

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL

- MESTRADO E DOUTORADO -

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Dogival Silva Duarte

RÁDIO SANTA CRUZ:

Estudo das contribuições da radiodifusão à região do Vale do Rio Pardo

Santa Cruz do Sul, maio de 2011

Dogival Silva Duarte

RÁDIO SANTA CRUZ:

Estudo das contribuições da radiodifusão à região do Vale do Rio Pardo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado, Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do sul – UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Orientadora:
Profª. Drª. Ângela Cristina Trevisan Felippi

Santa Cruz do Sul, maio de 2011

Dogival Silva Duarte

RÁDIO SANTA CRUZ:

Estudo das contribuições da radiodifusão à região do Vale do Rio Pardo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado, Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do sul – UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional.

Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi
Professora Orientadora

Prof. Dr. Silvio Cezar Arend

Prof. Dra. Débora Cristina Lopez

Ao Zeca e à Lourdinha (meus pais), bem como aos meus irmãos

E, em especial, é claro, aos 65 anos da Rádio Santa Cruz (a Santinha), completados no dia 07 de abril deste ano.

AGRADECIMENTOS

Agradeço de coração:

Ao Programa (professores e amigos) pela colaboração propositiva;

À Bruna e ao Dionel, pela companhia amável;

Ao amigo Dom Sinésio Bohn, pelo incentivo;

À agência alemã Adveniat, pelo apoio solidário;

Ao Professor Dr. Inácio Helfer, pelos primeiros acordos;

À professora Dra. Ângela Felippi, por apostar neste trabalho com firmeza e candura ao mesmo tempo.

Sei que o homem desembarcar na Lua foi o fato mais importante do século – e quem sabe até da história do mundo. Mas a divulgação do rádio transistor teve um alcance muito maior, em sentido imediato. Não conheço outra criação do progresso que possuísse tal capacidade de penetração nem fosse tão rapidamente aceita pelas populações mais atrasadas. Máquina de costura, luz elétrica, tudo isso espalhou-se depressa e profundamente – mas não chega aos pés do rádio de pilha.

Até do motor a explosão o rádio ganha, por causa da sua acessibilidade. Todo mundo pode sonhar com um carro, até o índio – mas adquiri-lo é outra coisa. Enquanto o rádio está praticamente ao alcance de todos – até do índio, também.

No sertão mais escondido, em barrancas secretas de rio por Amazonas e Goiás, em serrarias perdidas, em campinas longe do mundo, se a gente avista uma casa de caboclo, de colono, de pioneiro emigrante, nove casos em cada dez, verá, por cima do telhado rústico, de cumeeira a cumeeira, o fio de cobre da antena do rádio.

Dentro da casa haverá um tamborete, um pote, um fogão de barro, nada mais. Porém, em cima de um caixote improvisado em mesa, trepado num caritô na parede da sala, quase infalivelmente você verá um rádio.

Ao ouvir um nome conhecido, arrebata a orelha, presta a atenção e passa adiante o recado a quem interessa. É raríssimo perder-se um comunicado ou chegar ele com atraso. Sempre alguém por perto escutou. E pode faltar na casa o dinheiro para o fumo ou o café, para a rede nova, para o corte de pano da mulher, mas não faltará para o carregamento do rádio – ou seja, carga de pilhas do aparelho.

Qualquer negócio vale, contando que o rádio venha; pois é da nossa natureza, mesmo entre os mais esquecidos e abandonados seres, esse desejo e esse orgulho de pertencer - (nem que seja através de uma voz distante dentro de uma caixa de plástico)-, de fazer parte, de se integrar na comunhão dos homens.¹

¹ Rachel de Queiroz, escritora, em *Rádio Transistor*. O Estado de São Paulo, São Paulo, 15 jul. 2001.

RESUMO

Neste trabalho lançamos um olhar sobre o serviço pioneiro em radiodifusão no município de Santa Cruz do Sul e região, através da Rádio Santa Cruz AM 550, uma emissora inaugurada aos 07 de abril de 1946, com abrangência no Vale do Rio Pardo, na região central do Estado do Rio Grande do Sul. Como no contexto das práticas sociais a informação é um elemento fundamental, desejávamos verificar como a Rádio Santa Cruz portou-se em relação às instituições, às pessoas, às comunidades, ao município e à região, no que se refere aos desafios e avanços sociais, políticos, econômicos e culturais e seu possível comprometimento cotidiano em relação às políticas públicas e ao desenvolvimento regional. Averiguamos também a postura da emissora perante acontecimentos importantes no município e na região, sua postura quanto aos desejos e sonhos dos primórdios da radiodifusão no que se refere a uma empresa prestadora de serviços nos campos da informação, formação, divulgação, promoção de eventos e da vida em todas as suas complexidades, necessidades e anseios, bem como em relação ao desenvolvimento das comunidades e dos municípios por ela abrangidos. Com este trabalho verificamos que o rádio é de fundamental importância no cotidiano como fonte de informação, formação e divertimento. Verificamos também que a Rádio Santa Cruz tem sido importante canal de referência para o debate dos problemas, conquistas e avanços individuais e comunitários em sua região de abrangência. E constatamos que as ações da Rádio Santa Cruz foram propositivas e em vista de um desenvolvimento salutar, ou seja, em busca de melhorias individuais, coletivas e comunitárias.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio, radiodifusão, desenvolvimento regional, informação, comunidade

ABSTRACT

In this study we contemplate the pioneer services provided by the radio broadcasting in the region of the municipality of Santa Cruz do Sul by the AM 550 Radio Santa Cruz. The station was created on April 7, 1946 to cover the Vale do Rio Pardo Region in the central area of the state of Rio Grande do Sul. Considering the fundamental role played by information in the society, we wanted to verify how Radio Santa Cruz performed in the view of the institutions, the people, the communities, the municipality and the region as a whole. We analyzed the Radio's performance with regard to social, political, economic and cultural development and related challenges, as well as its commitment to public policies and regional development. We also investigated the Station's attitude towards important events in the municipality and region and its compliance with the ideals of broadcasting in its origins, considering the Station as a company devoted to provide services in the areas of information, publication, education, promotion of life in all its complexities, needs and expectations, and to help in the development of the communities and municipalities within its reach. This work demonstrated that radio is of fundamental importance in the everyday life of individuals as a source of information, education and entertainment. It also demonstrated that Radio Santa Cruz has been an important channel for the discussion of problems, achievements and individual and communitarian advancements in the region. We concluded that the presence of Radio Santa Cruz has been propositional and geared towards a healthy development, always in search of individual, collective and communitarian improvement.

KEYWORDS: Radio, radio broadcasting, regional development, information, community

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. RÁDIO: ANTENAS DA HUMANIDADE	
1.1 – O surgimento do rádio.....	30
1.2 – O rádio no Brasil.....	35
1.3 – O rádio no Rio Grande do Sul.....	41
1.4 – Características do rádio AM.....	44
1.5 – O rádio como meio de comunicação popular.....	49
1.6 - Compromissos e deveres da radiodifusão.....	71
1.7 – A presença do rádio nas novas tecnologias.....	76
1.8 – A radiodifusão como fator de desenvolvimento.....	80
2. A RADIODIFUSÃO CHEGA A SANTA CRUZ DO SUL	
2.1 - Voz do poste: experiências iniciais de radiodifusão.....	88
2.2 - Arnaldo Ballvé instala uma emissora de rádio em Santa Cruz do Sul.....	91
2.3 – Rádio Santa Cruz: escola do rádio.....	94
2.4 – Mudanças de administração na Rádio Santa Cruz.....	97
2.5 – Das administrações na Rádio Santa Cruz.....	101
3. RÁDIO SANTA CRUZ E DESENVOLVIMENTO REGIONAL	
3.1 – Rádio Santa Cruz no processo do desenvolvimento cultural.....	115
3.2 - Rádio Santa Cruz no processo do desenvolvimento da cidadania e da política.....	124
3.3 - Rádio Santa Cruz no processo do desenvolvimento econômico.....	139

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	146
REFERÊNCIAS.....	150
ANEXOS.....	156

INTRODUÇÃO

O presente trabalho deseja lançar um olhar sobre o serviço pioneiro em radiodifusão em Santa Cruz do Sul, através da Rádio Santa Cruz AM 550, emissora inaugurada aos 07 de abril de 1946, com abrangência nos 23 municípios do Vale do Rio Pardo², região esta denominada, daqui em diante, como a que compreende o Corede Vale do Rio Pardo.

Como no contexto das práticas sociais, a informação é um elemento fundamental, desejamos verificar como a Rádio Santa Cruz portou-se em relação às instituições, às pessoas, às comunidades, ao município e à região, seja no que se refere aos desafios sociais, políticos, econômicos e culturais, seja nas ações ou comprometimento cotidiano. Desejamos também averiguar a postura da emissora perante acontecimentos de vulto no município e na região, bem como tentar verificar sua postura quanto aos desejos e sonhos dos primórdios da radiodifusão no que se refere a uma empresa prestadora de serviços nos campos da informação, divulgação, promoção de eventos e da vida em todas as suas complexidades, necessidades e desejos, bem como em relação à formação, capacitação e promoção das pessoas, das comunidades e dos municípios por ela abrangidos.

Considerando a influência (positiva ou não) de um meio de comunicação sobre as pessoas, uma comunidade e uma sociedade, com este trabalho pretendemos também levantar possíveis contribuições da Rádio Santa Cruz para a melhoria da vida no município e na região, levando em conta os aspectos e as necessidades sociais, políticas, culturais e econômicas da região de sua abrangência, principalmente o município onde a mesma está localizada, sempre tendo em vista sua influência ou não na ação, defesa e promoção da vida.

Levando em conta que a população ouve rádio em 95% dos domicílios do Rio Grande do Sul³, esse processo de cidadania propicia oportunidades e aponta para o desenvolvimento pessoal e comunitário, pois conforme Harari (apud RUAS, 2004, p. 155) “um povo que se

² Arroio do Tigre, Boqueirão do Leão, Candelária, Encruzilhada do Sul, Estrela Velha, General Câmara, Herveiras, Ibarama, Lagoa Bonita do Sul, Mato Leitão, Pantano Grande, Passa Sete, Passo do Sobrado, Rio Pardo, Santa Cruz do Sul, Segredo, Sinimbu, Sobradinho, Tunas, Vale do Sol, Vale Verde, Venâncio Aires e Vera Cruz.

³ Cf. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa Nacional por Amostra Domiciliar*. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatística/população/trabalhoerendimento/pnad2002/default.stm>.

Acesso em: 02 junho de 2009.

comunica sem barreiras está automaticamente exercendo seu direito de cidadania, organizando-se, e até porque não dizer, preparando-se para a tão sonhada revolução”.

As indicações de audiência do rádio não param por aí. Conforme Sant’Anna (2007, p. 75) “com suas 7.509 estações de rádio... o Brasil é uma nação rica no campo da radiodifusão. O rádio chega a 88% dos domicílios nos 5.561 municípios do país e a 83% dos automóveis. São 134 milhões de aparelhos em 47 milhões de lares e 19,4 milhões em veículos”. Esta é a presença do rádio no cotidiano nacional, uma fonte muito grande de referência e sintonia.

Se para Sant’Anna (2007) a audiência do rádio é de 88%, para Jung (2004, p. 60) “99% dos brasileiros ouvem rádio”. Afeitos ao rádio, os brasileiros, além de ouvirem acreditam no que ouvem, pois (JUNG, 2004) o índice de credibilidade do rádio só é inferior ao da Igreja Católica; está sete posições à frente do jornal impresso e 17 adiante da televisão.

Considerando os compromissos da comunicação e recordando os ideais iniciais da radiodifusão, Josaphat (2006, p. 65) confirma que os objetivos da comunicação continuam os de “informar, formar a opinião pública, comunicar criando laços (...) difundir a cultura, o lazer e o divertimento”. Abrindo o leque sobre os deveres e obrigações da comunicação, principalmente da radiodifusão, Josaphat (2007, p. 40) trata a mesma como de fundamental importância na formação da pessoa e no desenvolvimento da sociedade ao declarar que “a mídia é deveras o cérebro e o coração da sociedade moderna”.

É favorecendo a formação de opinião, a participação, o debate, que a mídia e, aqui em particular o rádio, fomenta, suscita, instiga o pensamento e as posições ou convicções pessoais, inclusive coletivas, quando se trata de uma campanha em favor de um hospital, da reconstrução de uma casa que pegou fogo, na colaboração para entidades sociais, no fomento de um amplo debate sobre um tema político ou instigante de interesse comunitário ou social. Assim, o rádio cumpre sua função de agente de transformações sociais.

O rádio não pode se afastar do que pulsa nas ruas, nas comunidades e na região, pois é na vida (VIGIL, 2003), naquilo que nos cerca, que ouvimos os ruídos, os cantos, as palavras, e não raro os clamores da sociedade. Inclusive este é um dos objetivos do rádio como empresa prestadora de serviço. Neste sentido uma emissora de rádio deve abranger a vida comunitária como um todo, deve estar preocupada com os detalhes de uma relação construtiva da sociedade.

Outro fascínio ou diferencial do rádio é a imaginação. Ao contrário dos outros meios como o jornal e a televisão, o rádio permite o exercício da imaginação, além de funcionar como uma “janela” para a realidade e para o mundo, através da qual as pessoas estão em sintonia, ouvindo música, noticiário e, não raro, participando da programação, pedindo ou

oferecendo música ou enviando uma mensagem de aniversário para um parente, um amigo ou apenas informando que está em sintonia. Acompanhando, as pessoas ficam sabendo da normalidade, mas também podem se inteirar de algo extraordinário em tempo quase real, seja, a morte de um Papa, de um presidente da República, um acidente grave numa rodovia ou no centro da cidade, um pedido de doação de sangue, uma emergência ou mobilização social.

O rádio, até mesmo por ser um meio de fácil acesso, como tecnologia barata que se tornou, está presente no cotidiano comunitário. No mundo (KLÖCKNER, 2008, p. 32), o rádio é o meio de comunicação mais difundido. O rádio tem a facilidade de atingir pessoas de classes, idades, patamares econômicos, políticos, sociais, culturais e religiosos diferentes ao mesmo tempo, seja na cidade ou no interior, de perto e de longe, tornando-se um instrumento de estímulo e crescimento pessoal e ou comunitário, ao mesmo tempo em que serve como referência de interação social e promoção de resoluções de problemas que as envolvem. A emissora de rádio, quando se coloca em contato com o ouvinte e quando se torna um meio de referência de sua realidade para compreendê-la e transformá-la, torna-se um recurso em favor do desenvolvimento.

Além de suas facilidades em relação a outros meios de comunicação, o rádio é envolvente, provoca paixão (MCLUHAN, 1964) e tudo isso aliado à instantaneidade e à mobilidade, seu poder de mobilização provoca fatores que fazem a interligação entre a comunidade e o seu desenvolvimento. Como implementar o desenvolvimento não é mais função apenas do poder público, a radiodifusão tem se tornado uma ferramenta neste processo fomentado por agentes sociais e comunitários. A radiodifusão, ao exercer suas funções de informar e formar opinião, passa a exercer o serviço de mobilização, despertar de consciências e articulação de ações da cidadania. Para José Marques de Melo (1998, p. 296) “os meios de comunicação de massa criam, portanto, o ambiente fértil à participação e cumprem sua função-motriz no processo de desenvolvimento”.

O tema da radiodifusão é importante para Santa Cruz do Sul e região, pois, como primeira emissora criada em Santa Cruz do Sul, a Rádio Santa Cruz já não pode passar mais despercebida, em função de sua caminhada, de sua presença e de seus feitos ou realizações no território de sua abrangência. Percebemos que ao longo de seus 65 anos de existência (completados em abril deste ano), a Rádio Santa Cruz tornou-se uma referência de pioneirismo em radiodifusão. Trata-se, portanto, de uma trajetória histórica cujas ações, marcaram presença efetiva no cotidiano municipal e regional, década após década.

A dificuldade em relação aos objetivos proposto deste trabalho foi encontrar subsídios consistentes sobre a trajetória da Rádio Santa Cruz. A cada “porta” procurada em busca de informação, documentação, registros e fontes escritas foi dito que não havia nada. Diante do desafio, para fazermos a reconstituição de alguns acontecimentos e obtermos alguns dados, recorreremos ao método qualitativo, em decorrência, aplicamos entrevistas com alguns personagens e protagonistas da emissora, seja gerentes, locutores, funcionários ou ouvintes da emissora.

Neste trabalho de reconstituição da trajetória da Rádio Santa Cruz, percebemos que, ao contrário de um periódico impresso, no qual tudo está registrado, está palpável e disponível, uma emissora de rádio não guarda sua programação, suas atividades cotidianas (programação com entrevistas, músicas, notícias, informações, recados, dados) por motivos técnicos e tecnológicos de armazenamento de dados, bem como pelo constante desinteresse dos responsáveis na construção histórica da empresa e, principalmente, por causa das constantes inovações em termos tecnológicos. Ou seja, o equipamento que há dez anos funcionava, já é obsoleto, como por exemplo, os rolos de fita com gravações que caíram em desuso. E os computadores de hoje não dão conta de armazenar tantos áudios produzidos por uma emissora no cotidiano.

A motivação principal para buscar elementos sobre a Rádio Santa Cruz é o fato de a mesma estar há décadas presente no município e na região, principalmente levando em conta a época em que ela foi a única emissora de rádio (1946 até 1985) em Santa Cruz do Sul, bem como a importância do rádio para a sociedade e a região.

Para falar sobre a Rádio Santa Cruz foi necessário contextualizar um pouco a história do rádio no mundo, no país e no estado (primeiro capítulo). Aliás, impossível não recordar um dos ícones da criação do rádio, o padre e cientista gaúcho Roberto Landell de Moura, cujas primeiras experiências em radiodifusão foram feitas em Porto Alegre, capital do Estado do Rio Grande do Sul. Ao falar em Porto Alegre recordamos que foi de lá que Arnaldo Ballvé partiu para criar a Rádio Santa Cruz, em 1946. Foi necessário também tentarmos reconstituir dados da trajetória da emissora em Santa Cruz do Sul (segundo capítulo), mesmo enfrentando a escassez de documentação e bibliografia referente ao tema estudado. Para reconstituirmos alguns acontecimentos foi necessário recorreremos a entrevistas (terceiro capítulo) em profundidade com pessoas que tiveram participação ou ligação com a emissora, a saber: gerentes, funcionários e ouvintes.

Ao lançarmos um olhar sobre a Rádio Santa Cruz uma coisa fica evidente nas primeiras palavras de muitas e muitas pessoas de perto e de longe: a emissora é por demais conhecida e

as pessoas falam com gosto, com saudosismo, com referência, com apego, com respeito e com grande reconhecimento por tudo o que a mesma já representou, está representando na atualidade e ainda pode representar⁴.

Metodologia

Levando em conta a escassez ou até mesmo ausência de registros históricos em relação à trajetória da Rádio Santa Cruz⁵, optamos por fazer um trabalho fundamentado em entrevistas, na forma de um levantamento qualitativo iniciando por um roteiro pré-estabelecido para podermos fazer um levantamento mais amplo e profundo possível, sempre em busca de dados e acontecimentos que possam nos ajudar reconstituir e demonstrar a ação (ou não) da emissora na região.

Optamos pela técnica da entrevista por entender que a (FONTANA; FREY, 1994, p. 361 e DUARTE; BARROS, 2006, p. 62) “entrevista é uma das mais comuns e poderosas maneiras que utilizamos para tentar compreender nossa condição humana”. Neste sentido Duarte e Barros (2006, p. 62) acrescentam que a entrevista “tornou-se técnica clássica de obtenção de informações nas ciências sociais, com larga adoção em áreas como sociologia, comunicação...” e ao tratarem sobre a técnica de abordagem, os autores se referem à entrevista individual em profundidade como “técnica qualitativa que explora um assunto a

⁴ O autor desta dissertação, Dogival Duarte, é o atual Diretor da Rádio Santa Cruz. Foi um dos incentivadores do grupo local na aquisição da emissora, pois já conhecia a trajetória da mesma através de sua colaboração em programas desde 1990 quando começou a fazer o programa diário da *Ave-Maria*, às 18 horas e o programa semanal *Somos Todos Irmãos*, aos domingos, das 10 horas às 11 horas. Quando o grupo local adquiriu a Rádio Santa Cruz, em 1º de setembro de 2002, Duarte assumiu como Sub-Gerente e, em 2005, assumiu como Diretor de Programação da emissora, cargo que exerce até o presente momento, numa direção colegiada com mais duas pessoas. Foi a partir do trabalho na emissora que procurou o Programa em Desenvolvimento Regional da Universidade de Santa Cruz do Sul para se dedicar a este trabalho sobre a Rádio Santa Cruz.

⁵ A informação é de que toda documentação relativa à emissora sempre era enviada para o escritório central de Porto Alegre. Outra informação é que por ocasião da venda da emissora da família Ballvé para os Proença, a documentação “antiga” foi enviada para o escritório central e se extraviou. Quando da venda da emissora dos Proença para o grupo local, novamente a documentação foi enviada para Porto Alegre que, por sua vez, não tendo local adequado para armazenamento ou organização, também foi extraviada. Em ambos os casos sentimos uma certa animosidade em nos auxiliar, ou seja, na localização e disponibilização do material “histórico” da emissora. Quando o grupo local assumiu, de fato, não se preocupou com a documentação, mas em recuperar a credibilidade da emissora e, somente depois, quando começamos a conversar com os mais antigos sobre a história e a trajetória da emissora, tomamos conhecimento do ocorrido em relação à documentação, restando apenas alguns troféus num armário que foram recolhidos e conservados e uma declaração de concessão, licença de funcionamento emitida pelo Ministério das Comunicações, do ano de 1979, e que foi colocada na parede.

partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (2006, p. 62).

Abordando as vantagens da entrevista num trabalho deste estilo, Duarte e Barros (2006, p. 62) acrescentam que

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer...

Ainda, conforme Duarte e Barros (2006, p. 64) a entrevista em profundidade é:

Uma técnica dinâmica e flexível, útil para apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido.

De fato, para fazermos um levantamento mais próximo possível da realidade, recorreremos às entrevistas como método de trabalho de reconstituição dos fatos e dos casos relacionados à emissora. Selecionamos 12 pessoas que estiveram ligadas à empresa e que ainda têm afinidade com a mesma, inclusive algumas pessoas que estiveram e outras que atualmente estão diretamente envolvidas com este meio de comunicação, seja na condição de funcionário(a), dirigente (integrante de algum cargo, como gerente ou diretor), colaboradores (que apresentaram programas de forma voluntária), lideranças públicas que acompanharam ou participaram da trajetória da emissora por causa de sua posição social (cargo ou ofício público), e alguns ouvintes que acompanharam a programação de um ou outro modo e ouvintes que hoje em dia exercem cargos ou funções importantes na sociedade.

Levamos em conta também o alerta dos autores citados (Duarte e Barros, 2006, p 64) no sentido de que

A entrevista como técnica de pesquisa, entretanto, exige elaboração e explicitação de procedimentos metodológicos específicos: o marco conceitual no qual se origina, os critérios de seleção das fontes, os aspectos de realização e o uso adequado das informações são essenciais para dar validade e estabelecer as limitações que os resultados possuirão.

Seguindo a orientação de Duarte e Barros (2006) realizamos entrevistas individuais, embora sendo possível realizá-las em conjunto, ou seja, com duas ou mais fontes ao mesmo tempo. O motivo é que a entrevista individual proporciona maior concentração e tentativa de ampliação do tema a partir de possíveis citações conjunturais por parte do entrevistado,

permitindo, assim, uma possibilidade de se abrir o leque ou se buscar mais dados sobre a presença da emissora no município e na região.

Para lançarmos um olhar sobre as fases da Rádio Santa Cruz, escolhemos alguns nomes que poderiam nos fornecer dados, mesmo de memória, no sentido de se reconstituir fatos e casos que evidenciem a trajetória da emissora nos períodos ou fases de nosso interesse.

Primeiro conversamos com algumas pessoas (locutores, funcionários e ouvintes) envolvidas hoje em dia na emissora e fomos fazendo um levantamento de nomes, através de indicações. Logo foram surgindo nomes e informações que foram sendo ouvidas no sentido de se abranger estes períodos. Assim chegamos a muitos nomes, mas foi preciso fazer uma seleção, inclusive foram citados nomes de pessoas que há muito se mudaram para o Rio de Janeiro e para o Mato Grosso, e de pessoas já falecidas.

Como procuramos abranger as três fases de trabalho da Rádio Santa Cruz, elencamos nomes que pertenceram a esses períodos, sendo que alguns nomes perpassam duas ou até mesmo as três administrações, como é o caso dos mais novos. Estes mais novos, no entanto, já são antigos para os que entraram na empresa hoje em dia.

Como a lista de nomes ficou muito grande, fizemos uma seleção acurada de 12 pessoas que entrevistamos, a saber:

LAURO HAGEMANN: Foi locutor da Rádio Santa Cruz e um dos remanescentes da *Voz do poste*, um serviço de alto-falante localizado no centro de Santa Cruz do Sul, propriamente na praça central. Lauro Hagemann deixou o serviço de alto-falante para integrar a primeira leva de funcionários a compor o quadro de locutores da mais nova emissora de Santa Cruz do Sul (1946), Rádio Santa Cruz. Posteriormente, depois de deixar a empresa, Hagemann tornou-se uma referência na radiodifusão estadual como o *Repórter Esso* durante décadas. Como é natural de Santa Cruz do Sul, tendo aqui pais e irmãos, Hagemann nunca deixou de acompanhar a Rádio Santa Cruz, mesmo de longe, ou quando passava férias ou visitava parentes em Santa Cruz do Sul. Hagemann trabalhou na Rádio Santa Cruz nos dois primeiros anos da emissora, 1946 e 1947. Hagemann reside em Porto Alegre.

