *Grenal*, Campelo entrevista um dirigente do Internacional, Celso Vaz Correia, sobre a escolha do árbitro. Imediatamente, Filipe Gamba coloca no ar o jogador Jeovânio, que comenta o mesmo tema.

O jornalista Fabiano Brasil encarregou-se das informações de prestação de serviço: preço dos ingressos, acesso ao estádio, abertura dos portões e segurança.

Falando sobre o serviço do clássico *Grenal*. Luiz, Carlos Rech, 644 policiais estarão trabalhando no clássico, destes 244 no estádio e 400 fora do estádio Olímpico Monumental. Vamos convocar aí o tenente-coronel Vani, que é o comandante do Batalhão de Operações Especiais da Brigada Militar, que vai nos falar de toda esta preparação. Mais de 600 policiais trabalhando, coronel... Tenente-coronel Vani, boa tarde (BRASIL, Fabiano. Programa *Repórter Esportivo*, 30.3.2006. Transcrição).

Nesta linha, os dois comentaristas do programa - Milton Jung e Edegar Schimidt – opinaram sobre o tema.

Os cinco boletins que não enfocaram a partida entre Grêmio e Internacional foram feitos pelo produtor Gilberto Júnior, plantão Rogério Bölke, correspondente do Rio de Janeiro, Rui Guilherme, e o correspondente da Alemanha, Márcio Pessoa. Júnior conduz o *Giro Nacional*, no qual apresenta informações sobre os demais times do Brasil. Bölke apresentou o *Placar Guaíba* com resultados e agenda dos jogos. O jornalista é responsável ainda por mais um boletim, desta vez sobre loterias. Da capital fluminense, Guilherme traz informações da Confederação Brasileira de Futebol e dos times e atletas do Rio: “Reche, boa tarde para você, para os amigos do Repórter Esportivo. Antes de falarmos da CBF, [...] Romário hoje apareceu novamente em São Januário, chegou mudo e saiu calado, não falou

nada na entrevista [...] (Rui Guilherme. Programa Repórter Esportivo, 30.3.2006. Transcrição) Pessoa, por sua vez, destaca informações da Alemanha, país sede da próxima Copa do Mundo de Futebol.

Ao longo do *Repórter Esportivo* foram veiculadas chamadas⁶⁴⁸ com jogadores do Inter e do Grêmio convocando os torcedores para ouvirem a transmissão do jogo pela *Rádio Guaíba*.

GreNal é mais Gre-Nal na Guaíba. (Patrício convocando a torcida:) - Quero pedir ao torcedor gremista que compareça novamente ao estádio Olímpico, que nos ajude, que nos apóie bastante. A gente sabe que é muito importante que o torcedor venha e nos apóie. A gente sabe da caminhada difícil então, pedimos a colaboração aí deles e que nos apóiem do começo ao fim. - Aqui é o Fabiano Eller. Convoco a torcida do Internacional para que compareça no estádio e prestigie nosso time, sempre torcendo do início ao fim, com muita paz, sem briga, sem guerra, e espero aí que no fim-de-semana a gente possa fazer um grande jogo e assim dar alegria pro nosso torcedor (Programa *Repórter Esportivo*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Outro destaque é a participação do torcedor. A emissora veiculou o quadro *Sonho de Grenal*, no qual os torcedores contam como seria um gol da partida e o narrador Haroldo de Souza reproduz a cena.

O boletim do tempo, elaborado por Eugênio Hackbart, da MetSul Meteorologia, não foge a linha do *Repórter Esportivo* de 30 de março de 2006. O meteorologista finalizou as informações do clima prevendo como seria o tempo no sábado, dia do jogo.

O programa termina com uma breve participação dos repórteres Luciano Silveira (nove segundos) e Filipe Gamba (oito segundos) que transmitem as últimas informações de Internacional e Grêmio.

O *Repórter Esportivo*, de fato, faz uma resenha das notícias de esporte. Contudo, vai além, pois faz também projeções através da opinião de seus comentaristas. O ritmo acelerado do apresentador e sua proposta de transformar o programa em um grande diálogo são os pontos fortes da atração. O programa, porém, em alguns momentos foge da linguagem que muitos dos ouvintes da *Guaíba* estão acostumados. Reche utiliza-se de um discurso de apelo popular, como quando comenta a questão da segurança no *Grenal*.

⁶⁴⁸ “Mensagem publicitária, geralmente, curta, em que se anuncia um evento a ser promovido pelo próprio veículo” (BARBOSA; RABAÇA, 2001, p.124).

Tem que baixar-lhe o cacete se começarem a brigar. Dá-lhe uma surra e mete no xilindró. Aí vão aprender, sair de casa pra se divertir não é pra brigar. Palhaçada isso! Tem que acabar com isso! Que que é isso! Coisa lamentável! [...] Com policiais a paisana dentro do trem pra terminar com esses vagabundos ! (RECHE, Luiz Carlos. Programa *Repórter Esportivo*, 30 mar. 2006. Transcrição).

A parte comercial reflete o anúncio feito pelo locutor na abertura do programa – “líder de audiência no futebol do Rio Grande do Sul”⁶⁴⁹ (STRELOW, Rui. Programa *Repórter Esportivo*, 30 mar. 2006. Transcrição). Dos programas analisados durante o dia 30 de março, foi o que apresentou maior número de anunciantes, com 45. Como nas demais atrações, os anunciantes são bem variados e, em sua maioria, não tem relação direta com o esporte.

Tabela 14
Anunciantes do Repórter Esportivo em 30 de março de 2006

Anunciante	Inserções/Citações
Rádio Guaíba	4
Banrisul	1
Mazal Indústria Patrulhense	4
Ulbra Saúde	2
Quartzolit Weber	2
Coca-Cola	1
Agafarma	4
Atacado Delfino	2
Real Center	1
Marpa	1
Megapetro	4
Sucos Sarandi	1
Central de Imóveis, Aluguéis e Condomínios	1
Agrosafra Sementes	2
Irmãos Galeazi Metais	2
Instituto Irmão Ernesto Dewes	2
Ughini Esportes	2

⁶⁴⁹ A *Rádio Guaíba* considera-se líder de audiência no futebol sem levar em conta as pesquisas do Ibope, uma vez que estas não medem o público no interior do Estado, onde a emissora tem muita tradição. De acordo com o gerente de jornalismo da *Guaíba*, Flávio Portela, “a audiência só é medida pelo Ibope. O Ibope é o único instituto que temos para medir a audiência aqui no Rio Grande do Sul. E, na verdade, nem é no Rio Grande do Sul: é em Porto Alegre e em uns dez municípios da região metropolitana. Porto Alegre tem um milhão e trezentos mil habitantes. Com esses 10 municípios chega-se a dois milhões e cem mil habitantes. Esse é nosso público alvo pela pesquisa do Ibope. E a audiência da Guaíba é estadual e até interestadual. Transmitimos em AM (720 KHz), duas frequências em ondas curtas, por satélite para emissoras do interior e de Santa Catarina e pela internet sem limite de acessos. [...]Nesses dois milhões e cem mil habitantes de Porto Alegre/região metropolitana temos em média 0,6% de ouvintes por minuto. O que significa 12.600 ouvintes por minuto em média. Tem momentos que a audiência chega até 4%. Por exemplo, num domingo de tarde com Gre-Nal (Portela, entrevista ao jornalista Enio Martins em 20 set. 2005 para o *site* Rádio Agência. Disponível em <http://www.radioagencia.com.br>).

Net	1
Multisom	2
Vodca Walesa	1
Personal Operadora de Turismo	1
Áudio Produções Sonoras	1
JK Pneus	4
Pizzaiolo Pizzaria	2
Canoas Parque Hotel	2
Klein Ville Hotel	1
Pinhal Máquinas	2
Copesul	1
Tumelero	1
Vivo	1
Rapaduras Guimarães	3
Grupo Epavi	1
Tecmasul	2
Lojas Manlec	1
Reche Baterias	1
Brasil Telecom	1
Escola Rainha do Brasil	2
Bio Clínica Odontológica	1
Bazar Bahia	1
Gravel Consórcios	1
Companhia de Geração Térmica de Energia Elétrica (CGTEE)	1
Assembléia Legislativa	1
Ótica Dallas	1
Mimo Loterias	1
Faculdades Monteiro Lobato	1

3.2.7 OS NOTICIÁRIOS: GUAÍBA NOTÍCIAS E CORRESPONDENTE PORTOCRED

O *Guaíba Notícias* é apresentado em 12 edições diárias - 7h, 8h, 10h, 11h, 12h, 14h, 15h, 16h, 17h, 18h, 21h e 22h -, de segunda a sexta-feira. Aos sábados conta com nove veiculações, não indo ao ar as edições das 7h, 21h e 22h. Domingo, aparece somente uma vez na grade de programação: às 8h. O *Guaíba Notícias* adota o formato de síntese noticiosa e de acordo com a emissora “nada mais é do que a síntese das principais informações do momento, captadas pela equipe de repórteres e correspondentes ou pelas agências de notícias, sempre em colaboração com o jornal *Correio do Povo*”⁶⁵⁰.

⁶⁵⁰ Informações disponíveis em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=13>. Consulta realizada em 27 jan. 2008.

Lido pelo locutor da hora, ou seja, aquele que estiver no estúdio no momento de sua transmissão, o noticiário tem duração média de cinco minutos. O *Notícias* abre com o horário, seguido da manchete da notícia principal e do patrocinador: “Oito horas. Agricultores preparam novas manifestações em Porto Alegre. Guaíba Notícias, oferecimento Copesul matéria prima para uma vida melhor” (*Guaíba Notícias*, 30 mar. 2006. Transcrição). Na sequência, o locutor lê uma série de notícias. Em média, são veiculadas de três a cinco. Então, são apresentadas hora, previsão do tempo e manchete para a entrada do boletim do repórter: “Oito horas, dois minutos e 30 segundos. Tempo bom em Porto Alegre. Umidade relativa do ar 80 por cento. Pressão atmosférica 1013 hectopascals. Agora na rua Caldas Júnior 19 graus e dois décimos. Agricultores preparam novas manifestações em Porto Alegre, repórter Ticiano Kestler” (*Guaíba Notícias*, 30 mar. 2006. Transcrição). O noticiário encerra com o boletim do repórter, gravado ou ao vivo.

Em 30 de março de 2006, a emissora apresentou 13 edições, uma vez que a das 12h não foi veiculada. O *Jornal da Manhã* ocupou o espaço do noticiário, pois estava transmitindo, ao vivo, uma entrevista com o governador do Estado, Germano Rigotto. Todas as veiculações contaram com um boletim da equipe de reportagem, como registra o quadro a seguir.

Tabela 15
Guaíba Notícias: presença da equipe de reportagem

Horário	Repórter	Notícia
7h	Ticiano Kessler	Polícia prende carga de frutos do mar na freeway
8h	Ticiano Kessler	Agricultores preparam novas manifestações em Porto Alegre
10h	Ticiano Kessler	Brigada Militar escoltará protesto de agricultores até o centro de Porto Alegre
11h	Fernanda Bagatini.	Violência no trânsito rende caminhada em protesto em Viamão
12h	(não veiculado)	(não foi veiculado)
14h	Samuel Vettori	Caminhada dos professores altera o trânsito no centro de Porto Alegre
15h	Tiago Abech	Manifestação na Praça da Matriz provoca alteração no trânsito
16h	Cristiane Pastorini	Agricultores protestam diante do Palácio Piratini
17h	Tiago Abech	Trânsito no entorno do Palácio Piratini deverá ser liberado em torno de meia hora
18h	Samuel Vettori	Brigada Militar reforçará policiamento no entorno da PUC
21h	Samuel Vettori	Homem é assassinado na zona norte de Porto Alegre
22h	Gerson Anzzulin	Segunda maior fabricante mundial de <i>software</i> anunciou a implantação de uma unidade em São Leopoldo

Ao longo do dia, o *Guaíba Notícias* veiculou 58 notícias, incluindo os boletins. Destas, 30 eram locais, 18 nacionais e 10 internacionais. Sendo assim, a maioria, com 51,72 por cento é de notícias locais, seguida por nacionais com 31,03 pontos percentuais e internacionais, que registraram 17,24.

A principal síntese noticiosa da *Rádio Guaíba* é o *Correspondente Portocred*. Na grade de programação desde a fundação da emissora da Caldas Júnior, teve como patrocinador por quase 42 anos a *Renner* e, posteriormente, a *Aplub*⁶⁵¹. Desde primeiro de fevereiro de 2004, a síntese noticiosa da *Guaíba* tem a marca da *Portocred*. São quatro edições diárias, de segunda a sábado: às 9h, logo após a segunda parte do programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*; às 13h, depois do *Terceiro Tempo*; às 18h50min, na seqüência do *Repórter Esportivo*; e às 20h, com o encerramento da *Voz do Brasil*. Aos domingos, a síntese é veiculada às 13h e 20h.

Ilustração 78

O terceiro patrocinador da síntese noticiosa da Guaíba: Correspondente Portocred



Fonte: *Correio do Povo*, 1 fev. 2004, p. 17.

⁶⁵¹ Sobre a história do *Correspondente*, ver Mércio (2002).

No *Correspondente Portocred* as informações são editadas em forma de pirâmide⁶⁵², isto é, em hierarquização crescente. A notícia mais importante é colocada como última do noticiário. A fim de facilitar a compreensão da estrutura do *Correspondente Portocred*, escolhemos a edição das 13h do dia analisado – 30 de março de 2006 - como modelo. O noticiário tem, em média, 125 linhas, o que equivale a dez minutos de duração. O rádio utiliza como padrão a meia-lauda⁶⁵³, que apresenta doze linhas de 65 toques.

O noticiário abre com uma chamada gravada, apresentada por outro locutor da emissora e não o titular do correspondente: “E atenção, ouvintes, vai falar o *Correspondente Portocred*”. Então, a característica é rodada (ver CD em anexo) e Milton Jung lê o texto de abertura: “Aqui fala o Correspondente Portocred, editado pelo departamento de jornalismo da rádio Guaíba, em colaboração com o Correio do Povo” (Milton Jung, Correspondente Aplub, 30.3.2007. Transcrição). Por ser sempre o mesmo, o texto de abertura está em papel-cartão⁶⁵⁴, sendo colocado em todas as edições do noticiário. Depois, o locutor lê, já em lauda, em forma de manchetes, um resumo das principais notícias das últimas horas: “Estas foram as principais notícias das últimas horas: CPI dos Correios poupa Lula, confirma existência do mensalão e indícia 124. Agricultores preparam novas manifestações em Porto Alegre. Polícia tenta identificar assaltante que matou universitária em Porto Alegre” (Idem) Estas manchetes são elaboradas a partir do correspondente anterior. Em seguida, Jung faz a leitura do primeiro comercial: “Pensou em dinheiro, pensou na Portocred. Empréstimo de 100 a cinco mil reais e com 60 dias para o primeiro pagamento. Quer dinheiro, está aqui. Portocred, trinta-vinte e um- sete sete sete sete” (Idem).

O primeiro bloco de notícias tem, em média, 80 linhas. Todas as notícias apresentam procedência, ou seja, são identificadas pelo local onde os fatos ocorreram: “Porto Alegre. O presidente do Tribunal de Justiça do Estado, desembargador Marco Antônio Barbosa Leal, informou hoje em entrevista à imprensa [...] [grifo nosso](Idem).

⁶⁵² Nas sínteses noticiosas a última notícia é sempre a mais importante. Contudo, lembramos que dentro do *Correspondente Aplub*, cada notícia é redigida na forma de pirâmide invertida, também predominante no jornalismo impresso e mesmo no material enviado pelas agências de notícias. De acordo com o Manual Geral da Redação da Folha de São Paulo, pirâmide invertida é a “técnica de redação jornalística através da qual as informações mais importantes são dadas no início do texto e as menos importantes, em hierarquização decrescente, em seguida, de modo que as mais dispensáveis fiquem no pé do texto. [...] É a técnica de redação mais disseminada no mundo ocidental” (1987, p. 157).

⁶⁵³ A meia-lauda de 12 linhas de 65 toques permite que o redator escreva, no máximo, texto de um minuto. No rádio, calcula-se que o locutor leve, em média, quatro segundos por linha.

⁶⁵⁴ Abertura, encerramento e comerciais, por serem utilizados em todas as edições, são apresentados em um papel mais duro a fim de ter maior resistência, mantendo, porém, o mesmo formato de uma lauda de rádio.

Depois da última notícia do primeiro bloco, é lido mais um comercial da Portocred, porém, com texto diferente do primeiro. Em seguida, o locutor anuncia a hora e lê a previsão do tempo.

O segundo bloco tem em média 50 linhas e inicia com uma chamada: “E atenção para as últimas notícias” (Idem). Em ordem crescente de importância, as notícias são lidas, até a última. O *Correspondente* termina com a leitura da ficha de encerramento: “Ouça novamente o correspondente Portocred, logo mais às seis horas e 50 minutos” (Idem).

Em 30 de março de 2006, as quatro edições do *Correspondente* apresentaram 57 notícias, com uma maior incidência de locais/regionais sobre nacionais e internacionais.

Tabela 16
As notícias do Correspondente Portocred: predomínio local/regional

<i>Correspondente</i> <i>Portocred</i>	Notícias Locais/Regionais	Notícias Nacionais	Notícias Internacionais
9h	8	4	2
13h	12	3	-
18h50min	7	6	1
20h	7	5	2
Total	34	18	5

As notícias locais/regionais representaram 59, 64 por cento do total, enquanto as nacionais ficaram em 31,57 e as internacionais atingiram 8, 77 pontos percentuais. É importante registrar ainda que a notícia mais importante – a última do noticiário – teve procedência local em três edições. Somente o *Correspondente* das 9h encerrou com uma informação nacional.

Tabela 17

A principal notícia das edições do Correspondente Portocred de 30 de março de 2006

<i>Correspondente Portocred</i>	Notícia de encerramento
9h	Brasília. O relator da CPI dos Correios, Osmar Serraglio, justificou que o presidente Lula não foi citado no documento final da comissão devido à falta de evidências sobre omissão e irregularidades.
13h	Porto Alegre. O governador Germano Rigotto anunciou em entrevista coletiva que está adiando para 2010 o sonho de ser candidato a presidência da República.
18h50min	Porto Alegre. Mais de dois mil agricultores protestaram hoje em frente ao Palácio Piratini, reivindicando medidas de apoio aos pequenos produtores.
20h	Porto Alegre. A bancada do PT da Assembléia Legislativa deverá apoiar os projetos de reajuste dos servidores públicos.

3.3 UMA VOZ A SERVIÇO DO RIO GRANDE

A *Rádio Guaíba*, em sua fundação, anunciou ser uma voz a serviço do Rio Grande. Cinco décadas depois, é possível encontrar esta proposta presente diariamente na programação. É por meio do jornalismo que este compromisso realiza-se ainda hoje.

3.3.1 O DISCURSO DE ARLINDO PASQUALINI: UMA “CARTA DE INTENÇÕES”

Às 20h30min do dia 30 de abril de 1957 era inaugurada oficialmente a *Rádio Guaíba* em solenidade realizada no Theatro São Pedro. A abertura ficou a cargo do então diretor, Arlindo Pasqualini. Em seu discurso, ele apresenta uma espécie de “carta de intenções”, uma vez que anuncia como seria a linha de programação da emissora e os compromissos dela para com o Estado.

A *Rádio Guaíba* de Porto Alegre, que ora se inaugura aqui no Theatro São Pedro com a presença, para nós tão grata e tão honrosa de todos vós constitui um empreendimento novo, mas que embora novo, nasce sob o signo de uma tradição. É quase uma vinculação a dois grandes jornais, o *Correio do Povo* e a *Folha da Tarde*, lhe traça implicitamente os rumos e a orientação, como, sabeis, é de absoluta independência, a qual tem para nós seus limites naturais e intransponíveis nos princípios da moral e do bem comum. Acerca da nossa programação normal, que deverá ter início amanhã, o que vos posso adiantar em poucas palavras é que ela não terá o luxo das grandes montagens. Mas, mesmo quando singela, jamais cairá na

vulgaridade. [...] E aqui fica convosco a *Rádio Guaíba*, que a partir deste momento, será sempre uma voz a serviço do Rio Grande (PASQUALINI, Arlindo. *Arquivo de Vozes da Rádio Guaíba*).

No início de sua fala, o diretor faz questão de deixar claro que a *Guaíba* era “um empreendimento novo” (Idem). Desta forma, apela para uma idéia de novidade, o que mostra a intenção de distanciar-se da proposta das rádios que os porto-alegrenses estavam acostumados a ouvir: *Rádio Sociedade Gaúcha*, *Difusora*, *Farroupilha* e *Itaí*. Embora a estação da Caldas Júnior apresente elementos que a classifiquem como “novo” – entre eles a qualidade de áudio, organização da programação musical e mesmo o fato de ser uma outra opção no *dial* – ela também vai apresentar características das concorrentes, conforme já abordado no capítulo anterior.

Ao mesmo tempo em que Pasqualini apresenta a *Guaíba* como novidade, faz questão de relacioná-la a uma tradição, manifestada pelo fato dela ter vínculo com dois importantes jornais: *Correio do Povo* e *Folha da Tarde*. Assim, o diretor consegue criar uma referência para o público e dar credibilidade ao veículo mesmo antes dele atingir os ouvintes, uma vez que herda dos jornais os “rumos e a orientação, como, sabeis, é de absoluta independência, a qual tem para nós seus limites naturais e intransponíveis nos princípios da moral e do bem comum” (Idem). No ano de inauguração da *Guaíba*, a *Companhia Jornalística Caldas Júnior* era o mais importante grupo de comunicação do sul do país. O próprio fato de a estação nascer dentro de um jornal apresentava-se como novidade. A *Guaíba* foi a primeira emissora de rádio do Rio Grande do Sul a ser criada dentro de um empresa de jornalismo. Trinta anos depois de sua inauguração, Breno reforçaria esta idéia ao afirmar que seu objetivo era fazer da estação uma “uma espécie de Correio do Povo no ar” (MACHADO, 1987, p. 69).

No trecho seguinte do discurso, mais uma vez Pasqualini busca distanciar-se das demais ao afirmar que a programação “não terá o luxo das grandes montagens. Mas, mesmo quando singela, jamais cairá na vulgaridade”. Ao saber que a *Guaíba* iria concorrer com rádios já bem estruturadas e conhecidas dos ouvintes, o diretor pretende deixar claro que mesmo com menos recursos teria uma programação com características próprias. Em 1957, Maurício Sirotsky Sobrinho passa a ser sócio da *Gaúcha*. Fundada em 1927, com o ingresso do novo sócio promove uma reformulação geral em sua programação. A *Difusora* enfrentava uma fase difícil. Embora pertencesse aos *Diários e Emissoras Associados*, de Chateaubriand, não recebia quase investimentos e, em meados dos anos 50, opta por rodar quase que exclusivamente música. A *Difusora*, fundada em 1934 tinha, no entanto, a seu favor, o fato de

estar no ar a mais de 20 anos. A *Farroupilha*, por sua vez, também pertencente à Chateaubriand, recebia todo o apoio dos *Diários e Emissoras Associados* e continuava investindo em seu *cast*. A *Itaí*, com seus estúdios no município de Guaíba, ao longo dos anos 50 vinha investindo na cobertura esportiva e tinha na programação um sucesso: Luiz Carlos Vergara Marques apresentava desde 1956 o *Turfe e Boa Música*, programa dedicado as notícias do turfe, transmissão de páreos e canções.

Pasqualini encerra o discurso assumindo um compromisso: “E aqui fica convosco a *Rádio Guaíba*, que a partir deste momento, será sempre uma voz a serviço do Rio Grande” (idem). Ao longo de sua história, a emissora vem honrando sua promessa. A *Rádio Guaíba*, desde sua fundação, acompanhou e transmitiu aos gaúchos os principais acontecimentos do Rio Grande do Sul, do Brasil e do mundo. A emissora da Caldas Júnior contou e viveu a história de seu tempo. Com o jornalismo, entre outros momentos, esteve presente na inauguração de Brasília, em 1960, transmitiu direto do *front* do conflito árabe-israelense, em 1967, e acompanhou todas as transformações pelas quais passou o país nas últimas cinco décadas. Com Milton Ferretti Jung, fez de sua síntese noticiosa uma fonte de informação para todo o Rio Grande. No esporte, esteve ao lado dos principais times gaúchos e da seleção brasileira desde a conquista da primeira Copa do Mundo, na Suécia, em 1958. Com sua música, a *Guaíba* encantou os gaúchos e fez de seus estúdios um ponto de encontro de artistas consagrados. A emissora também envolveu-se em diversas campanhas, como a de compra de equipamento para o Hospital de Pronto Socorro de Porto Alegre.

Em 1963, fui procurado pelo prefeito de Porto Alegre, José Loureiro da Silva. [...] Como a prefeitura estava quebrada, pedia-me auxílio para poder dotar o Hospital de Pronto Socorro de um aparelho de raio X. [...] Utilizando a princípio apenas meu comentário de cinco minutos, lancei a campanha “Socorro ao Pronto Socorro” [...]. O sucesso foi tão grande que em menos de um mês conseguimos dinheiro suficiente [...] para importar da Alemanha o mais moderno aparelho radiológico do Brasil, dispondo, maravilha para a época, de uma câmera de televisão (GOMES, 1995, p. 116-7).

A própria participação da emissora na Rede da Legalidade pode enquadrar-se neste conceito de “ser uma voz a serviço do Rio Grande”. Neste caso, ao contribuir para a garantia do cumprimento da Constituição Federal, ultrapassou o seu território e foi “uma voz a serviço do Brasil”.

Por fim cabe destacar o local onde o discurso foi proferido. O Theatro São Pedro era a casa de espetáculos mais sofisticada da capital gaúcha e, por isso, freqüentada pela elite da cidade. Ao optar por um lugar assim, a emissora estava deixando claro sua origem. Vinha também da elite representada por Breno Caldas e era para este grupo que a emissora desejava falar. A escolha dos artistas também reforça esta tese. Ao final do discurso de Pasqualini, a Orquestra Sinfônica de Porto Alegre abre o espetáculo executando a *Protofonia* de *O Guarani*, de Carlos Gomes, e, para terminar apresenta *Danúbio Azul – Valsa*, de Strauss. Na seqüência, Mozart toma conta do teatro pelo piano de Iara Bernette. A noite de inauguração encerra-se com a vocalização pelo Coro Julio Kunz, da Sociedade Aliança de Novo Hamburgo, do *Boi Barroso*, adotado como prefixo musical da *Rádio Guaíba*.

3.3.2. O JORNALISMO COMO UMA VOZ A SERVIÇO DO RIO GRANDE

O editor de notícias⁶⁵⁵ da *Rádio Guaíba*, Idalino Asp Vieira (2007), considera que a emissora ainda é uma voz a serviço do Rio Grande. Para ele, isto ocorre por meio do trabalho desenvolvido pelo jornalismo.

Toda vez que a Rádio Guaíba coloca um noticiário no ar, ela está dando continuidade à proposta de Pasqualini. Deixar todos os gaúchos informados sobre tudo é o serviço da Guaíba. Tudo que foi importante, a Guaíba divulgou em seus noticiários. Ser uma voz a serviço do Rio Grande é simplesmente isto: levar informação aos ouvintes⁶⁵⁶.

Vieira (2007) ressalta ainda que ao selecionar as informações que farão parte dos noticiários, tem como prioridade aquelas que têm como origem o Estado.

É claro que o que acontece em Brasília atinge direto o Rio Grande do Sul. A idéia é, então, ir além. Colocamos no noticiário a notícia de Brasília, mas depois precisa vir uma (notícia) que diga algo ao ouvinte da Guaíba, ou seja, como o que aconteceu lá em Brasília vai melhorar ou piorar a sua vida. Quem acompanha os

⁶⁵⁵ A *Rádio Guaíba* conta com três editores de notícias. Idalino Asp Vieira é responsável pelos noticiários da manhã, Kátia Hoffmann pelos da tarde, enquanto Erington Junior responde pelos da noite. Os editores são responsáveis pela seleção de notícias que integrarão os noticiários.

⁶⁵⁶ VIEIRA, Idalino Asp. *Depoimento ao autor*, Porto Alegre, 16 nov. 2007.

ossos noticiários sabe que vai ter sempre alguém daqui para avaliar as decisões que ocorrem lá⁶⁵⁷.

A fim de verificar-se se a rádio mantém-se “uma voz a serviço do Rio Grande”, a partir do observado por Vieira (2007), buscou-se avaliar em seu principal noticiário – o *Correspondente Portocred* – qual era incidência de notícias *locais/regionais* em relação às *nacionais e internacionais*⁶⁵⁸. De acordo com o locutor Milton Ferretti Jung “na época da ditadura, quase todo o *Correspondente Renner* era editado com notícias do exterior. Se dependesse apenas das notícias nacionais, não haveria linhas suficientes para o *Renner*” (Jung apud Mércio, 2002, p.180). Jung Júnior (1985) já indica a predominância de notícias com produção local na década de 80 do século passado. Na pesquisa, o autor destaca a edição das 13h do dia 27 de março de 1985 que, segundo ele, “exatos cem por cento das notícias tinham como fonte o quadro de reportagens” (JUNG JÚNIOR, 1985, p. 58). Mércio (2002), por sua vez, mostra que nos anos 90 as notícias *locais/regionais* continuam ocupando maior espaço.

Em algumas edições que nos foram cedidas⁶⁵⁹, verificamos que, ao longo da década de 90, a predominância de produção por parte da reportagem local se mantém. Na edição das 13h do dia dois de outubro de 1997, das 14 notícias divulgadas, 10 foram apuradas pelos repórteres da emissora e quatro foram produzidas a partir de material enviado por agências. Já no *Correspondente Aplub* das 13h do dia 1º de junho de 1999, das 12 notícias veiculadas, apenas uma tinha como fonte uma agência de notícias (MÉRCIO, 2002, p.182).