LUIZ BARTHOLOMAY: Gerente da emissora entre 1974-1991, Gaspar Bartholomay assumiu o cargo no lugar de seu irmão, Lothário Bartholomay, que havia sido eleito como o prefeito municipal⁶. Luiz Bartholomay reside em Santa Cruz do Sul.

TERESINHA DOS SANTOS: Administradora durante 32 anos, de 1960 a 1992. Dado o longo período na empresa, Teresinha dos Santos conheceu bem todos os setores da empresa. Como era muito dinâmica, conduziu a emissora com versatilidade, transitando do setor de contabilidade à programação em geral. O período de Teresinha dos Santos compreendeu a primeira fase, a dos Ballvé e a segunda fase, dos Proença, como funcionária e a terceira fase (a partir de setembro de 2002), já aposentada, como ouvinte da emissora. Teresinha dos Santos era responsável pela contabilidade, mas colaborava na secretaria geral, na recepção, na programação, pois anotava os recados, produzia notícias, pequenos informativos e os avisos, principalmente os pedidos de música, homenagens, anúncios de “achados e perdidos” e produzia comerciais, repassando os mesmos depois para o setor de gravação e controlava a quantidade de veiculação dos anúncios que iam ao ar. Ela era também uma espécie “ponte” ou interlocutora entre os funcionários e a direção ou direções da empresa.

ELPÍDIO JAIR ISER: Locutor e um dos funcionários mais antigos (1966-2004)⁷, inclusive passou ou vivenciou as três administrações da Rádio Santa Cruz, estando até hoje em dia ligado à emissora como agente comercial (vendedor). Iser começou na Rádio Santa Cruz quando a emissora ainda era dos Ballvé. Seu irmão, Egon Iser (falecido em setembro de 2010, aos 82 anos), foi gerente da Rádio Santa Cruz de 1991 a 2000. Egon deixou a emissora na administração dos Proença, mas Elpídio continuou como funcionário e depois como agente comercial, cargo que ainda exerce na atualidade.

ADEMIR MÜLLER: Foi Secretário Municipal do Turismo de Santa Cruz do Sul em 1977, da Indústria e do Comércio em 1982 e foi eleito vereador de Santa Cruz do Sul em 1988. Müller exerce a função de professor na Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC). Ademir Müller teve intensa ligação com a Rádio Santa Cruz por causa de sua posição em cargos públicos, durante 17 anos. Como fundador da Oktoberfest, vivenciou todo o período

⁶ Lothário Bartholomay, conhecido como Maçarico, foi o primeiro gerente da emissora (1946-1950) e quando foi eleito prefeito de Santa Cruz seu irmão, Gaspar Bartholomay assumiu como segundo gerente da empresa.

⁷ Elpídio Jair Iser esclarece que entrou na emissora no início de 1965, trabalhou com free-lance naquele ano e que foi efetivado como funcionário somente em 1º de abril de 1966.

de transição da Fenaf (Festa Nacional do Fumo) para a novata Oktoberfest (Festa de Outubro) e, com isto, teve intensa ligação com a Rádio Santa Cruz. Conforme Müller a Rádio Santa Cruz foi determinante para a criação e a permanência da maior festa germânica da região, a Oktoberfest, pois ajudou a divulgar e levar a festa para a região através de sua grande abrangência.

ALCEU CRESTANI: Professor em Monte Alverne, foi o segundo correspondente da Rádio Santa Cruz na sucursal de Monte Alverne durante 15 anos, de 1984 a 1989. Posteriormente entrou na política, foi eleito vereador, cargo que exerce ainda hoje em dia, sendo reeleito por vários mandatos. Alceu Crestani ressalta a presença da emissora nas comunidades, nas transmissões de festas e nas transmissões dos campeonatos municipal, de várzea e intermunicipal.

BENÍCIO WERNER: Atual presidente (desde 2008) da Afubra (Associação dos Fumicultores do Brasil), entidade ligada aos produtores de fumo, hoje em dia denominado de tabaco, de toda a região. Benício Werner entrou na Afubra em 1975 e desde então passou a acompanhar a Rádio Santa Cruz mais de perto porque a Afubra sempre foi uma das empresas anunciantes da emissora, mas revela sua relação com a Rádio Santa Cruz desde criança, aos 12-13 anos, quando sua família ouvia a emissora em sua comunidade de origem, Formosa, então pertencente ao município de Santa Cruz do Sul e hoje pertencente ao município de Vale do Sol. Inclusive descreve algumas cenas de sua vida relacionadas à emissora. Werner assumiu a presidência da Afubra em 2008, depois do falecimento do ex-presidente, Hainsi Gralow. Como lembrança dos primeiros tempos, recorda o programa *Chegou o General da Banda* e seu primeiro encontro com os locutores da emissora numa partida de futebol na localidade de Trombudo, então no município de Santa Cruz do Sul. Werner recorda que a Rádio Santa Cruz era a única forma de ligação com a cidade, a região e o mundo. Werner conhece as três fases ou administrações da emissora. Reside em Santa Cruz do Sul.

ALOÍSIO SINÉSIO BOHN: Bispo de Santa Cruz do Sul entre 1986 a 2010, Dom Sinésio Bohn foi responsável pela aquisição da Rádio Santa Cruz, pelo grupo local, em 2002. Afirma que resolveu adquirir a emissora para preservar sua identidade e a prestação de serviços no município e na região. Bohn tem muita ligação com a emissora, mas a acompanha como ouvinte e através da Direção da emissora, por ele constituída. Desde o dia 1º de setembro de 2002 tendo o cargo de Diretor-Presidente da emissora, Bohn é mais um

incentivador da equipe da emissora, bem como, a partir da Rádio Santa Cruz, ou, depois de sua retomada, protagonizou, juntamente com a Direção da emissora, a criação do *Diário Regional*, o jornal da Rádio Santa Cruz. Na aquisição da Rádio Santa Cruz (terceira fase) e na criação do *Diário Regional*, Bohn sempre contou com a estreita colaboração do atual Diretor da emissora, Dogival Duarte.

VANILDO DE OLIVEIRA: Locutor desde 1975 até nossos dias, Oliveira perpassou e vivenciou as três administrações e, no cotidiano, sempre recorda e conta muitos fatos e acontecimentos, bem como desafios passados na emissora. Por 20 anos foi repórter policial e apresentador de programas gauchescos. De 2002 até o presente momento é o apresentador do programa *Planeta Gaúcho*, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 17 às 19 horas, tendo uma hora, das 17 às 18 horas aos sábados, com apresentação das dez músicas mais executadas durante a semana.

EDMAR NOGUEIRA: Operador e técnico da Rádio Santa Cruz entre 1985 a 2006. Neste período, sempre residiu numa casa nos fundos da sede da emissora, à Rua Marechal Deodoro, 1157⁸.

BRUNA BOGORNI: Administradora da Rádio Santa Cruz desde 1º de setembro de 2002. Anteriormente não teve contato com a emissora. Conhece bem a última fase, a administração atual. Bogorni fala das condições em que o grupo local recebeu a emissora, da recuperação de sua credibilidade em termos de audiência e dos investimentos feitos neste período que já compreende 8 anos, bem como das ações e presença da emissora na cidade e na região.

GREGÓRIO PRANKE: Locutor da Rádio Santa Cruz desde 1985, Gregório Pranke é conhecido na emissora como Fritz Jacó e apresenta 2 programas diários na emissora e um programa semanal. Os programas diários são *Fritz Jacó parte I* e *Fritz Jacó parte II*, sendo o primeiro apresentado das 10 horas às 11h45min e o segundo programa das 13 horas às 14

⁸ A emissora foi fundada em 1946 e até hoje (2010) permanece no mesmo endereço, fato que ajudou a criar alguns slogans como “a partir do alto da Marechal Deodoro”. A sede (prédio) da emissora, tendo ficado para a primeira administração como propriedade particular, as outras duas administrações sempre pagaram aluguel, fato que levou a administração atual a construir um prédio próprio para a emissora no centro da cidade. O prédio de quatro andares está em andamento à Rua Ramiro Barcelos, ainda sem número, e não tem previsão de conclusão ou inauguração.

horas. Aos sábados o Fritz Jacó apresenta, há 20 anos, o programa *Chegou o General da Banda*.

Entrevistados postos e esclarecidos, é importante lembrarmos que, levando em conta a escassez de documentos referentes à trajetória da emissora, recorreremos à memória dos entrevistados para se reconstruir fatos e casos, bem como tentarmos evidenciar a presença da emissora na cidade e na região.

Sabemos que a questão da memória é importante e até mesmo fundamental para o resgate da memória história, dos momentos e situações vividas, mas também é complexa, pois, conforme Mariane (1998, p. 13) “os sentidos viajam em memória des-contínua, reverberando filiações há muito esquecidas (no caso da primeira e da segunda fases)⁹ e descortinando um tempo que se lineariza (...) São sentidos predominantes ou silenciados, resultantes do embate entre as interpretações, e que deixam lacunas (...) no que escapa ao controle das grandes narrativas históricas”. Como acreditamos não ser possível fazermos um trabalho essencialmente histórico, levamos em conta a citação de Eduardo Galeano (Apud MARIANE, 1989, p. 14) de que “para os navegantes com desejo de vento, a memória é um ponto de partida”.

Entendemos também que trabalhar com a memória exige muita paciência, persistência e tentativas de reconstrução de algumas questões, pois a memória, além de muitas vezes falhar, tem o lapso temporal como seu maior “inimigo”. Procuramos buscar o que os entrevistados ainda guardam na memória e o que ouviram e o que produziram (no caso de funcionários ou gerentes) e como funcionava a emissora em “seu tempo”. No entanto, uma memória que, no parecer de Martín-Barbero (1987, p. 200), “nada tem a ver com nostalgia, pois sua ‘função’ na vida de uma coletividade não é falar do passado, mas dar continuidade ao processo de construção permanente da identidade coletiva”. Trata-se de reconstruir a história que, mesmo tão longa, se fundamenta também na longa vivência dos personagens elencados. Para Matta (2005)

No campo da história oral se admite que as pessoas que relatam suas experiências ou dão testemunho de certos feitos, não são as mesmas que viveram o que foi relatado, não só por uma simples questão de idade, mas porque, como indica Portelli, podem ter sido produzidas mudanças ‘na consciência subjetiva pessoal assim como na posição social e na condição econômica que podem induzir modificações, afetando ao menos o juízo sobre os acontecimentos e a *colaboração* da história (In: MEDITSCH, 2005, p. 278).

⁹ O parêntese é nosso.

Na maior parte do tempo as pessoas confiam na memória e findam não registrando fatos da vida e do cotidiano, mas essa, como qualquer parte do corpo, aos poucos vai perdendo a qualidade e até mesmo a função, apagando coisas e fatos mais distantes da atualidade. O passado histórico é o grande prejudicado neste caso, pois quando as pessoas vivenciam os fatos não dão tanta importância aos mesmos, deixam de registrar, muitas vezes confiando na memória e, quando precisam, a mesma falha. Esta falta é involuntária. Muitas vezes as pessoas se esforçam e podem até reconstituir alguns acontecimentos, em outras vezes lembram vagamente, mas findam recordando alguns pontos que viram dicas para se reconstituir, correr atrás da história.

Conforme Cunha (2010, p. 179) “a memória (...) é uma bênção ambígua” e continua informando que esta bênção é “ao mesmo tempo uma bênção e uma maldição lançada sobre alguém”. Depois complementa: “O passado é uma grande quantidade de ventos e a memória nunca retém todos eles”. Em seguida Cunha reflete: “Fazer ressurgir o passado, mantê-lo vivo, só pode ser alcançado mediante o trabalho ativo – escolher, processar, reciclar – da memória”. Cunha acrescenta que “as pessoas tendem a tecer suas memórias do mundo utilizando o fio de suas experiências” (2010, p. 179).

Para o presente trabalho, os entrevistados selecionados cobrem uma faixa etária compreendida entre os 40 e 76 anos. Desta forma, o que buscamos nesta reconstrução histórica, é recuperar a experiência dos entrevistados relativo ao tema proposto, provocando-os e tentando motivá-los para que recordem, sem interferência externa, do maior conteúdo possível no que diz respeito à participação de cada um na Rádio Santa Cruz de forma direta ou indireta, mas sempre sem esquecer a recomendação de Portelli (apud MATTA, 2005, p. 281) de que “o conteúdo da fonte oral depende em sua maior parte do que o entrevistador coloca em termos de perguntas, estímulos, diálogos”.

Recordamos também que lavamos em conta que os entrevistados são pessoas feitas de esquecimentos (MATTA, 2005), de vazios significativos em relação ao cotidiano e a fatos históricos do dito e do não dito, do acontecido e do insinuado e que são pessoas passíveis de erros, enganos e passíveis da mitificação do passado ou até mesmo do presente. Consideramos, no entanto, que o presente trabalho pode ser uma referência aproximada da realidade da trajetória da emissora, pois contém dados e elementos de relevância na tentativa de dar conta do surgimento e do prosseguimento da radiodifusão pioneira e de como a mesma foi fazendo parte da cultura urbana e rural em Santa Cruz do Sul e região, mesmo em meio a um processo de constantes redefinições, mas sempre tendo em vista o que os entrevistados, principalmente os mais antigos, ainda têm na memória, tanto dos que ouviram

quanto dos que participaram direta ou indiretamente da trajetória da emissora, pois são importantes nesta conjuntura ou intenção de reconstituição da radiodifusão entre nós, lembrando de programas, fatos, casos e da história local e regional da Rádio Santa Cruz.

Levando em conta tudo isso, procuramos reconstruir ou recuperar a presença e o papel desempenhado pela Rádio Santa Cruz como instrumento ou ferramenta de desenvolvimento, sua presença e participação na conjuntura, sua aproximação ou proximidade com a comunidade local e as comunidades distantes, algumas (principalmente na primeira fase – 1946-1990), muitas vezes isoladas por causa de estradas precárias e distâncias enormes para a época, mas muitas vezes conectadas ou ligadas ao “mundo” através da emissora pioneira da região. Neste sentido, o trabalho busca fazer a reconstrução da emissora a partir da memória de certos sujeitos ou personagens, levando em conta suas potencialidades e seus limites em relação ao tema.

O rádio é feito eminentemente de discurso. Ele está presente em todas as suas formas e patamares, não se furtando a todo tipo e ou espécie de ideologia, seja por parte do proprietário ou do locutor em si, de forma particular. Do proprietário porque, mesmo sendo uma concessão (conforme já nos referimos), o rádio é uma empresa comercial como qualquer outra e visa ao lucro. Há rádios e rádios, ou seja, algumas pendem mais para o faturamento e outras para uma inserção ou presença como “sal e luz” para a sociedade, sem se focar demasiadamente no lucro pelo lucro.

Sobre a questão ideológica, Orlandi (2003, p. 9) nos alerta que “não há neutralidade nem mesmo no uso mais aparente dos signos”. Levando em conta isso, o radialista, que lida diariamente ou a cada segundo com o discurso em sua manifestação radiofônica, isto nos “coloca em estado de reflexão e, sem cairmos na ilusão de sermos conscientes de tudo, permite-nos ao menos sermos capazes de uma relação menos ingênua com a linguagem”.

Orlandi (2003) segue sua contribuição refletindo que toda formação social, no entanto, tem formas de controle da interpretação, que são historicamente determinadas, mas podemos observar que o ouvinte, colado em seu aparelho de rádio, ou mesmo descolado dele, pois o rádio permite outros afazeres durante sua escuta, faz sua própria análise das coisas, sua própria interpretação e não raro tira suas próprias conclusões. Ou seja, não podemos sempre querer ou afirmar que o ouvinte é despreparado para tudo, que o ouvinte é displicente, que o ouvinte é obtuso. Não, pois não raro o ouvinte, mesmo com seus resmungos próprios, longe do locutor e do dono da emissora que estejam tentando passar para ele uma forma pronta de pensamento ou um pensamento homogêneo. Se para Orlandi (2003, p. 11) “ao falar, interpretamos”, o rádio permite esta liberdade ao ouvinte.

Mesmo levando em conta a força do rádio e sua aparente pretensão de, não raro, ditar um pensamento homogêneo e modas, o que é certo e funciona, devemos ou podemos observar que “o discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: como o discurso observa-se o homem falando” (ORLANDI, 2003, p. 15). É o que perpassa no rádio. Em outros meios de comunicação o ser humano também fala (discursa ou apresenta seu discurso), mesmo em outras modalidades, mas é no rádio que o discurso aparece de forma mais patética, visível, perceptível e sentida.

O rádio é feito eminentemente de linguagem e a linguagem, para Orlandi (2003, p. 15) funciona como “mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social (...) E essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive”. Depois Orlandi acrescenta que “o trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana” (2003, p. 15).

Sabemos que é complicado separar a linguagem da ideologia, pois ambas estão intrinsecamente irmanadas e de tal forma impregnadas que muitas vezes se passa despercebida ou até mesmo é assumida por alguns. Neste sentido Pêcheux (apud ORLANDI, 2003, p. 17) nos alerta que “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido”. Orlandi (2003) continua analisando a questão e nos indica que “a linguagem não é transparente”. E complementa dizendo que “desse modo ela não procura atravessar o texto para encontrar um sentido do outro lado” e arremata indagando que “a questão que ela coloca é: como este texto soa”? (2003, p. 16).

Tanto no cotidiano das pessoas, como na família, no trabalho e na comunidade, Orlandi (2003) nos recorda que “a linguagem serve para comunicar e para não comunicar”. No rádio isso não é diferente: diz-se muitas coisas e se deixa de dizer muitas coisas. Informa-se muito e deixa-se de informar. Ou se diz ou se informa de maneira truncada ou de maneira atravessada, ou de forma induzida, dependendo do que e da forma como se quer passar a mensagem. Assim, Orlandi informa que “o discurso é efeito de sentidos entre locutores” (2003, p. 21).

Como a língua é condição de realização de um debate, mesmo que no rádio muitas vezes não se tenha resposta imediata do ouvinte, para Orlandi (2003, p. 23) “o discurso tem sua regularidade, tem seu funcionamento que é possível apreender se não opomos o social e o histórico, o sistema e a realização, do subjetivo ao objetivo, do processo ao produto”.

Abordando esta fusão entre linguagem e discurso, Orlandi deixa claro que “a relação é de recobrimento, não havendo, portanto, uma separação estável entre eles” (2003, p. 23).

Como se estivesse falando em favor do ouvinte de rádio, Orlandi (2003, p. 26) diz que nos discursos “há gestos de interpretação que o constituinte e que o analista, com seu dispositivo, deve ser capaz de compreender” (p. 26) e que, além de compreender, deve discernir. Ou seja, nem sempre ou muitas e muitas vezes o ouvinte não engole tudo o que é dito no rádio ou nos meios de comunicação, embora muitas vezes assuma a legitimação do meio dizendo aos outros “deu no rádio”. Ao discutir com outras pessoas, o ouvinte vai diluindo o discurso ouvido e vai debatendo, avaliando, refletindo, amadurecendo a questão.

O discurso é algo marcante e poderoso, mas não é infalível. Mas demonstrando seu poder, Orlandi (2003, p. 38) nos alerta que “todo dizer é ideologicamente marcado. É na língua que a ideologia se materializa. Nas palavras dos sujeitos (...) o discurso é o lugar do trabalho da língua e da ideologia”. Levando em conta o poder do discurso, é Orlandi (2003, p. 39-40) novamente quem nos afirma que

Podemos dizer que o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz. Assim, se o sujeito fala a partir do lugar de professor, suas palavras significam de modo diferente do que se falasse do lugar do aluno. O padre fala de um lugar em que suas palavras têm uma autoridade determinada junto aos fiéis etc. Como nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, são relações de força no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na comunicação.

Mesmo sabendo dessa relação hierarquizada, da relação de poder e do lugar do discurso, em relação ao ouvinte de rádio e até mesmo em relação ao aluno e aos fiéis, sempre sobra uma brecha ou saída aos que indagam ou colocam em questão o que foi dito ou ensinado, nem que seja um interesse pelo aprofundamento do discurso como enriquecimento pessoal das questões, pois o ser humano tem a semente da busca de outros dados, de maior esclarecimento ou maior discernimento das coisas. É claro que há os que assumem pacificamente o discurso do professor, do padre ou do locutor, mas não raro existe o outro lado também, pois aqui trabalhamos com forças e formações imaginárias que permitem às pessoas ampliar o leque do pensamento e da sedenta busca de conhecimento ou esclarecimento das relações cotidianas.

O rádio, ao contrário de outros meios de comunicação, trabalha muito com o imaginário (ORLANDI, 2003), então, podemos afirmar que o imaginário faz necessariamente parte de todo o funcionamento da linguagem, sendo eficaz e, ao mesmo tempo, produtivo. No rádio, o imaginário funciona muito bem quando o ouvinte se identifica com um programa, seja pela musicalidade ou enfoque cultural do mesmo, seja pelo jeito ou posições do locutor e passa a

imaginar o personagem que ouve. Funciona também em casos de animosidades em relação ao apresentador (locutor).

O discurso está presente no cotidiano das pessoas, não só nos meios de comunicação, pois todos, a todo momento, tentam impingir seu pensamento a outros a qualquer preço. Todavia, para Orlandi (2003, p. 71),

O discurso, por princípio (e por mais forte que seja), não se fecha. É um processo em curso. Ele não é um conjunto de textos mas uma prática. É nesse sentido que consideramos o discurso no conjunto das práticas que constituem a sociedade na história, com a diferença de que a prática discursiva se especifica por ser uma prática simbólica.

Mesmo sabendo que o discurso não tem como única função constituir a representação de uma realidade (ORLANDI, 2003, p. 73) e que, no entanto, ele funciona de modo a assegurar a permanência de uma certa representação, podemos também recordar ou clarear que muitas pessoas buscam alternativas de pensamentos e manifestações, mesmo levando em conta também que “a massa” (a maioria) facilmente se torna “massa de manobra” como a história antiga e recente tem nos demonstrado. Neste sentido, o rádio e os meios de comunicação também têm sido ferramenta de orientação ou bússola dos que buscam alternativas, pois através deles podem sondar como andam as questões, bem como podem se manifestar também.

Abordando o aspecto do discurso, Meditsch (2007, p. 243) não se furta em dizer que “o discurso do rádio informativo participa da construção social da realidade de uma maneira específica, tanto pelo lugar social de sua produção quanto de seu consumo”. Em seguida, acrescenta o seguinte: “O conhecimento da realidade que é construído, no ar, pelo rádio (...) estabelece uma forma única de interação social” (2007, p. 277).

Para Fausto Neto (apud FELIPPI, 2008, p. 80) “todo discurso jornalístico visa atingir o ‘outro’, ao mesmo tempo em que tenta oferecer um sentido específico ao objeto/referente do qual ele fala; e o jornalista tem uma projeção de um leitor-moderno”. Conforme Felippi “aqui queremos analisar o discurso (...) e seus sentidos pensando no que esse discurso propõe (...) em termos de significação do mundo, sendo ele produzido sob condições determinadas, históricas, resultado de lutas, embates, alianças que se deram por meio da linguagem, a partir dos sujeitos” da trajetória da emissora como um todo e não só de sua condução ao longo das décadas (2008, p. 81).

O ouvinte e o leitor atento são capazes de observar o que está sendo dito, o que poderia ser dito, o que pode ser dito e como está sendo passado, enquanto procura fazer relações ou

comparações e sempre apela para a memória para contextualizar o emissor (locutor ou autor do texto). A memória de como é o emissor é importante para o ouvinte/leitor, pois ele pode contextualizar seu discurso é avaliar de onde, para onde e para quem o emissor se manifesta. E a memória sempre vai acusar a origem e a posição do meio em questão, sendo facultado ao ouvinte/leitor a opção de continuar ou não com aquele meio ou buscar um meio de comunicação que possa se identificar ou que pelo menos o que discurso do mesmo possa se aproximar do seu modo de pensar.

O presente trabalho se pauta também pela coleta de informações na pesquisa qualitativa e, neste aspecto, a coleta de informações ou dado pode ser feita através de entrevistas com pessoas ligadas ao tema. E, claro, antes disso, de uma busca bibliográfica (TRIVIÑOS, 2001, 80).

A pesquisa bibliográfica, segundo Duarte e Barros (2006, p. 51)

É um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico.

Ao se referirem sobre a pesquisa bibliográfica, os autores deixam claro que, além de ser importante ou fundamental, trata-se da única técnica disponível e utilizada na elaboração de um trabalho acadêmico. Desta forma recorreremos a este método existente para qualificar nosso presente trabalho, bem como para fundamentar o mesmo sob e sobre todos os aspectos.