Nos anos 2000, a emissora mantém a predominância de produção local de suas notícias. Vieira (2002) acredita que “isto tenha se mantido nos últimos anos. Para estar a serviço do Rio Grande é preciso produzir as notícias aqui. É gente daqui falando para gente daqui”⁶⁶⁰. De fato, levantamento feito na presente pesquisa sobre o *Correspondente* em dois períodos distintos - uma semana de abril de 2001 e uma semana de fevereiro de 2006 - confirma a manifestação do editor. Ao avaliar-se o noticiário, edição das 13h, de segunda a sexta-feira, de 23 a 27 de abril de 2001, verifica-se que de um total de 65, 39 notícias foram

⁶⁵⁷ VIEIRA, Idalino Asp. *Depoimento ao autor*, Porto Alegre, 16 nov. 2007.

⁶⁵⁸ Considerou-se notícias *locais/regionais* as que aconteceram em Porto Alegre e demais municípios do Rio Grande do Sul. As *nacionais* referem-se as que ocorreram no Brasil, com exceção do território gaúcho. As *internacionais* são as que tiveram como procedência outros países.

⁶⁵⁹ A *Rádio Guaíba* arquivou as edições do *Corresponde* por três meses. Os exemplos citados por Mércio (2002) constam de noticiários guardados pelo locutor, Milton Ferretti Jung.

⁶⁶⁰ VIEIRA, Idalino Asp. *Depoimento ao autor*, Porto Alegre, 16 nov. 2007.

produzidas pela reportagem e 26 por agências de notícias. Desta forma, 60 por cento das notícias têm sua origem na equipe de reportagem, contra 40 pontos percentuais de agências. Em consequência, os temas *locais/regionais* são maioria, representando 66,15 por cento do total de notícias. *Nacional* equivale a 29,23 e *internacional* registra 4,61 pontos percentuais.

Tabela 18
O Correspondente em 2001: predominância da reportagem local

Edição das 13h	Notícias/Linhas	Notícias produzidas pela reportagem	Notícias de agências	Local/Regional	Nacional (Outros Estados e Distrito Federal)	Internacional
Segunda, 23 de abril de 2001	12/122	8	4	8	3	1
Terça, 24 de abril de 2001	12/111	9	3	9	3	-
Quarta, 25 de abril de 2001	14/121	5	9	5	8	1
Quinta, 26 de abril de 2001	14/124	8	6	13	1	-
Sexta, 27 de abril de 2001	13/122	9	4	8	4	1
TOTAL	65/600	39	26	43	19	3

Em 2006, na avaliação feita na edição das 13h do *Correspondente Portocred* de segunda a sexta-feira, de 27 de fevereiro a três de março, obteve-se resultados semelhantes. Sessenta e um vírgula noventa por cento das notícias foram produzidas pelos repórteres da emissora. As agências foram responsáveis pelo restante, 38,09 por cento. O predomínio do *local/regional* fica claro: 61,9 por cento das notícias têm esta procedência. *Nacional* responde por 22,22 pontos percentuais e *internacional* por 15,87.

Tabela 19
O Correspondente em 2006: o local supera o nacional e o internacional

Edição das 13h	Notícias/Linhas	Notícias produzidas pela reportagem	Notícias de agências	Local/Regional	Nacional (Outros Estados e Distrito Federal)	Internacional
Segunda, 27 de fevereiro de 2006	13/117	7	6	8	3	2
Terça, 28 de fevereiro de 2006	13/121	6	7	6	5	2
Quarta, 1º de março de 2006	13/120	10	3	9	2	2
Quinta, 2 de março de 2006	11/110	7	4	7	2	2
Sexta, 3 de março de 2006	13/119	9	4	9	2	2
TOTAL	63/587	39	24	39	14	10

Na semana observada em 2006 outro dado é relevante. A última notícia, que no *Correspondente* é a maior importância, apresentou em sua maioria temas locais. Das 20 últimas notícias das edições avaliadas, 16 eram *locais*, duas *nacionais* e duas *internacionais*. Isto significa que 80 por cento das notícias consideradas mais importantes eram locais.

Por fim, vale registrar, como já foi dito anteriormente, que em 30 de março de 2006, quando foi feita a audição da programação da *Guaíba* em sua totalidade, 59,64 por cento das notícias veiculadas no *Correspondente Portocred* tinham temas locais. Além disto, das quatro edições do dia, três apresentaram como procedência a cidade de Porto Alegre e uma Brasília.

A partir dos dados apresentados é possível afirmar que a *Rádio Guaíba AM* continua sendo “uma voz a serviço do Rio Grande”, como afirmou seu primeiro diretor, Arlindo Pasqualini, em seu discurso inaugural. Hoje, vamos encontrar este compromisso ratificado diariamente no trabalho exercido pelo Departamento de Jornalismo.

3.4 “AS COISAS DO RIO GRANDE” E OS FRAGMENTOS IDENTITÁRIOS DO GAÚCHO NA *RÁDIO GUAIBA*

Revolução Farroupilha, Borges de Medeiros, Júlio de Castilhos, Erico Verissimo, o cancionista gaúcho. Temas caros ao Rio Grande estão presentes ao longo da programação da emissora da Caldas Júnior. Alguns são assumidos e planejados para chegar aos ouvidos dos ouvintes. Outros surgem, de improviso, na voz de apresentadores e entrevistados.

3.4.1 O BOI BARROSO: PREFIXO MUSICAL COM A MARCA DO RIO GRANDE

Antes mesmo da *Rádio Guaíba* entrar no ar, o *Boi Barroso* já havia sido adotado como prefixo musical⁶⁶¹. Ainda em suas irradiações experimentais, às 12h de 20 de abril de 1957, a ZYU-58 marca sua entrada pela execução do *Boi Barroso* ao piano de Nicolau Kersting⁶⁶². Dez dias depois, também ao meio-dia, a emissora inaugurava oficialmente sua programação utilizando o prefixo.

A primeira versão foi gravada em 1957, na *Rádio Nacional*, no Rio de Janeiro. O prefixo musical seria regravado mais duas vezes. Uma segunda versão foi registrada nos estúdios da Gravodisc⁶⁶³, em São Paulo, no final da década de 60. A versão atual foi produzida na *Rádio Eldorado*, de São Paulo, em 1975. Para garantir que a gravação tivesse um “tom do sul”, o arranjo foi feito pelo músico gaúcho Neneco. Colaboraram para a sua produção Hermeto Paschoal e o Trio Marayá⁶⁶⁴. Neneco foi acordeonista do grupo *Os Gaudérios*⁶⁶⁵, criado em 1954 para acompanhar o tradicionalista Paixão Côrtes no programa *Grande Rodeio Coringa*, da *Rádio Farroupilha*.

⁶⁶¹ Trecho musical [...] de breve duração, que servem como sinais característicos de [...] de uma estação de rádio ou TV (BARBOSA; RABAÇA, 2001, p.585-6).

⁶⁶² Nicolau Kersting fazia parte do conjunto Melódico Mocambo, fundado em 1956. Em seu repertório, o grupo incluía músicas dos pioneiros do *rock'n'roll*, os mesmos que foram barrados na programação musical da *Rádio Guaíba*.

⁶⁶³ A Gravodisc surgiu em 1958. Inicialmente, teve seus estúdios projetados para dar suporte às orquestras, pois na época o número de canais de gravação era reduzido e as composições musicais eram feitas com grandes formações instrumentais. Em 1990, a Gravodisc foi adquirida pela Continental (Informações disponíveis em <http://www.gravodisc.com.br>. Consulta realizada em 29 jan. 2008).

⁶⁶⁴ O trio vocal foi formado em 1954, na cidade de Natal, no Rio Grande do Norte, contando com Behring Leiros no tantã, Marconi Campos no violão e Hilton Acioli no afoché (Informações disponíveis no Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira, <http://www.dicionariompb.com.br>. Consulta realizada em 29 jan. 2008)

⁶⁶⁵ O grupo *Os Gaudérios* gravou três compactos de 78 rotações para a RCA. O primeiro, em 1956, apresentava *Cigarro de Palha*, de Glaucus Saraiva, e *Piazito Carreteiro*, de Luiz Menezes. Em 1958, o conjunto participou na França do Festival Internacional do Folclore e em 1961 lançou, pela RGE, o primeiro e único LP. Em 1962 *Os Gaudérios* se desfz. O músico Neneco faleceu em 1995.

A canção *Boi Barroso* é a toada mais popular do Rio Grande do Sul. Com sua melodia, são cantadas diferentes trovas tradicionais do cancionero gaúcho, apoiadas no refrão “Adeus priminha, que eu vou-me embora; não sou daqui, sou lá de fora”. A popularidade da canção fez com que ela fosse tocada e gravada por diversos artistas a partir do trabalho de Pedro Raymundo⁶⁶⁶. Em 1939, o gaiteiro criou o Quarteto dos Taurus e consagrou-se ao adaptar canções como *Boi Barroso* e *Prenda Minha*. O *Conjunto Farroupilha*⁶⁶⁷, criado em 1948 para atuar na rádio de mesmo nome, ficou conhecido pelas suas execuções de músicas do folclore gaúcho. Somente em 1987, o grupo viria a registrar em disco o *Boi Barroso*, em seu *Temas Gaúchos*. Elis Regina gravou o *Boi Barroso* para o disco *Música Popular do Sul – volume um*, LP lançado em 1975 que reúne compositores e intérpretes gaúchos. Em 1998, o músico Renato Borghetti⁶⁶⁸ apresentaria um arranjo instrumental para a canção em *Gauderiando*. A dupla Kleiton e Kleidir, por sua vez, gravou o *Boi Barroso* em 1999, no disco *Clássicos Gaúchos*. A trilha da minissérie *O Tempo e o Vento*, exibida pela *Rede Globo* em 1985 e de autoria de Antônio Carlos Jobim, incluiria uma versão de o *Boi Barroso*. Na gravação, Jobim contou com as vozes do *Conjunto Farroupilha*. Mais recentemente, em 2004, o músico Geraldo Flach, no disco *Meu Piano*, gravado no Salão de Atos da Reitoria da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, faria o registro instrumental do *Boi Barroso*.

⁶⁶⁶ Pedro Raymundo nasceu em Imaruí, no Estado de Santa Catarina, em 29 jun. 1906. Na época, o município pertencia a Laguna. Chegou a Porto Alegre em 1929, onde começou a trabalhar na Companhia Carris. Passou, então, a integrar o grupo de jazz mantido pela empresa. Raymundo morreu no Rio de Janeiro em 9 jul. 1973.

⁶⁶⁷ No início da carreira, o *Conjunto Farroupilha* dedicava-se ao repertório típico gaúcho com sucessos como *Negrinho do Pastoreio*, *Boi Barroso* e *Pezinho*. Nos anos 60 do século passado, realizaram também trabalhos ligados à bossa nova.

⁶⁶⁸ O músico, nascido em Porto Alegre em 23 jul. 1963, lançou seu primeiro disco em 1984. *Renato Borghetti Gaita-ponto* foi o primeiro disco instrumental brasileiro a receber um Disco de Ouro, por vender mais de 100 mil cópias.

Ilustração 79

O Conjunto Farroupilha em Temas Gaúchos, de 1987, registra o Boi Barroso



Fonte: Conjunto Farroupilha – capa do disco Temas Gaúchos, 1987, Phonodisc: 034405415

Na *Rádio Guaíba*, o *Boi Barroso* é tocado, em média, a cada 30 minutos, seguido da identificação por texto da emissora. A cada execução, o ouvinte é remetido diretamente à literatura gaúcha. De acordo com Côrtes, “o Boi Barroso é a mais expressiva manifestação da literatura galponesca”⁶⁶⁹ (Zero Hora, Caderno de Cultura, 15 mai. 2004, p.4). Ao usar o termo “galponesca”, Paixão faz referência ao galpão, onde “se reúnem para as refeições e dormem os peões das estâncias, e agrupados em torno do fogão mateiam e contam ‘causos’” (LOPES NETO⁶⁷⁰, 1978, p. 200).

Em 1913, Simões Lopes Neto reúne em *Lendas do Sul* três lendas que integravam o imaginário do homem rio-grandense: *A Mboitatá*, *A Salamanca do Jarau* e *O Negrinho do Pastoreio*. O registro do *Boi Barroso* vai aparecer nas duas primeiras páginas de *A Salamanca do Jarau*.

⁶⁶⁹ Entrevista realizada pelos professores de literatura Augusto Fischer e Eduardo Wolf.

⁶⁷⁰ A edição de *Contos Gauchescos e Lendas do Sul*, da Editora Globo, de 1978, inclui um glossário. O mesmo é uma adaptação sucinta do trabalho de Aurélio Buarque de Holanda para a edição crítica da obra de 1949.

Era um dia...

um dia, um gaúcho pobre, Blau, de nome, guasca de bom porte, mas que só tinha de seu um cavalo gordo, o facão afiado e as estradas reais, estava conchavado de posteiro, ali na entrada do rincão; e nesse dia andava campeando um boi barroso.

E no tranquito andava, olhando; olhando para o fundo das sangas, para o alto das coxilhas, ao comprido das canhadas; talvez deitado estivesse entre as carquejas – a carqueja é sinal de campo bom -, por isso o campeiro às vezes alcançava-se nos estribos e, de mão em pala sobre os olhos, firmava mais a vista em torno; mas o boi barroso, crioulo daquela querência, não aparecia; e Blau ia campeando, campeando...

Campeando e cantando:

Meu bonito boi barroso

Que eu já contava perdido

Deixando o rastro na areia

Foi logo reconhecido

Montei no cavalo escuro

E trabalhei logo de espora

E gritei – aperta, gente

Que o meu boi se vai embora

No cruzar uma picada

Meu cavalo relinchou

Dei de rédea para a esquerda

E o meu boi me atropelou!

Nos tentos levava um laço

De vinte e cinco rodilhas,

Pra laçar o boi barroso

Lá no alto das coxilhas!

Mas no mato carrasquento

Onde o boi 'stava embretado

Não quis usar o meu laço

Pra não vê-lo retalhado

E mandei fazer um laço

Da casca do jacaré

Pra laçar meu boi barroso

Num redomão pangaré

E mandei fazer um laço

Do couro da jacutinga

Pra laçar meu boi barroso

Lá no pasto da restinga

E mandei fazer um laço

Do couro de capivara

Pra laçar meu boi barroso

Nem que fosse a meia-cara

Este era um laço de sorte,

Pois quebrou do boi a balda

No tranquito ia, cantando, e pensando na sua pobreza, no atraso das suas cousas (LOPES NETO, 1978, p.133-4).

Em 1952, Meyer publicaria na íntegra o *Boi Barroso* na obra *Cancioneiro Gaúcho*, na qual faz uma seleção de poesias populares do Rio Grande do Sul. Há pequenas variações em relação ao anotado por Lopes Neto e, diferentemente do cantado por Blau, há o registro do

estribilho original: “Meu boi Barroso, meu boi pitanga; O teu lugar , é lá na canga” (MEYER, 1952, p 121).

O *Boi Barroso* – “diz-se do boi de cor branca amarelada” (Lopes Neto, 1978, p.184) - remete ainda a historiografia gaúcha ao registrar que é a partir da atividade pecuária no século XVII que a região sul passa a ser de interesse do resto do Brasil. A criação bovina é também um dos elementos que vão moldar a sociedade rio-grandense, uma vez que o povoamento do Estado e parte da evolução política e social do gaúcho tem ligação direta com ela. O trabalho com o gado serve também de referência ao mito do gaúcho. Lopes Neto, em *Contrabandista*, ao falar dos primeiros gaúchos faz referência a atividade: “depois era com gados, que se tocava a trote e galope, abandonando os assoleados. [...] E foi o tempo que o gaúcho, o seu cavallo e o seu facão, sozinhos, conquistaram e defenderam estes pagos!.. (LOPES NETO, Almanaque do Globo, 1918, p.170-1). A própria Revolução Farroupilha tem em suas origens um produto ligado a criação de gado: a produção de charque. A oligarquia regional estava descontente com a perda de mercado. O charque do Rio Grande do Sul tinha preço maior do que o argentino e o uruguaio, perdendo, assim, competitividade no mercado interno. A tributação do produto importado era uma exigência dos estancieiros e charqueadores. Avançando até a fundação da *Rádio Guaíba*, ao escolher o *Boi Barroso* como prefixo musical, a emissora busca uma identificação direta com os grandes produtores rurais - sucessores dos estancieiros do século XIX - que sempre tiveram proximidade com Breno Caldas.

Em síntese, no caso da *Guaíba*, o prefixo musical extrapola a função de apenas identificar a emissora. Cada vez que a estação reproduz o *Boi Barroso*, ela está retomando a literatura e a história do Rio Grande do Sul. É um resgate da tradição, que como um relógio-cuco, toca de períodos em períodos para lembrar a origem do receptor e do emissor. No conceito da própria emissora, “o som gaúcho identifica as origens”⁶⁷¹.

3.4.2. O REGIONALISMO NA PROGRAMAÇÃO DA GUAÍBA

O gaúcho vai estar presente na programação de rádio do Rio Grande do Sul por meio de programas dedicados ao regionalismo ainda na primeira década do veículo no Estado. Vampré registra que em 1930, por iniciativa do locutor Antônio Pirajá Weiss, a *Rádio Sociedade Gaúcha* veiculou o primeiro programa regionalista levado ao ar no Rio Grande do

⁶⁷¹ Ao referir-se ao seu prefixo musical em seu *site* - <http://www.radioguaiba.com.br>- a emissora utiliza a frase “o som gaúcho identifica as origens”.

Sul: *Contos Gauchescos*. A emissora continua investindo no segmento e em 1935 o poeta e compositor Lauro Rodrigues⁶⁷² vai conduzir o programa *Campereadas*⁶⁷³. No mesmo ano, a *Gaúcha* transmite ainda o *Trovas e Trovoadas*, produzido por Adão Carrazzoni⁶⁷⁴. É no *Campereadas*, porém, que vai destacar-se o cantor e compositor Pedro Raymundo. Em 1939, o gaiteiro é contratado pela *Rádio Farroupilha* e forma o *Quarteto dos Taurus*, integrado por Oswaldinho, Zico e Zé Bernardes.

A partir da recriação de canções do folclore gaúcho [...], o Quarteto dos Taurus segue em excursões pelo interior do Rio Grande, Santa Catarina e Paraná, cantando e encantando a todos. Com cara e coragem, o grupo chega ao Rio de Janeiro e na Rádio Mayrink Veiga emplaca a toada *Gaúcho alegre*, agora já devidamente pilchado, isto é: chapéu quebrado na testa, bombacha, guaiaca, botas e esporas (WEISS, 2006, p.11).

Com o sucesso da toada, Raymundo fica conhecido como o “Gaúcho Alegre do Rádio”. O destaque conquistado pelo gaiteiro⁶⁷⁵ por meio do rádio faria com que o veículo abrisse espaço em sua grade de programação para atrações do gênero.

O ponto alto deste processo é a estréia, em 1º de maio de 1955, do *Grande Rodeio Coringa*, na Farroupilha. De início, o programa traz na apresentação um dos ideólogos do gauchismo, João Carlos Paixão Côrtes, logo secundado por Darcy Fagundes. O horário escolhido, 21h, logo após o *Grande Teatro Farroupilha*, principal atração da rádio nas noites de domingo [...] (FERRARETTO, 2002, p. 83).

Conforme Haussen (2005), o rádio AM de Porto Alegre no final da década de 50 vai apresentar sete programas de caráter regionalista: *Grande Rodeio Coringa*, com Darcy Fagundes e Luiz Menezes, e *Roda de Chimarrão*, com Lauro Rodrigues, na *Rádio Farroupilha*; *Festaça na Querência*, com Paixão Côrtes e Dimas Costa; *Céu e campo*,

⁶⁷² Lauro Pereira Rodrigues nasceu em Santo Amaro, no Rio Grande do Sul, em 7 jan. 1918. Além de escritor, funcionário público estadual e radialista, foi vereador em Porto Alegre e deputado federal pelo Rio Grande do Sul. Entre suas principais obras estão *Minuano*, livro de poesias regionalistas lançado em 1944, e *Senzala Branca*, de 1957. Morreu afogado em 1978 no rio Jacuí.

⁶⁷³ Há divergências sobre o nome do programa. De acordo com reportagem de Mônica Kanitz, publicada no Jornal do Comércio de 26 de outubro de 2004, intitulada *Pesquisa reconhece dois pioneiros*, p.4 do Caderno Panorama, o nome do programa era *Fogo de Chão*.

⁶⁷⁴ Adão de Jesus Carrazzoni nasceu no município gaúcho de Uruguaiana, em 13.6.1916. Atuou como jornalista, humorista, radialista e folclorista.

⁶⁷⁵ Em 1943, a Columbia lançou um disco de 78 rotações com duas composições de Pedro Raymundo: *Tico-tico no terreiro* e *Adeus, Mariana*. De acordo com Weiss, “da então capital da república para todo o Brasil, *Adeus, Mariana* estourou (2006, p.11)

Entardecer na querência, Pelos caminhos do pago e Alma do Rio Grande, todos estes conduzidos por Dimas Costa, na *Gaúcha*.

Nos anos 60 vai surgir o “o maior fenômeno musical gaúcho”⁶⁷⁶: Vitor Mateus Teixeira, o Teixeira. Segundo a Fundação Vitor Mateus Teixeira, “durante 20 anos apresentou programas de rádio diariamente com duas edições: *Teixeirinha amanhece cantando* (de manhã) e *Teixeirinha comanda o espetáculo* (de noite) e *Teixeirinha canta o Brasil* (domingos, pela manhã)⁶⁷⁷.

Nos anos 80, o regionalismo vai encontrar outro espaço: o rádio FM. Em agosto de 1984 entra no ar a *Liberdade FM*. De acordo com Ferraretto, depois de dez anos de atividade, a emissora “caracterizava-se pela presença não só nos festivais, mas também em eventos como a Semana Farroupilha, [...] e a Exposição Internacional de Animais (Expointer), realizada anualmente no Parque Assis Brasil, em Esteio, município da Grande Porto Alegre (2002, p. 86).

A *Gualba* também vai participar desta relação entre o rádio e o regionalismo. Em sua fundação, na escolha de seu prefixo musical – o *Boi Barroso* – a emissora já procura buscar uma identificação com os gaúchos. Ao fazermos uma leitura da grade de programação da estação da Caldas Júnior nos primeiros anos não vamos encontrar programas dedicados ao regionalismo. Contudo, a emissora vai contar, ao longo de sua história, com a inclusão deste segmento. A partir de 1968, Paixão Cortes, a convite de Flávio Alcaraz Gomes, apresenta o *Querência*. O programa, com quinze minutos de duração, é veiculado de segunda a sexta-feira, das 6h05min às 6h20min. Nele, o folclorista destaca músicas regionalistas. Aos domingos, é a vez do *Domingo com Paixão Côrtes*. Irradiado das 8h às 8h30min, além de músicas, o programa aborda questões do tradicionalismo.

⁶⁷⁶ Título de reportagem publicada em *Zero Hora* em 16 dez. 1999.

⁶⁷⁷ Informações disponíveis no site da Fundação Vitor Mateus Teixeira - <http://www.teixeirinha.com.br>. Consulta realizada em 30 jan. 2008. A Fundação

Ilustração 80
Paixão Côrtes: a voz do Querência



Fonte: Banco de Dados *Zero Hora*, foto de Fernando Gomes.

Em 1973, Jayme Caetano Braun⁶⁷⁸, “o mais gauchesco dos nossos poetas”⁶⁷⁹, passa a conduzir um programa semanal, o *Brasil Grande do Sul*. A atração, com produção de Gomes, permanece na grade de programação da *Guaíba* por quinze anos, deixando de ir ao ar em 1988. Conforme Jacks, além destes programas “a música regional do Rio Grande do Sul era veiculada durante a programação da manhã até às 7h, destinando-se ao público rural e do interior” (2003, p.65).

A participação de regionalistas na emissora não se restringe apenas a programas com esta temática. Nos anos 90 e início dos 2000, Paixão Côrtes, por exemplo, participava uma vez por semana do *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*. Também o *Guaíba Revista* na fase

⁶⁷⁸ Jayme Guilherme Caetano Braun nasceu em Timbaúva, hoje Bossoroca, em 30 jan. 1924 e faleceu em Porto Alegre no dia 8 jul. 1999. Foi um renomado poeta e *payador* do Rio Grande do Sul. Atuou também como radialista.

⁶⁷⁹ Em reportagem especial publicada no jornal *Zero Hora* em 9.7.1999, um dia após a morte de Braun, no artigo *Senhor da linguagem e do vento*, o historiador Antonio Augusto Fagundes refere-se a Jayme Caetano como o “mais gauchesco dos nossos poetas, o missioneiro de espinha dura, mestre da payada arrocinada, senhor da linguagem e do vento, o último grande de uma progênie de grandes [...]”.

que tinha como tema central a cultura, conforme o assunto abordado, contava com a presença de nomes ligados ao tradicionalismo

A *Rádio Guaíba* também conquistaria destaque ao ser a primeira emissora a transmitir, ao vivo, a Califórnia da Canção Nativa de Uruguaiana, em 1971. De acordo com a autora, “isto aconteceu por influência direta de Osmar Meletti, responsável pelo padrão musical da emissora, que se interessou pela proposta dos idealizadores do festival, seus amigos” (JACKS, 2003, p.64).

Atualmente, a estação concentra nos fins de semana as atrações de caráter regionalista. No sábado, das 5h às 6h, o *A Música do Rio Grande na Guaíba*, como o próprio nome afirma, dedica-se aos compositores e intérpretes gaúchos. Conforme a emissora, o programa é onde “a tradição sul-riograndense tem espaço⁶⁸⁰”,

Aos domingos, das 6h às 8h, o cantor nativista Leonardo conduz o *Província de São Pedro*. O programa destaca “as canções do passado e os lançamentos do presente, com muita canção campeira, das Califórnia, e de outros Festivais⁶⁸¹”. Antes das músicas, Leonardo passa aos ouvintes informações e conta histórias sobre as composições.

É interessante observar que se comparada a *Rádio Gaúcha* e a *Farroupilha*, a *Guaíba* abriu menos espaço em sua grade de programação ao regionalismo. Contudo, os nomes que fizeram e fazem parte de seu quadro tiveram atuação destacada no segmento. Paixão Côrtes, como já mencionado no primeiro capítulo desta tese, é um dos “criadores” do Tradicionalismo. Jayme Caetano Braun, conhecido como *El Payador*⁶⁸², é para muitos o poeta que melhor traduziu a imagem do pampa. Leonardo, por sua vez, é reconhecido pela defesa dos valores tradicionais, além de sua participação nos principais festivais de música do Rio Grande do Sul. Também é autor de uma das canções mais populares que retratam o Rio Grande: *Céu, sol, sul, terra e cor*⁶⁸³

Eu quero andar nas coxilhas
Sentindo as flexilhas das ervas do chão,
Ter os pés roseteados de campo,
Ficar mais trigueiro com o sol de verão.

⁶⁸⁰ A afirmação consta da sinopse do *A música do Rio Grande na Guaíba*. Informação disponível em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=39>. Consulta realizada em 30 jan. 2008.

⁶⁸¹ A definição consta da sinopse do *Província de São Pedro*. Informação disponível em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=54>. Consulta realizada em 30 jan. 2008.

⁶⁸² Payador (diz-se pajador) é o repentista que canta seus versos de improviso com o acompanhamento de milonga, feito por violão.

⁶⁸³ *A Rádio Gaúcha promoveu em novembro de 2007 o concurso Hino Popular do Rio Grande do Sul. Céu, sol, sul, terra e cor ficou em segundo lugar na preferência dos ouvintes, com 33,25 por cento dos votos. A vencedora foi Querência Amada, de Teixeira, com 66,75 por cento do total.*

Fazer versos cantando as belezas
 Desta natureza sem par.
 E mostrar para quem quiser ver
 Um lugar pra viver sem chorar
 (Refrão:)
 É o meu Rio Grande do Sul
 Céu, sol, sul, terra e cor!
 Onde tudo o que se planta cresce
 E o que mais floresce é o amor.
 É o meu Rio Grande do Sul
 Céu, sol, sul, terra e cor!
 Onde tudo o que se planta cresce
 E o que mais floresce é o amor [...] (TRECHO de *Céu, sol, sul, terra e cor*,
 composição de Leonardo).

A *Rádio Guaíba* também relaciona-se com o regionalismo por meio de reportagens e programas especiais realizados, com certa regularidade, durante a Semana Farroupilha. Em 2002, de 16 a 19 de setembro, o repórter Gerson Anzzulin produziu a série *Revolução Farroupilha*, dividida em cinco reportagens: *Motivos; Efeitos constitucionais e econômicos; Líderes e Papel das Mulheres; e A Comemoração Farroupilha*. No ano seguinte, o trabalho ficou sob a responsabilidade da repórter Tatiane de Souza. A série *Revolução Farroupilha e Atualidade*, organizada em cinco reportagens, foi veiculada de 15 a 16 de setembro. No mesmo ano, a redatora Beth Mattos ficou responsável por uma série de programetes. Com duas inserções diárias, *Memória Farroupilha* contou com 20 programetes, veiculados de 8 a 19 de setembro de 2003.

Em setembro de 2004, a *Guaíba* levou ao ar quatro séries de reportagens especiais sobre as eleições⁶⁸⁴, não produzindo assim, nenhuma especial sobre a Revolução Farroupilha. Em 2005, a estação retoma o tema dos farrapos com o repórter Ticiano Kessler. A série de reportagens *Semana Farroupilha* é veiculada de 12 a 16 de setembro. Em 2006, a *Guaíba* não produziu série especial sobre a revolução, dedicando o mês de setembro a outros temas: *Poluição atmosférica: um mal silencioso nos centros urbanos* (4 a 8 set. 2006); *Vítimas da violência* (11 a 15 set. 2006); *Importância do ensino profissionalizante* (18 a 22 set. 2006) e *Projeto de Renovação na Assembléia Legislativa* (25 a 29 set. 2006).

Outra forma de ligar seu nome ao Rio Grande é a participação em promoções conjuntas com o jornal *Correio do Povo*. É o caso da série *Nossa história, Nossa Gente*, veiculada pelo impresso em setembro de 2004. Com textos da romancista Leticia

⁶⁸⁴ Eleições 2004 – Evolução do Processo Eleitoral (8 a 10.9.2004); Eleições 2004 – Capitais do Brasil (13 a 17 set. 2004); Eleições 2004 – Interior do Rio Grande do Sul (20 a 24 set. 2004); Eleições 2004 – História em Porto Alegre (27 set. a 1 out. 2004).

Wierzchowski⁶⁸⁵ e ilustrações de Edgar Vasques⁶⁸⁶, o trabalho destaca passagens da epopéia dos farrapos.

Ilustração 81

Rádio Guaíba assina com o Correio do Povo, entre outros patrocinadores, a série Nossa História, nosso orgulho.

20 — QUINTA-FEIRA, 16 de setembro de 2004 CORREIO DO POVO

Por seu ideal, ele fez coisas impossíveis. Transformar o pampa em mar, por exemplo.

Em busca de uma saída para o mar, no mês de junho de 1839, os republicanos decidem ocupar Laguna. David Canabarro assume o comando dessa operação, e incumbe Garibaldi de uma delicada tarefa — transportar seus barcos para Laguna. Só havia um modo de levá-los do estaleiro farroupilha até o mar: um pequeno acesso, ignorado pelos cartógrafos da época, a barra do rio Tramandaí. Porém o Tramandaí separava-se da Estância do Brejo por léguas e léguas de pampa.

Giuseppe Garibaldi faz uso então de um estratagema arriscado, um plano de difícil execução: levar os barcos pelo pampa, acomodados em carretas puxadas por bois. Não era uma idéia nova. O imperador romano Marco Antonio, o sultão Mohamed II e corajosos venezianos já tinham feito uso de tal expediente. O plano guarda outra dificuldade — atravessando o pampa, estarão à mercê dos imperiais, que facilmente podem atacá-los e destruir os lanchões republicanos.

Garibaldi planeja levar os lanchões pela Lagoa dos Patos até o rio Capivari. De lá, eles seguiriam através do pampa até a lagoa Tomás José, que desemboca no rio Tramandaí. Atravessando a barra desse rio, o Farroupilha e o Seival estariam no oceano. Canabarro encarrega-se de vigiar os caminhos com suas tropas para que um ataque imperial não venha frustrar a travessia dos lanchões. E Giuseppe Garibaldi põe mãos à obra.

Primeiro os barcos atravessam o Capivari, fugindo das naus imperiais. Na barra do rio, Garibaldi manda construir duas imensas carretas e oito rodas com mais de 3 metros de altura capazes de transportar os barcos de 18 e 12 toneladas. Cem pares de bois são requisitados na região. E então procede-se a uma

tarefa quase impossível: acomodar as duas embarcações sobre as carretas. A empreitada dura dois dias, com os homens de Garibaldi mergulhando em turnos na água gelada do Capivari, atando as rodas às quilhas do Farroupilha e do Seival. Finalmente, os lanchões surgem de dentro da água, como gigantescos peixes esverdeados sob o sol invernal.

No dia 5 de julho de 1839, inicia-se a proeza, a façanha para sempre inesquecível. Dois barcos cruzam o pampa, como se o pampa fosse um mar. Dois barcos puxados por centenas de bois, sobre as carretas feitas com a madeira colhida na mata. É Giuseppe Garibaldi vai à frente, como um louco ou um herói, levando a bandeira da República Rio-Grandense. Em quatro dias, sob o frio, o vento e a chuva do inverno gaúcho, o Farroupilha e o Seival chegam às margens da lagoa Tomás José. Giuseppe Garibaldi realizava o seu milagre.

Ilustração:
Edgar Vasques
Texto:
Leticia Wierzchowski



Na Semana Farroupilha,
use as cores do Rio Grande do Sul.
O Estado que não pára de crescer.

NOSSA HISTÓRIA, NOSSO ORGULHO.

Redação: SISTEMA GUAIÁBA CORREIO DO POVO

Patrocínio: TIN HEMENS ITaipava

Nacional

Cooperativa

Governo do Rio Grande do Sul

Fonte: jornal *Correio do Povo* 16 set. 2004, p.20

⁶⁸⁵ Leticia Wierzchowski, nascida em Porto Alegre em 1972, é autora de diversos romances, entre eles *Prata do tempo*, *A casa das sete mulheres*, *Cristal Polonês* e *Uma ponte para Terebin*.

⁶⁸⁶ Edgar Luiz Simch Vasques da Silva nasceu em 5 out. 1949, em Porto Alegre. Começou a carreira profissional em 1968 no *Correio do Povo*. Entre suas obras, destacam-se a colaboração para as ilustrações do *O Analista de Bagé* em quadrinhos, de Luis Fernando Verissimo, além do personagem Rango, criado no início dos anos 70 com a intenção de mostrar a cara do Brasil. Rango era um desempregado pobre e barrigudo.

A série, por seus textos, compactua com a visão da historiografia oficial. *Correio do Povo* e *Rádio Guaíba* reproduzem os feitos heróicos dos farrapos que construíram a imagem do gaúcho herói. Um de seus títulos deixa claro este posicionamento: “150 imperiais contra 2 republicanos é covardia. Com os imperiais” (*Correio do Povo*, 15 set. 2004, p. 24). Em outro texto, o destaque é o heroísmo de Giuseppe Garibaldi.

No dia 5 de julho de 1839, inicia-se a proeza, a façanha para sempre inesquecível. Dois barcos cruzam o pampa, como se o pampa fosse um mar. Dois barcos puxados por centenas de bois, sobre as carretas feitas com a madeira colhida na mata. E Giuseppe Garibaldi vai à frente, como um louco ou um herói, levando a bandeira da República Rio-Grandense. Em quatro dias, sob o frio, o vento e a chuva do inverno gaúcho, o Farrroupilha e o Seival chegam às margens da lagoa Tomás José. Giuseppe Garibaldi realiza o seu milagre (CORREIO DO POVO, 16 set. 2004, p.20).

Mesmo sendo propriedade de um grupo paulista a partir de fevereiro de 2007, *Correio do Povo* e *Rádio Guaíba* continuam envolvidos com promoções que destacam o regionalismo. Contudo, nota-se um maior apelo popular, como demonstra o anúncio a seguir, veiculado na capa do *Correio do Povo* de 13 de setembro de 2007.

Ilustração 82

Rádio Guaíba e Correio do Povo apresentam Show Herança Farrroupilha



Fonte: jornal *Correio do Povo*, 13 set. 2007, capa, p.1.

3.4.3 A AMÉRICA É VERMELHA: FUTEBOL REVIVE O MITO DO GAÚCHO

Em diversos momentos, a *Rádio Guaíba* faz uso do mito do gaúcho. Durante o período de observação, registramos um em que o gaúcho é revivido a partir do esporte. O *Sport Club* Internacional sagrou-se campeão da Copa Libertadores da América em 2006 ao

empatar com o São Paulo Futebol Clube em dois a dois, no estádio Beira-Rio, em Porto Alegre⁶⁸⁷ no dia 16 de agosto. Durante o mês seguinte, a *Rádio Guaíba* rodou em sua programação o texto *A América é Vermelha*⁶⁸⁸, de autoria de Juremir Machado da Silva. As palavras, por meio do resgate do mito do gaúcho, exaltam a conquista do time colorado.

Agosto. Mês de desgosto para os adversários do colorado. Mês de um Internacional fazendo jus ao seu nome: **sair da vida nacional para entrar na história** gloriosa dos campeões da América. Mês de sair da história para entrar no mito: o time de Abel Braga acertou dois tiros certos no coração são-paulino e fez explodir de alegria a maré vermelha gaúcha.

O Rio Grande rugiu. Nunca o planeta vermelho se aproximou tanto do mundo. **Na terra de São Pedro**, sob a chuva e o frio, São Paulo não poderia mesmo ser o escolhido. Prova de que santo de casa, com gente como Clemer, Bolívar, Edinho, Tinga, Fernandão, Rafael Sobis, também faz milagres. O milagre da multiplicação das grandes defesas, dos passes certos, das fantásticas roubadas de bola, e, principalmente, o milagre da multiplicação dos gols decisivos.

Em campo, **na batalha sem trégua**, os colorados tornaram-se para sempre, os gigantes do Beira-Rio. **O Internacional foi, antes de tudo, gaudério. Jogou com o pampa na alma.** E com alma na ponta da chuteira. **Mostrou valentia, coragem e espírito guerreiro.** Atacou com força e recuou quando foi preciso. Calou a boca de quem um dia foi incapaz de reconhecer a sua alma de vencedor. Atuou como uma invencível armada, pronta para matar e morrer pela vitória.

Agora, aqui de baixo, do sul do planeta, nós já podemos exclamar: o universo, é, sim, vermelho. Só falta um vôo para que do outro lado do mundo, a galáxia fique aos nossos pés. Em dezembro, no Japão, os gaudérios poderão se tornar imortalmente galácticos. Aconteça o que acontecer no futuro, em 16 de agosto de 2006, no combate do Beira Rio, o Internacional escreveu uma página na sua vida presente que jamais alguém apagará, **fazendo para sempre do seu passado, um tempo de vencedores.**

Gracias, Inter. Muito obrigado. Buenaço⁶⁸⁹. Valeu mesmo. Arigatô. [grifo nosso] (narração da equipe de Esportes da Rádio Guaíba, programa *Repórter Esportivo*, 6.9.2006, 18h25min. Transcrição).

O texto começa fazendo alusão a Getúlio Vargas. Silva, ao redigir “sair da vida nacional para entrar na história”, busca inspiração na carta-testamento do ex-presidente: “Serenamente dou o primeiro passo no caminho da eternidade e saio da vida para entrar na História”⁶⁹⁰ (VARGAS, Getúlio. 23 ago. 1954).

⁶⁸⁷ O Internacional ganhou a primeira partida da final contra o São Paulo, realizada em 9 ago. 2006, em São Paulo, no Estádio Morumbi, por dois a um.

⁶⁸⁸ O texto consta também do CD que destaca a campanha do Internacional na conquista do título de campeão da Copa Libertadores da América 2006. Produção *Rádio Guaíba* e USA Discos.

⁶⁸⁹ Buenaço tem sua origem no termo em espanhol buenazo. De acordo com Lessa, significa “muito bom” (1978, p. 194)

⁶⁹⁰ A carta testamento está disponível em reprodução da original no Centro de Pesquisa e Documentação da História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas - <http://www.cpdoc.fgv.br/comum/htm>. Consulta realizada em 16 fev. 2008.

Ilustração 83

Parágrafo final da carta-testamento de Getúlio Vargas

Lutei contra a espoliação do Brasil. Lutei contra a espoliação do povo. Tenho lutado de peito aberto. O ódio as infâmias, a calúnia, não abateram meu ânimo. Vos dei a minha vida. Agora ofereço a minha morte. Nada receio. Serenamente dou o primeiro passo no caminho da eternidade e saio da vida para entrar na História.

Fonte: Centro de Pesquisa e Documentação da História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas - <http://www.cpdoc.fgv.br/comum/htm>

No restante do texto, o Internacional e seus jogadores são comparados ao gaúcho herói, cujas características como coragem, virilidade, força e disposição para o combate vão tornar-se marcas que serão a base da construção da identidade do rio-grandense. O espírito do “monarca das coxilhas” e do “centauro dos pampas” revive nas palavras de Silva que descrevem a conquista do time gaúcho: “na batalha sem trégua”; “O Internacional foi, antes de tudo, gaudério. Jogou com o pampa na alma”; “Mostrou valentia, coragem e espírito guerreiro” (narração da equipe de Esportes da Rádio Guaíba, programa *Repórter Esportivo*, 6 set. 2006, 18h25min. Transcrição). Em uma das últimas frases, o autor sintetiza o culto ao passado, tão presente na cultura gaúcha: “fazendo para sempre do seu passado, um tempo de vencedores” (Idem). De acordo com Silva, “a mídia usa muito ainda, senão a imagem do gaúcho heróico, por um certo orgulho que o gaúcho tem de ser gaúcho e que está ligado a essa ‘história heróica do Rio Grande do Sul’” (2008⁶⁹¹). Sobre o texto *A América é Vermelha*, o autor considera que o apelo ao mito “funciona”.

Do ponto de vista mais geral, funciona mesmo. E mesmo entre os intelectuais e os urbanos, há muitas vinculações, hoje, com essa idéia de um gaúcho mítico e guerreiro. Idéias que vão desde o gosto urbano pronunciado pelo chimarrão até as expressões que se disseminam. Todos nós falamos termos como “gaudério” e gostamos de certas expressões do vocabulário mais “gauchês”, tradicional, ou pelo menos que é visto assim (SILVA, 2008⁶⁹²).

⁶⁹¹ SILVA, Juremir Machado da. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 15 jan. 2008.

⁶⁹² Idem.

3.4.4. REPORTAGENS ESPECIAIS: ESPAÇO DEDICADO AOS VALORES DO RIO GRANDE

Para a presente pesquisa o autor realizou o monitoramento da veiculação de reportagens especiais na programação da *Rádio Guaíba* no período de setembro de 2002 a abril de 2007⁶⁹³. O objetivo foi descobrir, além de espaços óbvios como os programas musicais *A música do Rio Grande na Guaíba* e *Província de São Pedro*, produções que evoquem o tema do gaúcho. Para isto, buscou-se destacar trechos de cada série para dar uma idéia do enfoque que foi adotado pela emissora⁶⁹⁴.

No período observado, o Departamento de Jornalismo da emissora produziu 191 séries de reportagens especiais⁶⁹⁵. Cada série constou de, em média, cinco reportagens. Com isto, foram veiculadas, em média, 955 reportagens de caráter especial.

Tabela 20

A produção de séries de reportagens especiais na Rádio Guaíba

Ano	Número de séries de reportagens especiais
2002 (a partir de setembro)	16
2003	50
2004	36
2005	40
2006	37
2007 (até abril)	12
Total	191

Destas 191 séries, 15 enfocaram temas ligados diretamente ao Rio Grande. O número representa 7,85 por cento do total. Destas 15, cinco tiveram como pauta líderes políticos gaúchos: *120 Anos do Nascimento de Getúlio Vargas* (14 a 17.4.2003); *100 anos da morte de Júlio de Castilhos* (20 a 24.10.2003); *140 Anos do Nascimento de Borges de Medeiros* (17 a 21.11.2003); *40 Anos da queda de Jango* (29.3 a 02.4.2004) e *50 anos da morte de Getúlio Vargas* (16 a 20, 23 e 24.8.2004).

⁶⁹³ O monitoramento foi complementado com pesquisa nos arquivos da emissora e informações disponíveis no site - <http://www.radioguaiba.com.br>.

⁶⁹⁴ As séries foram ouvidas na íntegra pelo pesquisador. Aqui, porém, optou-se por uma seleção de trechos que, na avaliação do autor, conseguem demonstrar a proposta das reportagens especiais. Todas as séries estão disponíveis para audição no CD em anexo.

⁶⁹⁵ Foram consideradas reportagens especiais as que foram anunciadas como tal pela *Rádio Guaíba*.

Em segundo lugar aparece a Revolução Farroupilha, com quatro séries: *Revolução Farroupilha* (16 a 19.9.2002); *Memória Farroupilha* (8 a 12 e 15 a 19.9.2003), *Revolução Farroupilha e a atualidade* (15 a 19.9.2003) e *Semana Farroupilha* (12 a 16 e 19.9.2004).

Duas séries de reportagens especiais foram dedicadas à literatura. *Centenário de Erico Verissimo* foi veiculada de cinco a nove e 12 a 16 de setembro de 2005. A outra – *Centenário de Nascimento Mario Quintana* – foi irradiada de 17 a 21 e 24 a 28 de agosto de 2006.

A Proclamação da República foi tema de duas séries, mas só uma fez menção ao Rio Grande do Sul: *Proclamação da República* (13, 14, 16 e 17.11.2006). As séries *165 anos de Brigada Militar* (18 a 22.11.2002), *80 anos do Tratado de Pedras Altas* (8 a 12.12.2003) e *Dos tropeiros aos caminhoneiros: a trajetória da cultura de um povo* (19 a 23.2007) também têm referência direta com temas do Rio Grande.

A série *120 Anos do Nascimento de Getúlio Vargas* (14 a 17.4.2003) apresentou, em quatro reportagens, uma visão acrítica de Vargas. Para isto, como proposta, anunciada no primeiro dia de veiculação, “a reportagem especial ouve até quinta-feira o depoimento de parentes e personalidades que estiveram ligadas, que conviveram com o presidente Vargas” (Armando Burd, *120 Anos do Nascimento de Getúlio Vargas*, 14.4.2003). De fato, a série manteve-se fiel ao anunciado e no primeiro dia ouviu Getúlio Dornelles Vargas Neto, neto de Getúlio que não chegou a conhecê-lo com vida. Ao longo da série, mais duas netas do presidente concederam entrevistas: Iara Maria Vargas Nunes Dias e Celina Vargas do Amaral Peixoto. Outro que participou das reportagens especiais foi o professor Antônio de Pádua Ferreira da Silva, fundador do Partido Trabalhista Brasileiro e que, segundo seu próprio depoimento, conviveu com Vargas nos últimos nove anos de vida do presidente. O tom da fala dos entrevistados foi sempre de admiração pelo líder político. No dia 15 de abril, por exemplo, a socióloga Celina Vargas do Amaral Peixoto⁶⁹⁶, em suas falas, elogiou Getúlio a partir de sua visão como neta e, posteriormente, como pesquisadora: “[...] Guardo a lembrança de uma pessoa de profunda afetividade. Uma afetividade muito grande, principalmente com os netos. [...] Um homem que conseguiu em 19 anos de governo [...] transformar um país que era monocultor [...] em um país industrial” (Celina Vargas do Amaral Peixoto, *120 Anos do Nascimento de Getúlio Vargas*, 15.4.2003. Transcrição).

Na outra série que abordou Vargas - *50 anos da morte de Getúlio Vargas* (16 a 20, 23 e 24.8.2004) – o próprio texto de abertura do trabalho indica o tom que seria seguido.

⁶⁹⁶ Fundadora do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea da Fundação Getúlio Vargas, criado em 1973.

No próximo dia 24, serão assinalados os 50 anos da morte do presidente Getúlio Vargas. A partir de hoje, reportagem especial busca depoimento de professores, pesquisadores e historiadores que vão analisar o **surgimento, a projeção e o auge do Estadista mais influente do século XX no Brasil** [...] [grifo nosso] (BURD, Armando. Série *50 anos da morte de Getúlio Vargas*, 16 ago. 2004).

Já na primeira pergunta, Armando Burd faz questão de deixar claro para o ouvinte a origem do “estadista mais influente do século XX”: “Professor Gunter Axt, doutor em história pela Universidade de São Paulo, como surge o **gaúcho de São Borja** e bacharel pela Faculdade de Direito de Porto Alegre para o cenário político? [grifo nosso] (idem). Na entrevista, Axt faz um resgate histórico em ordem cronológica da trajetória de Vargas sem emitir opinião sobre os fatos. No segundo dia, 17 de agosto de 2004, a reportagem especial focalizou a política externa de Getúlio. O professor Helder da Silveira, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, destacou que

o grande traço comum tanto do primeiro período (de governo) quanto do segundo foi exatamente de tentar uma posição de maior autonomia do país no cenário internacional no sentido de barganhar, sobre tudo frente aos Estados Unidos e outras potências internacionais, posições mais favoráveis para alavancar o processo da industrialização do país (SILVEIRA, Helder. Série *50 anos da morte de Getúlio Vargas*, 16 ago. 2004. Transcrição).

Mesmo pontos passíveis de crítica – como a indecisão de Getúlio em apoiar os aliados na Segunda Guerra Mundial – são mostrados como estratégias do presidente: “[...] uma política que os autores vêm chamando de [...] uma equidistância pragmática entre Estados Unidos e Alemanha” (SILVEIRA, Helder. Série *50 anos da morte de Getúlio Vargas*, 16.8.2004. Transcrição). Na seqüência, foram destacadas reportagens enfocando a liderança de Getúlio na Revolução de 30, atuação como parlamentar, perfil e amizades. Outra reportagem que poderia suscitar polêmica – *o comportamento político de Getúlio Vargas* –, irradiada em 20 de agosto de 2004, também não expôs referências negativas. O entrevistado, o professor e pesquisador norte-americano Thomas Skidmore, da Brown University, fez um registro sobre como o presidente portava-se nas mais diversas situações. Contudo, não fez julgamentos sobre suas atitudes: “[...] Ele é um mestre em confundir os contemporâneos, os outros políticos e também os historiadores” (SKIDMORE, Thomas. Série *50 anos da morte de Getúlio Vargas*, 20 ago. 2004. Transcrição).

Outro líder político gaúcho a ser contemplado com uma série de reportagens especiais foi Júlio de Castilhos. Armando Burd abre a série *100 anos da morte de Júlio de Castilhos* (20 a 24.10.2003) resgatando do jornal *Correio do Povo* de 25 de outubro de 1903 a notícia de morte do político.

Desaparecera do lar e do cenário da vida pública um homem que fora exemplaríssimo chefe de família e chefe político de extraordinário prestígio. O doutor Júlio De Castilhos chegara passo a passo a esta eminente posição, galgando todos postos a golpes de talento, de tido e de esforço de energia e de tenacidade (*CORREIO DO POVO*, 25 out. 1903. Lida por Armando Burd na série *100 anos da morte de Júlio de Castilhos*, 20 out. 2003. Transcrição).

A primeira reportagem segue ainda com uma entrevista com historiador Gunter Axt, que exalta a importância de Castilhos: “Júlio de Castilhos foi uma figura quase que fundante da nossa política contemporânea. Júlio de Castilhos foi um homem brilhante do ponto de vista conceitual e político (AXT, Gunter. Série *100 anos da morte de Júlio de Castilhos*, 20 out. 2003. Transcrição).

As outras três reportagens que completaram a série mantiveram a mesma linha. Cem anos depois de o *Correio do Povo* noticiar a morte de Castilhos, a *Rádio Guaíba* reproduz, por meio de seus questionamentos, o mesmo perfil ressaltado pelo jornal.

Na série *140 Anos do Nascimento de Borges de Medeiros* (17 a 21.11.2003), conduzida por Armando Burd, a emissora da Caldas Júnior mantém o mesmo perfil das demais. Busca um posicionamento acrítico e utiliza-se dos entrevistados para reforçar as características positivas de seus retratados. Repetindo o recurso da primeira série sobre Getúlio Vargas, nesta a *Guaíba* também vai basear-se em depoimentos de familiares. Participam o neto Marcelo Loran, os bisnetos Jorge Augusto Loran e Luiza Maria Saldanha. Mais uma vez, Burd utilizou-se do historiador Gunter Axt, que destacou Medeiros como “mito do melhor administrador que o Rio Grande do Sul já teve em sua história” (AXT, Gunter. Série *140 Anos do Nascimento de Borges de Medeiros*, 20.11.2003. Transcrição). Embora faça uma ressalva que este mito é uma construção de um discurso político elaborada com competência por Medeiros e seus assessores, o historiador não chega a avançar na questão, uma vez que é interrompido pelo jornalista da *Guaíba*. Axt também cita que a partir de 1919, o orçamento do Estado tem seus números “maquiados”. Mais uma vez Burd interrompe o entrevistado e passa para o próximo tópico. A historiadora Sandra Pesavento, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul fecha a série. Pela primeira vez desde o início da

série, o poema satírico Antônio Chimango, escrito pelo seu adversário político Ramiro Barcelos, é citado: “Ele faz todo um poema que é uma crítica a este autoritarismo do Rio Grande e a postura do Borges de Medeiros” (PESAVENTO, Sandra. *Série 140 Anos do Nascimento de Borges de Medeiros*, 20 nov. 2003. Transcrição).

A série *40 Anos da queda de Jango* (29.3 a 02.4.2004) não faz referências ao posicionamento do Rio Grande do Sul nem mesmo a Rede da Legalidade, da qual a *Rádio Guaíba* foi vital para o sucesso do movimento. Considerou-se, porém, como um trabalho de relação direta com o Estado pelo fato de o presidente João Goulart ser gaúcho, nascido em São Borja. Também levou-se em conta o fato de a penúltima reportagem da série enfocar a chegada de Jango a Porto Alegre para, então, partir para o exílio.

A *Rádio Guaíba*, ao produzir reportagens especiais sobre personalidades caras aos gaúchos, opta por não apresentar novidades sobre os mesmos. Ao destacar as trajetórias de Júlio de Castilhos, Borges de Medeiros, Getúlio Vargas e João Goulart, a emissora reproduz o que já está consagrado, não buscando em nenhum momento um novo enfoque. Da mesma forma, transfere qualquer possibilidade de crítica às personalidades aos entrevistados, que por sua vez não tem oportunidade de avançar em um posicionamento nesta linha, pois tem sua fala interrompida pelo entrevistador. As reportagens passaram por um processo de edição, ou seja, foi feita uma seleção de trechos do que foi dito pelos entrevistados. Assim, no caso dos historiadores não é possível avaliar se houve intenção ou não por parte deles de, em sua maioria, relatar pontos positivos dos perfis e personalidades de Castilhos, Medeiros, Vargas e Goulart. Outro recurso utilizado foi ouvir familiares dos perfilados. Assim, a crítica também não é registrada. Cortés considera que

Além de orgulho, o gaúcho sente saudades de seu passado político. Saudade, uma linda palavra em português, quase intraduzível, que significa algo como *lnging, remembrance, yearning*, nostalgia..., e mais. Os gaúchos olham para a história política com saudade. Sabem que o velho estilo de política gaúcha se foi e que – não importa quanto **o mais profundamente romântico gaúcho** queira – ele nunca voltará [grifo nosso] (CORTÉS, 2007, p.323).

A *Rádio Guaíba* age como “o mais profundamente romântico gaúcho” e busca exaltar valores dos políticos do passado. Desta forma, mantém um posicionamento acrítico.

A série *Revolução Farrroupilha* (16 a 19.9.2002) foi produzida pelo repórter Gerson Anzzulin. A primeira reportagem enfocou os motivos e conseqüências da revolta dos farrapos.

Na Semana Farroupilha, os gaúchos comemoram com orgulho o Vinte de Setembro, data que lembra a luta de separação do resto país. A discriminação política e a questão econômica pesaram para a formação da revolução, que criou rastro de sangue e lágrimas pelos campos do Rio Grande de 1835 a 1845. O ponto final para a decretação da guerra contra o Império foi a taxaço do charque gaúcho, que perdeu espaço para o argentino e o uruguaio, que eram vendidos no país sem impostos (ANZZULIN, Gerson. Série *Revolução Farroupilha*, 16 set. 2002. Transcrição).

O texto de abertura prossegue destacando que “a partir de hoje no Jornal da Manhã, estaremos apresentando uma série de matérias sobre as conseqüências da Revolução Farroupilha na formação do povo gaúcho. A politização foi uma das conseqüências” (idem). Nos dias seguintes, as reportagens seguem a mesma linha. Os entrevistados reforçam o caráter de excepcionalidade dos líderes do movimento. O cientista político Sérgio Borja em entrevista no dia 17 de setembro de 2002 classifica de avançada a Constituição da República do Rio Grande do Sul, elaborada pelos revolucionários: “E aqui na Constituição e nos momentos que imantam a Revolução Farroupilha nós temos aquela configuração de uma revolução que se coloca o poder no povo soberano [...] (BORJA, Sérgio. série *Revolução Farroupilha*, 17 set. 2002. Transcrição). Contudo, em uma das reportagens registra-se a visão crítica do historiador da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Moacyr Flores. Segundo ele, “o Rio Grande do Sul não se levantou contra o Império. Quem se levantou foi a zona da campanha. Foram os estancieiros, os charqueadores [...]. Rio Grande, Pelotas, São José do Norte, Rio Pardo são anti-farroupilha [...] (FLORES, Moacyr. Série *Revolução Farroupilha*, 18 set. 2002. Transcrição). Na pergunta seguinte, porém, o repórter consegue uma resposta positiva de Flores.

(repórter Gerson Anzzulin) – Qual o legado que sobrou, mesmo com a derrota? (historiador Moacyr Flores:) – O legado foi esta luta por idéias [...]. E o fato do Rio Grande do Sul ser politizado porque isso obrigou uma discussão política através de jornais da época, em lojas maçônicas, em gabinetes de leitura [...] (SÉRIE *Revolução Farroupilha*, 18 set. 2002. Transcrição).

A segunda série que tratou dos temas dos farrapos foi *Memória Farroupilha* (8 a 12 e 15 a 19.9.2003). De todas as séries, foi a de maior duração, com 20 programetes⁶⁹⁷, veiculadas duas vezes por dia, às 8h05min e 14h05min. A produção e apresentação também foi diferente

⁶⁹⁷ Embora a *Rádio Guaíba* refira-se a série como reportagens especiais, de fato, ela foi composta por programetes de, em média, um minuto e 20 segundos.

das demais. Ao invés de ficar a cargo de um repórter ou apresentador, o trabalho foi conduzido pela redatora Beth Mattos.