Duarte e Barros (2006, p. 52) informam que “a tradição oral deu lugar aos registros impressos e estes, pela capacidade de preservação do saber, permitiram a transmissão do conhecimento com mais precisão”. Os autores não se furtam em abordar os novos tempos quando falam sobre as novas tecnologias, ao dizer que “as tecnologias de impressão possibilitaram a duplicação em maior escala e a amplitude do alcance geográfico que o saber pudesse atingir” (2006, p. 52).

Os autores tratam de formas mais modernas que possibilitam ampliar e facilitar a pesquisa bibliográfica ao dizer que “hoje, com o uso do meio eletrônico para publicar documentos e disponibilizar informações, o fenômeno da chamada ‘explosão documentária’ ou ‘explosão da informação’ aumentou em tamanho e complexidade, afetando alunos e pesquisadores que se deparam com um volume cada vez maior de trabalhos publicados e informações sobre sua especialidade” (2006, 53), no entanto não deixam de alertar que esta amplitude causa problemas no momento de se selecionar a literatura pertinente ao tema

trabalhado entre milhares e milhares de publicações existentes e disponíveis. Neste caso, entendemos que cabe ao pesquisador um trabalho apurado de seleção e afinamento dos autores a serem trabalhados. E foi o que realmente procuramos realizar com certo critério e olhar crítico, sempre em vista de um melhor resultado final.

Os autores Duarte e Barros (2006, p. 53) indicam também que “os pesquisadores férteis estão constantemente lendo e descobrindo ‘furos’ no conhecimento que servirão para novas ideais de investigação”. Sem dúvida alguma tomamos este alerta como exemplo a ser seguido no decorrer da elaboração do presente trabalho. Neste aspecto, Lokatos e Marconi (apud DUARTE; BARROS, 2006, p. 54) dizem que este procedimento de busca de maior informação bibliográfica “(...) coloca o pesquisador em contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre o tema”.

Ao abordarem a pesquisa bibliográfica, Duarte e Barros (2006) chegam a ser bem pedagógicos ao ensinar a forma de se munir de vários procedimentos de trabalho, quando indicam a ficha de leitura ou outros meios utilizados pelo pesquisador, como o computador que, assim como a ficha de leitura, permite guardar dados durante o trabalho de campo.

O trabalho e as dificuldades de pesquisa em relação ao rádio (MEDITSCH, 2007) é um problema já enfrentado por outros pesquisadores no que se refere aos dados ou a bibliografia existente sobre o meio. O mesmo acontece com a Rádio Santa Cruz, pois além de rara bibliografia não restou documentação histórica consistente ou documentação de áudio até mesmo pela dificuldade de armazenamento de dados radiofônicos. Para Poletto (apud FERRARETTO; KLÖCKNER, 2010, p. 110)

Outra dificuldade é que se encontra é o desconhecimento sobre a história do rádio, mesmo quando este é um conteúdo previsto já no início da vida acadêmica. É ainda mais acentuado o problema quando se trata da memória local do veículo. Desvalorizado e esquecido em sua trajetória, o rádio é assim, para os estudantes, apenas o modelo comercial atual.

O mesmo acontece em relação à Rádio Santa Cruz, da qual faltam documentos escritos e sonoros, restando apenas na memória de poucos que vivenciaram sua trajetória e dos que ainda atuam na empresa.

As indagações que pairavam eram se a Rádio Santa Cruz marcou presença ou participou do processo de desenvolvimento regional. Estes aspectos são abordados e aparecem no levantamento histórico e nas entrevistas realizadas.

No 1º capítulo lançamos um olhar sobre o surgimento e a expansão do rádio no mundo, no Brasil e no Rio Grande do Sul.

No 2º e no 3º capítulos nos dedicamos exclusivamente à Rádio Santa Cruz, levando em conta os aspectos e objetivos propostos. Abordamos o cenário de surgimento, implantação e expansão da Rádio Santa Cruz, entrevistamos pessoas ligadas à emissora na tentativa de elucidarmos questões referentes à trajetória da mesma nas três administrações e tentamos detectar sua participação ou não na conjuntura do desenvolvimento econômico, político e cultural na região.

1. RÁDIO: ANTENAS DA HUMANIDADE

1.1 O surgimento do rádio

Há controvérsias sobre o *big bang* do rádio, mas temos registro de momentos importantes que compõem o surgimento da radiodifusão. Trata-se (VAMPRE, 1979; ORTRIWANO, 1985; MOREIRA, 1991; TAVARES, 1997; FERRARETTO, 2002) de um misto de Michael Faraday, em 1830; Henry Maxwell, em 1860; Heinrich Hertz, em 1880; Landell de Moura, em 1893; e Guglielmo Marconi, em 1895. Esses foram cientistas que deixaram suas marcas e contribuições na técnica de irradiação sem fios ou na criação da radiodifusão. O importante é não descartar nenhum desses pioneiros, pois os pesquisadores são unânimes em citá-los como fundamentais, como criadores do invento que conquistou o mundo, a partir do século XX.

A descoberta da radiodifusão foi, portanto, um processo. Michael Faraday foi um sábio inglês que, em 1831 (VAMPRE, 1979; ORTRIWANO, 1985; MOREIRA, 1991; TAVARES, 1997; FERRARETTO, 2002), descobriu a indução magnética com a mesma velocidade da luz. Depois veio Thomas A. Edison, quando, em 1880, descobriu que colocando em uma ampulheta de cristal separada entre si e ligando o filamento ao negativo e uma bateria e a placa ao positivo, constatava-se a passagem de uma corrente elétrica da placa para o filamento e nunca em sentido contrário. Mais tarde veio o professor alemão Henrich Rudolph Hertz que comprovou na prática, em 1890, a existência das ondas eletromagnéticas, hoje conhecidas como “ondas de rádio”. Seu trabalho e teorias partiram das experiências de Maxwell, sendo que em sua homenagem as ondas foram “batizadas” de “ondas hertzianas”, usando-se também o “Hertz” como unidade de frequência.

As experiências de radiodifusão tiveram continuidade e, assim, em 1893, o cientista gaúcho padre Roberto Landell de Moura (nascido em Porto Alegre aos 21 de janeiro de 1861) testou a primeira transmissão de fala por ondas eletromagnéticas sem fio. Graças a ele (VAMPRE, 1979; ORTRIWANO, 1985; MOREIRA, 1991; TAVARES, 1997; FERRARETTO, 2002), a Marinha Brasileira realizou, em 1º de março de 1905, diversos testes de mensagens telegráficas. Como a conjuntura brasileira no tempo de Landell de Moura era desconhecida e acanhada, o mundo começou a conhecer os feitos ou experiências do cientista italiano Guglielmo Marconi como o descobridor ou inventor do rádio.

Nascido em Bolonha, na Itália, aos 25 de abril de 1874, Marconi realizou, em 1895, portanto dois anos depois de Landell de Moura, testes de transmissão de sinais sem fio pela distância de 400 metros e depois pela distância de dois quilômetros. Em 1896, Marconi conseguiu a patente da invenção do rádio e passou a ser “o pai” do invento, enquanto Landell de Moura só conseguiu patentear suas experiências em 1900, nos Estados Unidos. Conforme Fornari (1960), Landell de Moura morreu aos 67 anos de idade, aos 30 de junho de 1928, em Porto Alegre, de tuberculose, e sem concluir o sonho de consolidar a radiodifusão. Tanto para Fornari (1960) quanto para Vampré (1979), ao Brasil ainda cabe o reconhecimento de Landell de Moura como o precursor do rádio, a declaração de “o pai do rádio”. Treze anos mais jovem, Marconi também enfrentou problemas de apoio governamental na Itália e, tendo se mudado para a Inglaterra, onde conseguiu amplo incentivo às suas pesquisas e patenteamento de seus trabalhos, recolheu os “louros” da invenção do rádio.

Se o rádio surgiu como telefonia sem fio (MEDITSCH, 2007) e como um artefato beligerante (ARNHEIM, 1936), o objetivo era de encurtar distâncias e agilizar a comunicação, desenvolveu-se de maneira rápida e consistente. Meditsch (2007, p. 113) informa que “essa origem marcaria para sempre os objetivos que orientam a sua utilização”. Depois acrescenta que “a idéia de uma nova utilização à técnica começou a tomar corpo ao final da Primeira Guerra Mundial com a proliferação de amadores que faziam experiências de transmissão como atividade de lazer” (p. 33). Neste aspecto, o surgimento do rádio (MEDITSCH, 2007) criou uma nova relação entre o público, as informações e os acontecimento a que estas se referem. Para Meditsch (2007, p. 142)

A invenção do rádio e do telefone, ao final do século XIX, deitou as raízes da era da comunicação eletrônica que representaria nova revolução tecnológica, trazendo em seu bojo mais uma forma de enunciação. Se a escrita permitira hipoteticamente aos enunciados *percorrer* todas as distâncias entre os homens, isso já não era suficiente. A velocidade industrial impunha uma nova relação espaço-tempo, tratava-se agora de *anular* as distâncias (...) A nova tecnologia permite assim *criar* uma situação, de forma artificial e arbitrária, para além dos limites físicos da enunciação.

Mesmo reconhecendo os valores e as qualidades do rádio, Meditsch (2007, p. 43) faz uma feliz comparação para nos explicar muito bem o significado do rádio, ao dizer: “Assim como cérebro humano, o rádio... permanece pouco conhecido e, provavelmente, sub-utilizado em grande parte de seu potencial”.

A trajetória ou aperfeiçoamento do rádio se confunde com o desenvolvimento econômico e social. Conforme Meditsch (2007, p. 244) “se o telefone e o telégrafo

inauguraram a era da comunicação eletrônica com a introdução do tempo real, a tecnologia do rádio a complementou pela ubiquidade” (p. 244) e esta se tornou possível com a recepção portátil, que “foi uma conquista sem fio que alterou profundamente a produção e transmissão de informação” e vice-versa.

A portabilidade do rádio mudou profundamente a conjuntura e o comportamento social, bem como a sua mudança. A portabilidade do rádio (MEDITSCH, 2007) alterou a forma de recepção da informação e, por isso, as ações e o comportamento social. Além de a informação poder ser recebida de forma instantânea, em tempo real, acompanhando a realidade e a conjuntura, o comportamento era influenciado pelo rádio.

Meditich (2007, p. 245) nos informa que “até o século passado, era normal soldados lutarem e morrerem em guerras que seus governos já haviam encerrado, uma vez que essa informação poderia demorar várias semanas a chegar”, o rádio, com sua instantaneidade, modificou esta conjuntura, levando às pessoas as últimas informações, portanto, uma nova realidade, neste caso, o fim da guerra, evitando, assim, maior desgaste e morte no campo de batalha. Esta informação útil e instantânea favorece também a realidade urbana, a partir da qual as pessoas também mudam de comportamento, sentido ou rumo, dependendo do que é anunciado: novo horário das atividades sociais, local do baile, por onde vai passar o desfile, se vai fazer sol ou se vai chover, a nota de falecimento, o horário do jogo, os rumos da política, as novidades da ciência, da cultura e se o governo vai confiscar a poupança ou não, entre outras questões.

O rádio é um lugar-objeto de convergência das atenções e ao mesmo tempo de mudança de comportamento a partir da informação; é um lugar-objeto de “afirmação da distinção, é também lugar de circulação de seus sentidos, de comunicação (entre as pessoas) para que haja ao mesmo tempo exclusões e legitimações” (MEDITSCH, 2007, p. 250). Esta aproximação do rádio com o ouvinte, quase uma invasão de privacidade, porém, não é total, mas também não é passiva. As pessoas, não raro são levadas a agirem conforme a informação “que deu no rádio”. Tudo isso graças à sua presença constante em casa, à sua força de persuasão. A ubiquidade ou mobilidade do rádio que, sendo no início uma tecnologia estática e de grande porte, com o desenvolvimento tecnológico, invadiu o cotidiano, colocando a informação de forma instantânea nos “quatro” cantos da casa, na rua, no campo, no quarto, na cozinha, no carro, na portaria de um prédio e, até mesmo no banheiro.

O rádio, portanto, tornou-se, a partir do grande esforço de Landell de Moura, Marconi e todos os cientistas que os antecederam, uma espécie de termômetro, bem como um meio que,

hoje em dia, é de grande utilidade para as pessoas se intercomunicarem, enviando mensagens, músicas, reclamando, solicitando, participando, denunciando ou simplesmente curtindo, se informando ou preenchendo de maneira satisfatória, a solidão, tornando-se em fenômeno social coletivo e pessoal ao mesmo tempo. Em ambos os casos, exercendo seu papel de ser “sal e luz” para a sociedade. Não é à toa que Meditsch (2007, p. 251) nos diz que pesquisas de recepção revelam que o público (os ouvintes), em geral, reconhece três funções relevantes no rádio: “entreter, informar e educar”. Em seguida o autor alerta que esta percepção, citada anteriormente, está exatamente “nesta ordem de importância”.

Extrapolando as intenções da criação, do surgimento e do desenvolvimento da radiodifusão, conforme Meditsch (2007, p. 276-277), “o rádio promove e sedimenta saberes, crenças, mitos, ideologias e estereótipos vários... a informação do rádio não só reflete a realidade de maneira específica, mas também é objetivada no diálogo social de maneira específica... O conhecimento da realidade que é construído, no ar, pelo rádio... estabelece uma forma única de interação social”. Levando em conta tudo isso, Bermann (apud MEDITSCH, 2007, p. 277) abre o leque da reflexão ao nos dizer que “Ser moderno é encontrar-se em um ambiente que promove aventura, poder, alegria, crescimento, auto-transformação das coisas em redor... como faz o rádio”.

O desenvolvimento do rádio, enquanto tecnologia, e da radiodifusão, enquanto serviço social fez deste meio de comunicação um “companheiro” que ajuda e leva às pessoas uma gama enorme de informações, bem como tem contribuído para iniciativas pessoais e coletivas. Neste sentido, Meditsch (2007, p 228) nos lembra que

No limiar da maturidade, após quase oito décadas de desenvolvimento (o rádio) paga o preço de ter aberto o caminho. Sua evolução técnica é, aparentemente, mais lenta do que a daqueles que se alimentaram de sua experiência e dividiram o seu sustento. Ainda assim, a condição eletrônica que estava dada já na sua origem é o que pode agora realizar a utopia do rádio como meio de expressão, superando a maior parte dos constrangimentos técnicos que tem impedido a plena realização de suas possibilidades formais.

Para o radialista Cyro César (2009, p. 240), que não se cansa de enaltecer a invenção de Landell de Moura e Marconi, “o rádio foi considerado uma das maiores invenções do século XX, e um dos mais importantes recursos a serviço do homem do século XXI”. Depois o autor lembra o imenso trabalho dos cientistas, quando diz: “Afinal, levar, por ondas eletromagnéticas, dados, informações, prestação de serviço e entretenimento faz dele, dentre os veículos da mídia eletrônica, um dos mais interligados à vida humana”.

Embora o rádio tenha sido utilizado em guerras, embora às vezes seja usado para esconder ou escamotear a verdade, não raro ele está a serviço ou em prol do desenvolvimento das pessoas e das comunidades, muitas vezes promovendo as potencialidades comunitárias, locais, regionais e inspirando iniciativas pessoais. Assim, *navegando* entre o sonho de Bertold Brecht e o desejo de Roquette Pinto, o rádio é um gigante da informação que, se não existisse, realmente precisaria ser inventado. Hoje em dia, no entanto, o rádio é comumente reinventado, até mesmo para continuar atuante

Ao abordar o rádio e a televisão como meios de comunicação de história recente, McQuail (1991, p. 37) afirma:

O rádio, sem dúvida, foi antes de tudo uma tecnologia e somente mais tarde, um serviço e o mesmo se pode dizer da televisão, que começou mais como um jogo e uma novidade do que uma contribuição séria, ou inclusive popular, à vida social (...) Talvez a mais importante das invenções genéricas comuns à rádio e à televisão seja o relato ou transmissão diretos dos acontecimentos no momento em que acontecem¹⁰.

Se é fácil reconhecer (VIGIL, 2003; MEDITSCH, 2005; FERRARETTO, 2007) o rádio como benéfico para a humanidade é possível também reconhecê-lo como fator de desenvolvimento. Para Melo (1988, p 294),

Não constitui novidade a articulação existente entre o desenvolvimento das comunicações e o desenvolvimento econômico-social. A história tem sido pródiga em registrar que a ação do homem para enfrentar a natureza, transformando-a e adaptando-a às suas necessidades de sobrevivência e de bem-estar, vem sendo acompanhada por inovações comunicacionais e informacionais.

Discorrendo ainda sobre a comunicação como fator de desenvolvimento, o autor acrescenta que

A contribuição que os meios de comunicação de massa podem oferecer para intensificar o processo de desenvolvimento das sociedades que permanecem em patamares econômicos atrasados, possuindo padrões tecnológicos e culturais tradicionais, é justamente o de criar expectativas na população, produzindo atitudes detentoras da busca das informações e da manifestação de opiniões, que instauram um *clima para o desenvolvimento* (...) Alimentando aspirações crescentes em relação à posse de bens ou ao usufruto de benefícios intelectuais que percebem no ambiente em transformação, mediatizado pelas mensagens que fluem da imprensa, do rádio, da televisão e do cinema, os habitantes dos países subdesenvolvidos sentem menos medo e mais coragem para tentar novos comportamentos e começam a agir, por se sós, para conquistar os padrões

¹⁰ La radio, sin duda, fue ante todo una tecnología y solo más tarde un servicio, y lo mismo puede decirse en gran medida de la televisión, que comenzó más como un juguete y una novedad que como una contribución seria, o incluso popular, a la vida social. (...) Tal vez la más importante de las invenciones genéricas comunes a la radio y la televisión sea el relato u observación directos de los acontecimientos en el momento en que se producen.

de produção econômica e de bem-estar social identificados naquelas sociedades que já ingressaram plenamente no estágio do desenvolvimento (MELO, 1998, p. 294).

Abordando o processo evolutivo da comunicação e da tecnologia a serviço da mesma, Bordenave (1986, p. 32) nos informa que

Assim se desenvolveu a grande árvore da comunicação. Começou com os grunhidos e gestos dos poucos homens recém-emergidos da animalidade original, evoluiu e se enriqueceu em seu conteúdo e em seus meios, ganhando cada vez maior permanência e alcance, aumentando sua influência nas pessoas e, através delas, incidindo na cultura, na economia, no desenvolvimento e na política das nações.

Se o rádio evoluiu tanto, é porque, com o passar do tempo, caiu no gosto popular, ou seja, foi correspondido pelo público fascinado com as facilidades de meio que também se abriu para todos (Edgar Roquette Pinto, 1884-1954) como um brinquedo e ao mesmo tempo uma revolução que não fazia distinção entre cultos e analfabetos, pois era áudio. E como este passatempo e ao mesmo tempo fonte de informação se expandiu no Brasil, trataremos no próximo capítulo.

1.2 O rádio no Brasil

No Brasil, para muitos pesquisadores, o surgimento do rádio aconteceu em 1922, em Pernambuco, no Rio de Janeiro, para depois surgir em São Paulo, Bahia e Rio Grande do Sul, em 1924, expandindo-se para outros Estados.

Conforme Moreira (1991, p. 15), em 1922 o Brasil fervia com a realização da Semana de Arte Moderna e com fundação do Partido Comunista quando, “em setembro, realizava-se a primeira transmissão radiofônica oficial no País, com o discurso do então presidente Epitácio Pessoa, durante a exposição comemorativa do Centenário da Independência no Rio de Janeiro”. Moreira afirma: “Para a maioria dos visitantes presentes à exposição, o discurso presidencial transmitido através dos alto-falantes estrategicamente posicionados (e ignorados até o momento da transmissão) foi um surpresa”. Saudando e informando os primórdios da radiodifusão, Moreira (1991, p. 20) esclarece o momento da seguinte forma:

A mágica característica do rádio começava – ali – a fazer parte da história nacional. Somente no ano seguinte, em 1923, o rádio iniciava a sua

trajetória no País, com a instalação da primeira emissora brasileira: a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette Pinto.

Se para uns a radiodifusão brasileira iniciou em Recife (PE), para outros começou na então Capital Federal (RJ), com Roquette Pinto e Henrique Morize. Antropólogo, médico, etnógrafo e escritor Edgar Roquette Pinto (1884-1954) é considerado (MOREIRA, 1991) como “o pioneiro” da radiodifusão brasileira pela instalação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, um ano depois da primeira transmissão radiofônica.

Referindo-se aos primórdios da radiodifusão, Ortriwano (1985, p. 25) esclarece que “a partir de 20 de abril de 1923, pudemos considerar as transmissões de rádio no país uma realidade, porém limitada a uma emissora de cunho nitidamente educativo”.

Além de fundador da primeira emissora de rádio no país, Roquette Pinto foi um grande entusiasta da radiodifusão como meio de educação, capacitação e desenvolvimento pessoal e comunitária. Segundo Moreira (1991, p. 16), Roquette Pinto afirmava o seguinte:

Nós que assistimos à aurora do rádio sentimos o que deveriam ter sentido alguns dos que conseguiram possuir e ler os primeiros livros. Que abalo no mundo moral! Que meio para transformar o homem, em poucos minutos, se o empregar com boa vontade, alma e coração!

Levando em conta os primórdios e o desenvolvimento da radiodifusão no Brasil, podemos observar que seus primeiros passos (MOREIRA, 1991, p. 16-17) no país foram de “um meio de comunicação voltado principalmente para a transmissão de educação e cultura”. Essa era a vontade de Roquette Pinto, contra as intenções iniciais de um rádio como instrumento beligerante. Como precursor da radiodifusão nacional, Roquette Pinto (In MEDITSCH; ZUCULOTO, 2008, P. 22) dizia: “O rádio é a escola dos sem escola”.

Como se estivesse em sintonia com Roquette Pinto, mesmo em tempos distantes um do outro, Lauro Borges, (apud JUNG, 2004, p. 133) nos diz que “o rádio tem três funções: ensinar, educar e divertir”. Cabe, portanto, cada radiodifusor ou profissional trilhar este caminho. Ou não.

Depois da criação da primeira emissora oficial no país (ORTRIWANO, 1985, p. 15) por iniciativa de Roquette Pinto, muitas outras emissoras foram surgindo “nas modalidades de rádio sociedade e rádio clube”. Como qualquer iniciativa, no início, a radiodifusão no país sofreu com a falta de recursos e investimentos no setor. Durante praticamente toda a década de 20 (MOREIRA, 1991, p. 20), o rádio brasileiro caracterizou-se pela produção de programas simples, com informações e músicas, devido a falta de investimentos em novas tecnologias. Até então, o rádio dependia fundamentalmente de recursos governamentais. Na

década seguinte, com o aparecimento do *jingle*, ou seja, a propaganda, o rádio deu largos passos, mudando sua face e os rumos.

Conforme Moreira (1991, p. 25) foi somente em 1932 que o rádio recebeu autorização oficial para a veiculação de anúncios, através do Decreto-Lei 21.111. Foi neste período que o Brasil adotou o modelo de radiodifusão norte-americano e passou a distribuir concessões de canais a particulares, reforçando, deste modo, a exploração comercial do veículo. Para Moreira (1991, p. 28) o investimento do setor privado deu largos passos à radiodifusão e a audiência do rádio começou a crescer, motivada em parte pelo barateamento dos aparelhos receptores e pela guinada na programação das emissoras. Na época o rádio tornou-se o meio mais cobiçado pelos anunciantes de peso, como General Electric, Standard Oil, RCA Victor, Good-Yar, Kolynos e a Coca-Cola mudaram radicalmente o meio rádio.

Nos anos 30, o Brasil já contava com 29 emissoras, sendo que sua programação era basicamente de educação e cultura, transmitindo, conforme Tavares (1997, p. 47), música, ópera e textos “instrutivos”. O sentimento de rádio-educação contaminou também alguns locutores quando diziam: “Senhoras e senhores, bom dia! O rádio traz a paz, a educação, a alegria...” aos vossos lares (MOREIRA, 1997, p. 20).

A escalada de ascensão do rádio no Brasil foi de uma rapidez estrondosa. Por treze anos, de 1923 até 1936 a radiodifusão era praticada conforme a vontade do dono do empreendimento, mas como o desejo de Roquette Pinto era que o novo meio fosse um serviço aos “que vivem em nossa terra” (MOREIRA, 1991, p. 22) foi neste ano que ele doou a emissora Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ao Governo Federal, com a promessa de que o mesmo preservasse seus ideais. Foi assim que se iniciou o sistema de Rádios Educativas no Brasil, presente até nossos dias. O desejo do precursor da radiodifusão no país não durou muito, pois, embora o Governo Federal tenha mantido o sistema de rádios educativas, logo popularizou o rádio comercial.

Foi em 1941 que o rádio brasileiro conheceu o programa *Repórter Esso*¹¹. O *Repórter Esso*, informativo que durou 27 anos no ar (até 1968) alterou completamente o padrão e o comportamento do rádio brasileiro. Entusiasmado com o grande sucesso da modalidade *Repórter Esso* no Brasil e no mundo, Heron Domingues, a voz que caracterizou e dominou o *Repórter Esso* em nosso país, declarou (apud MOREIRA, 1991, p. 22): “A imprensa é a análise, o rádio é a síntese”. Como se estivesse sintetizando os ideais de Roquette Pinto,

¹¹ O *Repórter Esso* foi um programa voltado principalmente para cobertura de fato da Segunda Guerra Mundial, com base em notícias distribuídas por agências norte-americanas ligada à McCann-Ericksin, empresa detentora da Esso Standard de Petróleo, com a finalidade de divulgar o seu produto, o combustível (a gasolina).

complementa: “A imprensa dirige-se aos que sabem ler; o rádio fala, também aos que são analfabetos” (MOREIRA, 1991, p. 23).

Segundo Moura (apud MOREIRA, 1991, p. 25),

Foi dessa maneira que entre 1946 e 1947 o Brasil foi inundado de produtos *made in USA* e suas respectivas propagandas, desde os carrões de luxo, passando pelos sabonetes, careais, gelatinas, lentes, lâminas, escovas, brilhantinas, produtos de beleza, inseticidas, remédios, tinta, tecido, material de escritório, eletrodomésticos, até as famosas bugigangas de matéria plástica – a mais moderna criação norte-americana – enfim, toda a parafernália do consumismo americano.

Moreira (1991, p. 26) comenta o período dizendo que “o rádio brasileiro não resistiu aos encantos dos novos produtos e às fartas cotas publicitárias distribuídas pelas agências de publicidade estrangeiras entre as principais emissoras nacionais” e em seguida confirma o referido investimento quando declara: “atrações de sucesso no rádio, consumo garantido dos produtos”.

Para Ortiz (1988, p. 38), “é somente na década de 40 que se pode considerar a presença de uma série de atividades vinculadas a uma cultura popular de massa no Brasil”. A imprensa, jornais e revista eram uma realidade, mas não atingiam ainda a população em sua maioria analfabeta. Conforme Ortiz (1988, p. 39),

A velha sociologia do desenvolvimento costumava descrever essas mudanças sublinhando fenômenos como o crescimento da industrialização e da urbanização, a transformação do sistema de estratificação social com a expansão da classe operária e das camadas médias, o advento da burocracia e das novas formas de conceito gerencial, o aumento populacional, o desenvolvimento do setor terciário em detrimento do setor agrário.

Neste contexto até mesmo o rádio (ORTIZ, 1988, p. 41) enfrentou problemas de expansão devido ao subdesenvolvimento da sociedade brasileira. Conforme o autor “estudos mostram que em São Paulo, nas décadas de 30, 40 e 50, o rádio tinha características marcadamente locais, e se pautava segundo um padrão regional”.

Depois Ortiz (1988, p. 54) acrescenta que “a exploração comercial dos mercados se fazia, portanto, regionalmente, faltando ao rádio brasileiro da época esta dimensão integradora característica das indústrias da cultura”. Sim, o rádio nasceu como um recurso local, regional. Tempos depois ele explodiu e passou para a massificação para depois voltar ao regional, tal como o conhecemos hoje, com algumas exceções que são as emissoras de longo alcance estadual e nacional. A aldeia global é também o regional.

Se o comercial revolucionou o rádio, não podemos dizer que essa revolução foi exatamente benéfica. Com o comercial o rádio passou a ser um mero intermediário entre a indústria e o consumismo. Desta forma, a ampla popularidade do rádio como meio de comunicação aconteceu somente com um empurrão fundamental da tecnologia: fabricação e venda de equipamentos de receptores domésticos. O que antes era um ritual, reunindo a família em torno de um grande aparelho na sala de visita para se ouvir músicas e informações, tornou-se um utensílio popular e assim o rádio passou a ser um “companheiro” na cozinha, no carro, no quarto etc.

Embora a tecnologia tenha enterrado definitivamente o sonho de Brecht ao reduzir o público a mero receptor (BRECHT, 1932), o rádio tornou-se de grande utilidade comercial, transmitindo informação sobre mercadorias e produtos, atraindo o consumidor e ampliando a circulação comercial, sendo carro-chefe da globalização. Um dos produtos popularizados pelo rádio foi o disco. Conforme Tavares (1997, p. 165), “com o impacto do rádio, que começava a se profissionalizar, o público ouvinte acabaria comprando mais discos, pois multiplicavam-se os astros e estrelas” da musicalidade nacional e internacional.

Como intermediário cada vez mais afamado e gozando de grande importância e credibilidade entre a indústria, a sociedade civil e os consumidores, é Tavares (1997, p. 166) quem nos informa sobre os efeitos daquele que encantava a população, ao dizer que:

O rádio elegeu presidentes, governadores, prefeitos e vereadores; o rádio ajudou a derrubar governos; o rádio levou para dentro dos lares a violência das guerras e revoluções; o rádio tanto consolou enfermos como levou uma palavra de esperança e otimismo aos presos e marginalizados pela sociedade; o rádio transmitiu toda a sorte de eventos, atuou como prestador de serviço e transformou-se num autêntico *jornal eletrônico*, principalmente junto às camadas menos favorecidas pela sorte, aos cegos e aos analfabetos.

O rádio viveu décadas de comando absoluto da atenção da população, mas a partir da década de 50, conforme Moreira (1991, p. 35), “o rádio brasileiro começa a registrar uma queda significativa de audiência, em decorrência da veloz popularização da TV” no país. Assim como o rádio não suplantou o jornal, a TV não suplantou o rádio, mas, já naquele tempo, não faltou quem pregasse ou profetizasse a “morte” ou o desaparecimento do rádio, com o advento da TV. Ao apontar as vantagens da televisão, o radialista Hélio Tys (apud MOREIRA, 1991, p. 35) “conjugando som e imagem, o rádio está condenado à extinção pelo novo veículo”. Em seguida toma fôlego para reconhecer que o desaparecimento do rádio ainda levaria algum tempo, ao dizer: “Por sorte sua, os receptores (de TV) ainda são caros, mas as verbas mais ponderáveis vão para a televisão, esvaziam o rádio” (1999, p. 35).

É certo que o aparecimento de uma nova tecnologia sempre causa impacto em antigos meios, mas não significa necessariamente o seu desaparecimento. Prova disso é que o rádio se refez e continua. Outra realidade foi a debandada do elenco do rádio para a televisão, mas este logo procurou se refazer, buscando novo plantel. Isso já havia acontecido com o rádio que, quando surgiu, arrebanhou o elenco do serviço de alto-falante.

Jung (2004, p. 51) nos apresenta a situação do rádio em relação a outros meios: “O investimento publicitário no rádio é pequeno se comparado com o que vai parar nas emissoras de televisão (59%) e nos jornais (18,1%)”, mas esta realidade já foi diferente, contrária, e mesmo não sendo o meio alvo de investimento, o rádio procura se manter como uma das referências em comunicação popular. Abordando a concorrência entre rádio e televisão (JUNG, 2004, p. 54) indica que, com a chegada da TV, o rádio perdeu artistas, profissionais e poder de influência com a transferência das verbas publicitárias.

Com seu rápido avanço, a televisão fez o rádio se mexer para não perder seu espaço ou para não confirmar a previsão de seu possível desaparecimento. Neste sentido, conforme Moreira (1991, p. 36) “o rádio brasileiro passou a carecer de readaptações e reformulações, a partir da metade da década de 1950”. Como já não era exclusivo e grande parte de seu grande público estava fascinado pela televisão, o rádio procurou outras formas de identificação com o ouvinte e, conforme Moreira (1991, p. 38), “ali começou a ser delineada a presente função do rádio: a de ‘companheiro’ de qualquer cidadão”. Na luta da concorrência, o rádio manteve algumas vantagens em relação à televisão, a saber: a versatilidade, a facilidade, a instantaneidade. Neste sentido o radialista Antônio Figueiredo (apud MOREIRA, 1991, p. 39) diz que “a televisão está 12 horas atrasada em relação ao rádio. O rádio é o único veículo que dá agora a notícia que você vai ler amanhã, e a TV vai apresentar no fim da noite”.

Ao rádio, no entanto, não falta defesa. Para o radialista Mauro de Felice (apud, MOREIRA, 1991, p. 39) não existe problema no mundo da radiodifusão e “não existe decadência no setor, e algumas emissoras que lutam com dificuldade é porque não puderam ou não souberam adaptar-se à nova realidade do mercado, decorrente da concorrência com a televisão”. Nesse aspecto, Felice fez a defesa intransigente da radiodifusão, ao afirmar que “o rádio continua sendo o mais importante veículo de comunicação de massa, não apenas no Brasil, mas em todo o mundo”.

A expansão do rádio foi rápida, se levarmos em conta as dificuldades tecnológicas das primeiras décadas do século XIX e em pouco tempo o mesmo estava presente de norte a sul do país, tornando-se uma realidade em Porto Alegre, de onde se expandiu para o interior do estado. É o que abordaremos a seguir.

1.3 O rádio no Rio Grande do Sul

Tendo explodido no país na década de 20 do século passado, a radiodifusão não demorou a chegar ao Rio Grande do Sul, terra de Landell de Moura e terra onde a transmissão da voz humana através de ondas iniciou-se através das experiências técnicas do cientista que é, conforme já mencionado, no mínimo, um dos inventores do rádio. No estado, a radiodifusão chegou primeiro no litoral Sul, com a instalação de uma emissora em Pelotas para depois chegar a Porto Alegre e, quase duas décadas depois, se expandir para o interior. Para Ferraretto (2002, p. 24)

A radiodifusão sonora surge no estado em um contexto histórico muito particular, no qual predomina, no plano político, a ideologia positivista, transposta também para a vida social pela transformação do cenário urbano em um anseio de afirmação da modernidade pretendida pela elite da época. Neste quadro, a recepção de emissões geradas no centro do país ou na região do Rio da Prata aparece como uma curiosidade, um passatempo a que têm acesso exclusivamente parcelas da classe dominante. No Rio Grande do Sul, onde impera o Partido Republicano Rio-Grandense, fortemente baseado na leitura que Júlio Prates de Castilhos fizera, em fins do século 19, da obra do filósofo francês Augusto Comte, não é por acaso que integrantes da burocracia oficial da burguesia comercial e industrial organizaram as primeiras entidades transmissoras em Porto Alegre e Pelotas, as duas cidades cultural e economicamente mais desenvolvidas do estado.

Conforme Ferraretto (2002, p. 26) “a introdução do rádio no extremo sul brasileiro insere-se, assim, nesta lógica do ideal de modernização pela ciência, de progresso amparado na ordem, tão cara ao positivismo, dominante desde a promulgação da Constituição Estadual, de 14 de julho de 1891...” Recebendo influência da radiodifusão de longe, antes mesmo de receber a instalação de sua primeira emissora e acompanhando a radiodifusão vindo de fora (Rio de Janeiro, Buenos Aires, Estados Unidos e Europa), o Rio Grande do Sul não se furtou em se movimentar para se modernizar e assim, na opinião de Ferraretto (2002, p. 29), “o rádio, mesmo sem nenhuma estação transmissora operando no Rio Grande do Sul, já era visto... como símbolo de modernidade” e o autor acrescenta que o rádio, antes mesmo de ser implantado aqui, ele “fornecia notícias e proporcionava entretenimento”, mas que o mesmo não parava por aí pois “despertava interesse suficiente...” para provocar modernização/atualização do jornal, sendo que “o novo veículo de comunicação começava,

lentamente, a fazer parte dos desejos, sonhos e utopias da burguesia em ascensão” gaúcha (FERRARETTO, 2002, p. 29).

A instalação da primeira emissora de rádio no Rio Grande do Sul, conforme Vampré (1979, p. 43), aconteceu em 1925, com o surgimento da Rádio Sociedade Rio-Grandense de Pelotas, sendo que a Rádio Sociedade Gaúcha, a primeira surgida em Porto Alegre, cujas transmissões iniciaram, em caráter oficial, no dia 19 de novembro de 1927, já funcionava desde 7 de setembro (de 1927), em caráter experimental.

Não demorou muito tempo e em Porto Alegre surgiram outras emissoras, bem como em cidades pólos do Estado. Em Porto Alegre, em 1935, surgiu a Rádio Farroupilha e, conforme (VAMPRÉ, 1979, p. 57), não demorou muito para a mesma ser adquirida pelo grupo Emissoras Associadas, de Assis Chateaubriand. Um dos protagonistas da Rádio Farroupilha era Arnaldo Ballvé, que começou atuar como empreendedor no mundo do rádio e vinha se tornando um destaque neste campo, mas com a mudança de propriedade da Farroupilha ele deixa a emissora para buscar novos empreendimentos. A inserção do Grupo Emissoras Associadas de Assis Chateaubriant no Rio Grande do Sul, bem como sua expansão para outros Estados já significou a abertura ou permissão dos conglomerados ou monopólios nos meios de comunicação burlando até mesmo a parca legislação vigente, que depois foi sendo aperfeiçoada.

É Ferraretto (2000, p. 137-138) quem nos informa que “boa parte do crescimento da Farroupilha ao longo dos anos 30 deve-se ao diretor da PRH-2, Arnaldo Ballvé, descrito pela imprensa da época como um apaixonado pelas suas atividades, que trabalhava de manhã à noite...” Depois o autor acrescenta que “atuando em estreita sintonia com os artistas da emissora... é de Arnaldo Ballvé que partem diversas iniciativas em termos de programação...” para a emissora.

A convite de Arthur Pizzoli (VAMPRÉ, 1979, p. 129), em 1943, Ballvé assumiu a Rádio Gaúcha, cujo posto aproveitou para expandir seu empreendimento radiofônico no interior do estado do Rio Grande do Sul, começando pela fundação da Rádio Santa Cruz, em Santa Cruz do Sul (1946).

A presença e influência do rádio no Rio Grande do Sul é notada através de vários escritos. Para Clemente (In: NEUBERGER, 1997, p. 23), “o rádio evoluiu de maneira surpreendente... e sua influência e audiência foram crescendo com o correr dos anos. Com a invenção do transmissor, o rádio ficou mais perto das pessoas e mais perto da divulgação da cultura... e na sua incorporação pelas pessoas, pelas comunidades”. Depois acrescenta: “A cultura define-se como ação aperfeiçoadora da pessoa e do grupo social. Inúmeras são as

possibilidades do rádio incentivar e semear a cultura” (1997, p. 24). Ao falar sobre a contribuição da radiodifusão na cultura, Clemente enfatiza que “a comunicação torna-se a base da cultura que vai sendo apreendida através das ondas hertzianas nos mais afastados mundos, longe da civilização que se torna perto, que se desfruta na intimidade mais reservada e abscondita da personalidade”. Em seguida, Clemente louva a invenção de Moura-Marconi destacando o seguinte: “o rádio, invento maravilhoso, fonte de cultura, campo de lazer, companheiro na solidão, amigo de quem não tem amigos a seu redor” (1997, p. 25).

Presente há quase 30 anos na radiodifusão gaúcha, conforme Leite (In: NEUBERGER, 1997, p. 48), o então arcebispo de Porto Alegre, Dom Vicente Scherer, assim se refere a este meio de comunicação:

A radiodifusão prende-se vitalmente a altos interesses de desenvolvimento da comunidade social. Ou ela se colocará decididamente ao serviço dos ideais de verdade, justiça, família e honestidade, que constituem o alicerce de toda organização humana, ou promoverá, deliberada ou inconscientemente, a tarefa demolidora do gênio do mal... A humanidade segue o rumo que lhe imprimem as idéias que se difundem pela palavra falada.... Uma estação de rádio-emissora, por isso, e todo aquele que ocupa um microfone, exercerá uma ação de vastas e imprevisíveis conseqüências ou para a felicidade ou a desgraça dos ouvintes que talvez se contem aos milhares. Quem divulga e difunde o erro e o vício, semeia ventos que se amadurecerão, cedo ou tarde, a colheita trágica de tempestades ruinosas. O arauto da verdade e o promotor das causas nobres formará consciência entre os prestimosos e felizes construtores de um mundo novo e melhor, sob o signo da paz, da justiça e da fraternidade.

Ao se referir sobre o uso de radiodifusão gaúcha no contato com seus interlocutores é Scherer, novamente, conforme Leite (In: NEUBERGER, 1997, p. 49) quem nos esclarece sua relação com o rádio, dizendo: “Desejei falar a linguagem do bom senso, com realismo e objetividade, com independência e sem paixão, segundo as normas coerentes do filósofo da reta razão”. Complementando, Leite informa que Scherer, ao se valer do rádio como meio de ligação com a população gaúcha, “analisou problemas de Ética Social Direito Humano, ética política, ética econômica, ética agrária, ética na cultura, ética da conflitividade e violência social, ética no lazer, na educação e nos meios de comunicação social” (In: NEUBERGER, 1997, p. 50),

O rádio no Rio Grande do Sul não se furtou em marcar presença e participação no estado e, de várias maneiras, é lembrado e citado pelos gaúchos, a exemplo Daros (In: NEUBERGER, 1997, p. 123): “Nos nossos invernos rigorosos, tudo era abandonado pela companhia do rádio, quando a chuva lá fora, não deixava a gente colocar o nariz na rua”. Neste sentido (NEUBERGER, 1997) nos informa que o rádio gaúcho colocou o povo em

conexão com o mundo quando da odisséia/conquista/viagem do homem à lua, com narração ao vivo. Neuberger (1997, p. 128) nos diz o seguinte: “Enfim havia chegado o dia. Era o dia 16 de julho de 1969. No rádio ouvia-se a voz inconfundível de Flávio Alcaraz Gomes, que transmitia diretamente de Cabo Kennedy para a Rádio Guaíba”, um grande e importante momento para a humanidade. Neuberger (1997, p. 136) não se furta em complementar que “Se o homem conquista a Lua, então tudo o mais é possível, desde que se lute com obstinação para alcançar o objetivo” e, neste sentido, o rádio tem sido, ao longo dos tempos, um fator de crescimento e desenvolvimento, um aporte importante para as pessoas e as comunidades.

Com o tempo o rádio foi se popularizando e se inserindo em camadas ou classes sociais, invadindo lares e a vida cotidiana. Com o avanço da tecnologia o aparelho de rádio se tornou portátil e, com isso, ganhou espaços e ampliou sua presença na sociedade. É esta presença ampliada ou popular que abordaremos no próximo item.

1.4 Características do rádio AM

A maior característica do rádio AM (Amplitude Modulada)¹² é a prestação de serviço: informação (jornalismo), música, entretenimento. Sua agilidade, sua instantaneidade tornaram-se as qualidades primordiais do rádio e, conforme Moreira (1991, p. 20) neste sentido, “o rádio jamais foi superado pela televisão”. Santoro (apud MOREIRA, 1991, p. 39) elenca alguns pontos fundamentais a respeito do rádio, dos quais podemos ressaltar dois, a saber:

¹² Modulação em Amplitude ou simplesmente AM (Amplitude Modulada) é a variação da intensidade de saída de Rádio Frequência (RF) do transmissor a uma velocidade de áudio. A tensão de saída do radiotransmissor tem uma variação que oscila para cima e para baixo de seu valor nominal de acordo com a frequência de áudio, permitindo um alcance a longas distâncias. O sistema de transmissão AM (Amplitude Modulada) é o sistema de modulação mais antigo, pois vem desde 1890, tornando-se um sistema próprio de transmissão em rádios populares. Esta transmissão de rádio é feita através de ondas eletromagnéticas. Dado o seu sistema de ondulação em picos ou pulos (para cima e para baixo), ela ultrapassa barreiras, permitindo percorrer longas distâncias. Por outro lado, depois surgiu o sistema FM (Frequência Modulada), um sistema de transmissão linear voltado para rádio e televisão. Trata-se de outra modalidade, cuja característica é uma maior nitidez ou clareza na transmissão. A partir de 1949 o sistema FM começou a ser usado como em transmissão de rádio e se tornou uma alternativa em relação ao rádio AM. Enquanto o sistema AM ficou conhecido como popular, o sistema FM ficou conhecido como mais sofisticado. Hoje em dia ambos os sistemas são bastante populares, graças inclusive aos avanços tecnológicos.

1. O rádio é, antes de tudo, companhia e diversão, pois pode ser ouvido em qualquer lugar (o carro, o quarto, a cozinha e o local de trabalho são os espaços mais importantes) e, geralmente, por uma só pessoa.
2. O rádio é um meio de comunicação ágil, apto a transmitir informações rapidamente, e tal especificidade tem sido levada em conta na programação de inúmeras rádios que têm dado ênfase ao trabalho de prestação de serviços, transmissões esportivas, coberturas ao vivo, troca de informação etc.

Ao reconhecer as qualidades do rádio, Moreira (1991, p. 40) não se furta em reconhecer que no Brasil o rádio “exerce grande influência no ouvinte”. Erbolato e Barbosa (apud MOREIRA, 1991, p. 41) afirmam que “entre os veículos de comunicação de massa, o rádio foi, é e provavelmente ainda será, durante muito tempo, o mais popular e de maior alcance. Em qualquer estatística, ele figura em primeiro lugar. As pessoas ouvem as suas mensagens e por elas se deixam influenciar”. Mesmo reconhecendo alguns pontos fracos, Moreira nos ensina que “a maioria das emissoras que transmitem em AM destina a maior parte do seu horário aos programas voltados para problemas cotidianos do cidadão comum”.

Outra característica do rádio (JUNG, 2004, p. 39) é a sua proximidade com o ouvinte, a conversa direta com a população. A proximidade é tão forte que se popularizou através de uma expressão corrente: “Falar ao pé do rádio”. Para Jung (2004, p. 39) “o público se identifica com a emissora da cidade e como o radialista de plantão”, sendo que emissora e comunicador fazem parte do cotidiano do ouvinte e “a pessoa envolvida nesse ritmo frenético encontra no rádio o veículo adaptado ao momento, pois lhe permite manter-se informado ao longo do dia, sem tirar a atenção das demais atividades” (2004, p. 64).

Ampliando o sentido de proximidade e de intimidade, com o rádio “ao pé do ouvido”, Guilhon (apud RUAS, 2004, p. 64) afirma: “...o rádio é sempre mais gostoso quando é conversado ao pé do ouvido, com intimidade e confiança. É assim que ele fala mais perto do coração e da alma da gente... basta uma sugestão, um som de água corrente, o mar batendo nas pedras, pra gente se transportar rapidamente para uma sonífera ilha”. Mas esta intimidade ajuda, soma, colabora no processo de desenvolvimento da pessoa? Conforme Cogo (apud RUAS, 2004, p. 40) “o rádio é a janela auditiva de contato das classes populares com o mundo” e através dele “as pessoas ouvem suas músicas, seus programas preferidos, o noticiário” e assim estão inteiradas do que se passa no mundo, ou seja, estando ligadas. As pessoas ficam sabendo da normalidade, mas podem se inteirar de algo extraordinário em tempo quase real, seja, a morte de um Papa, de um presidente da República, um acidente grave numa rodovia ou no centro da cidade, um pedido de doação de sangue, uma emergência ou de mobilização social.

Neste sentido, mesmo com o advento da televisão, o rádio consegue se manter como veículo sintonizado diretamente com a população que já dispõe do rádio em qualquer ambiente da casa. Inclusive o rádio faz programas dirigidos, segmentados. Assim, quando a dona de casa está cozinhando ou os funcionários de um restaurante ou de uma padaria trabalham, o rádio está ligado. Se alguém do grupo está de aniversário, pede-se uma homenagem. Da mesma forma as pessoas estão ligadas ou interligadas quando, do trabalho ou em casa enviam mensagens e homenagens para quem está em outro lugar, mas que precisa ser contatado, homenageado, saudado, avisado, informado etc. Tudo isso também, hoje em dia, já se faz através do rádio ligado à Internet. Essa é uma das contribuições do rádio às pessoas, às comunidades e ao país. Seu poder de mobilização é grande e pode ser fator de desenvolvimento. Para Souza (apud RUAS, 2004, p. 95)

(...) o cidadão, indivíduo informado e consciente de seus direitos e deveres, participa ativamente de todas as questões da sociedade. Tudo o que acontece, seja no meu país, na minha cidade ou no meu bairro, acontece comigo. Então preciso participar das decisões que interferem na minha vida. Um cidadão, com um sentimento ético forte e com consciência de cidadania, não deixa passar nada, não abre mão desse poder de participação. A idéia de cidadania é ser alguém que cobra, propõe e pressiona o tempo todo. O cidadão precisa ter consciência do seu poder então, se há um problema na sua rua, você chama o seu vereador e, se eleger o prefeito, chama o prefeito.

É através do rádio, meio simples, acessível, barato e rápido, que a pessoa pode permanecer efetivamente ligada à sua comunidade e, claro, ao mundo, pois o rádio, por mais local e mais regional que seja, sempre informa rapidamente sobre acontecimentos nacionais e internacionais. Esta é uma forte característica e potencialidade do rádio: local, regional e, ao mesmo tempo, global. Principalmente levando em conta que a televisão, mesmo que apresente fatos comuns e semelhantes aos sofridos pela população, é um meio não muito acessível, enquanto que o rádio tem esta característica mais pessoal, mais aconchegante. Nessa condição, o rádio pode atuar como estratégia de transformação da realidade cotidiana como representante da comunidade ou da região, pois ele pode analisar a realidade, refletir, apontar caminhos e soluções e até ajudar a promover ações que modifiquem o cotidiano, sendo e agindo como fator de transformações e de desenvolvimento.

Outra característica ou componente do rádio é o forte envolvimento criado pelo locutor, íntimo do ouvinte, quase que tornando a audiência individualizada, mas, ao mesmo tempo, de vasta abrangência e em interação, mesmo sem o retorno desejado por Brecht (In: MEDITSCH, 2005), no entanto com uma fusão de processos, permitindo um *feedback*. Neste sentido, o poder da radiodifusão está relacionado a vários fatores, sendo o principal, a

oralidade, seguida de sua ampla penetração social. Não é à toa que para Moreira (2001, p. 98) “... a sociedade empresta ao rádio uma credibilidade quase mágica”.