Tabela 21
A memória farroupilha em 20 reportagens especiais

Data	Título
8.9.2003	<i>Clima de insatisfação favorece revolta</i>
8.9.2003	<i>Ideais liberais ganham a simpatia das elites</i>
9.9.2003	<i>Porto Alegre é tomada pelos farroupilhas</i>
9.9.2003	<i>General Netto proclama a república Rio-Grandense</i>
10.9.2003	<i>Bento Gonçalves toma posse</i>
10.9.2003	<i>Garibaldi se integra aos rebelados</i>
11.9.2003	<i>A Coroa agoniza no Pampa</i>
11.9.2003	<i>Ideais Farrapos chegam a Santa Catarina</i>
12.9.2003	<i>A conquista de Laguna</i>
12.9.2003	<i>A epopéia dos lanchões</i>
15.9.2003	<i>Começam as divergências</i>
15.9.2003	<i>Caxias chega ao Sul</i>
16.9.2003	<i>Os inimigos se esforçam pela paz</i>
16.9.2003	<i>O massacre de porongos</i>
17.9.2003	<i>O Barão aceita as condições dos rebelados</i>
17.9.2003	<i>Canabarro declara paz</i>
18.9.2003	<i>Um não às retaliações</i>
18.9.2003	<i>Os farrapos elegem seu presidente</i>
19.9.2003	<i>Mortos somam quase 3,5 mil</i>
19.9.2003	<i>Os heróis entram para a história</i>

Os programetes foram compostos de um texto narrado por Beth Mattos, organizado em ordem cronológica

O conflito entre imperialistas e farroupilhas tomou novos aspectos no ano de 1838. Nas idas e vindas da guerra, a Província de Rio Grande de São Pedro retornou quase toda às mãos dos revoltosos.[...] Com exceção de três ou quatro localidades, toda a província se achava em poder dos rebeldes, o que significava, sem sombra de dúvida a agonia da Coroa (MATTOS, Beth. Série *Memória Farroupilha*, 11.9.2003. Transcrição).

Um dos pontos mais discutidos da *Revolução Farroupilha* – o massacre de Porongos – é abordado no programete de 16 de setembro de 2003.

Há quem diga que o incidente de Porongos teria sido resultado de um acordo entre o general farrapo David Canabarro e o então presidente da Província de Rio Grande de São Pedro, Luiz Alves de Lima Silva. Seu objetivo, **nada nobre**, seria o extermínio das tropas negras formadas por escravos que haviam sido libertados para lutar lado a lado com os rebeldes [grifo nosso] (MATTOS, Beth. Série *Memória Farroupilha*, 16 set. 2003. Transcrição).

É interessante observar que a fala de Mattos começa com a expressão “há quem diga”. Desta forma, existe uma desqualificação da informação seguinte. Assim, o ouvinte, ao não saber qual é a fonte, pode tratar com descrédito o episódio. A *Guaíba*, porém, mesmo que de forma sutil, condena o massacre ao recorrer à expressão “nada nobre”. Contudo, o último programete da série, intitulado *Os heróis entram para a história*, irradiado em 19 de setembro de 2003, inclui Canabarro no rol de heróis: “David Canabarro, comandante que fora das forças farrapas lutou ao lado das tropas brasileiras nos combates contra os paraguaios” (Beth Mattos, série *Memória Farroupilha*, 19.9.2003. Transcrição).

A série *Revolução Farroupilha e a atualidade* (15 a 19.9.2003) também reproduziu os aspectos relatados pela historiografia tradicional. A repórter Tatiane de Souza na abertura dos episódios assinala que

vários fatores motivaram a guerra. Entre eles, as idéias iluministas e liberais difundidas a partir da Europa e que logo chegaram aqui. Mas outras causas, bem mais pontuais, levaram os gaúchos a se rebelarem contra o Império naquele momento, como as idéias de autonomia e federalismo que encantaram a elite brasileira e ganharam força ao natural na Província de Rio Grande de São Pedro do Sul (SOUZA, Tatiane de. Série *Revolução Farroupilha e a atualidade*, 15 set. 2003. Transcrição).

A busca de uma relação com a atualidade proposta pela série se dá com a participação de historiadores que apresentam aos ouvintes a dita herança farroupilha. Ainda na primeira reportagem, esta intenção fica explícita com a participação da historiadora Heloísa Ramos: “Esta herança de valentia, de honestidade, de seriedade, de luta por ideais de libertação, verdade ou não, isto marcou a história do Rio Grande do Sul e marca os gaúchos, eu penso, ainda hoje (RAMOS, Heloísa. Série *Revolução Farroupilha e a atualidade*, 15 set. 2003. Transcrição). Nas outras quatro reportagens da série, a mesma linha de pensamento foi seguida.

Há quem defenda a idéia de que os gaúchos eram e são um povo a frente de seu tempo e destaque na área de política. Outra constante é de que o rio-grandense é um guerreiro liberal. Homens e mulheres com uma habilidade política herdada dos tempos da revolução (SOUZA, Tatiane de. *Série Revolução Farroupilha e a atualidade*, 15 set. 2003. Transcrição).

A última série sobre o tema no período monitorado para a presente pesquisa foi elaborada pelo repórter Ticiano Kessler. *Semana Farroupilha* contou com seis reportagens especiais. As três primeiras fizeram um resgate histórico: *História da Revolução, Mobilização no Estado e As três capitais farroupilhas*. Como as demais séries, a *Rádio Guaíba* abraçou a causa dos farrapos: “Uma guerra que deixou heróis, homens que comandaram as tropas farroupilhas” (KESSLER, Ticiano. série *Semana Farroupilha*, 12 set. 2005. Transcrição). As outras reportagens trabalharam com pautas da atualidade: *Acampamento Farroupilha em Porto Alegre, Desfile em Porto Alegre e O impacto no Turismo*.

Ao fazer-se a audição das séries que enfocaram a Revolução Farroupilha verifica-se um resgate do mito do gaúcho.

A mídia ainda recorre a esse gaúcho em determinadas datas, por exemplo, muito especialmente, na data do 20 de setembro. E aí depende um pouco das referencialidades. A mídia ratifica uma certa mitificação, feita a partir do CTG e de uma certa tradição de uma história ufanista [...]. Ou a mídia aproveita, instrumentaliza esse mito para se afirmar, ela mesma, uma pretensa identidade de gauchidade (HOHLFELDT, 2008⁶⁹⁸)

Silva, por seu turno, também registra o uso por parte da mídia do mito.

Constantemente, e isso a gente vê na Semana Farroupilha, instalar a Casa RBS, a Casa Record, a casa de qualquer veículo dentro do acampamento farroupilha. É preciso colar a esse imaginário para, realmente, corresponder à representação que o gaúcho tem de si mesmo (SILVA, 2008⁶⁹⁹).

⁶⁹⁸ HOHLFELDT, Antônio. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 3 jan. 2008.

⁶⁹⁹ SILVA, Juremir Machado da. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 15 jan. 2008.

Nas reportagens irradiadas pela *Rádio Guaíba* nota-se um comprometimento da *Rádio Guaíba* com a historiografia tradicional. A emissora não apresenta elementos novos para a compreensão do período e resume-se, em grande parte, a reproduzir a história já contada de forma cronológica. Observa-se ainda que os entrevistados seguem a linha proposta pela emissora e realizam uma confirmação dos valores farroupilhas. Um dos mais conhecidos críticos ao movimento, o historiador Tau Golin, por exemplo, não consta do rol de entrevistados. Mesmo quando há uma visão crítica, como no caso de Moacyr Flores na reportagem do dia 18 de setembro de 2002, a emissora garante que o fechamento da matéria seja positivo aos “rebeldes”. Episódios polêmicos – como o massacre de Porongos – não são omitidos pela estação. Contudo, são apresentados de forma imprecisa e seus envolvidos, na mesma série, são definidos como heróis. Pesavento (1989) considera que a historiografia tradicional sempre propõe um retorno a Revolução Farroupilha, o que provoca um comprometimento com a permanência, com o imobilismo, com a restauração de velhos ideais em função de uma realidade já não vivida. A *Guaíba*, quando retoma o tema, segura a bandeira da república rio-grandense lado a lado de Giuseppe Garibaldi, Davi Canabarro e outros ditos heróis farrapos.

O tratamento dispensado pela emissora da Caldas Júnior à questão farroupilha encontra consonância também com grande parte da literatura regional e com o Tradicionalismo. As séries alimentam-se dos mesmos mitos perpetuados por estas duas forças. De acordo com Gonzaga (1980), já na *Sociedade Partenon Literário* registra-se uma exaltação, em prosa e verso, da oligarquia dominante. Na obra *O Vaqueano*, de Apolinário Porto Alegre, publicada quase três décadas após o fim da revolução, há uma identificação do herói José de Avençal como representante do universo pastoril.

Era de uma natureza admirável, não tanto pelas amplas manifestações dos músculos de ferro, como pela perícia e inteligência com que guiava os exércitos da República, e a grandeza e bondade do caráter. [...] Nos manejos de guerra não ficava somenos. A lança de duas braças de longura vibrava o bote tremendo, o pistolão atravessado na guaiaca poucas vezes errava o tiro na andorinha que cortava os ares (trecho de *O Vaqueano*, de Apolinário Porto Alegre⁷⁰⁰).

⁷⁰⁰ Disponível em Biblioteca Virtual da Página do Gaúcho, <http://paginadogaicho.com.br>. Consulta realizada em 4 abr. 2006.

Zilberman (1982), por seu turno, considera que o regionalismo no Rio Grande do Sul apresenta um fator a mais do que nos demais locais. Segundo ela, esta corrente pode ser caracterizada pelo tipo humano escolhido e o meio espacial. No Rio Grande do Sul, no entanto, é agregado um terceiro fator: o emprego de um determinado tempo histórico. Como tipo humano, o regionalismo gaúcho trabalha com o homem da campanha. Já o espaço é configurado pelo pampa. A Revolução Farroupilha, por sua vez, marca o tempo histórico. Zilberman (1982) explica que a utilização dos farrapos, no caso da literatura, favorece, por ser um evento bélico, a aventura. Outro ponto é a possibilidade de exaltação de uma certa ideologia. No caso das reportagens especiais veiculadas pela *Guaíba*, ela utiliza-se destes elementos. A aventura é destacada pelo mito do gaúcho herói, que não teme a batalha mesmo quando em menor número em relação ao adversário. Também, por meio das reportagens, há um reforço do pensamento dos estancieiros, hoje representados pelos grandes produtores rurais, que como já foi dito, têm simpatia da emissora. Na literatura, em o *Cancioneiro Guasca*, de 1910, Simões Lopes Neto já realçara a figura do gaúcho que enfrenta o Império. Em *Canto Farrapo*, incluído na obra, o desprezo pelos imperialistas é explícito: “Quero ver essa tal Majestade, que apareça esse rei tão falado, quero ver se me pisa no poncho, sem sair ele mesmo pisado” (LOPES NETO, 1960, p.146). Nas reportagens da *Guaíba*, este sentimento é retomado, como em *Bento Gonçalves toma posse*, irradiada em 10 de setembro de 2003. No episódio narrado, a jornalista Beth Mattos mostra que o General Bento Gonçalves com sua astúcia consegue superar os imperialistas quando da sua prisão na Bahia.

O general gaúcho só recuperou sua liberdade quase um ano depois, em fins de 1837[...]. Fingindo que pretendia apenas tomar um banho, Bento distanciou-se da Praia do Forte do Mar, aproveitando o descuido dos soldados que o guardavam, e aproximou-se de um barco que o esperava. Em novembro, ele já regressara ao Rio Grande do Sul [...] (MATTOS, Beth. Série *Memória Farroupilha*, 10 set. 2003. Transcrição).

Ao produzir as séries sobre a Revolução Farroupilha, a *Rádio Guaíba* replica a proposta do Grêmio Gaúcho de Porto Alegre, primeira entidade destinada prioritariamente ao culto às tradições gaúchas, criada em 22 de maio de 1898. A entidade tinha por objetivo resgatar os costumes do passado e cultivar as datas cívicas do Rio Grande do Sul. Ao veicular suas reportagens, a emissora cumpre este papel. Também é possível buscar uma relação com o Tradicionalismo da segunda fase, surgido na década de 40 do século passado. Um dos

episódios que marcaram esta nova etapa foi o Grupo dos Oito ou Piquete da Tradição⁷⁰¹, responsável por fazer a guarda de honra do traslado dos restos mortais do comandante farrapo David Canabarro, de Santana do Livramento a Porto Alegre. Ao veicular as reportagens especiais sobre a revolução, a *Guaíba* revive e age como a “guarda de honra” e zela pela preservação de uma história povoada de heróis.

A literatura esteve presente em duas séries da *Rádio Guaíba*. A primeira - *Centenário de Erico Verissimo* foi veiculada de cinco a nove e 12 a 16 de setembro de 2005. Sua construção fez-se por meio de depoimentos de especialistas na obra e vida de Erico.

Tabela 22

Especialistas avaliam vida e obra de Erico Verissimo em seu centenário

Data	Depoimento
6.12.2005	Maria da Glória Bordini
7.12.2005	Antônio Hohlfeldt (1ª parte)
8.12.2005	Regina Zilberman
9.12.2005	Edegardo Xavier
12.12.2005	Frei Rovílio Costa
13.12.2005	Antônio Hohlfeldt (2ª parte)
14.12.2005	Leonid Streliaev
15.12.2005	Anibal Bendatti e Eva Sopher
16.12.2005	Celito De Grandi

“Reportagem Especial a partir de hoje e durante duas semanas vai colher depoimentos denominados *Convívio com Erico*” (Armando Burd, *Centenário de Erico Verissimo*, 6.12.2005. Transcrição). A fala do apresentador Armando Burd assinala como será o desenvolvimento da série. Para todos os entrevistados, a primeira pergunta foi a mesma: “Como foi o convívio com Erico? (idem). Desta forma, o ouvinte tem noção do grau de proximidade entre o depoente e o autor de *O Tempo e o Vento* já no início da entrevista. Pela escolha dos entrevistados, a vida, a obra e o “convívio” são relatados sem críticas. Um dos exemplos é o livreiro português Edegardo Xavier, que veio em 1954 para Porto Alegre, quando, então, começou a conviver com Erico.

Já naquela época, quando eu cheguei a Porto Alegre, já era um monstro sagrado da literatura e nos tratava com uma dedicação e se entregando tão

⁷⁰¹ Ver primeiro capítulo da presente pesquisa, item 1.3.4.2 Das Cinzas das bandeiras nasce o Movimento Tradicionalista Gaúcho.

espiritualmente aos amigos que nós tínhamos a impressão que nós éramos superiores ao Erico. [...] Eu gostava tanto do Erico que aos meus clientes, que me perguntavam por um livro, eu indicava imediatamente as obras dele (XAVIER, Edegardo. *Centenário de Erico Verissimo*, 9 dez. 2005. Transcrição).

A série *Centenário de Nascimento Mario Quintana*, irradiada de 17 a 21 e 24 a 28 de agosto de 2006, foi elaborada pela repórter Fernanda Bagatini. Como o trabalho dedicado a Erico Verissimo, este também buscou depoimentos de especialistas e de pessoas que conviveram com Quintana: a sobrinha-neta Helena Quintana; o amigo por 37 anos, o escritor Armindo Trevisan; o professor e crítico literário Luís Augusto Fischer; a escritora e professora de literatura Tânia Carvalhal; o escritor e jornalista Walter Galvani; o diretor da Casa de Cultura Mario Quintana, Sérgio Napp.

As duas séries foram construídas com a proposta de prestar uma homenagem aos autores. Por isto, são conduzidas de forma a elevar as obras dos mesmos. Em nenhum momento é colocado em discussão qualquer ponto passível de polêmica, como o posicionamento político ou a falta de. Nesta linha, o conteúdo das obras também não é posto em debate. Verissimo e Quintana tiveram relação direta com a Companhia Jornalística Caldas Júnior. Erico começou a colaborar em 1931 na edição dominical do *Correio do Povo* e Quintana, por seu turno, publicou poemas no mesmo jornal a partir de 1930, vindo a tornar-se funcionário em 1953. No *Correio*, o poeta manteve até 1984 o espaço semanal *Do Caderno H*. Nesta mesma linha, a *Rádio Guaíba* irradiou por uma década o programa *Quintanares*, no qual o locutor Milton Jung lia diariamente uma poesia de Quintana.

Com a veiculação das reportagens especiais sobre os dois escritores, a emissora busca uma identificação com seus ouvintes, uma vez que se utiliza de autores consagrados entre os rio-grandenses. Os personagens de Verissimo são essencialmente gaúchos e identificados com a história do Estado. Já a poesia de Quintana apresenta como principal temática o cotidiano. Embora tenha universalidade, Quintana resgata, em alguns poemas, territórios específicos: a infância em Alegrete e a cidade de Porto Alegre. Ao dedicar espaço aos dois escritores, é como se a *Guaíba* procurasse demonstrar que ela também é gaúcha e reconhece os artistas da terra e, como seus ouvintes, também os reverencia.

A série *165 anos de Brigada Militar* – de 18 a 22.11.2002 – resgatou, de forma breve, a história da criação da instituição em 1837 em plena Guerra dos Farrapos. Embora tenha destacado por meio de depoimentos de brigadianos momentos considerados chaves, como a participação da corporação no episódio da a Legalidade em 1961, o trabalho

concentrou-se em questões da atualidade. Contudo, é interessante observar que em várias passagens há a referência da Brigada como algo que é só do Rio Grande, que tem características diferenciadas das polícias militares de outros Estados: “No momento em que eu tenho este carinho pela minha corporação, eu tenho o mesmo carinho pelo gaúcho do campo, da serra, da cidade... Porque o homem da Brigada é o gaúcho, é o homem do Rio Grande” (Coronel Cairo Bueno de Camargo, série *165 anos de Brigada Militar*, 22.11.2002. Transcrição).

Oitenta anos do Tratado de Pedras Altas foi irradiada de oito a doze de dezembro de 2003. Armando Burd apresentou aos ouvintes o acordo que impediu a possibilidade de Borges de Medeiros buscar a sexta reeleição para a presidência do Rio Grande do Sul, em 1923. A série não fugiu ao formato das demais. Foi elaborada a partir de um levantamento histórico, complementada com o depoimento de historiadores. Dos quatro que participaram, dois, inclusive, já contribuíram em outras séries da emissora: Gunter Axt e Heloísa Ramos. A reportagem mostra como as revoluções que ocorreram em território gaúcho deixaram um legado que influencia o Estado até hoje.

Ele (o tratado) teve um significado muito importante para a história contemporânea do Rio Grande do Sul pelo fato de os governadores não poderem ser mais reeleitos.[...] E vejo isto repetido, inclusive na história mais contemporânea agora, com a não reeleição dos nossos dois últimos governadores. [...] Eu reputo isto como ainda a um resquício do período anterior, do período borgista (RAMOS, Heloisa. Série *Oitenta anos do Tratado de Pedras Altas*, 9 dez. 2003. Transcrição).

Proclamação da República, veiculada em 13, 14, 16 e 17 de novembro de 2006, conta com quatro reportagens. A última – intitulada *O positivismo na formação da República e a construção da consciência política do brasileiro* – destaca a importância desta corrente no pensamento de líderes gaúchos.

(repórter **Andréia Fantinel**) - O Rio Grande do Sul adotará com mais ênfase esta doutrina, sobre tudo no discurso autoritário, como explica Flávio Heinz. (historiador Flávio Heinz):- [...] O positivismo acaba sendo utilizado pelos governantes republicanos do Rio Grande do Sul, primeiramente por Júlio de Castilhos, depois por Borges de Medeiros, mas enfim por todo o movimento republicano no Rio Grande do Sul, como uma espécie de doutrina que serve para pensar não somente o papel do Estado, mas também como esse Estado deve conduzir sua relação com a sociedade (REPORTAGEM *O positivismo na formação da República e a construção da consciência política do brasileiro*, 17 nov. 2006. Transcrição).

Por fim, *Dos tropeiros aos caminhoneiros: a trajetória da cultura de um povo*, veiculada de 19 a 23 de março de 2007) destaca a formação do Estado a partir dos tropeiros.

Nos idos do século XVIII, o Tratado de Madrid desenha um novo mapa político que mudava os limites da região do Prata. A Espanha dava os Sete Povos das Missões a Portugal em troca da Colônia de Sacramento. Uma assinatura que fazia nascer um novo povo. Durante a infância desta nova população, que acabava de se assumir como brasileira, o sonho de futuro era transportado por mulas. Nas malas de garupa carregava-se mais do que mercadorias para serem vendidas. Era transportada a história a ser construída ao longo de um trajeto que começa a ser percorrido (FANTINEL, Andréia. Série *Dos tropeiros aos caminhoneiros: a trajetória da cultura de um povo*, 19 mar. 2007. Transcrição).

A repórter Andréia Fantinel prossegue ainda: “Da Província de São Pedro ao Rio Grande próspero, que até hoje trabalha todos os dias para colher os frutos da semente que planta, brota um importante papel de quem desbravou estradas, gerou riquezas e principalmente espalhou cultura” (idem). Esta será a linha que ancorara a série mostrando os rio-grandenses, representados pelos tropeiros, como desbravadores e, posteriormente, como isto está presente em um novo grupo de gaúchos: os caminhoneiros. A própria culinária, no que é chamada de cozinha gaúcha, encontra suas raízes nos tropeiros. De acordo com um dos entrevistados, o historiador Moacyr Flores, “o chamado arroz de carreteiro, que na verdade é o arroz de tropeiro, a vaca atolada, a feijoada, enfim, a batata doce assada na brasa [...] tem sua origem neste período. (FLORES, Moacyr. Série *Dos tropeiros aos caminhoneiros: a trajetória da cultura de um povo*, 20 mar. 2007. Transcrição).

Em síntese, ao realizar-se a audição das séries de reportagens especiais da *Rádio Guaíba*, é possível observar que a emissora faz uma construção da figura do gaúcho, de seus “heróis” e de suas “batalhas” conforme o dado pela historiografia tradicional, literatura e tradicionalismo. Embora ela utilize-se de um processo de produção jornalística⁷⁰², não consegue descolar-se do já proposto por estas três instâncias e não apresenta nenhum elemento novo aos seus ouvintes.

3.4.5 24 HORAS NO AR: FRAGMENTOS IDENTITÁRIOS DO GAÚCHO

No dia em que foi feita a audição da programação da *Rádio Guaíba* – 30 de março de 2006 – é possível assinalar diversos fragmentos que compõem uma possível referência ao Rio

⁷⁰² Pesquisa e depoimento de fontes relacionadas ao tema em pauta.

Grande do Sul e a figura do gaúcho. Eles apresentam-se por meio das falas de apresentadores, repórteres e entrevistados que participaram da programação ao longo do dia. Diferentemente das séries de reportagens especiais que tinham o objetivo declarado de falar das “coisas do Rio Grande”, ao fechar-se o foco em um único dia vamos constatar que estas referências ocorrem, em sua maioria, de forma natural, ou seja, não há um planejamento prévio.

O *Guaíba Rural* tem ligação direta com as “coisas do Rio Grande” pela sua temática já que se dedica a cobertura jornalística dos segmentos de agricultura e pecuária, principais setores produtivos do Estado. Por meio do *slogan* “Guaíba Rural, acordando o homem do campo”⁷⁰³, a emissora reconhece para quem está dirigindo o seu discurso naquele momento. Este “homem do campo”, pelo conteúdo do programa, abrange, desde o pequeno agricultor aos grandes produtores. É interessante observar que o programa replica, de certa forma, a literatura gaúcha. O *Guaíba Rural* dá voz aos grandes exportadores de carne - herdeiros dos estancieiros e charqueadores que fizeram a Revolução Farroupilha – e também aos movimentos populares que carregam em si o gaúcho sem rumo do escritor Cyro Martins, responsável por denunciar, nos anos 30 do século passado, as transformações pelas quais o campo estava passando. Como ressalta Hohlfeldt, “assim como a literatura construiu o mito, a literatura também construiu a denúncia”⁷⁰⁴ (2008).

Ao estabelecer o horário das 5h na grade de programação, há uma busca por identificação com aquele gaúcho que acorda cedo, prepara o chimarrão, e, então, inicia suas atividades. Contudo, o potencial ouvinte do programa ultrapassa esta figura, pois como afirma Prates (2008), hoje não é mais possível fazer uma distinção entre o gaúcho do campo e o urbano, pois estes dois tipos convivem e ora são um, ora são outro.

Então, a rádio dá voz ao gaúcho urbano que assumiu as funções de líder da categoria à frente das entidades do setor. É claro, que os líderes são produtores e em algum momento usam bota e bombacha. Hoje, por exemplo, o secretário da agricultura é um típico produtor rural, que nos finais de semana vai para a fazenda e pratica o lado campeiro. As coisas se misturaram e hoje o gaúcho do campo está também na cidade, mas sem perder as raízes⁷⁰⁵.

Durante o dia observado, o programa não recorreu a qualquer expressão identificada como do homem do campo. O *Guaíba Rural* utiliza-se de linguagem urbana e jornalística, até

⁷⁰³ Informações disponíveis em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=56>. Consulta realizada em 5 mar. 2008.

⁷⁰⁴ HOHLFELDT, Antônio. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 3 jan. 2008.

⁷⁰⁵ PRATES, Lizemara. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 3 jan. 2008.

porque a maioria das notícias são lidas diretamente do *Correio do Povo*, o que não deixa de ser também uma forma de relacionar-se com o Rio Grande, uma vez que este é considerado o jornal mais tradicional do Estado. Há, no entanto, uma aproximação do “gaúcho” nos momentos em que a atração abre espaço para música: “Cinco e 24. Dezenove graus e cinco décimos. **Vamos à música do Rio Grande** nesta quinta-feira. *Tenho orgulho em ser gaúcho*, de Baitaca pelo autor” [...] [grifo nosso] (locutor Wladimir Oliveira, programa *Guaíba Rural*, 30.3.2006, transcrição). Além desta, o programa apresentou *Se bamo pra sala*, de Amaro Peres, executada pelo Bando Gaúcho; *Ciranda do amanhã*, de Telmo de Lima Freitas, pelo autor; e *Légua e pico*, de Mauro Moraes, com João de Almeida Neto e Nelson Cardoso. Nota-se que a emissora opta por uma generalização ao referir-se às músicas. Todas são apresentadas pelo locutor sob a definição de “música do Rio Grande”. Embora possam ser enquadradas no que Golin (2004) classifica de tradicional, é possível classificá-las em correntes distintas. De acordo com o tradicionalista e apresentador da *Rádio Rural AM*, Evandro Leboutte⁷⁰⁶, *Se bamo pra sala* e *Tenho orgulho em ser gaúcho* pertencem ao estilo tradicional. Já *Ciranda do amanhã* e *Légua e pico* estão inseridas na linha nativista. O fato de a estação não privilegiar nenhuma corrente, garante maior abrangência de ouvintes. De acordo com Jacks, este posicionamento, inclusive, é uma constante da *Guaíba*.

O motivo desta “certa indiferença” da Rádio Guaíba se devia, possivelmente, pelo receio de cair em um modismo passageiro, como todos supunham inicialmente, isto porque a emissora possuía um padrão musical implantado há muito tempo, que constituía a sua “marca registrada” (JACKS, 2003, p.76).

O programa *Bom Dia* não vai apresentar elementos explícitos que possibilitem localizar em seu discurso fragmentos identitários da figura do gaúcho tradicional. Ele cumpre o papel de um programa no qual a prestação de serviço é o principal foco e esta atinge “altos dirigentes de grandes corporações, como até de humildes agricultores de São José do Sul” (Jurandir Soares, 2008)⁷⁰⁷. Como em outros programas da *Guaíba*, existe uma valorização do *Correio do Povo* e, como já dito, toda vez que o nome do jornal da Caldas Júnior é citado na programação há, sim, uma referência ao Rio Grande do Sul. Contudo, se não há uma relação

⁷⁰⁶ Leboutte é apresentador dos programas *Fandango na Rural* (segunda a sexta-feira, das 14h às 17h) e *Domíngueira* (aos domingos, das 14h às 18h) na *Rádio rural AM*. Os títulos, compositores e intérpretes das músicas foram apresentados a Leboutte que, então, fez a referida classificação.

⁷⁰⁷ SOARES, Jurandir. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 14 jan. 2008.

clara no discurso do *Bom Dia*, o programa apresenta como principal anunciante os Produtos Piá, marca da Cooperativa Agropecuária Petrópolis Limitada, com sede no município gaúcho de Nova Petrópolis. Assim, há um encontro direto com o homem do campo, mas não o pertencente à oligarquia dominante. O homem do campo que surge é o integrado ao sistema cooperativo característico do Rio Grande pós-latifúndio.

O *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* apresenta diversos elementos que poderiam ser classificados como fragmentos identitários do gaúcho. O próprio apresentador do programa, Flávio Alcaraz Gomes, remete a uma característica do gaúcho: o conservadorismo. Gomes é um dos fundadores da emissora e desde 1957 jamais deixou de estar no ar⁷⁰⁸. Esta longa permanência, de acordo com Hohlfeldt, garante uma fácil identificação por parte do ouvinte: “E eu ouço Rádio Guaíba porque eu sei o que eu vou encontrar”⁷⁰⁹ (HOHLFELDT, 2008). Além disto, assegura a perpetuação de um mesmo discurso.

A Guaíba é uma vanguarda, do ponto de vista da tecnologia, da qualidade introduzida, quer dizer, a própria antena colocada, com novas tecnologias, a programação, a qualidade, o fato de não usar o *jingle*, o fato de introduzir programas que até então não se usava no rádio. Do ponto de vista formal de tecnologia, a Guaíba foi uma vanguarda. Do ponto de vista do discurso, eu considero, sim, que a Guaíba sempre se dirigiu a uma classe mais conservadora. Não vamos esquecer que o próprio dono dessa emissora, desse grupo, era vinculado a essa classe, um liberal conservador. Quer dizer, era um criador de cavalos, criador de pecuária, e, evidentemente, todo o discurso era dirigido muito a esta classe (HOHLFELDT, 2008)⁷¹⁰

“O tempo e o vento” (Flávio Alcaraz Gomes. 30 mar. 2006. Transcrição). Com esta frase, Gomes marca a chamada “ronda do tempo” todos os dias em seu programa. Na ronda, correspondentes de rádios de diversas cidades do Estado informam as condições meteorológicas de suas regiões. Há, pela expressão usada por Flávio, uma referência direta à obra de Erico Verissimo de mesmo nome. A citação pode ser considerada uma homenagem diária prestada pelo apresentador ao escritor. A “ronda do tempo” remete ainda a unidade do território gaúcho, conquistada por meio de muitas batalhas. Ao mostrar um Rio Grande que fala de muitos lugares – em 30 de março de 2006 participaram os municípios de Uruguaiana,

⁷⁰⁸ Mesmo no período em que cumpriu pena no Presídio Central de Porto Alegre manteve participação diária na *Rádio Gaúcha*. Ver nota 284.