A característica de imediatismo e da instantaneidade do rádio são coisas que o tornam sempre vivo e cada vez mais presente na sociedade. Essas características nem sempre foram assim, mas a sua mobilidade, depois do aparelho portátil, torna-o sempre presente na composição de processo de desenvolvimento através de suas mensagens transmitidas. E aqui podemos citar Ortriwano (1988, p. 21) quando recorda que

(...) Depois da tendência do rádio extremamente cristalizado, tudo prontinho, tudo gravado, tudo feito de antemão, voltou a fase do rádio ao vivo, porque nada substitui o mistério do instantâneo, a pulsão do instante que passa. O instante que passa está carregado de mistério, tudo pode acontecer no instante. E, somente, ao vivo, o rádio pode transmitir o instante que passa, no momento exato em que está passando. O ouvinte, nesse instante, é obrigado a imaginar o que houve e o que está sendo descrito. Não há outro meio melhor para estimular a imaginação, principalmente na sua instantaneidade. São imagens, que no rádio não se limitam ao tamanho da tela. Elas têm o tamanho que você quiser.

Num misto de várias qualidades e potencialidades, essa característica (RUAS, 2004) de ser útil à comunidade como fator de desenvolvimento, com programas educativos, de lazer e companhia, depois servindo como meio também de entretenimento e diversão, além da vantagem de ser um meio de comunicação essencialmente popular, o rádio permite aos ouvintes inúmeras possibilidades de se comunicar solicitando apoio ou socorro e resolver problemas, garante à radiodifusão grande aceitação junto à comunidade regional, envolvendo-a de maneira mais intensa e participativa, numa grande agregação. Neste sentido, Costa (apud RUAS, 2004, p 148) nos informa que

O rádio, além de simples companhia, pode contribuir para melhorar a educação no Brasil e dar chance para que as pessoas, melhor informadas, consigam ter melhor qualidade de vida. Os radialistas podem colaborar para essa melhoria promovendo campanhas de utilidade pública como: fazer campanha para que os pais matriculem alunos na escola, para que não haja nenhuma criança fora da sala de aula; incentivar a formação de associações de pais e mestres e conselhos escolares; incentivar os pais a levarem os filhos aos postos de saúde em épocas de vacinação; ensinar de que modo a preservação do meio ambiente está relacionada a uma vida saudável.

De fácil entendimento, outra característica do rádio, segundo César (1990, p. 101) “... para que o ouvinte se sinta atraído pela programação, ele deve entender o que estamos falando. Devemos usar uma linguagem sem muitas formalidades mas ao mesmo tempo rica em variações”. A informalidade e as variações (criatividade) devem ser características constantes no rádio.

Da primeira estação de rádio no país, passando pelo tempo de concessões aos simpatizantes do regime militar (1964) e pelo tempo dos amigos da ARENA (Aliança Renovadora Nacional)¹³, as concessões de rádio deram um grande salto numérico no país. Conforme Sant’Anna (2007, p. 75) “com suas 7.509 estações de rádio, das quais 2.982 comunitárias legalizadas, o Brasil é uma nação rica no campo da radiodifusão. O rádio chega a 88% dos domicílios nos 5.561 municípios do país e a 83% dos automóveis. São 134 milhões de aparelhos em 47 milhões de lares e 19,4 milhões em veículos. O número pode ser muito maior se pensarmos além desse aspecto oficial, pois não se tem dados concretos sobre a “legião” de rádios comunitárias consideradas *livres* ou *piratas* que funcionam normalmente, mas sem um controle ou uma estatística do Ministério das Comunicações ou até mesmo da ANATEL¹⁴ ou da ABRAÇO¹⁵ (SANT’ANNA, 2007, p. 76). Ao se referir às rádios livres e ou piratas, Sant’Anna (2007, p. 78) afirma que “fala-se em dez mil, vinte mil, até trinta mil emissoras em funcionamento sem autorização”.

Se para Sant’Anna (2007, p. 79) a audiência do rádio é de 88%, para Jung (2004, p. 60) “99% dos brasileiros ouvem rádio”. Além de ouvirem acreditam no que ouvem, pois “o índice de credibilidade do rádio só é inferior ao da Igreja Católica; está sete posições à frente do jornal impresso e 17 adiante da televisão”. Jung (2004, p. 45) cita uma pesquisa realizada pela agência Propeg revelando a grande aceitação do rádio: “Dos 1.700 entrevistados, 75% estão satisfeitos com o veículo. O índice baixa para 54% quando o tema é a televisão”..

Jung (2004, p. 61) acrescenta ainda que o Ibope verificou que 54% dos ouvintes paulistanos procuram informação no rádio e, neste sentido “tem quem ligue, também, para se entreter (37%), se distrair (34%), passar o tempo (13%) ou ter uma companhia (12%)” e, ao falar sobre o ouvinte de rádio em automóveis, revela que “o aparelho está em 83% da frota nacional, conduz motoristas pelas cidades e os mantém informados sobre os principais fatos do dia”. Como explicar isto? Jung nos diz que é porque “o rádio está voltado às novas necessidades do público” (2004, p. 4). Fazendo uma comparação, é Jung que nos revela que “no Brasil são 444 rádios e 228 televisores para cada mil habitantes” (2004, p. 75). Como meio de comunicação popular uma das grandes audiências do rádio fica por conta do futebol. Para Jung (2004, p. 95) “esse é o esporte mais popular do mundo. O número de praticantes chega, segundo cálculos de 1998, a quatrocentos milhões de pessoas. São 6,6% da população do planeta” e o rádio leva para fora dos estádios informações instantâneas para a população.

¹³ Partido político brasileiro, criado em 1965, como base de sustentação do regime militar.

¹⁴ Agência Nacional de Telecomunicação (Anatel), cujo objetivo é a vigilância ao cumprimento das regras da radiodifusão e da televisão comercial, comunitária ou educativa(s).

¹⁵ Abraço: Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária..

Prática corrente na atualidade e que não é contabilizada, é o número de ouvintes que dentro dos estádios, nos momentos das partidas de futebol, estão acompanhando o jogo pelo rádio.

1.5 O rádio como meio de comunicação popular

No contexto das práticas sociais, a informação é um elemento de fundamental importância, pois é por meio dela que os sujeitos sociais se relacionam e tomam conhecimento de seus direitos e deveres e, a partir deste momento, tomam decisões sobre suas vidas, seja de forma individual, coletiva ou comunitária (regional). E o rádio tem se demonstrado uma referência neste aspecto como um meio de comunicação popular e de informação que preenche lacunas e tenta contextualizar as pessoas, bem como serve como um meio formativo e de entretenimento ao mesmo tempo. Para Jung (2004, p. 73),

A comunicação é social e, portanto, o jornalista tem obrigação de oferecer ao cidadão – qualquer cidadão, esteja onde estiver, enfrentando a situação que enfrentar – informação de qualidade, possível apenas dentro de padrões éticos (...) O trabalho em uma pequena emissora do interior do Brasil, que fala com a comunidade simples, muitas vezes sem acesso à educação, requer a mesma responsabilidade daquele realizado, por exemplo, em uma rádio que integra um grande conglomerado de comunicação. Imaginar diferente é entender que o ouvinte pode ser classificado como de primeira, segunda ou terceira categoria.

O entendimento é de que a radiodifusão seja séria vale para todos. Não significa, como citado acima, que os conglomerados são éticos e que as empresas pequenas devem seguir o mesmo caminho. Pode acontecer o contrário também e, levando em conta este pensamento, é Jung (2004, p. 74) novamente quem nos esclarece que “ao jornalista e ao dono da rádio ou da empresa de comunicação cabe enfrentar tais situações tendo como foco o direito do cidadão de ser informado” e bem informado, ou informado com qualidade, verdade e ética.

Se o rádio não chegou ao patamar sonhado ou desejado (BRECHT, 1932) de ser um meio de duas vias, pelo menos abandonou a narração dramática dos fatos pelo tom coloquial, como se estivéssemos em uma conversa a dois, a duzentos ou a milhares (JUNG, 2004, p. 128). Nesse sentido Ferro (apud RUAS, 2004, p. 134) enfatiza a importância e potencial do rádio, quando diz que

Quem menospreza a força do rádio, está abrindo mão de um vasto campo, ali disponível para a plantação de suas mensagens e, conseqüentemente, para a colheita do que se plantou (...) É preciso lembrar que o rádio tem sua própria linguagem, muito mais direta, coloquial e intimista, e somente a sintonia com esta característica do veículo pode possibilitar o tripé –

diversão, informação e persuasão – seja efetivamente exercido em seu uso.

A construção da cidadania ou de práticas de cidadania passa pelo acesso e uso da informação, pois tanto a conquista de direitos políticos, civis, culturais, sociais e religiosos, como as implementações dos deveres do cidadão e de políticas públicas e comunitárias, dependem fundamentalmente do livre acesso à informação sobre tais direitos e deveres, ou seja, depende da ampla disseminação e circulação da informação e, ainda, de um processo comunicativo de discussão crítica sobre as diferentes questões relativas à construção de uma sociedade mais justa, igualitária e com maiores oportunidades para todos os cidadãos. Desta forma o não-acesso à informação; o acesso limitado ou o acesso a informações distorcidas dificultam o exercício pleno da cidadania.

Levando em conta que a população ouve rádio em 95% dos domicílios do Rio Grande do Sul¹⁶, esse processo de cidadania propicia oportunidades e aponta para o desenvolvimento regional, pois conforme Harari (apud RUAS, 2004, p. 155) “um povo que se comunica sem barreiras está automaticamente exercendo seu direito de cidadania, organizando-se, e até porque não dizer, preparando-se para a tão sonhada revolução”. E a comunicação, assim, torna-se um fator de crescimento sócio-educativo-cultural da população que pode se organizar em favor de seu processo de autotransformação, de maneira democrática e ao mesmo tempo engajada. Assim a comunicação se torna uma estratégia que pode fomentar o desenvolvimento regional, proporcionando à população melhorias em sua qualidade de vida, por meio do exercício da cidadania. Abordando o exercício da cidadania, Freire nos diz que

Na comunicação não há sujeitos passivos. A comunicação implica uma reciprocidade que não pode ser rompida. O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se, é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo. Então é indispensável ao ato comunicativo, para que este seja eficiente, o acordo entre sujeitos, reciprocamente comunicantes (p. 67).

Mesmo com todos os avanços tecnológicos e conquistas interplanetárias, o desenvolvimento continua focando o ser humano, a pessoa, o seu ponto de partida. É a pessoa quem está conectada com o rádio e vice-versa como instrumento de transformação. Ao abordar o tema da democracia e da cidadania nos meios de comunicação, Martín-Barbero (apud RUAS, 2004, p. 158) declara que “democracia e desenvolvimento é uma combinação

¹⁶ Cf. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa Nacional por Amostra Domiciliar*. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2002/default.shtm>. Acesso em: 02 junho de 2009.

essencial quando se pensa em políticas centradas na pessoa e uma melhor qualidade de vida para a sociedade em seu conjunto”¹⁷. Assim é o rádio, uma enorme capacidade de articulação e uma ferramenta poderosa no fomento do desenvolvimento regional. Neste sentido Paiva (apud MELO, 2008, p.175) nos recorda que:

Dentre os objetivos primeiros da comunicação está o compromisso em educar e capacitar a população, seja no aprimoramento de seu vocabulário, dos seus conhecimentos, no fortalecimento de valores e também socialização de novas técnicas e da tecnologia. É certo também pressupor que um veículo de comunicação deve estar preocupado em trazer sempre presente em sua programação aspectos e práticas da cultura local/regional, com o objetivo de fortalecê-las, evitando assim que muitas expressões culturais se percam no cotidiano intenso e veloz da civilização atual.

Por outro lado, pensando nas várias alternativas e meios de informação (das galenas aos satélites), de oportunidades (do megafone à Internet), de novas tecnologias (do analógico ao digital), a radiodifusão tem perdurado ao longo de seus 89 anos (no Brasil) de irradiação e conexão popular e demonstra sua força e sua presença nos meios populares. Assim, o rádio, meio de comunicação tão presente hoje em dia na sociedade (KLÖCKNER, 2008), desenvolvido como tecnologia beligerante de comunicação, com o tempo se popularizou e está consolidado, sendo que radiodifusão, não raro, está voltada para a sociedade como um serviço. O que, aliás, foi seu intento desde os primeiros passos se recordarmos seu tripé inicial: educação, divertimento, informação.

O rádio, até mesmo por ser um meio de fácil acesso, como tecnologia barata que se tornou, está presente no cotidiano comunitário. No mundo (KLÖCKNER, 2008, p. 32), o rádio é o meio de comunicação mais difundido: “Em 1987, a UNESCO calculava que existissem mais de 5 bilhões de receptores no planeta, 50 milhões dos quais na América do Sul. No Brasil, a estimativa era de mais de 20 milhões de receptores, que atingiram cerca de 80 milhões de pessoas”. Desta forma, a radiodifusão confunde-se com a própria vida, tornando-se uma necessidade humana e, mais do que nunca, preenchendo uma lacuna, pois o rádio, com sua facilidade de acesso “afeta as pessoas” (MCLUHAN, 1964, p. 190) e as envolve na conjuntura e com o que se passa, com o que está acontecendo de forma instantânea.

O rádio tem a facilidade de atingir pessoas de classes, idades, patamares econômicos, culturais e religiosos diferentes ao mesmo tempo, seja na cidade ou no interior, de perto e de

¹⁷ Democracia y desarrollo es una combinación esencial cuando se piensa em políticas centradas en la persona y una mejor calidad de vida para la sociedad en su conjunto.

longe, tornando-se um instrumento de estímulo e crescimento pessoal e comunitário, ao mesmo tempo em que serve como referência de interação social e promoção de resoluções de problemas que as envolvam. A emissora de rádio, quando se coloca em contato com o ouvinte e quando se torna um meio de referência de sua realidade para compreendê-la e transformá-la, torna-se um recurso em favor do desenvolvimento. Ou seja, o poder de uma emissora de rádio no exercício da cidadania é muito grande e de suma relevância para as pessoas que têm a mesma como referência, apoio, suporte, meio de atingir seus objetivos na busca de melhoria da vida pessoal e ou comunitária.

A emissora de rádio quando colocada a serviço das pessoas pode também realizar grandes feitos como protagonistas de uma campanha emergencial de cunho social, beneficente ou ainda ligadas à questões de políticas públicas de saúde, educação e cultura, coisa que uma pessoa ou uma comunidade sozinha não consegue mobilizar. Neste sentido, uma emissora de rádio pode ter função fundamental na organização, na mobilização e no empreendimento humano: pessoal e comunitário. Por outro lado Klöckner (2008, p. 45) nos alerta que o rádio pode ser exatamente o contrário, quando colocado a serviço de grupos ideológicos. Para Klöckner (2008, p. 48) “paralelamente à evolução do rádio como Meio de Comunicação de Massa, ocorreu, nos anos 30-40, a disseminação da ideologia norte-americana” através do rádio. Sua reflexão se amplia quando afirma:

A luta (ideológica) passou pelos meios de comunicação, pois havia a intenção de conquistar a opinião pública, influenciá-la e, se possível, manipulá-la. Assim, muitas vezes, a notícia mais importante podia não ir ao ar, suprimida pela censura ou por interesses políticos específicos ou, ainda, se transformar numa espécie de notícia dirigida, cujo propósito era o de fazer propaganda – *conforme o interesse do momento, do sistema ou do dono da emissora, escamoteando a verdade.* (Grifo nosso).

Mas o contrário também acontece no rádio. Conforme Lavoignes (1999, p. 141)

A rádio permite dar um novo impacto à greve: a rádio é um *brinquedo* de luta muito atraente, mas também um instrumento de formação inteiramente novo... A rádio é também um instrumento cultural, um meio lúcido mais suave para se refletir, escutar, decidir, rir, conhecer (as lutas) e se perder a paciência. Ela (a rádio) é também uma ligação entre o interior e o exterior da empresa.

Ou seja, o rádio é um poderoso elo de ligação com a comunidade, bem como de informação e articulação. É pelo rádio que os grevistas anunciam sua posição e é pelo rádio que verificam o comportamento do patrão e os caminhos de negociação ou não. Abordando os dois lados do rádio, Lavoignes (1999, p. 111) acrescenta o seguinte:

Quando ouço rádio, vivo verdadeiramente no seu interior. É-me muito mais fácil perder-me na rádio do que num livro – dizia um ouvinte, interrogado durante uma sondagem acerca dos hábitos radiofônicos. O poder que a rádio possui de comprometer as pessoas em profundidade revela-se claramente no hábito estudantil de manter o aparelho ligado durante o estudo e na sociedade que muita gente tem de trazer consigo um transmissor (aparelho de rádio) para se isolar no meio da multidão.

Como se tivesse condensando tudo o que foi citado acima e ao mesmo tempo valorizando a radiodifusão, Parada (2000, p. 83) nos diz que “o rádio tem que estar muito focado no que acontece na vida real, no que afeta as pessoas no dia-a-dia”.

O rádio envolve porque usa a fala de forma direta para se comunicar com o público. Conforme McLuhan (1964, p. 336) “a palavra envolve todos os sentidos (da pessoa). A linguagem projeta e amplia o homem... A linguagem é considerada a mais rica forma de arte humana, pois é que a distingue da criação animal”. Sendo o rádio um meio de comunicação de fácil e longo alcance, por motivos geográficos, econômicos e culturais, ele ainda exerce grande influência sobre a população.

Além de suas facilidades em relação a outros meios de comunicação, o rádio é envolvente, provoca paixão (MCLUHAN, 1964) em seus agentes e ouvintes e tudo isso aliado à mobilidade, seu poder de mobilização provoca fatores que fazem a interligação entre a comunidade e o seu desenvolvimento parcial e ou integral. Como implementar o desenvolvimento não é mais função apenas do poder público, a radiodifusão tem se tornado uma ferramenta neste processo fomentado por agentes sociais (cidadãos) e comunitários. A radiodifusão, ao exercer suas funções de informar e formar opinião, passa a exercer o serviço de mobilização, despertar de consciências e fomento de ações da cidadania.

Considerando os meios de comunicação, neste caso, a radiodifusão, como formadora e fomentadora de opinião, a ONU (Organização das Nações Unidas) adverte que “o desenvolvimento é, inevitavelmente, um processo de participação (...) Quando a atenção das pessoas é mobilizada e o interesse delas atraído (...) então a participação criativa está operando e o avanço do desenvolvimento tem probabilidade de se acelerar”. Para Marques de Melo (1998, p 295) “os meios de comunicação de massa criam, portanto, o ambiente fértil à participação e cumprem sua função-motriz no processo de desenvolvimento”. Para o autor,

Reside aí a contribuição fundamental dos sistemas de comunicação, veiculando informações e difundindo modos de agir, pensar e sentir que predisponham os cidadãos a adotarem comportamentos sintonizados com as estratégias do desenvolvimento. Em outras palavras, forjando indivíduos capazes de valorizar o trabalho produtivo e de poupar recursos para a consecução de resultados a médio e longo prazo (1998, p. 295).

Os anos 20, 30 e 40 do século passado foram de efervescências em várias partes do mundo com a explosão de um novo modo ou modelo de comunicação: a radiodifusão. Não foi diferente no Brasil e nem no Estado do Rio Grande do Sul e, particularmente, em Santa Cruz do Sul. A radiodifusão chegou, na época, para mudar os rumos da história da humanidade (conjuntura). A “explosão” foi grande e rápida, mas tão rápido não foi o processo de desenvolvimento tecnológico desta novidade (o rádio).

Conforme Caparelli (1982, p. 73), o surgimento do rádio no Brasil causou um otimismo generalizado quando o mesmo começou adquirir características massivas, na década de 20 do século passado. Na época “o rádio ainda era novidade e exercia grande fascínio entre os ouvintes”. E o autor acrescenta a seguinte explicação:

O otimismo não era apenas pelo surgimento de um meio de comunicação que atingia todas as camadas sociais. Tanto no Brasil, onde ele fazia suas primeiras incursões, quanto nos outros países, o otimismo provinha de seus aspectos qualitativos. Enquanto o jornal exigia para seu consumo determinado hábito cultural e, antes de tudo, capacidade de leitura, o rádio poderia servir para elevar o nível cultural de toda a população (1982, p. 73).

Além do otimismo, o rádio também exerceu um fascínio e Caparelli (1982, p. 79) novamente nos alerta que “o rádio ainda era novidade e exercia um grande fascínio entre os ouvintes”. O autor, no entanto, não deixa de alertar que “o rádio no Brasil representa um dos marcos da expansão da sociedade de consumo em nossa terra”, mas o mesmo autor não se furta em reconhecer e louvar o novo meio de comunicação quando afirma que “o rádio revelou-se, desde logo como um intermediário entre as idéias, valores, crenças e interesses dos grupos no poder e a população” (1982, p. 82), bem como nos revela de forma categórica de que o poder, ao sentir o potencial da radiodifusão, agiu rápido, ao declarar que

Assim, o rádio serviu no Brasil como um intermediário entre o discurso dos grupos dominantes para os grupos dominados, e uma forma das classes dominantes justificarem o seu domínio ou desviarem a atenção dos problemas mais prementes, levando o público para dentro do supermercado de amenidades com pacotes de algodão-doce (1982, p. 83).

Mas há controvérsias. O próprio Caparelli (1982, p. 85) diz que “o rádio tem grande importância social, principalmente nos países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento”, contudo ele não deixa de refletir sobre a questão e observa: “...porém, o controle da informação nestes países, muitos deles sob regimes autoritários faz com que este poderoso instrumento de comunicação se transforme numa ilha de entretenimento, cercada de *jingles* que chamam para um consumismo como filosofia de vida” (1982, p. 85). Significa, portanto,

que o rádio não serviu apenas como instrumento de dominação, mas como meio de libertação através da tomada de consciência, inclusive, a partir também do pedido de classes sociais a movimentos e terem acesso ao rádio para suas manifestações.

Caparelli reconhece que “dentre os meios de comunicação, talvez o rádio seja o mais privilegiado em termos de potencialidades” (1982, p. 86). Em seguida o autor abre o leque para contextualizar e dizer que o rádio “não necessita de que o ouvinte seja alfabetizado” inclusive sendo “mais abrangente” meio de comunicação por chegar aos mais distantes rincões da pátria: “Esta facilidade poderia fazer do rádio um instrumento informal de educação, o que até agora permanece como potencialidade, apesar de raras exceções” (1982, p. 86). No entanto a experiência diz que os objetos proibidos despertam desejo e curiosidade, portanto, mesmo muitas vezes censurado, cerceado, controlado e amordaçado, o rádio exerce um poder muito grande no despertar de ideias, movimentos, articulações, conversas e este é seu papel: fomentar a realidade. Se a realidade é de liberdade, as pessoas tendem a crescer num sentido; se é de controle pelo poder, tendem a ruminar, indagar, propor e criar indagações, protestos e enfrentamentos.

Para Ferraretto (2007, p. 21) “o rádio começa, embora lentamente, a ganhar contornos massivos em 1924, quando Elba Dias populariza as transmissões. O rádio começa, de forma embrionária, a compartilhar interesses com a produção de discos e de espetáculos”. O autor não se furta em informar que, posteriormente, “o segundo passo para a massificação do rádio dá-se pela busca crescente de anunciantes” (2007, p. 21) e esta busca não cessa, pois este meio de comunicação não parou de conquistar espaços e, conforme Ferraretto, “com a busca constante por público e anunciantes, o rádio brasileiro transforma-se em meio de comunicação de massa” (2007, p. 21). Difícil no início, mas de fácil disseminação, o rádio mereceu a reflexão de muitos e, neste contexto, os autores Rabaça e Barbosa (apud FERRARETTO, 2007, p. 23) arriscam uma definição quase didática do que seja o rádio, dizendo o seguinte:

Veículo de radiodifusão sonora que transmite programas de entretenimento, educação e informação. Música, notícias, discussões, informações de utilidade pública, programas humorísticos, novelas, narrações de acontecimentos esportivos e sociais, entrevistas e cursos são os gêneros básicos dos programas. Serviço prestado mediante concessão do Estado, que o considera de interesse nacional, e deve operar dentro de regras preestabelecidas em leis, regulamentos e normas.

Enquanto o jornal exige um ritual de leitura, o rádio, com o tempo facilitou a vida do ouvinte e, até por isso mesmo, se popularizou. A facilidade de se ouvir rádio fez dele (FERRARETTO, 2007) um meio de massa com grande ou ampla audiência, heterogênea e,

não raro, anônima. Com o rádio o locutor não sabe exatamente quem está atingindo, pra quem ele está falando e, muitas vezes, é surpreendido pelo nível dos ouvintes que a radiodifusão atinge. Por outro lado, a instantaneidade do rádio não pode ser tratada com banalidade; pelo contrário, a mesma, para Ferraretto, “impõe poderoso condicionante (preparação) à mensagem” (2007, p. 27), pois “o nível socioeconômico e cultural do ouvinte ao qual se destina a mensagem (e nem sempre sabemos quem é) determina como esta vai ser estruturada” (2007, p. 27), preparada e apresentada.