⁷⁰⁹ HOHLFELDT, Antônio. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 3 jan. 2008.

⁷¹⁰ Idem.

Caxias do Sul e Erechim – é como se Gomes realizasse uma conferência a fim de verificar se o território está preservado.

Nas entrevistas realizadas no *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* também é possível encontrar outras referências. O deputado Júlio Redecker, ao participar por telefone direto de Brasília, faz observações sobre o relatório final da CPMI dos Correios.

o mais, ele (deputado Osmar Serraglio) fez ali uma história, um livro de história do Brasil nesse momento tão triste, onde nós vemos deputados bailarinas e **outras cositas mas, como se diz aí pelo Rio Grande e que nos deixam envergonhados** de saber que a vida pública brasileira está permeada de corrupção, tanto no legislativo, quanto no executivo e com decisões esdrúxulas de alguns juizes dentro do judiciário, impedindo o prosseguimento e o aprofundamento da investigação, principalmente de pessoas que levam ao presidente Lula a participação em toda essa corrupção [grifo nosso] (JÚLIO REDECKER, programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Redecker objetiva mostrar aos ouvintes – pelo uso da expressão “outras cositas mas” (idem) - que embora esteja falando de outro lugar – Brasília – ele é um gaúcho. Da mesma forma, o deputado coloca os rio-grandenses acima das questões que envolvem casos de corrupção no Congresso já que as mesmas “nos deixam envergonhados” (ibidem). Assim, Redecker evoca toda uma tradição da política gaúcha, que se anuncia pautada pela honestidade.

Outro convidado foi o Secretário Municipal de Cultura, Sérgio Gonzaga. Durante a conversa realizada no estúdio da rádio, o secretário lembrou a importância do *Boi Barroso* e do fato de a *Guaíba* tê-lo adota como prefixo musical: “A velha canção do folclore popular... Isso mesmo... Então na Rádio Guaíba está, ela está no coração de todos os gaúchos profundamente (Sérgio Gonzaga, 30 mar. 2006. Transcrição). Ao falar das atividades comemorativas da Semana de Porto Alegre, resgata Erico Verissimo: “É, essa cidade tem alguns encantos. Quem notou muito esses encantos, embora ele não tivesse uma prosa poética, foi o Erico. A gente pega aqueles livros da primeira fase do Erico... As paineiras, os jacarandás, os flamboaiãs...” (Idem).

Em outra entrevista, também no estúdio, a diretora do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Rio Grande do Sul, Débora Magalhães Costa, fala aos ouvintes sobre os projetos do Centro Cultural CEEE-Erico Verissimo. Então, Gomes interrompe a fala da convidada com uma observação: “É sempre o Erico” (Flávio Alcaraz Gomes, 30.3.2006. Transcrição). Com o breve comentário, é possível entender que para Flávio, quando o tema

gira em torno da cultura, não há como fugir da presença de Verissimo, mesmo 30 anos depois de sua morte.

Tradicionalmente, Flávio roda uma música estrangeira em seu programa, normalmente de origem francesa. Com isto, segundo Cunha,

ideologicamente o apresentador demonstra a superioridade da população do sul. Mas a crença é sempre de que os gaúchos são bons, mas estão ligados a países europeus, e, sua formação, como no caso da música, ou mesmo por uma história familiar (CUNHA,1997, p.282).

No dia analisado, no entanto, rodou uma canção norte-americana, *When Somebody Loves You*, na interpretação de Frank Sinatra. A autora considera que

ao repetir que leva ao ar a música da Guaíba, Gomes trabalha com a ilustração para demonstrar uma regularidade estabelecida, ou seja, a qualidade da música da emissora, o que é tradição no Rio Grande do Sul. Neste momento, joga com a crença presente na cultura do Estado, de qualidade das Rádio Guaíba no que diz respeito à seleção musical (CUNHA, 2007, p. 253).

No programa *Agora* ocorre o mesmo fenômeno de permanência do apresentador registrado no *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*. Amir Domingues atua na emissora desde a sua fundação e, por isto, provoca “sensação de conforto” para o ouvinte, conforme explicitado por Hohlfeldt (2008), ao mesmo tempo em que assegura uma continuidade de discurso.

O Amir foi passando de lugar, de função, mas permaneceu. Chegou a ser, inclusive, editorialista do Correio do Povo. E, certamente, se outros jornalistas não tivessem falecido e se afastado, continuariam lá. [...] Até aqui eu não estou entrando em juízo de valor, simplesmente identificando o fenômeno. Eu acho que isso tem um lado importante quando você considera que na contemporaneidade as coisas mudam muito rapidamente. Você fica sem âncora, sem referência. E por outro lado tem evidente um lado eventualmente negativo, que é essa coisa de prender a um discurso mais antigo. Eu, particularmente, confesso que tenho uma propensão a ver mais positivo que negativo, até pelo contraste com as outras emissoras. Na voz do locutor, por exemplo, você liga e sabe que é o Mazon que está falando. Você liga e sabe que é o Milton Jung que está lendo o noticioso⁷¹¹.

⁷¹¹ HOHLFELDT, Antônio. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 3 jan. 2008.

Registra-se também que Domingues faz questão de sinalizar de onde fala: “Nós estamos mais uma vez **aqui de Porto Alegre**, deputado Gustavo Fruet, agradecendo o seu comparecimento no programa Agora e também pela sua atenção em diversas oportunidades” [grifo nosso] (Amir Domingues, 30.3.2006. Transcrição). Desta forma, ele marca o seu território e espera um reconhecimento por parte do entrevistado.

Eu que agradeço e olha, a CPMI me permitiu também sair um pouco do meu estado, romper um pouco com as minhas fronteiras e uma das minhas grandes alegrias foi poder conhecer você, a equipe da rádio, a cobertura que vocês fazem e o Rio Grande do Sul tem que se orgulhar, porque é um dos estados que tem um dos acompanhamentos mais bem feitos das atividades da CPI no Congresso Nacional e eu falo isso para que outros estados, outras emissoras, outros profissionais de outros estados tenham você e sua emissora como referência. (FRUET, Gustavo. programa *Agora*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Domingues entrevistou no mesmo dia o deputado Ônix Lorenzoni, que também falou sobre a CPMI dos Correios. Ao encerrar a conversa, o apresentador busca sinalizar para quem a *Guaíba* fala: “**Aí está, pois para os gaúchos** a manifestação do deputado Ônix Lorenzoni, do PFL do Rio Grande do Sul, sobre o trabalho final, no relatório da CPMI dos Correios. Muito obrigado deputado” [grifo nosso] (Amir Domingues, 30 mar. 2006. Transcrição). Embora a emissora possa ser ouvida por ondas curtas e pelas afiliadas ao Sistema GuaíbaSat em outros Estados e mesmo em qualquer parte do mundo via Internet, Domingues ressalta que a mensagem tem um destinatário certo: os gaúchos. Desta forma, ele busca uma cumplicidade, uma relação de exclusividade com o ouvinte, pois deixa claro que o produzido no *Agora* não foi feito para um diferente, mas sim para um gaúcho como ele.

O discurso de um dos entrevistados, o secretário estadual de Ciência e Tecnologia, Kalil Sehbe, passa pelo conceito de o Rio Grande do Sul ser um Estado à frente dos demais, cujas glórias do passado podem ser recuperadas não por batalhas, mas por meio da tecnologia.

[...] o Rio Grande do Sul já é um diferencial frente os outros estados da União porque nós já somos um Rio Grande tecnológico. Esse Rio Grande tecnológico que nesses últimos três anos trouxe de investimentos para o Estado 25 milhões. Só na área de tecnologia da informação, nós trouxemos uma gigante como a Microsoft, como a Sap alemã, como a Soltec mexicana. São as três maiores empresas de softwares do mundo e estão aqui e nós temos seis empresas nacionais de softwares e hardware. Imagina, no início elas podem ser submissas das grandes, mas daqui a pouco com os pólos de tecnologia que temos no Estado, num trabalho integrado entre Estado, universidade, entidade e o setor produtivo, quem sabe nós

estamos tendo aí um Vale do Silício, como é hoje nos países desenvolvidos (SEHBE, Kalil, programa *Agora*, 30 mar. .2003).

O *Jornal da Manhã* e o *Jornal da Tarde* não fazem referências diretas à identidade do gaúcho. Sua ligação com as “coisas do Rio Grande” se dá pela participação dos repórteres e notícias que são divulgadas. Embora façam uso de boletins dos parceiros internacionais, em sua maioria recorrem à cobertura local. Nesta linha, a própria participação no *Jornal da Manhã*, por exemplo, do correspondente de Brasília, Fábio Marçal, é dirigida ao território gaúcho

(correspondente de Brasília, Fábio Marçal) - O gaúcho Jairo Jorge, secretário executivo do Ministério da Educação sai nessa sexta-feira do Ministério para se candidatar para deputado estadual. Mas antes disso, ele faz um balanço dos três anos do presidente Lula na educação no Rio Grande do Sul. Os números são bons para os gaúchos, Jairo Jorge? (secretário executivo do Ministério da Educação, Jairo Jorge:) - Bom dia Fábio, são excelentes os números da educação para os gaúchos. Se nós tomarmos os repasses do FNDE, tomando por referência 2002, foram na ordem de 60 milhões e agora no ano de 2005 nós chegamos a um repasse de 367 milhões (programa *Jornal da Manhã*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Há ainda a evidência de a *Guaíba* manter-se “uma voz a serviço do Rio Grande”, uma vez que descumpra a grade de programação⁷¹² para dar maior tempo a informações relevantes aos gaúchos, como no caso da entrevista conduzida pelo repórter Gustavo Mota com o governador Germano Rigotto.

(governador Germano Rigotto) - Amanhã eu darei posse coletivamente a todos os novos secretários. À tarde, cada um deles na sua secretaria terá a transmissão de posse...[...] (repórter Gustavo Mota:) - Aqui com a Rádio Guaíba, ao vivo, o senhor disse que vai comandar essa equipe ao lado do vice. Isso significa que o senhor já tomou a decisão de ficar no governo? **(governador Germano Rigotto)** - Olha, essa decisão eu quero também aproveitar esse momento para dizer, está?[...] Nós vamos fazer aquilo que na minha cabeça nesse momento é só o que passa: é administrar o Estado, governar o Estado. É esquecer a possibilidade do projeto nacional. **Ele era muito importante para o Rio Grande do Sul. Ele colocaria o Rio Grande do Sul de novo no centro nacional, da política nacional [...]** (repórter Gustavo Mota) - Está aí portanto a manifestação do governador Germano Rigotto [...] (programa *Jornal da Manhã*, 30 mar. .2006. Transcrição).

⁷¹² No dia 30 mar. 2006, o *Guaíba Notícias* das 12h não foi veiculado a fim de possibilitar a continuidade de irradiação de entrevista com o governador Germano Rigotto.

Na fala do governador, encontramos um momento raro entre os diversos políticos que participaram da programação da emissora em 30 de março de 2006. Rigotto, ao abordar o abandono de sua candidatura à presidência da República, reconhece que o Estado não tem mais a expressão nacional na política que já tivera outrora: “É esquecer a possibilidade do projeto nacional. Ele era muito importante para o Rio Grande do Sul. Ele colocaria o Rio Grande do Sul de novo no centro nacional, da política nacional [...]” (Germano Rigotto, programa *Jornal da Manhã*, 30 mar. 2006. Transcrição). Se há uma identificação da falta de poder na política é porque os gaúchos - representados na figura do governador – não esquecem de um passado em que os políticos rio-grandenses tinham influência sobre as questões nacionais.

O *Jornal da Tarde*, logo após a manchete da principal reportagem do dia e o boletim do tempo, evoca a unidade do Rio Grande do Sul, na voz do apresentador Rogério Böhlke: “Agora a integração do Rio Grande do Sul: Santa Maria” (Rogério Böhlke, 30 mar. 2006. Transcrição). Então, correspondentes de seis municípios trazem informações de suas regiões. Santa Maria, Caxias do Sul, Rio Grande e Gramado trataram de temas gerais: apreensão de drogas, furto de veículos, incêndio em vegetação e turismo, respectivamente. Já Bagé e São Borja apresentaram assuntos que tem ligação direta com o gaúcho. Do primeiro município, o correspondente Jossicar Saraiva destacou a Vigésima Sétima Semana Crioula Internacional de Bagé.

A degustação da carne de uma vaquilhona Hereford, da estância Santa Maria, assada no couro é a principal atração da Vigésima Sétima Semana Crioula Internacional de Bagé nessa quinta-feira, primeiro dia de programação do evento. [...]. A festa, que se estende até o dia dois de abril, teve início ontem, com um show da dupla nativista Rogério Melo e César Oliveira e seguido do baile oficial, animado pelo grupo Tchê Guri. O evento reunirá centena de participantes entre ginetes, cantores, instrumentistas e laçadores do Rio Grande do Sul, de outros estados, do Uruguai e da Argentina. De Bagé, Jossicar Saraiva (correspondente Jossicar Saraiva, programa *Jornal da Tarde*, 30 mar. 2009).

Em São Borja, o tema trata de um problema que atinge de forma direta os pecuaristas: “O Ministério e a Secretaria Estadual da Agricultura buscam soluções de emergência, mas a partir desta sexta-feira, reduz de forma significativa a equipe de sanitaristas que vem atuando no controle preventivo da aftosa na ponte da integração São Borja – Santo Tomé” (Albery Cogo, programa *Jornal da Tarde*, 30 mar. 2007, Transcrição).

“Agora, você vai ouvir mais uma atração esportiva da Guaíba, líder em audiência no futebol do Rio Grande do Sul”. *Terceiro Tempo*. Apresentação, Luiz Carlos Reche” (locutor Rui Strelow, 30.3.2006. Transcrição). Com esta introdução, o programa esportivo *Terceiro Tempo* já marca o seu território e para quem ele fala. Mais do que isto, com este recurso sinaliza quem o escuta: os gaúchos que apreciam o futebol. Em 30 de março de 2006, uma quinta-feira, o programa apresentou como principal tema de debate o jogo entre Grêmio e Internacional que seria realizado no sábado. A disputa entre os dois clubes esportivos remete a uma tradição do Rio Grande. Sempre são dois lados distintos em conflito pelo poder: republicanos versus monarquistas, maragatos versus chimangos, borgistas versus assististas. Recentemente, nas eleições para o governo do Estado de 1998⁷¹³, este fenômeno se repete.

Teve uma retomada forte, no debate político eleitoral ocorrido entre o PT e o PMDB na eleição Britto versus Olívio. Quando o Britto acenava com um Rio Grande moderno, o Olívio, pra ganhar campanha, acenou com o Rio Grande tradicional, e com isso ganhou a campanha [...](HOHLFELDT, 2008⁷¹⁴).

Em um dos momentos de debate do *Terceiro Tempo*, a Revolução Farroupilha é lembrada. Desta vez, em um de seus episódios mais polêmicos: o massacre de Porongos. Os participantes discutem sobre as críticas à comemoração adotada pelo jogador colombiano Renteria, que para homenagear o Internacional, a cada gol caracteriza-se de Saci, símbolo do clube

(comentarista Edegar Schmidt) – Agora o Renteria já ganhou o coração colorado. **(comentarista Vinícius Sinott)** - Agora o mau humor das pessoas é uma coisa impressionante. Tem gente que criticou o gesto do Renteria. **(comentarista Edegar Schmidt)** - Não, não pode. Porque se você faz uma coisa bonita e é criticado, como é que você vai fazer? **(comentarista Vinícius Sinott)** - Foi uma coisa criativa. Primeiro porque ele é escurinho igual ao Saci. **Este mau humor é coisa do pessoal do David Canabarro.** [...] É que os caras que dizem que são fãs do David Canabarro, é porque o **David Canabarro ali em Porongos, em Pinheiro Machado, ele tirou todas as armas que os “neguinho” tinham dos lanceiros do Rio Grande do Sul para serem mortos e escravizados.** Estes são os fãs do David Canabarro. Se fosse o loirinho que fizesse isso estava tudo tranquilo, mas como é o negão eles já querem “cornetear” [grifo nosso] (PROGRAMA *TERCEIRO TEMPO*, 30 mar. 2006. Transcrição).

⁷¹³ Em 1998, o então governador Antônio Britto tenta a reeleição e enfrenta Olívio Dutra, do PT. O candidato petista sagrou-se vencedor, conquistando 50,9% dos votos no segundo turno, com uma vantagem de 97 mil votos sobre seu adversário.

⁷¹⁴ HOHLFELDT, Antônio. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 3 jan. 2008.

A citação de um herói farroupilha de forma negativa é um momento raro na programação. A Revolução Farroupilha nas reportagens especiais da *Guaíba*, como já demonstrado, apontam o lado heróico dos farrapos. Mesmo quando na série *Memória Farroupilha*, veiculada em 2003, *Porongos* é citado, na seqüência, em uma próxima reportagem, David Canabarro é incluído no rol dos heróis da revolução. De acordo com Hasse, “a polêmica suscitada pelo episódio de Porongos é antiga. As cinzas da Revolução Farroupilha estavam ainda quentes e já se acusava Canabarro de traição aos lanceiros negros” (2006, p.9). Contudo, há uma retomada da questão a partir dos anos 2000. Segundo Hasse, “ganhou força na entrada do século XXI a versão segundo a qual a penúltima batalha da Guerra dos Farrapos, até agora conhecida como ‘Surpresa de Porongos’, merece ser chamada de ‘Traição de Porongos’” (2006, p.87). No caso da emissora da Caldas Júnior, é interessante constatar que esta revisão do episódio apareça em um debate esportivo, que não tem a mesma autoridade para falar como outros fóruns da própria *Guaíba*, a exemplo das séries de reportagens especiais. Assim, *Porongos* é resgatado em uma situação inusitada: é utilizado para dizer que existem manifestações de racismo contra o jogador Renteria.

Outro programa esportivo que foi avaliado foi o *Repórter Esportivo*, conduzido a partir das 17h05min pelo Chefe do Departamento de Esportes. Como o *Terceiro Tempo*, teve como principal tema o jogo entre Grêmio e Internacional a ser realizado no sábado. Então, aqui aplica-se o dito para o *Terceiro Tempo*. A presença do gaúcho dá-se por meio do embate entre os dois clubes esportivos.

Os programas *Espaço Aberto* e *Guaíba Revista* apresentam perfis semelhantes. Os dois abrem espaço para o debate político. A temática, como o todo da programação, valoriza as questões locais e é esta a sua maior relação com “as coisas do Rio Grande”. Contudo, há momentos que poderíamos identificar como fragmentos de uma identidade do gaúcho. Um exemplo é a participação do correspondente de Brasília, Fábio Marçal, no *Espaço Aberto*.

(correspondente Fábio Marçal) [...] - Mas e se reformassem a casa de um homem público aí no Rio Grande do Sul? Vamos dizer, a casa do governador, a casa do prefeito onde ele mora... E os empresários: “vamos reformar para que fique uma casa boa” e gastassem 18 milhões de reais para essa reforma, um grupo, um consórcio de empresários, será que isso pega bem, Burd? Será que é uma coisa ética? Não é ética? Eu sei que o Palácio da Alvorada foi inaugurado. Dezessete meses de reforma. O Palácio da Alvorada é onde mora o presidente Lula... Que ele estava na Granja do Torto enquanto acontecia essa reforma... Então, 17 meses consumiu 18 milhões de reais que foi pago para um consórcio de empresários que deu ao Brasil, ou ao presidente esse presente de 18 milhões de reais da reforma. Será que isso é ético ou não é ético? [grifo nosso] (Fábio Marçal, programa *Espaço Aberto*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Desta forma, Marçal evoca a figura “exemplar” do gaúcho, que é regido sempre pela honestidade e pelo princípio de justiça. Assim, um ato que é imoral não receberia qualquer tolerância em território gaúcho. Se a reforma do Palácio da Alvorada, financiada por empresários, é possível em Brasília, caso similar no Rio Grande do Sul seria inaceitável.

O *Guaíba Revista*, por sua vez, delimita um espaço para referir-se ao gaúcho. O programa tem como última atração o quadro *Orgulho de ser Gaúcho*, conduzido pelo jornalista Armando Burd. Nele, personalidades contam porque sentem orgulho de serem gaúchas ou de se considerarem gaúchas. Em 30 de março de 2006, o quadro apresentou o regente da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre, Tulio Belardi. Embora seja argentino, o maestro disse que se considera um gaúcho, no sentido de nascido no Rio Grande do Sul: “Porque ser gaúcho é uma coisa maravilhosa. Esta es uma terra que acolhe a todo el mundo com carinho. Aqui se pode trabalhar em paz [...] (Tulio Belardi. Programa *Guaíba Revista*, 30 mar. 2006. Transcrição). O caso de Belardi não é único. Outros “gaúchos não nascidos no Rio Grande do Sul”, como a economista e atual governadora Yeda Crusius, que é paulista, já participaram do quadro. A presença de “estrangeiros” no Rio Grande do Sul foi sempre aceita desde que estes compactuem com os valores da terra. O italiano Giuseppe Garibaldi pode lutar na Revolução Farroupilha não por suas habilidades de guerreiro, mas sim por acreditar no ideal que era proposto pelos republicanos. Nesta linha, muitos utilizam-se do *Orgulho de ser Gaúcho* para anunciar que aceitam as regras do ser gaúcho e mais do que isto, têm orgulho desta condição. Quanto aos nascidos no Rio Grande, o quadro serve para, publicamente, reforçar a identidade.

3.4.6. VOZES: QUEM FALA NA EMISSORA DA CALDAS JÚNIOR

Quem tem voz na *Rádio Guaíba*? A presente pesquisa fez um levantamento no dia analisado – 30 de março de 2006 – a fim de apurar para quem a emissora abre espaço em sua programação. No estudo foram descartados os que tem vínculo empregatício com a empresa. Assim, repórteres, apresentadores e comentaristas não foram contabilizados. Foram anotados os que tiveram participação ativa, ou seja, falaram ao longo da programação. Desta forma, pessoas que foram citadas em textos de notícias/reportagens, mas não emitiram voz, também não foram somadas.

No período observado foram registradas 61 participações nos programas *Guaíba Rural*, *Bom Dia*, *Flávio Alcaraz Gomes*, *Agora*, *Jornal da Manhã*, *Espaço Aberto*, *Guaíba Revista*, *Jornal da Tarde* e *Repórter Esportivo*.

Tabela 23

As vozes que participaram dos programas da Rádio Guaíba em 30 mar. 2006

Entrevistado	Programa	Atividade/Cargo
Não identificado ⁷¹⁵	<i>Guaíba Rural</i>	Jornalista
Mário Baiocchi	<i>Bom Dia</i>	Economista
José Grossi Netto	<i>Flávio Alcaraz Gomes</i>	Médico Dermatologista
Túlio de Oliveira Martins	<i>Flávio Alcaraz Gomes</i>	Juiz de Direito
Jayme Keunecke	<i>Flávio Alcaraz Gomes</i>	Jornalista
Vieira da Cunha	<i>Flávio Alcaraz Gomes</i>	Deputado Federal (Político) ⁷¹⁶
Valter Nagelstein	<i>Flávio Alcaraz Gomes</i>	Advogado (Político)
Antônio Carlos Baldi	<i>Flávio Alcaraz Gomes</i>	Economista
Débora Magalhães Costa	<i>Flávio Alcaraz Gomes</i>	Arquiteta
Ibis Pacheco	<i>Flávio Alcaraz Gomes</i>	Empresário
Sérgius Gonzaga	<i>Flávio Alcaraz Gomes</i>	Secretário Municipal de Cultura (Político)
Jerônimo Goergen	<i>Agora</i>	Deputado Estadual (Político)
Adroaldo Loureiro	<i>Agora</i>	Deputado Estadual (Político)
Edson Brum	<i>Agora</i>	Deputado Estadual (Político)
Gustavo Fruet	<i>Agora</i>	Deputado Federal (Político)
Marco Antonio Barbosa Leal	<i>Agora</i>	Desembargador
Ônix Lorenzoni	<i>Agora</i>	Deputado Federal (Político)
Kalil Sehbe	<i>Agora</i>	Deputado Estadual (Político)
Geraldo Luís Felipe	<i>Agora</i>	Município
Margarita Bruque Ritol	<i>Jornal da Manhã</i>	Nutricionista
Luis Carlos Bodanesi	<i>Jornal da Manhã</i>	Médico Cardiologista
Plínio Simas	<i>Jornal da Manhã</i>	Pequeno Agricultor
Jorge Reis	<i>Jornal da Manhã</i>	Policial Civil
Moreno Osório	<i>Jornal da Manhã</i>	Agente de Trânsito
Jairo Jorge	<i>Jornal da Manhã</i>	Secretário Executivo do Ministério da Educação (Político)
Germano Rigotto	<i>Jornal da Manhã</i>	Governador do Estado (Político)
Sofia Cavedon	<i>Espaço Aberto</i>	Vereadora (Político)
José Antônio Belló	<i>Espaço Aberto</i>	Economista
Omar Ferri	<i>Espaço Aberto</i>	Advogado (Político)
José Rui Antunes	<i>Guaíba Revista</i>	Administrador
Luiz Roberto Ponte	<i>Guaíba Revista</i>	Secretário de Desenvolvimento e Assuntos Internacionais (Político)

⁷¹⁵ Durante a chamada do apresentador e, depois, no boletim, não houve referência ao responsável pela sua elaboração. Como a Emater conta com uma assessoria de imprensa integrada por jornalistas, acredita-se que a produção do referido material seja de responsabilidade de um profissional desta categoria.

⁷¹⁶ Adotou-se o critério de sinalizar com o termo “Político”, além daqueles que exercem cargo conquistado pelo voto popular, os que detêm cargo de confiança ou ligação direta com a política, como o caso dos advogados Valter Nagelstein e Omar Ferri. Nagelstein foi classificado como tal por ter sido candidato a prefeito de Porto Alegre em 2000 e a deputado estadual em 2002. Ferri, por sua vez, foi anunciado na abertura do programa *Espaço Aberto* como filiado ao PDT.

Darcísio Perondi	<i>Guaíba Revista</i>	Deputado Federal (Político)
Henrique Fontana	<i>Guaíba Revista</i>	Deputado Federal (Político)
Ezídio Pinheiro	<i>Guaíba Revista</i>	Agricultor
Luciana de Oliveira	<i>Guaíba Revista</i>	Economista
Ciro Nogueira	<i>Guaíba Revista</i>	Deputado Federal (Político)
Túlio Belardi	<i>Guaíba Revista</i>	Regente
Osmar Serraglio	<i>Jornal da Tarde</i>	Deputado Federal (Político)
Delcídio Amaral	<i>Jornal da Tarde</i>	Senador (Político)
Isaac Ortiz	<i>Jornal da Tarde</i>	Policia Civil
Áureo Scherer	<i>Jornal da Tarde</i>	Pequeno agricultor
Plínio Simas	<i>Jornal da Tarde</i>	Pequeno agricultor
José Govinatzki	<i>Jornal da Tarde</i>	Agente de Trânsito
Adão Madril	<i>Jornal da Tarde</i>	Policia Federal
Ubirajara Camargo	<i>Jornal da Tarde</i>	Secretário Municipal dos Transportes (Político)
Jorge Reis	<i>Jornal da Tarde</i>	Policia Civil
Germano Rigotto	<i>Jornal da Tarde</i>	Governador do Estado (Político)
Adão Villaverde	<i>Jornal da Tarde</i>	Deputado Estadual (Político)
Patrício	<i>Repórter Esportivo</i>	Jogador de futebol
Fabiano	<i>Repórter Esportivo</i>	Jogador de futebol
Fabiano	<i>Repórter Esportivo</i>	Ouvinte / cabelereiro
Tcheco	<i>Repórter Esportivo</i>	Jogador de Futebol
Luis Alberto	<i>Reporte Esportivo</i>	Ouvinte / Produtor de Vídeo
Michel	<i>Repórter Esportivo</i>	Jogador de Futebol
Vani ⁷¹⁷	<i>Repórter Esportivo</i>	Policia Militar
Francisco Novelletto	<i>Repórter Esportivo</i>	Empresário
Bolívar	<i>Repórter Esportivo</i>	Jogador de Futebol
Celso Vaz Correia	<i>Repórter Esportivo</i>	Dirigente Esportivo / Administrador
Geovani	<i>Repórter Esportivo</i>	Jogador de Futebol
Fernandão	<i>Repórter Esportivo</i>	Jogador de Futebol
Carlos Eugênio Simon	<i>Repórter Esportivo</i>	Árbitro de Futebol

A categoria que aparece em primeiro lugar é a dos políticos, com 22 participações, ou seja, mais de um terço das vozes. O número corresponde a 36,06 por cento do total. A preferência pela classe é correspondida pela oferta de programas na grade que atendem a esta temática. *Agora*, *Espaço Aberto* e *Guaíba Revista* apresentam o perfil predominante de programas essencialmente voltados para a área política. O *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* é mais aberto na seleção de convidados, mas a incidência de políticos no programa é constante. O deputado federal Vieira da Cunha, que participou em 30 de março de 2006, é considerado por Gomes um dos “guerrilheiros”. Já o deputado federal Júlio Redecker, por exemplo, participa com informações do Congresso Nacional, em média, três vezes por semana. Os programas jornalísticos *Guaíba Rural*, *Jornal da Tarde* e *Jornal da Manhã* abrem espaço para

⁷¹⁷ O policial da Brigada Militar foi chamado apenas por Vani, não ocorrendo qualquer referência a outro nome.

políticos conforme os critérios da pauta. Pelos acontecimentos do dia – anúncio do novo secretariado do governo estadual - e do anterior – relatório final da CPMI dos Correios -, a incidência foi relevante. A emissora conta com nove repórteres em Porto Alegre, sendo dois setoristas de política. Gerson Anzzulin é responsável pela cobertura do Palácio Piratini e da Assembléia pela manhã, enquanto Gustavo Mota realiza a mesma atividade pela tarde. Além disso, a estação tem um correspondente em Brasília, Fábio Marçal, responsável pela cobertura do Congresso Nacional e governo federal.

O registro de a categoria dos políticos configurar-se em primeiro lugar no número de participações remete ao fato de o Rio Grande do Sul ser considerado o Estado mais politizado da federação.

A paixão do gaúcho pela política está inscrita em suas origens. Dir-se-ia que o destino do gaúcho é a política: ele é um predestinado a política. Nasceu como tal. Sua história é uma história de guerras, revoluções, idéias. A fama de Estado mais politizado do Brasil não é sem fundamento. Pelo contrário. Se existe lugar no país, onde a política penetrou profundamente na alma popular, este é o Rio grande do Sul. Política se discutia nas ruelas da velha Rio Pardo. Política se discutia nos bairros operários: quem não se lembra dos grandes comícios populares nas praças de Porto Alegre? Política se discutia, na hora do amargo chimarrão, nos galpões das estâncias. Os peões tomavam partido e se criavam ouvindo histórias de revoluções (VARES, 1998, p. 139).

A *Guaíba* reflete este conceito de politização e, ao abrir espaço aos políticos, confirma o fato de ser conservadora e, por isso, dar espaço às ditas vozes oficiais. De acordo com Vieira (2007), a presença de políticos na programação ocorre porque “o gaúcho gosta de falar de política e, no caso dos programas do jornalismo, eles aparecem porque são notícia”⁷¹⁸. Vieira destaca ainda que a emissora “desde o seu início, por orientação de seus diretores, valorizou a política. É bom lembrar que seu primeiro diretor, Arlindo Pasqualini, era irmão do senador Alberto Pasqualini”^{719,720}.

⁷¹⁸ VIEIRA, Idalino Asp. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 16. nov. 2007.

⁷¹⁹ Alberto Pasqualini nasceu em Ivorá, no Rio Grande do Sul, em 23 de setembro de 1901 e faleceu em 1960. É considerado o grande ideólogo do trabalhismo brasileiro, sendo um dos fundadores do PTB. Alberto Pasqualini foi professor, advogado e senador pelo Rio Grande do Sul. No Senado, lutou pela implantação do monopólio estatal do petróleo, tendo sido relator do projeto de criação da Petrobrás em 1953.

⁷²⁰ VIEIRA, Idalino Asp. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 16 nov. 2007.

3.4.7 PUBLICIDADE: LIGAÇÃO DIRETA COM O ESTADO

Se no discurso do produzido pela *Guaíba*, o gaúcho e as “coisas do Rio Grande” muitas vezes são percebidos nas “entrelinhas”, na publicidade, em muitos casos, eles são explícitos. Um exemplo são os comerciais do Banco do Estado do Rio Grande do Sul que são inseridos ao longo da programação do dia analisado, 30 de março de 2006.

Um banco existe para guardar valores. Alguns materiais, outros ainda mais importantes, como **o valor de uma tradição, de um ideal, o valor da nossa cultura, das nossas origens, de um sorriso de confiança no futuro**. Não existe lugar mais seguro do que o nosso banco para guardar os valores da nossa paixão. Banrisul, um banco que tem orgulho de ser gaúcho. Governo do Rio Grande do Sul [grifo nosso] (programação da *Rádio Guaíba*, 30 mar. 2006. Transcrição)⁷²¹.

O texto remete diretamente a elementos caros aos gaúchos. Ao referir-se ao valor de uma tradição, busca ligar os rio-grandenses a um sistema de referência, mesmo que no caso do Estado, ele seja, em parte, uma invenção do Movimento Tradicionalista Gaúcho. O texto cita “o valor da nossa cultura” (idem). Assim, além de um sistema de referência, ele dá unidade ao Rio Grande como um todo. Logo, se é a nossa cultura, são as nossas crenças, os nossos costumes, as nossas leis, a nossa arte e assim por diante e não a do outro. O comercial evoca ainda o valor de um ideal, o que remete, entre outras possibilidades, a Guerra dos Farrapos. Embora as causas da revolução estejam alicerçadas em questões econômicas, há a imagem de luta por um ideal. O texto cita também o valor das origens, o que provoca uma lembrança ao gaúcho pioneiro, que com coragem e habilidade com o cavalo demarcou as fronteiras do Rio Grande. Por fim, o Banrisul diz-se um gaúcho que tem orgulho desta identidade. Desta forma, pretende ser visto pelo ouvinte como um igual, uma instituição que compartilha dos mesmos princípios dos rio-grandenses.

A propaganda da Assembléia Legislativa também apela para uma idéia de valores compartilhados em que há uma unidade expressa em nome do bem do Estado.

⁷²¹ Também foi veiculado outro comercial do Banrisul, cujo texto é uma variação do já citado: “O valor de uma tradição, de um ideal, o valor da nossa cultura, das nossas origens, de um sorriso de confiança no futuro. Não existe lugar mais seguro do que o nosso banco para guardar os valores Um banco existe para guardar valores. Alguns materiais, outros ainda mais importantes, como da nossa paixão. Banrisul, um banco que tem orgulho de ser gaúcho. Governo do Rio Grande do Sul” (programação da *Rádio Guaíba*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Todos os gaúchos querem um estado mais forte e para isso podem contar com a Assembléia. Há tempos essa é a casa dos debates, da democracia, um lugar transparente, onde a diversidade de opiniões traduz a vontade de milhões de pessoas, onde todos trabalham por um mesmo objetivo: contribuir para uma vida melhor, com condições iguais para crescer e se desenvolver. No dia-a-dia da Assembléia Legislativa se constrói o nosso Rio Grande [grifo nosso] (programação da *Rádio Guaíba*, 30 mar. 2006. Transcrição).

Assim há valores comuns que unem todos os gaúchos, como a democracia e a pretensa honestidade política, manifestada pela referência a “um lugar transparente” (idem). Há alusão ainda ao fato de o Rio Grande do Sul ser considerado o Estado mais politizado do país e que convive com a “diversidade de opiniões” (ibidem).

O comercial do *Correio do Povo*, por seu turno, faz um resgate da história do Rio Grande do Sul por meio de fatos e personalidades que marcaram os gaúchos no último século.

Eu vi aqui Getúlio começar aqui uma revolução, vi o primeiro avião pousar no rio, depois vi o rio engolir a cidade, eu vi Erico, eu e o mundo, vi Lupi nas madrugadas, vi um superstar dos pampas, vi uma baixinha ser a maior cantora do país, vi a poesia, eu vi até um santo tomar chimarrão. Eu já vi muito, mas não vi tudo. *Correio do Povo*, um jornal com história (programação da *Rádio Guaíba*, 30 mar. 2006. Transcrição).

O texto faz alusão à política com Getúlio Vargas, aos avanços tecnológicos (“vi o primeiro avião pousar no rio”), às tragédias com a enchente de 1941, à literatura com Erico e Mario Quintana (“vi a poesia”), à música com Lupicinio Rodrigues e Elis Regina e à visita do Papa João Paulo Segundo à Porto Alegre. No caso do Papa, o comercial transforma João Paulo em gaúcho: “vi até um santo tomar chimarrão”.

Por outro viés, é possível considerar que os comerciais ligam a *Rádio Guaíba* ao Rio Grande do Sul. A emissora depende para sua sustentabilidade de anúncios que tem origem local. De acordo com o gerente comercial, João Müller (2008),

Os anunciantes locais são fundamentais para a manutenção das operações. Mesmo sendo a Guaíba uma emissora não somente local - tem ouvintes fiéis em

outros Estados -, os anunciantes do Estado têm muito interesse neste grande mercado, pois também vendem para estes consumidores “estrangeiros”⁷²².

Müller salienta que os anunciantes locais representam 70 por cento da publicidade veiculada ao longo da programação. A emissora não descarta, porém, a relevância dos de fora do Estado: “os nacionais são importantes pois, além de confirmarem a importância do veículo, utilizando-o na região, acrescentam “status comercial” à emissora”⁷²³. Segundo o gerente, empresas com sede no Paraná e em São Paulo e o Distrito Federal com o governo federal e instituições ligadas a ele estão entre os anunciantes nacionais de maior expressão.

3.4.8 INTERNET: O GAÚCHO DA RÁDIO GUAÍBA EM UM NOVO TERRITÓRIO

O território rio-grandense, durante o período colonial, esteve sempre envolvido em conflitos entre Portugal e Espanha. O próprio Tratado de Tordesilhas assinado em 1494 entre as duas Coroas, que definia a divisão das terras descobertas e a descobrir no chamado Novo Mundo, não tinha consenso sobre os limites estabelecidos. Na época não havia medida precisa das dimensões da Terra. Assim, não era possível ter clareza sobre as fronteiras com o Prata. Os gaúchos na formação de seus rebanhos não respeitavam a divisão territorial e em busca do gado entravam em disputa com os castelhanos. As investidas ocorriam de parte dos dois lados. O lento processo de ocupação do solo rio-grandense, por sua vez, deu margem a diversos conflitos. No início do século XIX o território gaúcho passa por uma fase de consolidação. Em 1801, luso-brasileiros retomam as Missões e as fronteiras rio-grandenses adquirem uma configuração muito próxima da do Estado hoje.

Mais de dois séculos depois, as fronteiras são novamente desrespeitadas. O rádio, de certa forma, nunca ficou limitado a um território. As ondas curtas, as transmissões via satélite e, mais recentemente, a Internet permitiram que o seu conteúdo chegasse aos pontos mais distantes. A *Rádio Guaíba* desde sua criação esteve inserida neste processo. Em 1957, na sua fundação já transmitia em ondas curtas. Em 1996, lança o *Sistema Guaíba Sat* e passa a irradiar sua programação via satélite. Um ano depois, disponibiliza na *World Wide Web*, em tempo real, os seus programas⁷²⁴. A intenção da emissora em falar para os gaúchos que estão

⁷²² MÜLLER, João. Gerente comercial da *Rádio Guaíba*. *Depoimento ao autor*. Porto Alegre, 21 jan. 2008.

⁷²³ Idem.

⁷²⁴ A *Rádio Guaíba*, desde então, não produz conteúdo específico apenas para a Internet. A emissora disponibiliza em seu *site* acesso à programação ao vivo, além de alguns programas e arquivos de áudio.

distantes pode ser justificada em números: “em 2000 havia 1.012.590 gaúchos vivendo fora do Rio Grande do Sul” (OLIVEN, 2006, p.136). O número representa 9,94 por cento da população do Estado⁷²⁵.

A partir da *home page* da *Guaíba* na Internet os ouvintes da emissora de qualquer parte do mundo podem ter informações dos fatos que ocorrem diariamente no Rio Grande do Sul. Desta forma, também têm contato com os já citados fragmentos identitários do gaúcho que aparecem ao longo da programação. O ouvinte, por exemplo, que acompanhou o programa *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* em 30 de março de 2006 ouviu o apresentador fazer referência ao escritor Erico Verissimo três vezes.

Ilustração 84

Página inicial do site da Rádio Guaíba

The screenshot shows the homepage of the Radio Guaíba website. At the top, there is a browser address bar with the URL <http://www.radioguaiba.com.br/index.asp>. Below the browser bar, the website header includes the logo of Rádio Guaíba and the text "CORREIO DO POVO | REDE RECORD | CPVOV.NET". The main content area is divided into several sections:

- Left Navigation Menu:** A vertical list of links including "Indique Nosso Site!", "Página inicial", "Guaíba ao vivo", "Institucional", "Histórico", "Crônicas dos 40 anos", "Conteúdos dos 50 anos", "Manual de redação", "Estúdio Cristal", "Sistema GUAÍBA SAT AM", "Parceiros Internacionais", "Programação AM", "Programação FM", "Prefixo musical", "Publicidade", and "Fale conosco".
- Main Content Area:**
 - Top Section:** "Rádio Guaíba ao vivo" with a green play button icon.
 - Programação Rádio AM:** A section with a dropdown menu labeled "Selecione" and a large "AM 720" graphic.
 - Programação Rádio FM:** A section with a dropdown menu labeled "Selecione" and a large "FM 101.3" graphic.
 - Estúdio Cristal:** A section titled "Credibilidade que salta aos olhos" with a small photo of the studio and text: "A Rádio Guaíba AM, no dia em que completou 42 anos, em 30/04/99, passou a transmitir parte de sua programação do seu Estúdio Cristal, localizado na Esquina da Comunicação, no Centro de Porto Alegre."
 - Right Column:**
 - Jornadas Esportivas:** "A Rádio de todas as Copas" with sub-points: "Fotos da nossa equipe esportiva", "Ouça a característica das Jornadas Esportivas", and "Petrocinadores".
 - Correspondente Guaíba:** "O mais antigo noticiário do rádio brasileiro" with sub-point: "Ouça a característica do Correspondente Guaíba".
 - Reportagens Especiais:** A yellow button.
 - Nos Caminhos do Rio Grande:** A yellow button.
 - O Rio Grande em Capítulos:** A yellow button.
 - Orgulho de ser Gaúcho:** A yellow button.
- Bottom Section:**
 - DISQUE DENÚNCIA:** A red telephone handset icon.
 - METSUL METEOROLOGIA:** A logo for weather services.
 - Footer:** Technical broadcast information: "ZYK-276 - 720 kHz - 100 kW / ZYE-852 - 49 metros - 0000 kHz / ZYE-853 - 25 metros - 11.785 kHz / ZYD-571 - 101.3 MHz".

Fonte: <http://www.radioguaiba.com.br/index.asp>. Consulta realizada em 16 fev. 2008.

⁷²⁵ De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 2000 o Rio Grande do Sul tinha 10.187.798 habitantes.

As referências às “coisas do Rio Grande” conquistam pela *web* um novo território sonoro. Além disso, a *Guaíba* em seu *site* demonstra de onde fala e com que sentimento ela o faz. Na página inicial - <http://www.radioguaiba.com.br> – encontram-se *links* para a programação ao vivo, institucional com informações sobre a estrutura da emissora, histórico, crônicas dos 40 anos⁷²⁶, conteúdo dos 50 anos⁷²⁷, manual de redação, estúdio Cristal, *Sistema Guaíba Sat*, parceiros internacionais, grade de programação AM e FM, prefixo musical e contato por *e-mail*. Contudo, o que mais se destaca na *home page* são quatro *links* com fundo amarelo que ocupam quase um quarto da página. Três deles remetem diretamente ao Rio Grande do Sul: *Nos Caminhos do Rio Grande*, *O Rio Grande em Capítulos* e *Orgulho de ser Gaúcho*. O primeiro refere-se ao programa conduzido por Armando Burd desde onze de dezembro de 2004, aos sábados, das 7h às 7h30min. *Nos Caminhos do Rio Grande* apresenta semanalmente o perfil de um município gaúcho com seus aspectos históricos, sociais, econômicos e culturais. O *site* disponibiliza programas anteriores. *O Rio Grande em Capítulos* consta de uma série de reportagens veiculadas ao final do programa *Guaíba Revista*, desde 22 de janeiro de 2007, com apresentação de Burd.

De segunda às sextas-feiras, antes do encerramento do programa *Guaíba Revista*, levaremos aos ouvintes mais qualificados do rádio brasileiro a um passeio pelo tempo. A cada semana, personagens e episódios da nossa história serão narrados e lembrados por professores e pesquisadores (Armando Burd, *O Rio Grande em Capítulos*, 22 jan. 2007. Transcrição).

Na Internet os ouvintes podem escutar programas já irradiados. O *Orgulho de ser Gaúcho* alterna-se no mesmo espaço do *O Rio Grande em Capítulos*. Foi ao ar pela primeira vez em primeiro de março de 2006, com um depoimento de Paixão Côrtes. Em sua estréia, o apresentador Armando Burd destacou que “a Rádio Guaíba [...] vai colher depoimentos de

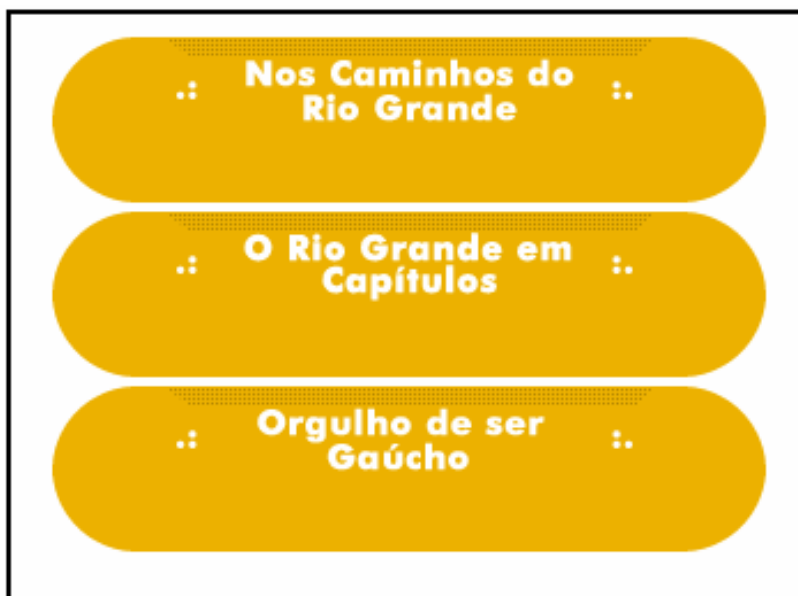
⁷²⁶ A segunda edição do *Concurso de Crônicas Cipel/Correio do Povo*, em 1997, prestou uma homenagem aos 40 anos da *Rádio Guaíba AM*. Participaram 180 cronistas, nas categorias adulto e infantil. O Círculo de Pesquisas Literárias foi fundado em 1966 por um grupo de pesquisadores da literatura sul rio-grandense. O objetivo do grupo era o de fazer levantamentos bibliográficos. Com o passar do tempo, o campo de pesquisas foi ampliado, passando a dedicar-se também às áreas de história, geografia, música, arquitetura, filosofia, entre outras, sempre referentes ao Rio Grande do Sul. O *Correio do Povo* publicou, em 07.12.1997, as cinco crônicas vencedoras na categoria adulto, bem como as cinco que ganharam entre as infantis (Informações disponíveis em <http://www.radioguaiba.com.br>. Consulta realizada em 17 fev. 2008).

⁷²⁷ O Conteúdo dos 50 anos apresenta histórias de ouvintes, vozes dos 50 anos, trova em homenagem ao aniversário da emissora e depoimentos dos fundadores Amir Domingues, Celso Costa, Fernando Veronezi, Flávio Alcaraz Gomes e Sidney Coelho.

quem nasceu no Rio Grande do Sul ou que para cá veio identificando-se com os valores que moldaram o Estado” (Armando Burd, *Orgulho de ser Gaúcho*, 1.3.2006. Transcrição).

Ilustração 85

Três links da página inicial do site da Rádio Guaíba destacam a origem da emissora



Fonte: <http://www.radioguaiba.com.br/index.asp>. Consulta realizada em 16 fev. 2008

Desta forma, em seu *site*, a *Rádio Guaíba* repete a idéia de seu discurso de fundação, que, de forma clara, anunciou os objetivos da nova estação. O internauta que acessar a *home page* saberá, sem rodeios, de onde e para quem fala a emissora. *Guaíba* e seus ouvintes, enfim, podem reviver o lema criado por Barbosa Lessa para o 35 CTG - *Em qualquer chão, sempre gaúcho*.

CONCLUSÃO

Ao finalizar-se a presente tese, tem-se consciência de que foi destacada uma determinada parte de um contexto maior, dentro de um limite de espaço e tempo. Contudo, após a elaboração de *Uma voz a serviço do Rio Grande: fragmentos identitários do gaúcho na programação da Rádio Guaíba AM de Porto Alegre*, considera-se possível apresentar algumas observações decorrentes do trabalho até aqui desenvolvido.

O primeiro capítulo propôs-se, inicialmente, a um resgate dos conceitos de cultura e identidade para, então, abordar a formação da identidade do gaúcho. Conforme os autores pesquisados, a criação de um mito do gaúcho dá-se, principalmente por três forças: a historiografia, a literatura e o tradicionalismo. Sendo assim, tentou-se compreender a importância destes três vértices para produção e consolidação desta figura. Somente com este conhecimento – cultura, identidade e formação do mito do sul-riograndense – é possível partir em busca de fragmentos identitários do gaúcho e das “coisas do Rio Grande” na programação da emissora, estudo a ser registrado na última parte.

O segundo capítulo procurou apresentar conceitos, organização, modelos e formatos de programação. Depois, dedicou-se a contar a história do rádio no Brasil, tendo como foco a programação. Passou-se, posteriormente, para o caso do Rio Grande do Sul. Desta forma, pretendeu-se apresentar a evolução da programação do veículo no país e no Estado para, então, entender em que contexto surgiu a *Rádio Guaíba*. Somente a partir do conhecimento da programação que era produzida no Brasil e no Rio Grande, a emissora pode posicionar-se com uma proposta diferenciada. O próprio dono da estação, Breno Caldas, reconheceu, trinta anos depois da fundação, que a programação “era uma idéia que contrariava o padrão vigente” (CALDAS *apud* MACHADO, 1987, p.67). Ainda neste capítulo, apresentou-se o panorama atual das rádios AM em Porto Alegre, fechando com a emissora da Caldas Júnior a fim de

demonstrar como configura-se a programação da mesma hoje. A presente pesquisa constatou que a *Guaíba* guarda muito de seus elementos do passado, embora viva um período de incerteza pela troca de proprietários. Em 21 de fevereiro de 2007, a estação foi adquirida pela *Rede Record*, grupo de comunicação controlado pela Igreja Universal. Desde então, a grade de programação vem sofrendo alterações. Esta fase também marca a saída de dois fundadores que mantinham programas no ar. O jornalista Flávio Alcaraz Gomes deixou a *Guaíba* em 31 de agosto de 2007 e Amir Domingues veio a falecer em oito de outubro do mesmo ano. Permanece ainda na emissora o programador musical Fernando Veronezi, que ingressou na estação dois meses depois da inauguração. Assim, encontramos músicas da velha guarda brasileira, tangos, boleros e as grandes orquestras nas madrugadas e o *Boi Barroso* como prefixo musical, ao mesmo tempo em que constatamos a adoção de uma linguagem popular em muitos momentos, como nos programas esportivos.

O terceiro capítulo tem por objetivo responder às questões que motivaram a elaboração deste trabalho. Antes, porém, procurou-se classificar a emissora de acordo com os conceitos de programação estabelecidos na etapa anterior. Apurou-se que a lógica da programação é pautada pela audiência, ou seja, pelo encontro entre o horário estabelecido para determinado programa e o ouvinte em potencial. Como exemplo, entre outros, temos o caso do *Guaíba Rural*, que tem como foco central as questões do campo e, por isso, é irradiado a partir das 5h, já que se tem tradicionalmente a idéia de que quem exerce atividades no setor primário começa a jornada de trabalho ainda na madrugada. Constatou-se também que existe uma articulação entre os programas conforme seus gêneros - informativo, esportivo e musical-, o que garante continuidade. No dia analisado, foi possível averiguar isto no esportivo *Terceiro Tempo*, veiculado a partir das 12h05min, e no *Repórter Esportivo*, de mesmo gênero, que começa às 17h05min. Em 30 de março de 2006, os dois tiveram como tema central o jogo entre Internacional e Grêmio a ser realizado no dia primeiro de abril. Cada um, porém, tratou da questão de acordo com suas características. O *Terceiro Tempo*, por ser um programa de debate, discutiu o *Grenal* tendo por base a opinião dos comentaristas do Departamento de Esportes. Já o *Repórter Esportivo*, seguiu sua característica de resenha e abordou a disputa entre Grêmio e Internacional a partir da participação da equipe de reportagem. Os programas do gênero informativo, ao longo do mesmo dia, também demonstraram esta articulação. Eles tiveram unidade pelos temas apresentados, embora cada um conceda tratamento diferenciado a cada questão. Isto fica claro, por exemplo, no caso do relatório final da CPMI dos Correios. No programa *Agora* o assunto foi abordado pelo apresentador Amir Domingues por meio de entrevistas com os deputados federais Gustavo

Fruet e Ônix Lorenzoni. No *Jornal da Tarde*, por seu turno, o mesmo tema foi passado aos ouvintes através de um boletim do correspondente em Brasília, Fábio Marçal. Registrou-se uma intenção de unidade e, conseqüentemente, de continuidade por meio da participação dos repórteres, que se dá ao longo da programação. Há ainda um diálogo entre os diversos gêneros. O esporte marcou presença nos programas de gênero informativo através de boletins e comentários de integrantes do departamento esportivo. Observou-se que a programação é elaborada a partir de um planejamento. Em função disto, muito dos entrevistados são agendados na jornada anterior. Assim, a *Rádio Guaíba* pode utilizar-se do jornal *Correio do Povo* para divulgar os convidados do dia.

Também é interessante debruçar-se sobre a programação a partir dos conceitos de Herreros (1994). Conforme o proposto pelo autor, verificou-se que a programação da *Guaíba* organiza-se por meio de *macrounidades cíclicas*, marcadas por períodos de 24 horas. Registrou-se ainda a presença de *macrounidades intermitentes*, que se referem de forma específica aos noticiários. São os conteúdos que aparecem intermitentemente ao longo da programação. Em 30 de março, as manifestações de agricultores e funcionários públicos em Porto Alegre receberam cobertura da reportagem desde o início da manhã, estendendo-se pelos diversos programas. Destacou-se o uso de *macrounidades seriadas*. No caso da emissora em estudo, no período analisado, encontramos o programa *Orgulho de ser gaúcho*, inserido ao final do *Guaíba Revista* e o quadro *Sonho de Grenal*, veiculado de 27 a 31 de março de 2006 no programa *Repórter Esportivo*. Por fim, registrou-se que os programas configuram-se em unidades fechadas. Todos apresentaram característica musical de abertura e encerramento própria, o que delimita o espaço de cada um. Da mesma forma, nenhum apresentador repete-se na seqüência, o que sublinha a idéia de estar passando de uma unidade para outra. Ao estabelecer-se uma classificação do modelo de programação tendo como referência o conteúdo, verificou-se que a *Rádio Guaíba* enquadra-se no *convencional* ou *tradicional*, conforme Martí (1990). Neste modelo, vamos encontrar atrações que sinalizam para audiências diferentes. Dentro do modelo *convencional*, a partir de critérios de estrutura, averiguou-se que a estação utiliza-se da programação em *bloco*, cujos programas não apresentam grandes diferenças entre si em relação ao conteúdo e estrutura. A distinção fica por conta do apresentador. Em relação ao formato, optou-se pelas categorias propostas por Ferraretto (2001). A emissora da Caldas Júnior faz uso do formato *híbrido*, caracterizado pela produção de uma programação com notícia, esporte e música.

Uma das perguntas motivadoras da presente tese era se a *Rádio Guaíba AM* ainda mantém-se “uma voz a serviço do Rio Grande” (primeiro diretor da emissora, Arlindo

Pasqualini, Arquivo de Vozes da *Rádio Guaíba*), como anunciado em seu discurso de fundação em 1957. Encontrou-se uma resposta positiva à esta questão a partir da observação dos noticiários. Elegeu-se a principal síntese noticiosa da emissora – o *Correspondente Portocred* – para proceder-se a análise. Para isto, realizou-se um levantamento em dois períodos distintos - uma semana de abril de 2001 e uma semana de fevereiro de 2006. Ao avaliar-se o *Correspondente*, de segunda a sexta-feira, de 23 a 27 de abril de 2001, verificou-se que 60 por cento das notícias têm sua origem na equipe de reportagem, contra 40 pontos percentuais de agências. Em consequência, os temas *locais/regionais* são maioria, representando 66,15 por cento do total de notícias. *Nacional* equivale a 29,23 e *internacional* registra 4,61 pontos percentuais. Em 2006, na avaliação feita na edição das 13h do *Correspondente Portocred* de segunda a sexta-feira, de 27 de fevereiro a três de março, chegou-se a resultados semelhantes. Sessenta e um vírgula noventa por cento das notícias foram produzidas pelos repórteres da emissora. As agências foram responsáveis pelo restante, 38,09 por cento. O predomínio do *local/regional* foi de 61,9 por cento. *Nacional* respondeu por 22,22 pontos percentuais e *internacional* por 15,87. O dia 30 de março de 2006, quando foi feita a audição da programação da *Guaíba* em sua totalidade, também reforçou esta direção: 59,64 por cento das notícias veiculadas nas quatro edições do *Portocred* apresentaram temas locais. A partir destes dados e fazendo um cruzamento com a declaração do editor de notícias Idalino Asp Vieira de que “deixar todos os gaúchos informados sobre tudo é o serviço da Guaíba⁷²⁸” é pertinente afirmar que a estação permanece como uma voz a serviço do Rio Grande. Também, pelo apresentado ao longo da pesquisa, é possível verificar que a emissora destaca informações de interesse dos gaúchos – como o setor rural - e quando fala de outro lugar, por exemplo Brasília, procura apresentar temas com referência direta ao Estado.