Estudioso da área de comunicação, Ferraretto (2007, p. 79) nos recorda que

Pensar as origens e o desenvolvimento da radiodifusão sonora implica percorrer duas linhas de raciocínio diferentes, mas complementares: a do desenvolvimento de uma tecnologia que permitisse a transmissão, sem fios, de sons à distância e a da utilização destes avanços técnicos em um meio de comunicação massivo.

Os idealistas e pioneiros da radiodifusão brasileira logo cunharam um slogan para nortear os rumos do rádio, sendo que Roquette Pinto (apud FERRARETTO, 2007, p. 97) declarou: “Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”. Movido pelo mesmo ideal, Roquette Pinto disse:

O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador das novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos; desde que o realizem com espírito altruísta e elevado (IN FERRARETTO, 2007, p. 97).

O rádio não surgiu para desbancar o jornal, mas como sede de comunicação à distância; um meio que veio para revolucionar a prática comunicativa. A trajetória do rádio, além do grande entusiasmo, teve suas dificuldades e percalços e Brecht (1932) já indagava a realidade do rádio como um canal unilateral, só de ida, não de volta, ou seja, sem a efetiva participação do ouvinte e vai além quando desafia que “o rádio deve ser transformado de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação”. Primeiro Brecht encarou o rádio com muito ceticismo, mas, aos poucos, foi tecendo considerações sobre as possíveis contribuições do mesmo para o processo de desenvolvimento. Na fase de desconfiança, Brecht (In: MEDITSCH, 2005, p. 35) afirmou o seguinte: “No que diz respeito ao rádio, tive, em seguida, a impressão terrível de que é um aparelho incrivelmente velho, que ficou relegado ao esquecimento pelo Dilúvio Universal”.

Analisando o novo meio de comunicação que se alastrava rapidamente, Brecht (In: MEDITSCH, 2005, p. 36) adverte que “um homem que tem algo para dizer e não encontra

ouvintes está em má situação. Mas estão em pior situação ainda os ouvintes que não encontram quem tenha algo para lhes dizer”. Depois o autor começa a tecer considerações sobre a novidade mundial e declara: “Na minha opinião, vocês deveriam fazer do Rádio uma coisa realmente democrática (...) vocês podem preparar, diante do microfone, em lugar de resenhas mortas, entrevistas reais, nas quais os interrogados têm menos oportunidade de se inventar esmeradas mentiras, como podem fazer para os periódicos” (MEDITSCH, 2005, p. 36-37). Pena que Brecht não viveu o suficiente para constatar suas observações sendo colocadas em prática pelo rádio. No caso das entrevistas e da radiocomédia, do rádio teatro e das novelas de rádio sugeridas pelo autor a “profecia” ou sugestões de Brecht se cumpriram.

Brecht (In: MEDITSCH, 2005, p. 38) não ficou imune à transparência do rádio e advertiu: “... é requisito indispensável que prestem contas publicamente das fabulosas somas que o rádio arrecada e expliquem a aplicação que se dá a este dinheiro público, até o último centavo”. O autor se refere ao dinheiro público porque na época o rádio era subsidiado pelo poder público, mas com o tempo conseguiu se tornar empresa particular. Refletindo sobre o tema, Brecht indica que “arte e rádio têm que ser colocadas à disposição de finalidades pedagógicas” para poderem servir de mutação social porque para ele “o Estado não tem nenhum interesse em educar sua juventude para o coletivismo” (In: MEDITSCH, 2005, p. 38). Suas indagações vão no sentido de não subestimar o rádio da época, mas de modificá-lo, e neste sentido aponta caminhos, quando afirma:

É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. Assim o rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização (...) A radiodifusão tem que tornar possível o intercâmbio. Apenas ela pode organizar, em conjunto, as falas entre os ramos do comércio e os consumidores sobre a normalização dos artigos de consumo, os debates sobre altas de preço do pão, as disputas municipais (...) Mas seja o que for que o rádio trate de fazer, seu empenho deverá consistir em fazer frente àquela inseqüência em que incorrem, tão ridiculamente, quase todas as instituições públicas ((In: MEDITSCH, 2005, p. 43).

O rádio, assim como outros meios de comunicação, superou obstáculos e foi abrindo espaços na sociedade. Conforme McLuhan (1964, p. 336) “o rádio afeta as pessoas, digamos, como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre o escritor-locutor e o ouvinte. Este é o aspecto mais imediato do rádio”. Ressaltando as qualidades do rádio, McLuhan diz que

As profundidades subliminares do rádio estão carregadas daqueles ecos ressonantes das trombetas tribais e dos tambores antigos. Isto é inerente à

própria natureza deste meio, com seu poder de transformar a psique e a sociedade numa única câmara de eco. A dimensão ressonadora do rádio tem passado despercebida aos roteiristas e redatores, com poucas exceções.

McLuhan (1964, p. 341) continua se referindo ao rádio como uma grande invenção e afirma: “Com o rádio, grandes mudanças ocorreram na imprensa, na publicidade, no teatro e na poesia”. Mas se por um lado o rádio tem características de um meio democrático dado ao seu acesso e ao seu alcance, não há quem diga que ele está com a “pirâmide invertida”, ou seja, especialistas e autoridades têm mais espaço e importância do que o cidadão comum, o povo, o bairro, a vila, os trabalhadores e as trabalhadoras em geral, o que, certamente deveria ser diferente.

Ao se referir sobre as vantagens e qualidades do rádio, McLuhan (1964, p. 345) informa que “o rádio não é apenas um poderoso ressuscitador de animosidades, forças e memórias arcaicas, mas também uma força descentralizadora e pluralística – tal como acontece com todos os meios e forças elétricas”.

Se o teatro teve seus tempos áureos (CARPENTER; MCLUHAN, 1971), o cinema veio suplantar seu sucesso que, por sua vez, foi suplantado pelo rádio que foi suplantado pela televisão. Todos, no entanto, se modernizaram, dando a volta por cima e não desaparecendo, conforme análises apressadas. No tempo do teatro e do cinema as pessoas tinham que sair de casa, mas o rádio e a televisão foram ao encontro das pessoas, começando a fazer parte da vida das pessoas lá onde elas estavam. Conforme Carpenter e McLuhan (1971, p. 273) o rádio fez uma revolução na vida cotidiana e ao mesmo tempo se tornou uma necessidade da população em geral:

O rádio foi o eixo em torno do qual a revolução nas comunicações gravitou. Pela primeira vez, na história moderna, entretenimento, notícia, idéias, entravam nos lares para acompanhar as tarefas domésticas; sua integração na vida cotidiana foi realçada pela colocação do entretenimento no contexto das notícias, por uma parte, e da publicidade, por outra. Dentro de pouco tempo, o rádio converteu-se numa necessidade; sendo uma necessidade não podia ser um prêmio, uma recompensa. Todos começamos a sentir que tínhamos pleno direito ao entretenimento proporcionado pelo rádio.

São várias as maneiras de a população fazer do rádio uma companhia: no trabalho (casa, fábricas, lavoura, no trânsito), na noite, na solidão, no carro, nos momentos de folga ou de passagem para outro compromisso etc. Desta forma, são milhões de pessoas, da China ao interior maranhense e gaúcho, passando pela Ilha da Groenlândia e pela Patagônia que estão interligadas com o mundo através do rádio, pois o mesmo tem a vantagem de ser instantâneo,

com versatilidade e facilidade, inclusive, com muita diversidade. Na apresentação do livro *A notícia na Rádio Gaúcha*, de autoria de Luciano Klöckner (1997, p. 13), o radialista Armindo Antônio Ranzolin afirma que “no mundo, existem 30 mil emissoras de rádios. A maior parte delas, 12 mil, nos Estados Unidos. No Brasil, três mil. No Rio Grande do Sul, 300” emissoras. Como o livro foi editado em 1997, o número já não é mais o mesmo, levando em conta as várias concessões que foram feitas nos últimos cinco anos e, principalmente, se considerarmos a explosão das Rádios Comunitárias¹⁸ nos últimos tempos no Brasil.

O mundo ou a trajetória do rádio teve seus percalços. Haussen (2001, p. 142), depois de traçar uma longa trajetória do rádio sob o controle da política brasileira e argentina, informa que “dentro desse esquema, o rádio, embora sofrendo pressões políticas e econômicas, censura, ameaças oficiais, ações judiciais e pressões legais, contribuiu de certa forma para o desenvolvimento social”. Depois acrescenta: “Tanto que, mesmo com todas essas sanções, chegando o momento de esgotamento do modelo, não foi empecilho para as transmissões que viriam ocorrer. Ou seja, o rádio como um meio de comunicação, por si só, não pode modificar a sociedade (pode, talvez, atrasar um processo), mas a decisão final caberá sempre à coletividade que necessita de mudanças” (2001, p. 142 e 143). Haussen esclarece que “se o rádio fosse totalmente instrumentalizado, como determinados jornais partidários, por exemplo, não teria o sucesso que teve” e informa que os governos passam e o rádio permanece “contando outras histórias, sobre outros contextos” (2001, p.144), mas sempre presente na conjuntura cotidiana, sendo ora instrumento de informação, capacitação, ora de entretenimento e inspiração para comunidades ou para uma pessoa em particular.

Bordenave (2003, p. 19) diz que “a comunicação confunde-se, assim, com a própria vida”. O autor não se furta em recordar que o rádio exerce também a função de “companhia” para muitas pessoas, mas, ao mesmo tempo, afirma que

A comunicação interpessoal, característica da sociedade tradicional, que muitos pensavam que seria suplantada pela comunicação impessoal dos meios eletrônicos, hoje está de novo em ascensão, talvez como uma reação contra a massificação e o comercialismo dos meios de massa (2003, p. 22).

¹⁸ Conforme o Ministério das Comunicações, o Serviço de Radiodifusão Comunitária foi criado pela Lei 9.612, de 1998, regulamentado pelo Decreto 2.615 do mesmo ano. Trata-se de radiodifusão sonora, em frequência modulada (FM), de baixa potência (25 Watts) e cobertura restrita a um raio de 1km a partir da antena transmissora. Podem explorar esse serviço somente associações e fundações comunitárias sem fins lucrativos, com sede na localidade da prestação do serviço. As estações de rádio comunitária devem ter uma programação pluralista, sem qualquer tipo de censura, e devem ser abertas à expressão de todos os habitantes da região atendida: <http://me.gov.br/radiodifusaoqperguntas-frequentes/radio-comunitaria>. Consulta realizada no dia 11 de agosto de 2009, às 17h.

Depois o autor acrescenta que “o homem está reaprendendo a comunicação pessoa a pessoa” (2003, p. 23).

Ao abordar a potencialidade do rádio (BORDENAVE, 2003, p. 30) reconhece que a influência social dos meios aumentou na medida de seu avanço e penetração comunitária e sua ampla difusão. Assim, para o autor “o rádio estendeu a voz do homem através de montanhas e desertos, até os lares mais humildes e isolados”. Reconhecendo esta potência, Bordenave informa que assim “a indústria da comunicação passou à casa dos bilhões de dólares e transnacionalizou-se, instalando fábricas e conquistando mercados em todos os continentes” e acrescenta que “no mundo inteiro a rádio e a TV, e mais recentemente os microcomputadores, passaram a formar parte da bagagem instrumental da chamada Tecnologia Educativa”. Para Bordenave (2003, p 36) a comunicação é vital no cotidiano da população:

Sem a comunicação cada pessoa seria um mundo fechado em si mesmo. Pela comunicação as pessoas compartilham experiências, idéias e sentimentos. Ao se relacionarem como seres interdependentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas... e o locutor de rádio se comunica com seu público. Para manter a atenção de seus ouvintes enquanto transmite os acontecimentos do dia, ele usa, além de suas palavras, música e efeitos de som... a realidade influi sobre o consumidor e o comunicar influi sobre a realidade.

Outro fascínio ou diferencial do rádio é a imaginação. Ao contrário dos outros meios como o jornal e a televisão, o rádio permite o exercício da imaginação. Por exemplo: alguém ouve um programa durante dias ou anos e seu maior desejo é conhecer o locutor. Enquanto isso não acontece, o ouvinte começa a imaginar a figura de seu interlocutor. Levando em conta a voz, o jeito de se comunicar, as mensagens transmitidas, o ouvinte faz uma imagem do locutor. Neste aspecto, em que permite uma vazão para o exercício da imaginação, o rádio é uma ferramenta de reflexão e elo de ligação na busca de um encontro entre locutor e ouvinte. São vários os casos de ouvintes que vão até a emissora para conhecer seu locutor preferido ou os locutores de destaque. As surpresas são imensas e variadas. Segundo Klöckner (2008, p. 26) “o rádio provocou mudanças na sociedade de massa do século XX”. Conforme Bahia (apud Klöckner, 2008, p 27)

O rádio altera profundamente o quadro social (...) No terreno da comunicação coletiva, é um acontecimento que gera tantas transformações sociais (...) que a humanidade vai incorporando ao seu domínio como estágios naturais do progresso - desenvolvimento (...) O rádio dilata o alcance da informação e dá à palavra a potência que lhe faltava, ampliando, por outro lado, as responsabilidades do jornalismo. Sem demora, milhões de criaturas humanas são despertadas para o poder atual, direto e universal da radiodifusão...

Logo no início, pelos anos 20, 30 e 40 do século XX, o rádio mostrou sua eficiência e, ao contrário do jornal, conforme Klöckner (2008, p. 29), passou a mostrar suas “características inerente ao meio: ser instantâneo e ágil, para difundir o fato de imediato, logo que ele acontece”. O rádio não ficou imune aos detentores do poder econômico ou donos do poder (FAORO, 1989). Percebendo ou aproveitando a versatilidade e o sucesso do rádio, a nova mania mundial, o poder projetou uma forma de controle social através do novo protagonista mundial, o rádio. Assim nasceu, em todo o mundo radiofônico, por exemplo, o *Repórter Esso*, entre outros.

Com orientação ideológica norte-americana, o *Repórter Esso* atingiu as emissoras da América do Norte e da América Latina. No Brasil fez sucesso no vozeirão de vários locutores. Para Klöckner (2008, p. 30) o *Repórter Esso* foi uma espetacular forma ou sistema de “monopólio da informação”. Depois o autor informa que “ao lado desse monopólio, as agências serviram a interesses políticos e econômicos” (2008, p. 31). Abordando a época, Klöckner diz que “em todo o mundo, o rádio é o meio de comunicação mais difundido”. Aproveitando o embalo e o sucesso do rádio, Klöckner nos informa que “vários milhões de dólares foram destinados secretamente pelo governo norte-americano, financiando pesquisas de universidades no uso da guerra psicológica na comunicação internacional” e, conforme o mesmo autor, “a partir daí, houve uma guerra, através das ondas radiofônicas, com batalhões de técnicos, envolvidos num duplo sentido: transmitir as ondas da sua ideologia e neutralizar, a qualquer custo, as ondas inimigas” (2008, p. 36). Klöckner informa ainda que “no Brasil não foi diferente (...) o rádio alterou o modo de fazer política e (...) a partir desse momento o rádio não se desliga mais da política brasileira” (2008, p. 38).

Conforme Blázquez (2000, p. 407), “com a feliz descoberta do rádio, as comunicações tornaram-se em rápidas, seguras e particulares”. Para Blázquez, “segundo uma pesquisa feita em 1985, o rádio naquela época ostentava na Espanha uma liderança informativa, tanto quantitativa como qualitativamente” e depois acrescenta que “a televisão mantém o maior número de audiência, mas a informação radiofônica tem maior aceitabilidade” (2000, p. 407). Diante disto o autor escreve: “Daí a responsabilidade ética das empresas radiofônicas, dos responsáveis pelos programas, dos locutores e de todos aqueles de quem depende a qualidade das mensagens e das informações transmitidas radiofonicamente” (2000, p. 408). O autor não fica passivo ou neutro diante deste meio de comunicação e afirma que “o público tem o direito a exigir grande responsabilidade por parte daqueles que têm nas mãos tanto poder de influir sobre as massas” (2000, p. 408).

Reconhecendo, como muitos autores, as vantagens que o rádio tem e o privilégio deste meio de comunicação de estar livre dos condicionamentos espaço-temporais que entorpecem a comunicação entre as pessoas e agindo (BLÁZQUEZ, 2000) com asas mais velozes que as ondas sonoras e rápido como a luz, levando a mensagem em fração de milésimos de segundos além fronteiras geográficas e culturais, “o rádio é um poderoso meio de formação da opinião pública, de educação cultural no sentido mais amplo da palavra e de companhia” para milhares e milhares de pessoas no meio urbano e rural, de perto e de longe (2000, p. 408). Depois acrescenta que “o rádio ajuda poderosamente a combater o terrível problema de solidão de que padecem muitas pessoas na sociedade atual mais avançada” (2000, p. 409) e não se furta em justificar sua posição quando exemplifica que “basta lembrar os consultório radiofônicos de todo tipo, que surgiram para suplantar até certo ponto o consultório clássico e as visitas médicas em domicílios” (2000, p. 409).

Lembrando da modernização do rádio (BLÁZQUEZ, 2000, p. 409) evoca os novos tempos para lembrar que hoje em dia através de um pequeno aparelho de rádio de bolso podemos acompanhar a marcha dos acontecimentos mais importantes que têm lugar no mundo inteiro e tomar conhecimento de um evento de forma instantânea no centro da cidade, na capital do estado, na capital do país ou ainda na Europa sem sequer, sair de sua casa, o autor declara que “o rádio é como uma misteriosa janela aberta ao mundo” (2000, p. 409).

Blázquez (2000, p. 409) nos recorda que do rádio “nos chegam gratificantes notícias de todo tipo, entrevistas, conferências, opiniões diversas, expressões artísticas, científicas e culturais dia e noite”. E em seguida ele faz uma comparação conjuntural, para dizer que

O rádio é um púlpito a partir do qual, em todas as partes e a todo o mundo, estão sempre nos pregando de tudo: bom e ruim, discutível e indiscutível e, sobretudo, de forma tendenciosamente persuasiva, especialmente quando se trata de publicidade e propaganda (2000, p. 409).

Neste aspecto, o autor não deixa de chamar a atenção dos responsáveis pela radiodifusão, como já tratamos em outros capítulos, da grandiosa responsabilidade que pesa sobre as empresas radiofônicas, os produtores, os artistas, locutores e o público radiouvinte na consciência e ao mesmo tempo interlocução ou responsabilidade conjuntural dos meios sobre as pessoas, as comunidades e a região e vice-versa.

Reconhecendo as grandes vantagens e benefícios da radiodifusão, Blázquez (2000, p. 409) quase se supera para dizer, de forma contundente, que

O rádio ativa a vida prática, incentiva o progresso intelectual, a participação social e a saudável vida religiosa. Os homens de Estado e os diversos tipos de responsáveis sociais fazem conhecer os seus projetos e programas de ação com a possibilidade de que sejam discutidos e melhorados. Os cientistas e pesquisadores dão conhecimento ao mundo dos seus achados. Os artistas e educadores encontram na radiodifusão uma fonte inesgotável de estímulos criativos e pedagógicos. O rádio adapta-se, além disso, às mil maravilhas à condição dos radiouvintes, desde o inculto pastor de cabras até o Nobel das ciências e das artes. O rádio pode ser um poderoso meio de civilização e cultura, de serviço à verdade social, de denúncia nobre e justa contra injustiças sociais e contra regimes políticos de exploradores e de promoção de uma sociedade na qual a ambição de poder dê lugar à chamada 'civilização do amor' e da solidariedade humana, sobretudo com o mundo dos mais pobres e desprotegidos sociais.

É Blázquez (2000, p. 410) quem novamente nos recorda que “é talvez o rádio o meio de comunicação social que alcança maior grau de sincronia entre os fatos e as notícias, ou seja, a sua comunicação difunde as mensagens em dimensões planetárias”. Avaliando as vantagens do rádio, o autor não deixa de alertar que “a rapidez (radiofônica) suscita sérios problemas éticos relativos à objetividade informativa” pois não raro “o locutor de rádio pode emitir as suas mensagens a partir do lugar em que os fatos ocorrem e no momento em que elas estão sendo produzidas” e, segundo o autor “isso implica muitas vantagens e enormes desvantagens se levarmos em conta alguns fatores circunstanciais, como precipitação, emoção e falta de tempo para localizar e ponderar devidamente o valor real dos fatos que estão sendo dados a conhecer em circunstâncias às vezes nada favoráveis” (2000, p. 410).

Não é à toa que o autor finda se rendendo à magia da radiodifusão e afirma que “de fato, o rádio permite que possamos nos dirigir num mesmo instante quase a todo o mundo” (2000, p. 411). Mesmo sem ter ainda constatado este aspecto mundial-instantâneo da radiodifusão, pois seu livro é anterior a estas facilidades tecnológicas que servem ao desenvolvimento em vários aspectos, Blázquez (2000, p. 441) já anunciava a radiodifusão como abrangente ao apregoar que “a comunicação radiodifundida tem horizontes mundiais e, por isso mesmo, uma responsabilidade astronômica”.

Para Vigil (2003, p. 17) “atualmente escutamos mais rádio do que na década de 1950”. Conforme Rafael Roncagliolo (apud VIGIL, 2003, p. 17-18)

O rádio continua sendo o meio de comunicação mais universal. Pode-se dizer que os cidadãos tomam conhecimento das notícias através do rádio, confirmam-nas pela televisão e meditam-nas, no dia seguinte, com o jornal (...) Tal especialização explica que não tenha havido substituição do rádio pela televisão, como não houve completamente do cinema pela televisão nem do teatro pelo cinema, nem do livro pelo jornal (...) A história dos meios de comunicação registra somatórias de especializações, e não substituições automáticas. E a especialização fez do rádio

contemporâneo o único meio que possui permeabilidade absoluta e requer a participação simultânea, ao vivo, dos ouvintes.

Conforme Vigil (2003, p. 19), “atualmente o rádio goza de excelente saúde”. Depois acrescenta: “O rádio mudou a cartilha da imprensa. A televisão mudou a do rádio. Atualmente, a globalização mudou a da cultura e a revolução tecnológica mudou a cartilha de todos os meios de comunicação de massa”, mas ao mesmo tempo os forçou a uma reorganização e adaptação sem precedência como já citada em outro capítulo.

Sem dúvida alguma, a população espelha-se nos meios de comunicação. Cada camada social tem sua preferência e não raro algum meio atinge todas, mas a população também espera dos meios um respaldo em causas ou em momentos de entretenimento (como festas ou numa partida de futebol) que ela não consegue exprimir sozinha. Neste sentido Vigil (2003, p. 21) informa que “a presença da emissora os legitima, quer transmitindo ou silenciosa”. Neste sentido percebemos que quando a Unidade Móvel chega a algum local, seja no desafio ou no lazer, a realidade se reveste de outro ânimo ou curiosidade pela informação. Neste aspecto, Vigil (2003, p. 25) nos aponta que “os meios de comunicação convertem-se no principal ponto de encontro e intercâmbio, ponto de reunião obrigatório para todos aqueles que querem viver civilizadamente”. O autor finda arrematando que, assim, “o rádio e a televisão, ambos, seduzem multidões” (2003, p. 26).

Como qualquer meio, o rádio teve suas fases. Hoje em dia é um objeto de fácil manuseio, mas nem sempre foi assim. Até chegar ao aspecto atual de (VIGIL, 2003) um meio íntimo, quase privado, o rádio levou algum tempo. Antigamente o rádio dependia de um grande receptor de tubos e válvulas e era um aparelho grande que ocupava o centro da sala ou a metade da varanda onde a família se reunia para acompanhar as notícias e as informações. Era um programa familiar. Com o desenvolvimento tecnológico o rádio ficou versátil e hoje em dia este espaço é ocupado pela televisão, que, também já caminha para receptores menores. Algumas vezes maiores para poder oferecer melhor imagem e mais conforto na sala familiar.

Analisando a atuação do rádio, Vigil (2003, p. 33) nos apresenta um panorama amplo de seu significado, mesmo de forma superficial, mas não menos contundente, quando diz que

Se nosso programa de rádio nos faz rir ou chorar, está no caminho certo. Se provoca fúria (não porque o programa seja ruim), também está. Mas se não move nem comove, se deixa o ouvinte frio, então não é radiofônico. Falar pelo rádio é emocionar. Caso contrário, a mensagem não chega, não impacta.

Depois acrescenta de forma categórica e em tom professoral: “No rádio, o afetivo é o efetivo”. Reconhecendo a importância do serviço da radiodifusão para as pessoas, para as comunidades e a região, Vigil (2003, p. 41) informa que “não são os radialistas que estabelecem a personalidade do rádio, mas o ouvido humano”. Neste sentido a missão do rádio é estabelecer essa conexão afetiva e, se possível, efetiva do emissor para com o receptor e vice-versa. Neste aspecto, o autor informa que “o bom rádio reflete a vida” (2003, p. 54).

O rádio não pode se afastar do que pulsa nas ruas, nas comunidades e na região, pois é na vida (VIGIL, 2003), naquilo que nos cerca, que ouvimos os ruídos, os cantos, as palavras, e não raro os clamores da sociedade, pois apesar da solidão da cabine milhares de ouvintes estão nos julgando e, muitas vezes, esperando do locutor uma luz, uma inspiração, uma posição perante um problema que afeta a região ou o mundo, como no caso da crise mundial atual, como na tragédia de Santa Catarina ou como no recente episódio da falta de água na cidade de Santa Cruz do Sul etc.