Encontrou-se na programação espaços declarados em que a estação assume seu compromisso com “as coisas do Rio Grande”. No sábado, das 5h às 6h, o *A Música do Rio Grande na Guaíba* dedica-se aos compositores e intérpretes gaúchos. Como a própria sinopse do programa afirma, “programação qualificada, com as letras e as melodias de inspirados autores e as vozes dos melhores intérpretes, que contam a vida e os amores dos gaúchos e a História do Rio Grande do Sul⁷²⁹”. Aos domingos, das 6h às 8h, é a vez do *Província de São*

⁷²⁸ VIEIRA, Idalino Asp. *Depoimento ao autor*, Porto Alegre, 16 nov. 2007.

⁷²⁹ Sinopse disponível em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=39>. Consulta realizada em 25 fev. 2008.

Pedro. O cantor nativista Leonardo destaca “as canções do passado e os lançamentos do presente, com muita canção campeira, das Califórnicas, e de outros Festivais⁷³⁰”.

Outra questão proposta foi averiguar se ao produzir reportagens, cujo tema é o Rio Grande do Sul, a emissora apenas repete o já manifestado pela historiografia, literatura e tradicionalismo. No período analisado - de setembro de 2002 a abril de 2007 – foram encontradas 15 reportagens que evocaram as “coisas do Rio Grande”. Destas, cinco destacaram líderes políticos gaúchos: *120 Anos do Nascimento de Getúlio Vargas* (14 a 17.4.2003); *100 anos da morte de Júlio de Castilhos* (20 a 24.10.2003); *140 Anos do Nascimento de Borges de Medeiros* (17 a 21.11.2003); *40 Anos da queda de Jango* (29.3 a 02.4.2004) e *50 anos da morte de Getúlio Vargas* (16 a 20, 23 e 24.8.2004). A Revolução Farroupilha apareceu em segundo lugar, com quatro séries: *Revolução Farroupilha* (16 a 19.9.2002); *Memória Farroupilha* (8 a 12 e 15 a 19.9.2003), *Revolução Farroupilha e a atualidade* (15 a 19.9.2003) e *Semana Farroupilha* (12 a 16 e 19.9.2004). Duas séries de reportagens especiais foram dedicadas à literatura: *Centenário de Erico Verissimo* (5 a 9 e 12 a 16.9. 2005) e *Centenário de Nascimento Mario Quintana* (17 a 21 e 24 a 28.8.2006). A Proclamação da República foi tema de duas séries. Contudo, apenas uma fez menção ao Rio Grande do Sul: *Proclamação da República* (13, 14, 16 e 17.11.2006). As séries *165 anos de Brigada Militar* (18 a 22.11.2002), *80 anos do Tratado de Pedras Altas* (8 a 12.12.2003) e *Dos tropeiros aos caminhoneiros: a trajetória da cultura de um povo* (19 a 23.2007) também apresentaram ligação direta com temas do Rio Grande.

Em relação às reportagens que destacaram líderes políticos, verificou-se que a emissora buscou um posicionamento acrítico. Nesta linha, recorreu aos entrevistados para reforçar as características positivas de seus retratados. Ao fazer o resgate das trajetórias de Júlio de Castilhos, Borges de Medeiros, Getúlio Vargas e João Goulart, a *Guaíba* emissora apenas reproduziu o que já está dado, não apresentando qualquer novo enfoque. Notou-se ainda que a estação transfere qualquer possibilidade de crítica aos entrevistados, que por sua vez não avançaram em um posicionamento nesta direção. Contudo, é preciso registrar que as reportagens passaram por um processo de edição, ou seja, foi feita uma escolha dos trechos dos entrevistados que comporiam a produção. Desta forma, no caso dos historiadores não é possível avaliar se houve intenção ou não por parte deles de, em sua maioria, relatar apenas pontos positivos. Outro recurso utilizado para garantir este posicionamento acrítico foi a coleta de depoimentos dos familiares dos retratados.

⁷³⁰ A definição consta da sinopse do *Província de São Pedro*. Informação disponível em <http://www.radioguaiba.com.br/programas.asp?id=54>. Consulta realizada em 25 fev. 2008.

Ao realizar-se a audição das séries que apresentaram como tema a Revolução Farroupilha verificou-se um resgate do mito do gaúcho. Nos trabalhos registrou-se um comprometimento da *Guaíba* com a historiografia tradicional. A emissora não apresentou elementos novos para a compreensão do conflito, resumindo-se a reproduzir a história já consagrada de forma cronológica. Os entrevistados, por seu turno, alinharam-se a proposta da estação e realizaram uma confirmação dos valores farroupilhas. Episódios polêmicos – como o massacre de Porongos – não foram omitidos pela emissora. Foram relatados, porém, de forma imprecisa e seus envolvidos, na mesma série de reportagens, foram definidos como heróis. O tratamento dispensado à questão dos farrapos encontra consonância também com grande parte da literatura regional e com o tradicionalismo. As produções alimentam-se dos mesmos mitos perpetuados por estas duas forças. A literatura regional gaúcha tem como principais elementos o tipo humano (o homem da campanha), o meio espacial (o pampa) e o tempo histórico (a Revolução Farroupilha). No caso das letras, a revolução favorece a aventura, além de possibilitar a exaltação de uma certa ideologia. Nas reportagens isto também ocorreu. A aventura foi destacada pelo mito do gaúcho herói, que não teme a batalha mesmo quando em menor número em relação ao adversário. Também, por meio das reportagens, houve um reforço do pensamento dos estancieiros, hoje representados pelos grandes produtores rurais, que como já foi dito, têm simpatia da emissora. Ao produzir as séries sobre a Revolução Farroupilha, a *Rádio Guaíba* replicou as intenções da primeira entidade destinada ao culto às tradições gaúchas - Grêmio Gaúcho de Porto Alegre – e do Tradicionalismo da segunda fase. Ao veicular as reportagens especiais, a *Guaíba* revive e age como a “guarda de honra” do Piquete da Tradição e zela pela preservação de uma história povoada de heróis.

As séries que retrataram Erico Verissimo e Mario Quintana foram construídas nitidamente com a proposta de prestar uma homenagem aos dois autores. As reportagens foram elaboradas de forma a elevar as obras dos escritores gaúchos. Ao irradiar os trabalhos, a *Rádio Guaíba* não colocou em discussão qualquer ponto passível de polêmica, como o posicionamento político de Verissimo e Quintana. Nesta linha, o conteúdo das obras também não é posto em debate. Acredita-se que por meio das duas reportagens, a emissora buscou uma identificação com seus ouvintes, já que utilizou-se de autores consagrados entre os rio-grandenses. Os personagens de Verissimo são essencialmente gaúchos e identificados com a história do Estado, enquanto a poesia de Quintana apresenta como principal temática o cotidiano. Embora tenha universalidade, Quintana resgata, em alguns poemas, territórios específicos: a infância em Alegrete e a cidade de Porto Alegre. Ao dedicar espaço aos dois

escritores, a *Guaíba* procurou demonstrar que também é gaúcha e, como seus ouvintes, reconhece os artistas da terra e também os reverencia.

A série *165 anos de Brigada Militar* buscou defender a idéia de que o homem que integra a instituição segue os valores do gaúcho. Como afirmou um dos entrevistados, “o homem da Brigada é o gaúcho, é o homem do Rio Grande” (Coronel Cairo Bueno de Camargo, série *165 anos de Brigada Militar*, 22.11.2002. Transcrição). *Oitenta anos do Tratado de Pedras Altas*, por sua vez, mostrou como as revoluções que ocorreram em território gaúcho deixaram um legado que influenciou o Estado e o Brasil até os dias atuais. *Proclamação da República*, na reportagem *O positivismo na formação da República e a construção da consciência política do brasileiro*, seguiu na mesma linha. Destacou como a corrente de pensamento dos principais líderes gaúchos – entre eles, Júlio de Castilhos e Borges de Medeiros -, serviu para pensar não somente o papel do Estado, mas também como esse Estado deve conduzir sua relação com a sociedade. A reportagem indicou ainda que o pensamento dos líderes rio-grandenses também influenciou a república que era instalada naquele momento. Por fim, *Dos tropeiros aos caminhoneiros: a trajetória da cultura de um povo*, resgatou a formação do Estado a partir da história dos tropeiros.

Em síntese, constatou-se que a emissora em suas séries de reportagens especiais fez uma construção da figura do gaúcho, de seus “heróis” e de suas “batalhas” conforme o dado pela historiografia tradicional, literatura e tradicionalismo. Embora tenha recorrido a técnicas de produção do jornalismo, a *Guaíba* não conseguiu afastar-se do consagrado por estas três forças. Ao longo da audição, não se registrou qualquer elemento novo. É importante, porém, ressaltar que isto não desqualifica o trabalho desenvolvido. Pelo contrário, demonstra que a emissora tem uma unidade em suas reportagens especiais, ou seja, mantém uma mesma linha que, certamente, atende aos interesses da rádio e de seus ouvintes, mesmo que signifique a preservação de valores tradicionais.

Em um dia normal de programação, é possível localizar fragmentos identitários do gaúcho e das ditas “coisas do Rio Grande”? Esta foi a primeira questão que provocou a elaboração desta tese e pode ser respondida com um “sim” depois da audição de um dia inteiro – 30 de março de 2006 - da programação da *Rádio Guaíba*. Estas frações espalham-se ao longo dos programas e manifestam-se por meio das falas de apresentadores, repórteres e entrevistados e, em alguns casos, pela música. Considerou-se que o *Guaíba Rural* apresenta relação direta com as “coisas do Rio Grande” pela sua temática. O programa dedica-se a cobertura jornalística dos segmentos de agricultura e pecuária, principais setores produtivos do Estado. Observou-se ainda uma afinidade com o gaúcho nos momentos em que abre

espaço para música. O locutor Wladimir Oliveira ao anunciar as canções utiliza-se do bordão “vamos à música do Rio Grande”.

O *Bom Dia*, o *Jornal da Manhã*, o *Jornal da Tarde* e o *Jornal da Noite* não fizeram referências diretas à identidade do gaúcho. Contudo, é possível afirmar, de acordo com o que foi pesquisado, que a ligação com as “coisas do Rio Grande” ocorre pela participação dos repórteres e o tema das informações que são divulgadas. A participação dos correspondentes do interior do Estado também reforça esta noção. No *Jornal da Tarde*, por exemplo, Jossicar Saraiva destacou a Vigésima Sétima Semana Crioula Internacional de Bagé e Albery Cogo, de São Borja, tratou da febre aftosa, que atinge o gado daquela região. Além da valorização da cobertura local, quando as notícias têm origem fora do Estado, reparou-se que há uma tentativa de apresentar um “olhar gaúcho” sobre a questão.

O *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* apresentou diversos elementos possíveis de serem classificados como fragmentos identitários. A própria presença de Flávio Alcaraz Gomes a frente do programa remete, segundo Hohfeldt (2008), a uma característica do gaúcho: o conservadorismo. O jornalista é um dos fundadores da emissora. Gomes também recorre ao título de uma das obras mais consagradas da literatura gaúcha para anunciar a chamada “ronda do tempo”, na qual correspondentes de rádios de diversas cidades do Estado informam as condições meteorológicas de suas regiões. Com a expressão “o tempo e o vento”, Flávio faz uma referência direta a obra de Erico Verissimo de mesmo nome. Ao longo do programa, na realização de entrevistas, Gomes citaria mais duas vezes o nome de Verissimo.

No programa *Agora* registrou-se o mesmo fenômeno de permanência do apresentador observado no *Flávio Alcaraz Gomes Repórter*. Amir Domingues esteve *Guaíba* desde 1957 e, por isto, provocava “sensação de conforto” para o ouvinte, conforme Hohfeldt (2008), ao mesmo tempo em que assegurava uma continuidade de discurso. Notou-se também que Domingues fazia questão de sinalizar de onde falava, recorrendo a frases que faziam referência a capital gaúcha ou ao Estado.

O programa *Terceiro Tempo* concentrou-se em debater o jogo entre Grêmio *Football* Porto Alegrense e *Sport Club* Internacional, que seria realizado em primeiro de abril. Considerou-se que a disputa entre os dois times de futebol remete a uma tradição do Rio Grande do Sul, que sempre registrou em sua história dois lados distintos em conflito pelo poder: republicanos versus monarquistas, maragatos versus chimangos, borgistas versus assististas e, mais recentemente, Antônio Britto versus Olívio Dutra. O *Terceiro Tempo*, em 30 de março de 2006, fez referência também a Revolução Farroupilha, o que ocorreu de forma inusitada até pelo perfil do programa, que é dedicado ao debate esportivo. Ao abordar as

críticas à comemoração adotada pelo jogador colombiano Renteria, que para homenagear o Internacional, a cada gol caracterizava-se de Saci, símbolo do clube, o comentarista Vinícius Sinott citou um dos episódios mais polêmicos da revolução: o massacre de Porongos. Sinott afirmou que os que criticavam o atleta estavam agindo como David Canabarro, que teria sido um dos responsáveis pela morte dos lanceiros negros que lutaram na Guerra dos Farrapos. Além de provocar estranheza a referência ao episódio em pleno programa de esportes, fugiu também do padrão da emissora, já que em sua fala o comentarista condenou um dos heróis do Rio Grande. O outro programa esportivo que foi avaliado - o *Repórter Esportivo*- também apresentou como principal tema o jogo entre Grêmio e Internacional. Então, como no *Terceiro Tempo*, a presença do gaúcho dá-se por meio do embate entre os dois clubes.

Os programas *Espaço Aberto* e *Guaíba Revista* são pautados pelo debate político. A temática, como o todo da programação, valoriza as questões locais e esta é a maior relação deles com “as coisas do Rio Grande”. Contudo, há momentos em que poderíamos identificar como frações de uma identidade do gaúcho. O correspondente de Brasília, Fábio Marçal, no *Espaço Aberto*, ao falar sobre as reformas do Palácio Alvorada, que foram pagas por um consórcio de empresários, destacou que isto não seria aceito no Rio Grande do Sul. Assim, ele evocou a figura “exemplar” do gaúcho, que é regido sempre pela honestidade e pelo princípio de justiça. O *Guaíba Revista*, por seu turno, contou com um espaço pré-estabelecido para referir-se ao gaúcho. O quadro *Orgulho de ser Gaúcho*, veiculado ao final do programa, apresenta personalidades que explicam porque sentem orgulho de serem gaúchas ou de se considerarem gaúchas. Em 30 de março de 2006, o quadro apresentou o regente da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre, Tulio Belardi, que embora seja argentino, afirmou que “ser gaúcho é uma coisa maravilhosa”.

Outro ponto que chamou a atenção no dia analisado é o grande número de políticos que participaram da programação. Dos 61 entrevistados, 22 pertenciam a esta categoria, o que representa 36,06 por cento do total. Existem muitas explicações para isto. Podemos creditar ao fato de a *Guaíba* concentrar em sua grade muitos programas de perfil político: *Agora*, *Espaço Aberto* e *Guaíba Revista*. Outros, como o *Flávio Alcaraz Gomes Repórter* e os programas de jornalismo também abrem espaço para esta categoria. O fato de a emissora ser considerada conservadora também pode ser uma resposta para a presença de tantas vozes oficiais. Contudo, é possível fazer outra leitura. O registro de a categoria dos políticos configurar-se em primeiro lugar no número de participações remete à idéia de o Rio Grande do Sul ser considerado o Estado mais politizado da federação e ter orgulho de anunciar-se como tal. Assim, a estação está apenas refletindo uma característica do Estado em que atua.

A publicidade veiculada também representa um ponto de encontro com as questões do Rio Grande. Primeiro, pelo texto de alguns anúncios, como Bannisul, Assembléia Legislativa e *Correio do Povo*, que de forma explícita fazem referência aos gaúchos e aos valores do Estado. Outra ligação está na forma como a emissora está amarrada a publicidade local. Os anunciantes do Rio Grande do Sul são responsáveis por 70 por cento da arrecadação e é por meio deles que a programação viabiliza-se.

Cabe ressaltar ainda que o gaúcho da *Rádio Guaíba* já se encontra em outro território: a Internet. Constatou-se, ao acessar-se a *home page* da emissora, que a estação faz questão de afirmar-se como gaúcha. Para isto, na diagramação de seu *site*, os *links* que mais se destacam são os que fazem referência direta ao Estado: *Nos caminhos do Rio Grande*, *O Rio Grande em Capítulos e Orgulho de ser Gaúcho*. De certa forma, a *Guaíba* desterritorializa-se ao entrar na *World Wide Web* para, então, afirmar qual é o seu território: o Rio Grande do Sul.

Por fim, a título de encerramento, é possível afirmar que o gaúcho e seu mito e “as coisas do Rio Grande” vivem e sobrevivem na programação da *Rádio Guaíba*. Em alguns casos é de forma assumida, como nas reportagens especiais ou no texto *A América é Vermelha*, que transformou os jogadores de um time de futebol em gaudérios que não se entregam nas batalhas. Outras vezes, está em fragmentos, como as breves referências a Erico Verissimo que Flávio Alcaraz Gomes fez em seu programa, ou ainda de forma inusitada, quando uma atração esportiva cita a Revolução Farroupilha por meio do massacre de Porongos. Não é possível afirmar, ao concluir esta pesquisa, até quando a emissora manterá estas características já que agora é administrada por um grupo de São Paulo, a *Rede Record*. Contudo, acredita-se que enquanto, de alguma forma, o *Boi Barroso* tocar de 30 em 30 minutos, esta tradição estará mantida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCAR, José de. *O gaúcho*. São Paulo: Ática, 1998.

ASSIS BRASIL, Joaquim Francisco de. *História da República Rio-Grandense*. Porto Alegre: ERUS, 1982.

BAUDRILLARD, Jean. *Para uma crítica da economia política do signo*. São Paulo: Martins Fontes, 1972.

BHABHA, Homi K. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001.

BAHIA, Juarez. *Jornal: história e técnica*. São Paulo: Ática, 1990.

BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1996.

_____. *La credibilidad de la radio informativa*. Barcelona: Feed-Back Ediciones, 1994.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1998.

_____. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BRITO, Severino de Sá. *Trabalhos e Costumes dos Gaúchos*. Porto Alegre: Erus, 1979

BARBEIRO, Heródoto. Radiojornalismo Cidadão. In: BARBOSA FILHO, André, PIOVESAN, Angelo e BENETON, Rosana. *Rádio: sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.

BARBOSA FILHO, André. *Gêneros Radiofônicos: Os formatos e os programas em áudio*. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARBOSA FILHO, André, PIOVESAN, Angelo e BENETON, Rosana. *Rádio: sintonia do futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.

CABELLO, Julio. *La radio, su language, géneros y formatos*. Caracas: Torre de Babel, 1986.

CABRAL, Sérgio. *A MPB na era do rádio*. São Paulo: Moderna, 1996.

CALABRE, Lia. *A era do rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

CANCLINI, Nestor García. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. *Culturas Híbridas – Estratégias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo, 1990.

_____. *La Globalización Imaginada*. Buenos Aires: Paidós, 1999.

_____. *Diferentes, Desiguales y Desconectados – Mapas de La Interculturalidad*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2004.

CAPARELLI, Sérgio. *Televisão e Capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: LP&M, 1982.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 2000

CÉSAR, Guilhermino, Época, Merecimento e Influência de Antônio Chimango. In *Revista Província de São Pedro*, n. 5, p.135-9, Porto Alegre: Editora Globo, 1946.

CHAVES, Flávio Loureiro. *Matéria e Invenção – Ensaio de Literatura*. Porto Alegre: UFRGS, 1994.

CHAVES, Flávio Loureiro. *Simões Lopes Neto*. Porto Alegre: UFRGS, 2001.

CHIAPPINI, Ligia; Martins, Maria Helena e Pesavento, Sandra Jatahy (orgs.). *Pampa e Cultura: de Ferro a Nieto*. Porto Alegre: UFRGS/IEL, 2004.

COMASSETTO, Leandro Ramires. *A Voz da Aldeia: O rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global*. Florianópolis: Editora Insular, 2007.

COROMÍNAS, Joan. *Breve Dicionário Etimológico de la Lengua Castellana*. Madri: Gredos, 1961.

CORTÉS, Carlos E. *Política Gaúcha: 1930-1964*. Porto Alegre: Edipucrs, 2007.

COSTA, Manuel Fernandes. *O Descobrimento da América e o Tratado de Tordesilhas*. Lisboa: Bertrand/Instituto de Cultura Portuguesa, 1979.

CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: Edusc, 1999.

CURSO de Alto Nível para Jornalistas. Porto Alegre: UFRGS/ARI, 1974.

DACANAL, José H. e GONZAGA, Sérgio (orgs.). *RS: Cultura e Ideologia*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.

DACANAL, J.H. *RS: Modernização versus Arcaísmo – Trinta anos na trincheira*. Porto Alegre: Leitura XXI/EST, 2004.

D'ÁVILA, J. Antonio. Depoimento In: *O rádio paulista no centenário de Roquette Pinto (1884-1994)*. São Paulo, Centro Cultural São Paulo, 1984.

DILLENBURG, Sérgio Roberto. *Os anos dourados do rádio em Porto Alegre*. Porto Alegre: ARI/CORAG, 1990.

_____. *Correio do Povo: Histórias e memórias*. Passo Fundo: EDIUPF, 1997.

DOWDALL, Roberto C. *Trabajando de a caballo*. Buenos Aires: Editorial Hemisfério Sur, 1977.

EDGAR, Andrew e SEDGWICK, Peter. *Teoria Cultural de A a Z – Conceitos-chave para entender o mundo contemporâneo*. São Paulo: Contexto, 2003.

FAGUNDES, Antônio Augusto. *Curso de Tradicionalismo Gaúcho*. Porto Alegre: Martins Livreiro, 1997.

FERRARETTO, Luiz Artur; KOPPLIN, Elisa. *Técnica de redação radiofônica*. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1992.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

FERRARETTO, Luiz Artur. Tendências da programação radiofônica: as emissoras em amplitude modulada. In DEL BIANCO, Nélia R.e MOREIRA, Sonia Virgínia (orgs.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: INTERCOM; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

FIGUEROA, Romeo. *Qué onda com la radio!* Cidado do México: Alhambra, 1997.

FLORES, Moacyr. *História do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Ediplat, 2003.

_____. *A Revolução Farroupilha*. Porto Alegre: UFRGS, 2004.

FRANCO, Sérgio da Costa. *Origens de Jaguarão: 1790-1833*. Caxias do Sul: Univ., 1980.

FREITAS, Sebastião M. Rodrigues de. *Estudos Rio-grandenses*. Porto Alegre: Globo, 1980.

GAARDER, Jostein. *O mundo de Sofia: romance da história da filosofia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

GASTAL, Manoel Braga. *Flashes de uma Vida*. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1997.

GALVANI, Walter. *Um século de poder – Os bastidores da Caldas Júnior*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1995.

_____. *Olha a Folha – Amor, traição e morte de um jornal*. Porto Alegre: Sulina, 1996.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 1989.

_____. *Nova luz sobre a Antropologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

GIDDENS, Anthony. *Mundo em descontrolado*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

GIRON, Luís Antônio. *Mario Reis: O Fino do Samba*. São Paulo: Editora 34, 2001.

GOLIN, Tau. *A ideologia do gauchismo*. Porto Alegre: Tchê, 1983.

_____. *O Povo do Pampa*. Passo Fundo: UPF, 2004.

_____. *Identidades: questões sobre as representações socioculturais no gauchismo*. Passo Fundo: Clio, Méritos, 2004.

GOLDFEDER, Miriam. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

GOMES, Flávio Alcaraz. *Morrer por Israel*. Porto Alegre: Globo, 1967.

_____. *A rebelião dos jovens*. Porto Alegre: Globo, 1968.

_____. *Um repórter na China*. Porto Alegre: Garatuja, 1975.

_____. *Transamazônica, a redescoberta do Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 1975.

_____. *Prisioneiro 39.310 – Profissão repórter*. Porto Alegre: LP&M, 1982.

_____. *Diário de um repórter: 50 anos sem medo*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1995.

_____. *Eu vi! Itinerários de um repórter*. Porto Alegre: Publicato, 2007.

GONZAGA, Sérgio e DACANAL, José H. (orgs.). **RS: Cultura e Ideologia**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.

GONZAGA, Sérgio e FISCHER, Luís Augusto (orgs.). *Nós, os gaúchos*. Porto Alegre: Ed.Universidade/UFRGS, 1998.

GONZÁLEZ I MONGE, Ferran. *En el dia de mi pupitre*. Barcelo: Gustavo Gilli, 1989.

GUTFREIND, Ieda. *A historiografia rio-grandense*. 2. ed. Porto Alegre : UFRGS, 1998

HALL, Stuart. Identidade Cultural e Diáspora. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, nº24, p.68-76, 1996.

_____. *Representation – Cultural Representations and signifying practices*. London: Sage/The Open University, 1997b.

_____. A identidade cultural na pós-modernidade Rio de Janeiro: DP&A, 2003 In: Silva (org), Tomaz Tadeu da. *Identidade e diferença – A perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

HASSE, Geraldo; KOLLING, Guilherme. *Lanceiros Negros*. Porto Alegre: Já Editores, 2006.

HAUSSEN, Doris Fagundes. *Rádio Política: tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

HELL, Victor. *A idéia de cultura*. São Paulo: Martins Fontes, 1989

HERREROS, Mariano Cebrián. *Información radiofônica: mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Editorial Síntesis, 1994.

_____. *La mediación técnica de la información radiofônica*. Barcelona: Mitre, 1983.

_____. *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa, 2001.

HOBBSAWN, Eric. Introdução: A Invenção das Tradições. In: *A Invenção das Tradições*. Hobsbawn, Eric e Ranger, Terence. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

IANNI, Octavio. *A era do globalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

JACKS, Nilda. *Querência: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção*. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

_____. *Mídia Nativa: Indústria Cultural e Cultura Regional*. Porto Alegre UFRGS, 2003.

_____. Recepção radiofônica: análise da produção acadêmica na década de 90. In: Intercom – *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v.29, n.1, jan./jun, 2006.

JACQUES, João Cezimbra. *Assuntos do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Erus, 1979.

JUVENAL, AMARO. *Antônio Chimango – Poemeta Campestre*. Porto Alegre: Editora Globo, 1961.

JÚLIO, Sílvio. *Literatura, folclore e lingüística da área gaúchesca do Brasil*. Rio de Janeiro: A. Coelho Branco Filho, editor, 1962.

JUNG, Milton. *Jornalismo de Rádio*. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

KAISER, Jakzam. *Ordem e Progresso - O Brasil dos Gaúchos*. Florianópolis: Insular, 1999.

KAPLUN, Mario. *Producción de programas de radio – El Guion – La realización*. Quito: Ciespal, 1978.

KILPP, Suzana. *Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul*. São Leopoldo: Unisinos, 2000

KLÖCKNER, Luciano. *A notícia na Rádio Gaúcha*. Porto Alegre: Sulina, 1997.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura- um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

LARRAIN, Jorge. El concepto de identidad. In: *Revista Famecos*, nº21, agosto de 2003. Porto Alegre: Edipucrs

LESSA, Barbosa, Luiz Carlos. *Rodeio dos Ventos – Uma Síntese Fantástica da História do Rio Grande*. Porto Alegre, RBS/Editora Globo, 1978.

_____. *Nativismo - Um fenômeno social gaúcho*. Porto Alegre, L&PM, 1985.

LIMA, Alcides. *História Popular do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Martins Livreiro, 1983.

LOPES NETO, João Simões. *Contos gauchescos e Lendas do Sul*. Porto Alegre: Editora Globo, 1978.

_____. João Simões. *Contos gauchescos*. Porto Alegre: Martins Livreiro, 1998.

_____. *Contos gauchescos*. Edição de Luís Augusto Fischer. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1998.

LOPES, Saint-Claire. *Comunicação: Radiodifusão hoje*. Rio de Janeiro: Temário, 1970.

MACHADO, Antonio Pinheiro. *Meio século de Correio do Povo – Glória e agonia de um grande jornal*. Porto Alegre: L&PM, 1987.

MARCHAMALO, Jesús; ORTIZ, Miguel Ángel. *Técnicas de comunicación en radio – La realización radiofónica*. Barcelona: Paidós, 1994.

MARKUN, Paulo e HAMILTON, Duda. *1961: que as armas não falem*. São Paulo: Editora Senac, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações – Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: *Por uma outra comunicação – Mídia, mundialização cultural e poder*. Moraes, Denis de (org.). Rio de Janeiro: Record, 2003.

MARTINS, Ari. *Escritores do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: UFRGS/IEL, 1978.

MARTÍ, Josep Maria Martí. *Modelos de Programación Radiofónica*. Barcelona: Feed-back Ediciones, 1990.

MARTÍNEZ-COSTA, María Del Pilar e MORENO, Elsa Moreno (coords.). *Programación Radiofónica – Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Editorial Ariel, 2004.

MARTINS, Leandro. *Pedro Carneiro Pereira: o narrador de emoções – O rádio, o futebol e o automobilismo na vida de um vencedor*. Porto alegre: Imagens da Terra Editora, 2006.

MATTELART, Armand. *A Globalização da Comunicação*. Bauru: EDUSP, 2000.

MEDITSCH, Eduardo. *A rádio na era da informação*. Coimbra: Minerva, 1999.

_____. *O rádio na era da informação – teoria e prática do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Editora Insular e Editora da UFSC, 2001.

_____ (org.). *Teorias do Rádio: texto e contextos*. Volume I. Florianópolis: Editora Insular, 2005.

MELO, José Marques de (org.). *Comunicação e transição democrática*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985.

MEYER, Augusto. *Cancioneiro gaúcho*. Porto Alegre: Editora Globo, 1952.

_____. *Gaúcho, história de uma palavra*. Porto Alegre, IEL/SEC, 1957.

MORENO, J.A. *Clima do Rio Grande do Sul*. Secção de Geografia. Secretaria da Agricultura. Porto Alegre, 1961. 42p.