Sozinho, o ouvinte não pode fazer muita coisa, mas ao acionar a emissora de rádio ele passa a mover e, não raro, a comandar uma ação que pode gerar a solução para ele, o bairro, a comunidade, a sociedade. Outro fato importante que retrata isto foi a mobilização, vai imprensa em geral, para as contribuições dos atingidos nas enchentes de Santa Catarina. Assim como, é claro, em muitas e muitas outras situações conhecidas de uma região, do país ou do mundo, como foi o caso do tsunami na Indonésia. Neste sentido, é Vigil (2003, p. 221) quem nos alerta que “o jornalista é um vigilante da sociedade” e acrescenta que “ele não espera ser chamado”, mas deve ir aonde a vida pulsa de forma brutal (numa tragédia) ou emocional (numa festa).

Uma emissora de rádio deve abranger a vida comunitária como um todo e neste sentido, preocupado com os detalhes de uma relação construtiva entre comunicação e comunidade, é Vigil (2003, p. 403) quem não deixa escapar o alerta de que “uma emissora popular não pode existir sem dedicar um bom espaço de sua programação aos esportes”.

Em defesa da instantaneidade da comunicação, o baiano Muniz Sodré (2004) declara: “Eu defendo a pressa da imprensa. Não se deve esperar, como quer o governo, que o jornalismo (a imprensa) produza apenas notícias certinhas” (nº 1820, p. 10-11). Neste sentido Alberto André (2001, p. 9) nos adverte: “Estado e Imprensa têm sido fatores antagônicos, buscando o primeiro controlar o segundo e este libertar-se das normas e convenções legais e sociais”.

Vigil (2003, p. 215) enfoca a maturidade do rádio ao dizer que “já tendo talvez alcançado o fim do desenvolvimento tecnológico, o rádio vive, em nível internacional, um período de grande atualidade neste final de século XX”. Em seguida ele acrescenta:

Superada a crise determinada pelo aparecimento da televisão na década de 1950, o rádio realmente assumiu uma organização diferente, novos objetivos, conquistando, conseqüentemente, um novo público, e demonstrando ser, talvez, o mais flexível dos meios de comunicação de massa, sem dúvida o que mais facilmente se adapta às novas necessidades de comunicação que caracterizam nossa época (2003, p. 215).

É o mesmo autor que, de forma enfática, aborda e ressalta a função do rádio ao declarar:

Podemos afirmar que o rádio, assim como o conhecemos atualmente, é um formidável instrumento de difusão de sons, veiculados por ondas eletromagnéticas emitidas de uma estação central para um número praticamente ilimitado de receptores. Contudo esta é uma aplicação social da radiodifusão que não foi prevista pelos inventores do instrumento rádio e que se desenvolveu no decorrer de decênios, a partir do século passado, através de várias tentativas levadas a cabo, sobretudo pelas indústrias de transmissores e de aparelhos de receptores (1995, 216).

Vigil (2003) não para de elogiar o rádio e diz:

Além do mais – fato que nada tem de secundário – a forma atual do rádio desenvolveu-se após um vagaroso processo social de aprendizagem do uso do novo meio de comunicação, tanto por parte dos diretores das emissoras quanto por parte do público ouvinte. Finalmente, não devemos esquecer que, no curso de sua evolução, a radiodifusão cristalizou-se em vários modelos institucionais nos diversos países e em diferentes períodos da história” (1995, 218).

Vigil (2003, p. 219) informa que

A partir da década de 30, o rádio se transformou no centro de gravidade do sistema das mídias: o número de ouvintes aumentou sem parar, e ele (o rádio) assumiu um papel central no imaginário coletivo e na informação de massa. No plano econômico, as vendas em larga escala dos aparelhos receptores fizeram a fortuna dos maiores produtores que puderam operar com fortes economias de escala...

O autor enumera algumas empresas e países (Estados Unidos, Holanda, Alemanha e Inglaterra) que viveram tempos áureos em função do rádio até que, “em 1935, estes quatro países englobavam 88% da produção mundial” de aparelhos receptores (de rádios).

Entre aventuras e amarguras (altos e baixos), o rádio se espalhou rapidamente pelo mundo e conquistou a humanidade. Com o tempo, no entanto, o rádio conheceu a massificação, a fragmentação. Ao abordar a evolução e os percalços do rádio, Vigil (2003, p.

239) informa que “a fragmentação das rádios locais leva à descoberta de um público extremamente segmentado, cujos gostos e interesses são bastante articulados”. E acrescenta: “As rádios locais procuram atender às exigências mais diretas das várias camadas do público. Descobre-se, entre outras coisas, a força de atração exercida pela informação ao vivo, não oficial, às vezes até parcial, mas em todo caso direta e fora dos canais controlados pelas autoridades”.

Depois de analisar e abordar as vantagens do rádio, Vigil (2003, p. 240) constata e declara o seguinte:

De um lado, uma grande homogeneização do público no sentido de uma audiência distraída, baseada na música, e do outro uma maior segmentação dos usuários do rádio segundo os vários interesses culturais e profissionais, as tendências políticas, ideológicas, religiosas e as localidades geográficas. E, graças a estas duas tendências, o rádio volta a ocupar um papel importante na vida das pessoas.

Seja na Itália, nos Estados Unidos ou no terceiro mundo, o rádio é um meio de comunicação que atinge milhões e milhões de pessoas. No Brasil, o rádio continua batendo recordes de audiência, muito acima da televisão e de qualquer outro meio de comunicação, dado a sua facilidade de manejo, o baixo custo de produção, de acesso e a facilidade de alcance.

Reconhecendo a importância da radiodifusão, Vigil (2003, p. 241) informa que, “o rádio, enfim, demonstrou ser um meio indispensável tanto para a unificação lingüística, quanto para a valorização das culturas locais, ao transmitir nas línguas das diferentes populações”.

Diante de uma profusão de meios de comunicação e do acelerado processo de descobertas eletrônicas e tecnológicas, não falta quem anuncie o fim do rádio como meio de comunicação de massa ou de preferência de um grande público, mas Vigil (2003, p. 244) faz a defesa da radiodifusão, ao dizer que

A dimensão sonora emocional do rádio, a sua capacidade de fazer sentir ao usuário a universal presença humana (mesmo que só através da música de fundo) e de ajudar a vencer as novas solidões que ameaçam os indivíduos na sociedade da comunicação eletrônica, transformam-no num meio original, com um espaço próprio e preciso que não pode ser preenchido por outras mídias.

Bordenave (2003, p. 33) afirma que “o rádio estendeu a voz do homem através de montanhas e desertos, até os lares mais humildes e isolados”. Ao abordar as vantagens e ao mesmo tempo a trajetória dos meios de comunicação, ele garante que

A indústria da comunicação passou à casa dos bilhões de dólares e transnacionalizou-se, instalando fábricas e conquistando mercados em todos os continentes. (...) No mundo inteiro a rádio e a TV, e mais recentemente os microcomputadores, passaram a formar parte da bagagem instrumental da chamada Tecnologia Educativa.

Ao abordar as facilidades que o rádio oferece no processo de comunicação inerente ao seu aspecto ou modo de comunicar, Jung (2004, p. 17) cita um exemplo:

Procure imaginar o que acontece em torno do ouvinte ao mesmo tempo em que a mensagem é transmitida pelo rádio. Ele pode estar dirigindo, atento ao trânsito, preocupado com o motoqueiro que passa em alta velocidade e com os demais motoristas que tentam tomar-lhe a frente. Luminosos, cartazes, pixações e pessoas atravessado a rua desviando-lhe o olhar. Outra situação: o ouvinte está sentado, no escritório. Diante dele, o computador recebe dezenas de mensagens eletrônicas a cada minuto. O telefone toca; a secretária aparece, lembrando o compromisso de logo mais, e os colegas debatem a campanha que está para ser lançada. Em meio a essa avalanche de informações, lá está locutor, esganiçando no rádio, tentando ser mais interessante que tudo isso junto.

Lançando um olhar sobre a conjuntura, Renato Ortiz (1989, p. 39) observa que “desde 1922 o rádio havia sido introduzido no Brasil; não obstante, até 1935 ele se organizava basicamente em termos não-comerciais, as emissoras se constituindo em sociedades e clubes cujas programações eram sobretudo de cunho erudito e lítero-musical”. Ampliando o olhar sobre a questão o autor informa que na época “havia poucos aparelhos, eram de galena e o ouvinte tinha que pagar uma taxa de contribuição para o Estado pelo uso das ondas”. Depois, resgatando épocas e passos da radiodifusão, acrescenta:

A década de 20 é ainda uma fase de experimentação do novo veículo e a radiodifusão se concentrava muito mais amparada no talento e na personalidade de alguns indivíduos do que numa organização de tipo empresarial. O espaço de irradiação sofria contínuas interrupções e não havia uma programação que cobrisse inteiramente os horários diurnos e noturnos. Durante toda a década surgem apenas 19 emissoras em todo o país, e seu raio de ação, devido à falta de aparelhamento adequado, se reduzia aos limites das cidades onde operavam. Esta situação começa a se transformar com a introdução dos rádios de válvulas na década de 30, o que vem baratear os custos de produção dos aparelhos e possibilitar sua difusão junto a um público ouvinte mais amplo (1989, p. 39).

O processo de desenvolvimento da radiodifusão, no entanto, não parou de crescer e, conforme Ortiz (1989, p. 40)

Em 1932 ocorre uma mudança na legislação, que passa a permitir a publicidade no rádio, fixando-a no início em 10% da programação diária. As emissoras podiam agora contar com uma fonte de financiamento constante e estruturar sua programação com bases mais duradouras. Evidentemente isto iria modificar o caráter do rádio, que se torna cada

vez mais um veículo comercial, a ponto de alguns anunciantes se transformarem em verdadeiros produtores de programas, como no caso da Standart Propaganda e da Colgate Palmolive, que contratavam atores, escritores e tradutores de radionovelas.

A evolução ou crescimento do rádio no país não se conteve por aí. A cada época o rádio crescia e se ampliava a passos largos e de forma galopante e, em menos de uma década, de 1944 a 1950 a radiodifusão brasileira passou de 106 para 300 canais de emissoras de rádio e não parou mais de se expandir de forma avassaladora. O rádio também foi ampliando sua forma de atuação e aperfeiçoando sua grade de programação. Conforme Ortiz (1989, p. 40), “com o rádio surgem espetáculos como os programas de auditório, músicas variadas e especialmente a radionovela, introduzida no Brasil em 1941”. A sociedade da época não progredia como avançava a técnica e para Ortiz, “mesmo o rádio, que era certamente o meio de comunicação mais popular entre nós, encontrava problemas de expansão devido ao subdesenvolvimento da sociedade brasileira. Em 1952 o Brasil possuía dois milhões e quinhentos mil aparelhos (de rádio), número que sobe para quatro milhões e 700 mil receptores em 1962...”, mas ele acrescenta que “a teia de comunicação por rádio era bastante fraca em grande parte do território nacional, e dela era excluída um número considerável da população” (1989, p. 46-47) na época.

O aperfeiçoamento sempre foi o objetivo de qualquer tecnologia que apareceu ou ainda surge, mas no início o rádio também teve suas particularidades. Conforme Ortiz (1989, p. 54) “os estudos mostram que em São Paulo, nas décadas de 30, 40 e 50, o rádio tinha características marcadamente locais, e se pautava segundo um padrão regional”. Não foi diferente no Estado do Rio Grande do Sul e, particularmente no município de Santa Cruz do Sul quando o rádio começou a operar e a se expandir.

Ortiz (1989, p. 54) continua informando que “os anunciantes conheciam bem este lado particular da rádio paulista, o que fazia, por exemplo, com que as radionovelas de sucesso apresentadas no Rio de Janeiro por uma determinada emissora fossem reapresentadas com outro elenco e por uma outra emissora em São Paulo”. O autor aborda a expansão do rádio quando informa que “a exploração comercial dos mercados se fazia, portanto, regionalmente, faltando ao rádio brasileiro da época esta dimensão integradora característica das indústrias da cultura”. Mas o autor não deixa de refletir os problemas inerentes ao rádio e ao meio social quando que “devemos levar em consideração o fato de que numa sociedade subdesenvolvida, determinados setores da indústria da cultura popular de massa são vistos como sinal de *status*, o que freqüentemente se associa à própria noção de distinção” (1989, p.

64). Neste sentido é Ortiz quem nos adverte que “a implantação de uma indústria cultural modifica o padrão de relacionamento com a cultura, uma vez que definitivamente ela passa a ser concebida como um investimento comercial” (1989, p. 144), e não se furta em nos indicar que “a cultura não é simplesmente mercadoria, ela necessita ainda se impor como legítima” (1989, p. 147).

O rádio povoa o imaginário popular e, não é à toa que Matta (2005, p. 272) declara que “a centralidade que os meios de comunicação ocupam hoje na produção de discursos públicos e na esfera do consumo cultural, faz disso uma via privilegiada para a construção de identidades individuais e coletivas...”, enquanto em seguida nos informa que “a memória que os ouvintes populares têm do rádio e sua relação com ele constitui, em nossa perspectiva, o lugar imaginário a partir do qual se escuta e a partir do qual pode e deve se interrogar a sua capacidade interlocutória com o mundo popular” (2005, p. 281). A autora vai além quando aborda o rádio como meio de interligação de pessoas com o mundo externo. Ela aponta que “o rádio convoca seus ouvintes como meio de entretenimento e provocará uma redefinição dessa noção em nível particular” (2005, p. 284) e não deixa de apontar o rádio como “meio de distração” de muitas pessoas e ou populações, pois “ao instalar-se com este sentido no espaço doméstico, o rádio instala na cultura dos setores populares com a força – que não conseguiram fazer os meios escritos, o cinema o consumo de bens destinados ao tempo livre e uma estreita relação entre o entretenimento e os artefatos técnicos” (2005, p. 285).

Além da relação de entretenimentos e distração, o rádio se formou também como meio de informação nos meios urbanos e rurais e, foi através desse que as populações se inteiraram da morte do músico argentino Carlos Gardel, do presidente da República da Brasil Getúlio Vargas e de acontecimentos mundial como o fim da guerra (1945), as greves, os terremotos e as pestes ou epidemias, como acontece ainda hoje - se bem que hoje há uma enorme proliferação de meios de comunicação e mesmo assim o rádio continua em voga.

Matta (2005) recorda que esse foi o modo inicial para inteirar-se através do rádio, buscando acesso a um horizonte nacional. Desta forma, Matta (2005, p. 287) continua dizendo que “o rádio-necessidade, no sentido informativo, é uma invenção moderna...” onde a sociedade, “com múltiplas organizações setoriais se comunicam através do rádio com seus representados”. A autora reconhece que o rádio é “moderno também como nova racionalidade que faz da informação o instrumento de um saber que ilusoriamente transparece o mundo do poder de cujas decisões se depende”. E a autora continua sua posição dizendo que ele, o rádio, é “moderno em termos de agenda comunicativa: única possibilidade

de não ‘ficar à margem’ do que ocorre; dessa realidade cada vez mais fabricada nos meios e dos quais depende toda possível legitimação social” (2005, p. 287).

Mesmo citando um período histórico exato, Matta (2005, p. 295) reconhece que “sem dúvida alguma o rádio se faz popular a partir de imaginário de ascensão social e visibilidade pública que não está desligado das condições objetivas que caracterizaram social e economicamente as décadas de 40 e 50, época que ainda se reconhece como um momento de ouro do meio” radiofônico e de seu desenvolvimento.

1.6 Compromissos e deveres da radiodifusão

No Brasil, a legislação referente à imprensa não é nova, remonta ao tempo da Proclamação da Independência, nas primeiras décadas do século XIX. Constatamos, inclusive, que na época em que o Brasil era Colônia de Portugal, a lei de imprensa usada era a mesma, promulgada aos 12 de julho de 1821, no país europeu. O objetivo dessa lei era a vigilância sobre os excessos e os abusos da imprensa em relação à vida dos cidadãos. De boa ou péssima reputação, Dom Pedro I criou, aos 22 de novembro de 1823, o “Juizado de Fato” para julgar os crimes da imprensa. Mas foi aos 20 de setembro de 1830 que surgiu a Lei de Imprensa, estabelecendo penas corporais e pecuniárias aos órgãos de imprensa que infringissem os direitos dos cidadãos. Aos 24 de fevereiro de 1891, no entanto, foi promulgada a primeira Constituição Republicana com princípios sobre a atuação da imprensa, cuja novidade foi a proibição do anonimato. Meio século mais tarde, já em outra conjuntura, foram criadas novas leis ou regulamentação para o setor.

Com a finalidade de reprimir o anarquismo no Brasil, em 1921 foi assinado o Decreto nº 4.291, de 17 de janeiro de 1921, que trouxe sérias restrições e penalidades à imprensa. Conforme Laner (2002, p. 69), o referido Decreto, é

Composto por 14 artigos, não constituía um novo código para regular as atividades de imprensa, mas sua importância histórica é ressaltada por ter sido empregada pelos governantes como um instrumento rigoroso para cercear a liberdade de expressão, pois o governo estava autorizado a fechar associações, sindicatos e sociedades civis. Os condenados por delitos de imprensa tinham penas privativas de liberdade, o que representou uma inovação.

Aos 31 de outubro de 1923 aparece outra “novidade” que causou um verdadeiro alvoroço no mundo dos jornalistas e da comunicação social. Trata-se da Lei nº 4.743,

conhecida como Lei Adolfo Gordo, “referência ao seu relator no Senado” (Idem), que aplicava a censura prévia e que, em seus 37 artigos, conforme Laner (2002, 70), “previa a prisão especial para os jornalistas infratores”.

Em 1930 surgiu o Movimento de 1930 em que muitos representantes da imprensa brasileira apoiaram Getúlio Vargas e, em 1939, Vargas instituiu a Lei de Segurança Nacional apoiado pela imprensa liberal e, em 1939, criou o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), com direito à censura. Laner (2002, 71) afirma que a partir disso, “61 jornais pararam de circular e mais 42 receberam registros” de infrações. Mas os admiradores de Vargas, como Assis Chateaubriand, não foram afetados pelo regime que estava a caminho do Estado novo. Muitos outros Decretos e Leis vieram, mas foi aos 09 de fevereiro de 1967 que foi aprovada a Lei nº 5.250/67 que ainda está em vigor na atualidade. Esta Lei, promulgada pelo Regime Militar do então presidente Humberto Castello Branco, “garantiu a liberdade de expressão e de pensamento e determinou penas aos abusos cometidos no exercício desse direito” (LANER, 2002, p. 71).

Mesmo na vigência dessa Lei, aos 13 de dezembro de 1968 surgiu o Ato Institucional nº 5 (AI 5) que revogou a liberdade de imprensa e instaurou a censura prévia. Seguiu-se um dos períodos mais conturbados para a imprensa, de censura e de cerceamento da liberdade de expressão cultural no país: políticos foram cassados (110 deputados federais, 161 deputados estaduais, 22 prefeitos); ministros do Supremo Tribunal foram afastados; 500 filmes foram censurados, juntamente com 450 peças teatrais, 200 livros, dezenas de programas de rádio, 100 revistas, mais de 500 canções e doze capítulos e sinopses de telenovelas. Neste período vieram novas penas para jornalistas e meios de comunicação que não se enquadrassem nos planos e nas orientações do regime, sendo que rádios e jornais foram censuradas e até mesmo fechados. Foi nesse período que o Regime Militar fechou e incendiou a jornal porto-alegrense *Folha da Manhã* e, no outro dia, concedeu autorização para o surgimento do jornal *Zero Hora*, hoje integrante da Rede Brasil Sul (RBS), proprietária de rádios, jornais e televisão. Ou seja, só sobreviveram os que disseram “amém” ao Regime Militar e só surgiram os que nasceram sob a tutela do mesmo.

Conforme Moreira (1991, p. 31) “somente em 1944, 21 anos depois da fundação da primeira emissora brasileira, profissionais e empresários do rádio conseguiram reunir-se para criar a Associação Brasileira de Rádio (ABR), entidade que *visava a defesa, a orientação e a união de todos os que trabalhassem no rádio e para o rádio*, qualquer que fosse a modalidade da função que exercessem” (p. 31). Conforme Lopes (apud MOREIRA, 1991, p. 32), a nova entidade tinha entre as suas principais finalidades, o seguinte:

Interpretar o pensamento da radiodifusão brasileira;
Preservar e defender a dignidade profissional dos trabalhadores de rádio no Brasil;
Acautelos os interesses da classe radiofônica brasileira;
Colaborar com o Estado naquilo que se relacione com o desenvolvimento artístico e intelectual do País;
Manter uma biblioteca com uma seção especializada sobre assuntos do rádio;
E cuidar do aperfeiçoamento profissional dos trabalhadores do rádio.

No que se refere à radiodifusão, nesta época (1960), apenas dois documentos legais regiam o setor, a saber: o Decreto 20.407, de 1931, que estabelecia novas normas em substituição ao regulamento para os Serviços de Radiotelegrafia, aprovado em 1924, e as normas reguladoras dos serviços de radiocomunicação no território nacional, regulamentadas pelo Decreto 21.111, publicado em 1932. O Código Brasileiro de Radiodifusão, elaborado em 1946, a partir da criação da ABR (Associação Brasileira de Rádio) e entregue ao então presidente da República (General Eurico Dutra) tramitou lentamente, sendo alterado por sucessivos decretos e emendas. Ainda em 1946 aconteceu o I Congresso Brasileiro de Radiodifusão para debater as sugestões apresentadas no referido Código. O Código Brasileiro de Comunicação surgiu, no entanto, em 1962, através da Lei 4.117. No mesmo ano (1962) surgiu a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, vigente e atuante até os nossos dias, num encontro que congregou 172 representantes de emissoras de rádio e de televisão do país.

O diálogo e não raro embate entre governo e empresários da radiodifusão fez surgir, em 1967, o Ministério das Comunicações, causando mudanças no setor e instituindo o Dentel (Departamento Nacional de Telecomunicações) com a finalidade de fiscalizar a programação dos meios de comunicação eletrônicos.

Promulgada no dia 05 de outubro de 1988, é a Constituição Federal que veio favorecer novos rumos à imprensa brasileira, mas, ao mesmo tempo, a Constituição garante a criação de um conselho regulador para a imprensa em geral, que desde então tramita entre a Câmara dos Deputados e o Senado Federal desde a proclamação da carta magna de 1988, sendo que os artigos 220 a 224 da Constituição, que trata da democratização dos meios de comunicação social no Brasil, ainda tramitam no Congresso Nacional. Só para recordar, na França existe um Código de Ética para os jornalistas desde 1918; nos Estados Unidos, o Código de Ética remonta ao ano de 1926, na Inglaterra, o mesmo código é de 1938.

Ao contrário dos jornais, o rádio e a televisão são concessões governamentais; portanto, têm deveres e obrigações para com a sociedade, sob a vigilância do Ministério das Comunicações. Os direitos e deveres da radiodifusão e da televisão estão pautados na própria

Constituição Federal. No artigo 221 (p, 159), a Constituição declara que a produção, ou seja, a programação das emissoras de rádio e de televisão atenderão alguns princípios, a saber:

I - Preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - Promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - Regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

(BRASIL, 2007, p. 223).

Os compromissos e deveres da radiodifusão estão pautados pela Constituição e, acima de tudo, como podemos conferir nos itens citados acima, estão voltados para a regionalização e seus valores, bem como para a capacitação e desenvolvimento regional. Nem sempre a radiodifusão e a televisão cumprem os compromissos e deveres ou quase sempre deixam de exercer sua função formativa para com as pessoas e a sociedade civil. Conforme Josaphat (2007, p. 65), abrindo o leque, os objetivos específicos da mídia são: “informar, formar a opinião pública, comunicar criando laços de intercâmbio entre indivíduos, difundir a cultura, o lazer e o divertimento”.

Josaphat (2007, p. 65) vai além ao afirmar que gostaria muito de acrescentar mais alguns pontos, e aponta: “criando um clima de paz e de alegria de viver e de conviver”. Isto, é claro, contradiz frontalmente a preferência da mídia atual cujo gosto é a apelação, pelo sensacionalismo, pelos casos bombásticos que, segundo alguns setores da mídia, eleva a audiência e, conseqüentemente, o faturamento (vender sempre mais). A mídia tudo faz pela audiência, até mesmo esquecer suas funções. É Josaphat (2007, p. 66) quem recorda que “esses objetivos da função social, do bem público fundamental que a mídia tem a missão de assegurar: a indispensável informação e comunicação, essa busca da verdade que está na base da sociedade, realmente humana e democrática”.

Para o autor trata-se do “horizonte de plena realização ética que a mídia há de visar sempre, para ajudar a sociedade a se manter e a progredir a serviço da sobrevivência e do progresso de toda humanidade” (2007, p. 66), sem esquecer que este progresso depende também ou principalmente do indivíduo. Ou seja, o universal passa pelo pessoal. Só é universal porque é plenamente pessoal e local.