MOREIRA, Sonia Virginia. *O Rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.

_____. *Rádio palanque*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

_____. *Rádio em transição: tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

MORETZSOHN, Sylvia. *Jornalismo em “tempo real” – O fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MUÑOZ, José Javier e GIL, César. *La radio: teoria y practica*. Madrid: Instituto Oficial de Radiotelevision Española, 1994.

NOSSO SÉCULO. São Paulo: Abril Cultural, v. 3, 1980.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. *O mito no rádio – A voz e os signos de renovação periódica*. São Paulo: Annablume, 1993.

NUNES, Rui Cardos; NUNES, Zeno Cardodo; RETAMOZO, José Hilário. *Tentos e Longas – Poetas e poemas da Estância da Poesia Crioula*. Porto Alegre: AGE/IEL, 1993.

OLIVEN, Ruben George. *Violência e Cultura no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1989.

_____. *A Parte e o Todo: A Diversidade Cultural no Brasil-Nação*. Petrópolis: Vozes, 1992.

_____. *A Parte e o Todo: A Diversidade Cultural no Brasil-Nação*. Segunda Edição, revista e ampliada. Petrópolis: Vozes, 2006.

ORNELLAS, Manoelito de. *Gaúchos e beduínos: a origem étnica e a formação social do Rio Grande do Sul*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1956.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. *Um Outro Território – Ensaio sobre a Mundialização*. São Paulo: Olho D'Água, 2000.

_____. *Cultura Brasileira & Identidade Nacional*. São Paulo: Brasiliense, 2003.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio – Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.

_____. (org.). *Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais*. São Paulo: Editora Com-Arte, 1987.

PAIXÃO, Tiago. *Farroupilha 70: setenta anos de história no ar*. Porto Alegre: RBS Publicações, 2006.

PERDIGÃO, Paulo. *No Ar: PRK – 30*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *A Revolução Farroupilha*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. *História do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

PINHEIRO, José Feliciano Fernandes. *Anais da Província de São Pedro*. Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1946.

PINHEIRO, Luiz Adolfo. *JK, Jânio, Jango: Três jotas que abalaram o Brasil*. Brasília: Letrativa, 2001.

PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de radiojornalismo Jovem Pan*. São Paulo: Ática, 1993.

PRADO, Emilio. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989.

PRIETO, Íris. *Programación radiofônica y espacios informativos*. Maracaibo: Editorial de La Universidad Del Zulia (Ediluz), 2001.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de comunicação*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

REVERBEL, O Gaúcho – Aspectos de sua Formação no Rio Grande do Sul e no Rio do Prata. Porto Alegre: LP&M, 2002.

RIBEIRO, João. *Curiosidades Verbais*. São Paulo: Melhoramentos, 1927.

RONSINI, Veneza Mayora. *Entre a capela e a caixa de abelhas – Identidade cultural de gringos e gaúchos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2004.

RÜDIGER, Francisco Ricardo. *Tendências do jornalismo*. Porto Alegre: Universidade/UFRGS, 1993.

SACHET, Celestino. A Sátira em Antônio Chimango e Martin Fierro. In: *Letras de Hoje*, n. 77, set. 1989. Porto Alegre: IEL/EDIPUCRS, 1989. p.43-54.

SAINT-HILAIRE. Auguste de. *Viagem ao Rio Grande do Sul (1820-1821)*. Belo Horizonte: Editora da Universidade de São Paulo/Editora Itatiaia, 1974.

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

SANTI, Álvaro. *Do Partenos à Califórnia: o natismo e suas origens*. Porto Alegre: UFRGS, 2004.

SARAIVA, Glaucus. *Manual do Tradicionalista – Orientação Geral para Tradicionalistas e Centros de Tradições Gaúchas*. Porto Alegre: Sulina, 1968

SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, Sonia Virgínia. *Rádio Nacional*. O Brasil em sintonia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1988

SEITENFUS, Ricardo Antônio Silva. *A entrada do Brasil na segunda guerra mundial*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____ (org). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. O espírito da cavalaria e suas representações midiáticas. Ijuí: Ed. Unijuí, 2003.

SILVEIRA, Norberto C. G. *Reportagem da Legalidade – 1961-1991*. Porto alegre: NS Assessoria em Comunicação Ltda, 1991.

SILVA, João Pinto da. *História da literatura do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1924.

SINCLAIR, John. *Televisión; Comunicación global y regionalización*. Barcelona: Gedisa, 2000.

SOARES, Edileuza. *A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo*. São Paulo: Summus Editorial, 1994

SOARES, Jurandir. *Israel versus Palestina: as raízes do ódio*. Porto Alegre: UFRGS, 1995.

_____. *Oriente Médio: de Maomé a Guerra do Golfo*. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

SOUZA, Alda; SOARES, Floriano. *Leonel Brizola*. Porto Alegre: AMRIGS Gráfica e Editora Ltda, 1985.

SPALDING, Walter. *Revolução Farroupilha*. Brasília: Editora UNB, 1982.

SPA, Miquel de Moragas. *Semiótica Y Comunicación De Masas*. Barcelona: Ediciones Península, 1980.

TOTA, Antonio Pedro. *A locomotiva no ar: rádio e modernidade em São Paulo, 1924-1934*. São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura/PW Gráficos e Editores Associados, 1990.

TINHORÃO, José Ramos. *Música Popular: do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo: Ática, 1981.

VAMPRÉ, Octávio Augusto. *Raízes e evolução do rádio e da televisão*. Porto Alegre: Feplam-RBS, 1979.

VELLINHO, Moysés. *Capitania D'el Rei, Aspectos Polêmicos do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Globo, 1970. Fronteira. Porto Alegre: Globo, 1975.

VERISSIMO, Erico. *O Arquipélago*. Porto Alegre: Editora Globo, 1961.

_____. *Solo de clarineta*. Vol. 1. Porto Alegre: Globo, 1973.

VERISSIMO, Luis Fernando. *O analista de Bagé*. Porto Alegre: L&PM, 1981.

VIDAL, Javier. *La era de la radio*. Caracas: Panapo, 1996.

VILLAFañÉ, J.; BUSTAMANTE, E.; PRADO, E. *Fabricar notícias. Las rutinas productivas en rádio y en televisión*. Barcelona: Mitre, 1987.

VILLALOBOS, Marco Antônio Vargas. *A Guerrilha do Riso: Carlos Nobre versus Ditadura Militar Brasileira*. Porto Alegre: Editora Mercado Aberto, 2000.

WAGNER, Rubens. *Histórias do Rádio Heróico*. Editora [s.n]: Porto Alegre, 1983.

WAINBERG, Jacques Alkalai. *Império das Palavras*. Porto Alegre: Edipucrs, 1997.

WILLIAMS, Raymond. *Culture is ordinary*. In Gray, Ann e McGuigan (orgs.). *Studying Culture – An introductory reader*. Londres: Arnold, 1993.

ZILLBERMAN, Regina. *A Literatura no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1982,

ARTIGOS

BRECHT, Bertold. Teoria de la radio. In: *El compromisso en literatura y arte*. Barcelona: Península, 1984.

CAPARELLI, Sérgio; GOELLNER, Rene; RECHENBERG, Fernanda. As telas da cidade: a trajetória das salas de cinema em Porto Alegre. In: Haussen, Doris Fagundes (org.). *Mídia, imagem e cultura*. Porto Alegre: Edipucrs, 2000.

CARRERA, Juan Cristóbal López. La hermenêutica en la antropologia, una experiencia y propuesta de trabajo etnográfico: la descripción densa de Clifford Geertz. In: *Revista de Sociedad, Cultura y Desarrollo Sustentable, Ra Ximbai*, ano I, vol. I, n, 2, mayo-agoato, 2005. Mochicahui, El Fuerte, Sinaloa: Universidad Autónoma Indígena de México, 2005.

COMASSETTO, Leandro Ramires. *O rádio local na era das redes*. Trabalho apresentado ao NP 06 – Rádio e Mídia Sonora, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2005.

DALPIAZ, Jamile Gamba. *A indústria cultural e o rádio esportivo em Porto Alegre: o caso da Rádio Guaíba*. Trabalho apresentado no XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – Campo Grande/Mato Grosso do Sul, set.2001.

D'ÁVILA. J. Antonio. Depoimento. In: *O rádio paulista no centenário de Roquette Pinto (1884-1994)*. São Paulo, Centro Cultural São Paulo, 1984.

DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. *FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar*. Comunicação & Sociedade, ano XII, n. 20, dez. 1993.

_____. Tendências da programação radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas. In: Del Bianco, Nélia R.; Moreira, Sonia Virgínia (orgs.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

_____. Cautela, riscos e incertezas na implantação do rádio digital no Brasil. In: Moreira, Sônia Virgínia; Del Bianco, Nélia R. (orgs.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

DURVAL, Adriana Ruschel. *Nilo Ruschel: Pioneiro do Rádio Gaúcho*. Trabalho apresentado no Núcleo de Mídia Sonora, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/Minas Gerais, 02-06 set. 2003.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Os Estudos Culturais e a constituição de sua identidade. In: Guareschi e Bruschi (orgs). *Psicologia Social dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2003.

_____. Estudos Culturais: uma introdução. In: Silva, Tomaz Tadeu da (org). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

FERRARETTO, Luiz Artur. Tendências da programação radiofônica: as emissoras em amplitude modulada. In: Del Bianco, Nélia R.e Moreira, Sonia Virgínia (orgs.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001b.

_____. *Aqui, o rádio de lá: uma análise histórica da influência dos estados unidos nas emissoras brasileiras*. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – Campo Grande /Mato Grosso do Sul, setembro 2001c.

_____. Regionalismo como segmento de mercado: a identidade cultural gaúcha no rádio de Porto Alegre. In: *Revista Verso & Reverso* nº 35. São Leopoldo: Editora da Unisinos, 2002.

FONSECA, Juarez e EITELVEIN, Gilmar. Aiatolás da Tradição: apontamentos para uma história natural. In: *Zero Hora*, Caderno de Cultura, Porto Alegre, 14 jun. 1986.

GOLIN, Tau. A cultura “tradicional” nas ondas do rádio: música gauchesca e método de pesquisa. In: Golin, Tau. *Identidades – Questões sobre as representações socioculturais no gauchismo*. Passo Fundo: Clio, Méritos, 2004.

HALL, Stuart. A Centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: *Revista Educação & Realidade*, jul/dez 1997, p.15-46. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Educação.

HAUSSEN, Doris. O Mercosul no rádio: o caso de Porto Alegre. In: *Revista Famecos*, n. 11, 1999. Porto Alegre: Edipucrs, 1999.

_____. DUVAL, Adriana Ruschel. O rádio nas páginas da Revista do Globo (1929/1967). In: *Revista Famecos*, n.14, 2001. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

_____. A produção científica sobre o rádio no Brasil: livros, artigos, dissertações e teses (1991-2001). Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/pesquisa>, 2004.

_____. *Memória das profissões e da mídia regional: trajetória do rádio*. Artigo apresentado no Terceiro Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. Novo Hamburgo, 14, 15 e 16 de abril de 2005.

LOIS, Élida. Cruzamento(s) de fronteira(s) em Martín Fierro. In: CHIAPPINI, Ligia; MARTINS, Maria Helena e PESAVENTO, Sandra Jatahy (orgs.). *Pampa e Cultura: de Ferro a Nieto*. Porto Alegre:UFRGS/IEL, 2004.

MACIEL, Maria Eunice de Souza. Considerações sobre Gaúchos e Colonos. In: *Diversidade Étnica e Identidade Gaúcha*. Santa Cruz do Sul: UNISC, 1994.

MARANINI, Nicolau. As transformações do AM: perspectiva da programação frente à concorrência do FM. In: DEL BIANCO, Nélia R.; MOREIRA, Sonia Virgínia (orgs.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: INTERCOM; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

MARTÍ, Josep Maria Martí. La programación radiofônica. In: MARTÍNEZ-COSTA, María Del Pilar; MORENO, Elsa (coords.). *Programación Radiofônica – Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Editorial Ariel, 2004.

MARQUES, Leonam. O Rádio de Ontem (só restam histórias nestes 55 anos) In: *Folha da Tarde*. Porto Alegre: Caldas Júnior, 21 e 22 jun.1980, p.33-35.

MEYER, Augusto. Estudo Crítico. In: JUVENAL, Amaro. *Antônio Chimango – Poemeto Campestre*. Porto Alegre: Editora Globo, 1961.

MOREIRA, Sonia Virginia. Jornalismo da Rádio Jornal do Brasil AM. In: ORTRIWANO, Gisela Swetlana (org.). *Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais*. São Paulo: Editora Com-Arte, 1987.

_____. Rádio@Internet. In: DEL BIANCO, Nélia R.; MOREIRA, Sonia Virgínia (orgs.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001

OLIVEN, Ruben George. A Polêmica Identidade Gaúcha. In: *Cadernos de Antropologia*, n. 4. Porto Alegre: UFRGS, 1992.

_____. O Nacional e o Estrangeiro na Construção da Identidade Brasileira. In: BERND, Zilá (org.). *Olhares Cruzados*. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

PEREIRA, Luiz Bresser. Inflação inercial e Plano Cruzado. In: *Revista de Economia Política*, vol. 6, n. 3, jul.-set. 1986.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. República Velha Gaúcha: Estado autoritário e economia. In: DACANAL, José H. e Gonzaga, Sérgio (orgs.). **RS: Economia & Política**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1979.

_____. Historiografia e Ideologia. In: DACANAL, José H.; GONZAGA, Sérgio (orgs.). **RS: Cultura e Ideologia**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1980.

_____. Gaúcho: mito e história. In: *Letras de Hoje*, n. 77, set. 1989. Porto Alegre: IEL/EDIPUCRS, 1989. p.55-63.

_____. Fronteira e Intertextualidade em *O Continente*. In: CHIAPPINI, Ligia; MARTINS, Maria Helena; PESAVENTO, Sandra Jatahy (orgs.). **Pampa e Cultura: de Ferro a Nieto**. Porto Alegre: UFRGS/IEL, 2004.

SANTANA, Luther King de Andrade. Religião e mercado: a mídia empresarial-religiosa. In: *Revistas de Estudos da Religião*, n. 1, p. 54-67. São Paulo: PUC-SP, 2001.

SIMON, Marfisa. Rádio da Legalidade. In: **Nós e a Legalidade – Depoimentos**. Porto Alegre: Instituto Estadual do Livro; Editra Age Ltda, 1991.

SIROTSKY SOBRINHO, Maurício. Situação e Perspectivas da Comunicação social do Rio Grande do Sul. In: **Curso de Alto Nível para Jornalistas**. Porto Alegre: UFRGS/ARI, 1974.

VARES, Luiz Pilla. A ideologia gaúcha dos farrapos ao getulismo. In: GONZAGA, Sérgio; FISCHER, Luís Augusto (orgs.). **Nós, os gaúchos**. Porto Alegre: Ed.Universidade/UFRGS, 1998.

VIGIL, José Ignacio. La nueva cara de nuestras rádios en estos tiempos neoliberales. In: **Diálogos de la Comunicación**. Lima: Revista da Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, n. 35, mar. 1993.

_____. *Radialistas apasionados*. Quito: Asociación Mundial de Rádios Comunitárias, 1997.

UCHA, Danilo. A Terceira Califórnia tem um vencedor: canto de morte de Gaudêncio Sete Luas. In: *Zero Hora*, Porto Alegre, 11 dez. 1973.

WEISS, José. As gauchadas de um Catarina. In: *Extra Classe*, ano 11, n. 104, jul. 2006. Porto Alegre: Sinpro, 2006.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e Diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

MONOGRAFIAS, DISSERTAÇÕES E TESES

BRAGANÇA, Maria Alice. *Rádio informativo em tempos de globalização: o caso das Rádios Gaúcha e Guaíba de Porto Alegre*. Porto Alegre: PUCRS, 2003. Dissertação (Mestrado), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2003.

CUNHA, Máгда Rodrigues. *O receptor idealizado pelo discurso radiofônico: Uma análise do emissor em “Gaúcha Hoje” e “Flávio Alcaraz Gomes Repórter”*. Porto Alegre: PUCRS, 1997. Dissertação (Mestrado), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 1997.

_____. *O valor de permanência do rádio – Um estudo dos efeitos pela estética da recepção*. Porto Alegre: PUCRS, 2001. Tese (Doutorado), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2001.

DALLAGO, Aline Gabrieli Palaver. *Rádio e Sociedade no Rio Grande do Sul: as décadas de 20, 30 e 40*. Porto Alegre: PUCRS, 1999. Monografia (Graduação), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 1999.

DINIZ, José Alencar. *O impacto da tecnologia na credibilidade do rádio – um estudo de caso da Guaíba AM*. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2005.

GRABAUSKA, Cléber Fernando. *Sala de Redação*. Porto Alegre: UFRGS, 1994. Monografia (Graduação).

HAUSSEN, Doris Fagundes. *Rádio e criança: um estudo sobre a ausência de programação infantil nas emissoras de Porto Alegre*. São Paulo: USP, 1998. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

JUNG JÚNIOR, Milton Ferretti. *Correspondente Renner: O porta-voz do Rio Grande*. 1985. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1985.

KLÖCKNER, Luciano. *O Repórter Esso na história brasileira: 1941-1945 e 1950-1954*. 1998. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

MÉRCIO, Cláudio Costa. *Correspondente Renner/Aplub: 45 anos de permanência no ar: um recorte na história da comunicação do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: PUCRS, 2002. Dissertação (Mestrado), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2002.

MOREIRA, Sonia Virgínia. *O rádio chega ao século XXI – Evolução das tecnologias e das leis nos EUA e no Brasil*. 1999. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

OLINTO, Denis Rodrigues. *O futebol no rádio*. Projeto de Metodologia da Comunicação. Monografia. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 1989.

OLINTO, Denis Rodrigues. *O futebol pelo rádio*. 1991. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1991.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *Os (des)caminhos do radiojornalismo*. 1990. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1990.

PEREIRA, Cristiane Pinto. *O Rádio na Integração dos Países do Mercosul: Porto Alegre e Montevideú. Trabalho apresentado ao I Colóquio Transfronteiras Sul de Ciências da Comunicação: Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai*. Porto Alegre: PUCRS, 2004

TÓSCA, Luis Antônio Lessa. *Rádio Itai AM: 1º lugar no Ibope (1966 a 1979)*. Porto Alegre: PUCRS, 1998. Monografia (Graduação), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 1998.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. *A notícia no radiojornalismo brasileiro: Transformações históricas e técnicas*. 1998. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

JORNAIS E REVISTAS

ANTENNA RADIO PARA TODOS, Revista. Jan.-fev., 1947.

CORREIO DO POVO. Porto Alegre: Empresa Jornalística Caldas Júnior. Edições a partir de jan. 01 jan. 57.

FOLHA DA MANHÃ. Porto Alegre: Empresa Jornalística Caldas Júnior. Edição de 17 abr. 74.

FOLHA DA TARDE. Porto Alegre: Empresa Jornalística Caldas Júnior. Edições a partir de 01 jan. 57.

JORNAL DO COMÉRCIO. Porto Alegre: Cia. Jornalística J. C. Jarros. Edição de 26 out. 2004.

O SUL. Porto Alegre: Empresa Jornalística Pampa. Edição de 22 ago. 2002.

PRESS & ADVERTISING, Revista. Porto Alegre: Press & Advertising. Edição n. 106, versão online - <http://www.revistapress.com.br>.

VEJA, Revista. São Paulo: Editora Abril. Edições de 9 dez. 1970, 2 mar. 2005 e Especial Natal Digital, out. 2005.

ZERO HORA. Porto Alegre: Rede Brasil Sul de Comunicação. Edições de 12 dez. 1973, 14 jun. 1986, 9 jul. 1999, 16 dez. 1999 e 15 mai. 2004.

OBRAS DE TÉCNICAS DE PESQUISA E CONSTRUÇÃO DE TRABALHO CIENTÍFICO

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 1996.

FOLSCHEID, Dominique; WUNENBURGER, Jean-Jacques. *Metodologia filosófica*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

LOUREIRO, Amilcar Bueno Soares; CAMPOS, Silvia Horst. *Guia para elaboração e apresentação de trabalhos científicos*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). *Pesquisa social – Teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes, 1994.

RUDIO, Franz Victor. *Introdução ao projeto de pesquisa científica*. Petrópolis: Vozes, 1986.

SALOMON, Délcio Vieira. *Como fazer uma tese*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

OUTRAS FONTES

ALMEIDA, João Brito de. *Reportagem radiofônica*: Polígrafo para os alunos das disciplinas de radiojornalismo. Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 1998.

A AMÉRICA é vermelha. Texto de Juremir Machado da Silva sobre a conquista da Taça Libertadores da América de 2006 pelo *Sport Club* Internacional. Divulgado na programação da *Rádio Guaíba* e consta também do CD *A América é Vermelha: Inter Campeão da América 2006*. Produção *Rádio Guaíba/Usa Discos*, Porto Alegre, 2006.

DICIONÁRIO Aurélio Eletrônico Século XXI. Versão 3.0, novembro de 1999. Versão integral do Novo Dicionário Aurélio – Século XXI, de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, publicado pela Editora Nova Fronteira.

ESTATUTO Social. Caixa Estadual S.A – Agência de Fomento/RS. Porto Alegre, 6.8.2007.

MANUAL Geral da Redação Folha de São Paulo. São Paulo: Folha de São Paulo, 1987.

MANUAL de Redação da Rádio Guaíba. Porto Alegre: Empresa Jornalística Caldas Júnior, s.d.

MANUAL do Radialista. Editado pela Federação Interestadual de Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão – FITERT, s.d.

PORTO Alegre – Um século em Fotografia. Editora da ULBRA, 1997.

REVISÕES historiográficas na temática da fronteira sul-riograndense: historiadores municipalistas na prática da oralidade. Anais Eletrônicos do IV Encontro da Anphlac. Vitória, 2001. Disponível em <http://www.ifch.unicamp.br>.

UM Século de População do Rio Grande do Sul: 1900-2000. CD-ROM produzido pela Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul.

ENTREVISTAS

DOMINGUES, Amir. Jornalista da *Rádio Guaíba* e editorialista do *Correio do Povo*. O jornalista Amir Domingues faleceu durante a realização desta pesquisa em oito de outubro de 2007. Por isto, utiliza-se entrevista concedida ao autor da presente tese em Porto Alegre, 28 fev. 2002.

GURJÃO, Flávia. Coordenadora de afiliadas do *Sistema Globo de Rádio* Depoimento ao autor. Por e-mail (flaviagurjao@globonoar.com.br), São Paulo, 26 dez. 2007.

HOHFELDT, Antônio. Doutor (1999) em Letras pela PUCRS. Professor convidado da Cátedra UNESCO de Comunicação (UMESP). Professor da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 3 jan. 2008.

JUNG, Milton. Noticiarista, locutor e comentarista esportivo da *Rádio Guaíba*. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 16.10.2007. Também utiliza-se a entrevista concedida ao autor em Porto Alegre, 21 fev.2002

LEBOUTTE, Evandro. Tradicionalista e apresentador dos programas *Fandango na Rural e Domingueira* na *Rádio Rural AM*. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 11 jan. 2008

MÜLLER, João. Gerente comercial da *Rádio Guaíba*. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 21 jan. 2008.

PRATES, Lizemara. Jornalista da *Rádio Guaíba* especializada no setor rural. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 3.1.2008. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 14 jan. 2008.

SILVA, Juremir Machado da. Doutor em Sociologia (Sorbonne, 1995) e Pós-Doutorado na Universidade de Sorbonne - Paris V (França, 1998). Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professor da Faculdade de Comunicação Social da PUCRS. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 15 jan. 2008.

SOARES, Jurandir. Apresentador e comentarista internacional da *Rádio Guaíba*. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 14 jan. 2008.

VIEIRA, Idalino Asp. Editor de notícias da *Rádio Guaíba*. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 16 jan. 2007 e 15 jan. 2008

VILLALOBOS. Marco Antônio Vargas. Filho do humorista Carlos Nobre. Jornalista, professor da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e da Universidade Luterana do Brasil. Doutor em História pela PUCRS. Depoimento ao autor. Porto Alegre, 10 set. 2007.

ARQUIVOS DE REVISTAS, JORNAIS, SOM E IMAGEM

CORREIO DO POVO – *Arquivo de jornais do Correio do Povo.*

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL – Acervo Literário da *Editora do Globo: Almanaque do Globo, Revista do Globo e Revista Província de São Pedro.*

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL – *Coleção Revista Veja.*

RÁDIO GUAÍBA – Arquivo de Vozes da *Rádio Guaíba.*

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – Documentário *Correspondente Renner – 34 anos de história.* Direção de Carlos Alberto Cardoso. Arquivo de Fitas do Centro 3.

ZERO HORA – Banco de Dados.

INTERNET

- ACADEMIA Brasileira de Letras: <http://www.academia.org.br>
- ACERVO do Exército Brasileiro: <http://www.exercito.gov.br>
- AGÊNCIA Nacional de Cinema: <http://www.ancine.gov.br>.
- AGÊNCIA Nacional De Telecomunicações: www.anatel.gov.br.
- ALMANAQUE Ibope: <http://almanaqueibope.com.br>.
- ASSOCIAÇÃO Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão: www.abert.org.br.
- ASSOCIAÇÃO Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão: www.agert.org.br.
- ASSOCIAÇÃO Nacional de Jornais: <http://www.anj.org.br>.
- BATTLE'S Famous Musician: <http://www.battle-abbey.co.uk/frank.htm>.
- BIBLIOTECA Central da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul:
<http://www.pucrs.br/biblioteca>.
- BIBLIOTECA Virtual da Universidade Federal de Pelotas: <http://www.ufpel.edu.br/bvl>
- BRITISH Broadcasting Company: <http://www.bbc.co.uk>.
- CENTRAL Brasileira de Notícias: <http://cbn.globoradio.golobo.com>.
- CENTRO de Pesquisa e Documentação de Histórica Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas: <http://www.cpdoc.fgv.br>.
- CLIQUEMUSIC Editora: <http://cliquemusic.uol.com.br>.
- COLETIVA.NET: <http://www.coletiva.net>.
- COMPANHIA de Geração Térmica de Energia Elétrica: <http://www.cgtee.gov.br>.
- COOPERATIVA Agropecuária Petrópolis Ltda: <http://www.pia.com.br>.
- CORREIO do Povo: <http://www.correiodopovo.com.br>
- DEPARTAMENTO de Esgotos Pluviais da Prefeitura Municipal de Porto Alegre:
<http://www2.portoalegre.rs.gov.br/dep>.
- DICIONÁRIO Cravo Albin da Música Popular Brasileira: <http://dicionariompb.com.br>.
- ESTÚDIO Gravodisc: <http://www.gravodisc.com.br>.
- FEDERAÇÃO dos Trabalhadores na Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul:
<http://www.fetagr.com.br>.
- FOLHA de São Paulo: <http://www1.folha.uol.com.br>.
- FUNDAÇÃO Vitor Mateus Teixeira: <http://www.teixeirinha.com.br>.
- GRAVADORA Biscoito Fino: <http://www.biscoitofino.com.br>.
- Grupo Bandeirantes de Comunicação no Rio Grande do Sul: <http://www.bandrs.com.br>.
- INSTITUTO Brasileiro de Opinião Pública e Estatística: www.ibope.com.br.

INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística: www.ibge.gov.br.
INSTITUTO Caros Ouvintes de Estudo e Pesquisa de Mídia:
<http://www.carosouvintes.com.br>
METSUL Meteorologia: <http://www.metsul.com>.
MOVIMENTO Tradicionalista Gaúcho: <http://www.mtg.org.br>.
MINISTÉRIO das Comunicações: www.mc.gov.br.
O GLOBO: <http://oglobo.globo.com>.
PÁGINA do Gaúcho: <http://paginadogaicho.com.br>
PORTAL3 - Agência Experimental de Comunicação, Ciências da Comunicação – Unisinos:
<http://portal3.unisinos.br>
PONTIFÍCIA Universidade Católica do Rio Grande do Sul: www.pucrs.br.
PORTAL ClicRBS: <http://www.clicrbs.com.br>.
PREFEITURA Municipal de Porto Alegre: <http://proweb.procempa.com.br/pmpa>.
PROJETO Inter-Meios: <http://www.projetointermeiois.com.br>.
PROJETO Resgate Vozes do Rádio: www.pucrs.br/famecos.
REDE Brasil Sul – Grupo RBS: <http://www.rbs.com.br>
RÁDIO Agência: <http://www.radioagencia.com.br>.
RADIOS@RADIOS: www.radios.com.br.
RADIOBRAS: www.radiobras.gov.br.
RÁDIO da Universidade- UFRGS: <http://www.ufrgs.br/radio>.
RÁDIO Gaúcha: www.clicrbs.com.br/gaucha.
RÁDIO Guaíba: www.radioguaiba.com.br.
RÁDIO Mec: <http://www.radiomec.com.br>
REVISTA Press & Advertising: <http://www.revistapress.com.br>.
SAINT-GOBAIN: <http://www.saint-gobain.com.br>.
SENADO Federal: <http://www.senado.gov.br>.
SINTONIA: <http://paginas.terra.com.br/lazer/sintonia>.
35 CENTRO de Tradições Gaúchas: <http://www.35ctg.com.br>.
UNIVERSIDADE Federal do Minas Gerais: <http://www.ufmg.br>.
UNIVERSIDADE Federal do Rio Grande do Sul: <http://www.ufrgs.br>.

ANEXO (CD)

Conteúdo do CD

1. Transcrição da programação de 30 de março de 2006 da *Rádio Guaíba AM*
2. Discurso de Arlindo Pasqualini na solenidade de inauguração, Theatro São Pedro, 30 de abril de 1957
3. Índice das Reportagens Especiais
4. Reportagens Especiais (Áudio)
5. Boi Barroso – Prefixo Musical
6. Característica do Correspondente