Josaphth (2007, p. 66-67) chega a sonhar ou brincar com os objetivos e funções da mídia e os aborda como ideais ou exigências normativas, elencando-as em quatro itens:

1. *O respeito e a promoção da dignidade humana, em todos os domínios da ação e da comunicação;*
2. *A valorização da responsabilidade, encarada como atitude e qualidade de todos os agentes, bem como de todos os usuários da informação, e mesmo de toda a vida social;*
3. *A busca constante do bem comum, reconhecido como o ápice que a sociedade deve atingir;*
4. *O ideal de felicidade que habita e ativa o ser humano. Ele há de ser acolhido e favorecido, dentro e para além do clima de diversão e de lazer, que a mídia tende a manter com toda a razão.*

Abrindo o leque sobre os deveres e obrigações da comunicação, principalmente da radiodifusão, Josaphth (2007, p. 40) trata a mesma como de fundamental importância na formação da pessoa e no desenvolvimento da sociedade ao declarar:

A mídia é deveras o cérebro e o coração da sociedade moderna. Dela derivam todos os elementos capazes de garantir o bom exercício de uma ordem democrática, justa e solidária. Visar e favorecer esse objetivo, tal é a missão primordial da comunicação.

Aprovado no Congresso dos Jornalistas no Rio de Janeiro, em 1987, o Código de Ética do Jornalista fixa as normas que subordinam a atuação dos profissionais nas suas relações com a comunidade, com as fontes de informação e entre os próprios jornalistas. O referido Código estabelece o direito à boa informação, traça normas de conduta e deveres aos jornalistas, indica o que o jornalista não pode fazer (Artigo 10), fala da responsabilidade profissional do mesmo. A Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais (FENAJ) tem um Estatuto da entidade e uma resolução da Comissão de Ética aprovada aos 11 de outubro de 2003, que orientam o exercício da profissão e tenta punir os maus profissionais. Os referidos documentos podem ser acessados no site das entidades.

O mesmo acontece com o Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão do Rio Grande do Sul, com sede em Porto Alegre¹⁹, que tem um “Manual Nacional dos Radialistas” no qual constam as leis, os compromissos e os direitos do profissional da radiodifusão em todo o território nacional. No “Manual Nacional dos Radialistas” consta a

¹⁹ Citamos o Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão do Estado do Rio Grande do Sul como um modelo do que existe em outros estados brasileiros, limitando-nos a apresentá-lo como referência para não citar todos os outros sindicatos existentes com suas características particulares ou regionais.

legislação do radialista e a descrição de suas funções, além da lei de Regulamentação Profissional, nº 6.615 de 16/12/1978, com alguns decretos posteriores e complementares.

Se a Lei nº 8.389, de 30 de dezembro de 1990, que instituiu o Conselho de Comunicação Social, na forma do artigo 224 da Constituição Federal, conforme citado anteriormente; se já existe o Código de Ética do Jornalista; se existe o “Manual dos Radialistas”, está claro o campo de ação destes profissionais, com seus direitos, compromissos e deveres.

Se perante a lei o Governo Federal faz a concessão de emissoras de rádio e de televisão, as mesmas têm obrigações perante o Governo, e não somente à sociedade. As obrigações junto ao Governo são as transmissões da *Voz do Brasil*²⁰ e do horário político gratuito²¹.

A prestação de serviço da radiodifusão, seja para o Governo, seja para a sociedade em geral, não inibe os avanços que cada emissora pode fazer, mas pelo contrário, as mesmas devem acompanhar o processo de desenvolvimento tecnológico e os avanços sociais para melhor servir como canal de ligação com a sociedade. Levando em conta tudo isso, a seguir abordaremos o processo de adaptação e utilização das novidades tecnológicas por parte do rádio.

1.7 A presença do rádio nas novas mídias e tecnologias

O rádio não ficou alienado ou sozinho no processo de comunicação. Tendo sido ameaçado pela televisão, aproveitou muito bem as novas tecnologias, especialmente a internet, dando um salto qualitativo em vários aspectos: abrangência, outros ouvintes, utilização do torpedo etc. Sobre a questão da presença do rádio na internet, Cebrian Herreros (In: FERRARETTO; KLÖCKNER, 2010, p. 164) reflete o seguinte:

O rádio é um meio de representação do público. O rádio tem uma concepção massiva frente à concepção personalizada da internet. O veículo na internet perde sua característica de meio massivo de comunicação social, mas adquire outras modalidades que podem orientar-se para um serviço e um acesso público de intercâmbio entre todos os

²⁰ Criada por Armando Costa em 1935 no governo de Getúlio Vargas, *A Voz do Brasil* é um programa radiofônico público de veiculação obrigatória que vai ao ar diariamente, das 19 horas às 20 horas, em cadeia nacional de rádio, numa geração da Radiobras, com notícias governamentais, dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

²¹ Transmissão obrigatória e gratuita dos programas partidários políticos três meses antes de cada eleição realizada no país em níveis municipal, estadual e federal.

participantes, com diversas possibilidades: foros, chats, listas, correios eletrônicos, blogs, navegações por diversos temas.

As interrogações e análises sobre o uso de novas tecnologias na radiodifusão não param. Haussen (2010, p. 168) indaga: “O que este fenômeno está a indicar? Em primeiro lugar, que a tecnologia, queira-se ou não, está aproximando o ouvinte. Em segundo, que embora esta aproximação não seja a ideal – e ainda esteja distante da ideia de Brecht do rádio de *mão-dupla* – já se observa a presença maior do ouvinte no fazer radiofônico”.

No tocante às novas tecnologias, Ferreira (In FERRARETTO; KLÖCKNER, 2010, p. 275) louva ou reconhece como positiva a iniciativa de adaptação do rádio em relação à internet, quando diz que “graças à internet, é possível se conectar, instantânea e simultaneamente, com qualquer canto do planeta sem sair do lugar, veiculando ou apropriando, transformando e sendo transformado por arquivos digitalizados e comprimidos. Os vínculos comunicativos extrapolam os limites corporais e se estabelecem no nível do ‘mente a mente’: agora é possível trocar informações com quaisquer pessoas sem barreiras, sem limites geográficos ou históricos”.

A presença do rádio nos meios modernos de tecnologia não tem a intenção ou a pretensão de reparar a indicação ou desejo de Brecht de um veículo de “mão-dupla”, mas de abrir alas, de avançar, de oferecer mais oportunidade de conexão com o ouvinte, principalmente aquele ouvinte que está longe. O ouvinte que está perto, que é alcançado pelo sinal da emissora, tem meios e ferramentas de sintonizar a rádio e fazer a sua participação, o que acontece normalmente, mas sabemos de ouvintes que, mesmo estando no centro da cidade ou próximo, preferem sintonizar a emissora através da Rede Mundial de Computadores, principalmente nos escritórios urbanos. Neste sentido é Heussen (2010, p. 169) quem amplia horizontes e nos ensina o seguinte:

Pode-se dizer que os tempos do rádio dono da verdade e dos ouvintes estão assim, afastando-se gradativamente, e a gerência deste contexto tornando-se cada vez mais complexa. O que não significa, necessariamente, o fim do veículo – que já se encontra em diversos suportes – mas a necessidade de adequação do mesmo a uma realidade cada vez mais volátil, veloz e tecnologicamente avançada, e ainda, a uma ‘cultura do ouvir’, por parte do público também diferenciada.

Cunha (In: FERRARETTO; KLÖCKNER, 2010, p. 181) também aborda o tema, quando diz que “as tecnologias móveis são resultados do desenvolvimento de uma sociedade que a cada período torna-se mais nômade, mais globalizada. Não basta mais conhecer por intermédio do mundo virtual. O conhecimento à distância provoca a etapa seguinte: o desejo

de estar presente e em conexão direta com uma outra realidade ou informação”. Mas retomamos o pensamento contrário já abordado: a possibilidade de alguém que está distante e pode acessar a emissora de sua terra e acompanhar a programação, ouvir o locutor conhecido, acompanhar a realidade local etc.

O binômio rádio e Internet funciona como complemento, enquanto rádio na Internet é outra questão bem diferente. Como não se precisa de licença legal para abrir uma rádio na internet, tem lá suas características e limitações. Uma das características é que é um processo mais barato de se manter. Limitações porque tem um estilo diferente de uma rádio com toda sua estrutura e que também está operando on-line, está na Internet, como é o caso da Rádio Santa Cruz, entre tantas outras, numa união de meios em busca e em prol de melhorias.

Para Almeida e Magnoni (2010, p. 433), “a multimídia, ou convergência de mídias, consiste na união de todos os meios de comunicação em um único”. Em seguida Almeida e Magnoni afirmam (In: FERRARETTO; KLÖCKNER, 2010, p. 434-435) que

A relação entre o rádio e a internet pode suscitar duas vias de desenvolvimento: uma de ação e outra de ação concorrente. Na primeira perspectiva teríamos a internet como protagonista de uma etapa de evolução do rádio. Ela se fundamenta na argumentação de que, em pouco mais de uma década, a internet tornou-se a principal hospedeira e difusora de uma série de meios, mensagens e tecnologias desenvolvidas paralelamente e que se juntaram numa plataforma comum de comunicação multilateral e mundial. Com a expansão da *web*, o rádio passou a contar com plataforma multimídia complementar para ampliar seu alcance de sintonia e diversificar sua audiência.

E os autores (2010, p. 444) continuam afirmando:

Na segunda perspectiva, a internet teria um desenvolvimento concorrente ao do rádio. No contexto brasileiro, a digitalização da radiodifusão enfrenta muitas dificuldades, fator que retarda a transmissão do padrão analógico em vigor, para um projeto plenamente digital. A existência de um sistema radiodifusor analógico e anacrônico facilita o desenvolvimento paralelo de ‘emissoras’ pela internet.

Ao abordar o tema rádio-internet, Ferraretto (apud ALMEIDA; MAGNONI, 2010, p. 435) diz que a Internet “é mais um benefício do que um prejuízo, afinal o ouvinte pode ouvir a informação quando desejar”. Depois acrescenta: “A internet beneficia o rádio de três formas distintas: em primeiro lugar porque substitui qualquer sistema de ondas hertzianas, em segundo porque permite que qualquer emissora seja acessível... e em terceiro porque disponibiliza o conteúdo radiofônico para ser ouvido em qualquer momento...”. E as vantagens do rádio na internet não cessam por aí, pois Almeida e Magnoni acrescentam que “outra mudança que deve ser apontada está relacionada à interatividade” (2010, p. 435). Para

os autores “o rádio sempre foi o meio mais interativo por possibilitar o acesso dos ouvintes à emissora, por telefone ou carta. Com a internet, essa interatividade aumenta consideravelmente” (2010, p. 435).

De fato, a Internet movimentou o rádio. Para Almeida e Magnoni (2010, p. 439), depois da Internet “o rádio não é mais o primeiro veículo a dar a informação”, pois “a internet é tão instantânea quanto o rádio, e atualmente há uma tendência de aumento do número de pessoas que se informam primeiramente pela web”. Isso significa que, quando se alia rádio e Internet, a comunicação fica ainda mais instantânea e versátil.

Se o rádio já gozava de uma abrangência enorme e uma versátil instantaneidade, a internet tornou o mesmo mais dinâmico e abrangente. Ao abordar o tema García Gonzalez, (apud LOPEZ, 2010, p. 413) diz que “a internet não constitui uma concorrência direta para o rádio, mas sim um novo suporte que facilita a integração digital do rádio e a oferta de novos serviços que o meio não poderia oferecer antes”. Depois acrescenta:

É evidente que a internet estabelece uma forma de radiodifusão diferente da conhecida. Para a audiência é uma nova forma de consumir o mesmo rádio, oferecendo a possibilidade de acessar bancos de dados de programas e definir sua própria oferta radiofônica na hora e lugar em que o usuário escolha, transformando-se em um rádio sob demanda (2010, p. 414).

De fato, a internet causou uma revolução no rádio, desde o seu surgimento. Conforme Prata (2010, p. 612)

A primeira conexão à internet, no Brasil foi feita há 22 anos, em 1987, quando a Fundação de Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) conectou-se a instituições nos USA (...) mas a data oficial da web brasileira é o dia 31 de maio de 1995, quando foi criado o Comitê Gestor da Internet (CGI) no Brasil, entidade responsável pela rede mundial de computadores no país, com a tarefa de administrar os nomes dos domicílios locais e a interconexão de redes dentro e fora do país (...) e nestes 14 anos do lançamento oficial da web brasileira, os números são grandiosos. O Brasil deverá fechar 2009 com 68,5 milhões de internautas. Em 2009, foram 24,5 milhões de usuários residenciais de internet e 62,3 milhões de pessoas, no total, acessaram a rede, seja em *lan houses*, no trabalho ou em suas próprias casas.

Por outro lado, além desses benefícios todos, não podemos esquecer que a Internet ainda é uma ferramenta basicamente urbana; basta sair da cidade que a mesma já não funciona. Ainda existe uma gama enorme de pessoas que, mesmo no centro da cidade, não têm internet em casa. Embora uma parcela muito grande de pessoas busquem as *lan houses* como locais de acesso, uma considerável gama de pessoas ainda prefere meios tradicionais como o aparelho de rádio com suas ofertas instantânea de notícias e músicas. Esses que

acessam a internet em *lan houses* praticamente não usam a ferramenta para escutar rádio, mas para pesquisa ou para divertimento, como jogos e programas de conversação com amigos. Com o rádio as pessoas se sentem ligadas ao ambiente e ao mundo ao mesmo tempo, pois além do entretenimento, trazem informações de hora em hora²² ou em momentos extraordinários, quando necessário.

Levando em conta que o rádio permeia a vida (VIGIL, 2003) das pessoas e das comunidades, a seguir trataremos o tema da radiodifusão como fator de desenvolvimento. Este item é colocado aqui por se tratar de um dos eixos centrais deste trabalho de pesquisa, a partir do tema proposto que é o estudo das contribuições da radiodifusão ao desenvolvimento regional.

1.8 A radiodifusão como fator de desenvolvimento

Sen (1999) aborda o desenvolvimento numa perspectiva que extrapola o mero acúmulo de bens materiais, apontando para uma “qualidade de vida” da pessoa, de uma comunidade, de uma região, ou seja, como estas vivem, como crescem e se abrem para o mundo, mas sem abandonar as tradições ou raízes culturais.

Conforme Pereira (apud RUAS, 2004, p. 22)

Desenvolvimento é um processo de transformação econômica, política e social, através do qual o crescimento do padrão de vida da população tende a tornar-se automático e autônomo. Trata-se de um processo social e global, em que as estruturas econômicas, políticas e sociais de um país sofrem contínuas transformações. Não tem sentido falar-se em desenvolvimento apenas econômico, ou apenas político ou apenas social. Na verdade, não existe desenvolvimento dessa natureza, parcelado, setorizado... O desenvolvimento, portanto, é um processo de transformação global.

Podemos agora afunilar a perspectiva de desenvolvimento. Para Siedenberg (2006, p. 29), desenvolvimento regional,

É um processo de mudanças sociais e econômicas que ocorrem num determinado espaço geográfico (...) Já a dimensão espacial varia de acordo com o enfoque: por desenvolvimento regional pode-se entender tanto o recorte de uma dimensão continental (como, por exemplo, o Mercosul), quanto uma dimensão intermediária entre as delimitações

²² A Rádio Santa Cruz tem o serviço de notícia de hora em hora, além da Unidade Móvel que, circulando pela cidade e pela região, em alguns momentos trazem informações de eventos que acontecem naquele momento.

administrativas de um país e seus estados (por exemplo: região nordeste) ou mesmo uma dimensão intermediária entre estados e municípios (por exemplo: região do Vale do Rio Pardo). Decorre daí que o adjetivo *regional* pressupõe sempre a existência de múltiplos exemplares da menor unidade espacial que está sendo considerada. No entanto, é necessário considerar também que há vários critérios para definir o adjetivo *regional* do conceito: geográficos, administrativos, econômicos, físico-naturais, culturais, políticos e etnográficos, entre outros. Apesar de serem enfatizadas as mudanças sociais e econômicas do desenvolvimento regional, é necessário considerar ainda que a abrangência destas mudanças vai além destes aspectos, estabelecendo uma série de inter-relações com outros elementos e estruturas presente no território considerado, configurando um complexo sistema de interações.

Neste sentido, levando em conta o que diz Siedenberg (2006) no aspecto da inter-relação com outros elementos e estruturas presentes no território considerado, a radiodifusão faz parte deste processo de desenvolvimento regional como fator importante quando atua como serviço e quando debate as necessidades básicas da pessoa e, claro, da comunidade regional.

Estudioso da comunicação social, Melo (1989, p. 56-57) também nos traz à luz a sua posição sobre desenvolvimento e nos informa que é “um processo contínuo de libertação dos povos e da sociedade, em que estes são capazes de afirmar sua autonomia e, com autoconfiança, incrementar atividades de seu interesse. Este é o desabrochar da imaginação individual e social para definir objetivos e inventar meios de atingi-los”. Quando a radiodifusão faz parte deste processo, ela se torna um fator de desenvolvimento, pois seja dialogando ou escutando rádio recebemos uma gama de informações e uma bagagem formativa que pode contribuir para a nossa construção e desenvolvimento como indivíduo, como ser humano presente na sociedade ou comunidade, levando em conta que a comunicação é um processo ativo e não passivo (RUAS, 2004). Mesmo recordando o desejo de Brecht, a pessoa, ao socializar o que escutou no rádio, ela está debatendo, aprofundando e tentando compreender melhor a realidade.

Reconhecendo os meios de comunicação como formadores e fomentadores de opinião pública, bem como de formação e capacitação (desenvolvimento) pessoal e comunitária, Melo (1998, p. 295) recorre à ONU (Organizações das Nações Unidas) para informar que o desenvolvimento “é, inevitavelmente, um processo de participação (...) quando a atenção das pessoas é mobilizada e o interesse delas atraído (...) então a participação criativa está operando e o avanço do desenvolvimento tem probabilidade de se acelerar”. Neste contexto, ele continua, “os meios de comunicação de massa criam, portanto, o ambiente fértil à participação e cumprem sua função-motriz no processo de desenvolvimento”. Para o autor, “reside aí a contribuição fundamental dos sistemas de comunicação, veiculando informações

e difundindo modos de agir, pensar e sentir que predisponham os cidadãos a adotarem comportamentos sintonizados com as estratégias do desenvolvimento”. Melo informa ainda e de forma pedagógica: “Em outras palavras, forjando indivíduos capazes de valorizar o trabalho produtivo e de poupar recursos para a consecução de resultados a médio e longo prazos” (1998, p. 296).

Presente na sociedade, a comunicação, principalmente o rádio torna-se fundamental na mobilização da opinião pública, transformando-se em instrumento de poder (RUAS, 2004) como fator de conscientização, de reivindicação ou de exigência de melhorias sociais e comunitárias, pois o cidadão é afetado pelas informações e opiniões que fluem, sem parar, por meio da imprensa, rádio e televisão “sendo inconcebível, no mundo contemporâneo, descartá-lo no diagnóstico do processo de desenvolvimento...” (2004, p. 32) continua e afirma: “Por ser essa arma poderosa e por estar a comunicação a serviço do desenvolvimento, os investimentos para projetos deveriam ser alocados com a preocupação de mobilizar iniciativas comunitárias para produzir e difundir informações destinadas a fomentar o incremento do desenvolvimento local, quer na área da indústria, saúde, educação, religião, lazer etc, quer no despertar de um cidadão mais fortalecido para lutar pelo atendimento de seus direitos junto ao Estado e à sociedade” (2004, p. 31).

Abordando o poder da comunicação na mobilização das pessoas e a comunicação como fator de desenvolvimento, Pascoal (apud RUAS, 2004, p. 56), recorda que “o papel da mídia é informar, ajudando a sociedade a saber, conhecer, pensar e agir. A educação, portanto, é, diretamente, uma característica da mídia. Um povo somente pode ser grande se sua educação for boa e, a mídia, livre, plural e responsável”. Ampliando a reflexão da comunicação como fator de desenvolvimento, Bordenave (1986, p. 101) diz o seguinte:

Deseja-se colocar o poder da comunicação a serviço da construção de uma sociedade onde a participação e o diálogo transformantes sejam possíveis. É próprio da comunicação contribuir para a modificação dos significados que as pessoas atribuem às coisas. E, através da modificação de significados, a comunicação colabora na transformação das crenças, dos valores e dos comportamentos. Daí o imenso poder da comunicação. Daí o uso que o poder faz da comunicação.

Fica visível a importância da radiodifusão na implantação dos processos de desenvolvimento. Conforme Ruas (2004, p. 85) “durante a história, não houve nenhum outro veículo que colaborasse tanto para a integração como o rádio, tornando-se pelo alcance, presença marcante em qualquer processo de desenvolvimento”. Em seguida, reconhecendo a trajetória do rádio, Ruas (2004, p. 80) acrescenta que o rádio “é considerado como a maior

conquista científica do século XX e a maior conquista tecnológica do mundo” e mesmo enfrentando desafios, novas descobertas e alternativas de comunicação moderna, a radiodifusão “não desapareceu quando foi ameaçado pela televisão, pelo contrário, foi cada vez mais conquistando novos caminhos e espaços” (2004, p. 85).

Levando em conta que “o novo paradigma que está em construção hoje concebe o desenvolvimento integrando as dimensões econômica, social, ambiental e política”, segundo Laner e Schmidt (2007, p. 5), a radiodifusão, inserida na comunidade, faz parte deste processo.

Neste sentido, Tavares (1997, p. 5) afirma que

Tanto o rádio quanto a televisão, as revistas ou qualquer outro veículo de comunicação de massa – não importa se impresso ou eletrônico – têm uma responsabilidade muito grande no desenvolvimento cultural e educacional do nosso país e, não temos dúvida em afirmar que, face ao vertiginoso crescimento que vivemos em todas as áreas, tanto na política quanto nos meios artísticos e culturais, na rede de ensino, desde os parques infantis até as universidades, na administração pública e privada, nas ideologias religiosas ou filosóficas, nas atividades esportivas e sociais, na prestação de serviços; se aplicadas as regras básicas aqui definidas como ‘comunicação de massa’, estaremos contribuindo para que o Brasil finalmente deixe de ser o ‘país do futuro’ e viva hoje toda a intensidade e as emoções de uma nação forte, digna, honrada e, sobretudo, mais alfabetizada (1997, p. 5).

Abordando o tema da radiodifusão e do desenvolvimento regional, Ruas (2004, p. 90) esclarece que

Tanto a radiodifusão quanto o desenvolvimento são processos que vêm criando e recriando suas próprias e específicas formas de intervenção no cotidiano das comunidades. Contribuem para trazer novas formas de produzir e compartilhar experiências, reavivar a participação cidadã, fazer crescer a democracia e ainda para que cada um encontre razões para viver dentro do espírito ético e de cidadania, na comunidade. Ambos surgiram como opções inovadoras no sentido de mobilizar e dinamizar a comunidade, de modo que ela possa utilizar os recursos disponíveis com criatividade e, assim, conquistar, coletivamente uma melhor qualidade de vida.

Fica claro, no entanto, que estes processos não devem ser impostos (RUAS, 2004), mas devem emergir da própria comunidade ou região para quem tenha solidez e possam perdurar. Assim, quando a comunidade assume a tarefa de gestora do processo de desenvolvimento, Ruas (2004, p. 91) indica que

Por meio da radiodifusão (...) sensibilizando a comunidade e as autoridades envolvidas que podem ser locais e ou regionais, face aos problemas e às estratégias para implementação de ações promotoras do desenvolvimento, podem ser mais bem dirigidas e trabalhadas, maximizando a possibilidade de sucesso.

Citando a comunicação como fator de desenvolvimento, Melo (1975, p. 11) nos informa que

Na verdade, é através da imprensa, do rádio, da TV e do cinema que os indivíduos se informam, cotidianamente, sobre os fatos da atualidade, se divertem, e se mantêm sintonizados com o meio-ambiente de que participam.

Essa participação que forma opinião pode moldar a pessoa, seja para sua construção ou alienação, mas como geralmente as pessoas se envolvem em busca de algo melhor para si e para os seus, este processo pode ser um fator positivo. Levando em conta isto, é Melo (1970, p. 123) quem nos alerta que “o Processo da comunicação coletiva (mecânico, indireto, unilateral) não se basta a si mesmo. Depende, para sua eficácia, do processo de comunicação interpessoal. Pois o fenômeno comunicativo, com seus efeitos culturais, está condicionado à dinâmica dos grupos dentro da sociedade. Aparentemente, os *mass media* atingem globalmente a sociedade; mas, na prática, o conteúdo de suas mensagens é refletido, digerido, analisado dentro dos grupos, vindo daí a adoção de opiniões e atitudes”. Não devemos esquecer, no entanto, que os ouvintes se comunicam entre si e que muitas vezes se orientam a partir disso, mesmo sem desqualificar ou descartar a informação recebida pelo rádio.

Sabemos que os meios podem servir também como ferramenta de alienação (MELO, 1975) como forma de controle da população, mas sabemos também que (SEN, 1999) as liberdades construtivas abrem caminhos para os indivíduos em particular e para comunidades e uma região. A comunicação faz parte desta busca ou construção das liberdades, deste despertar individual, comunitário, social e, conforme Melo (1970, p. 249)

O rádio é, dentre os canais de comunicação coletiva, em nosso país, o que oferece *mensagens culturais* (informativas, educativas ou de lazer) com menor dispêndio econômico para o receptor... o rádio e a televisão exigem apenas um investimento inicial com a aquisição do aparelho receptor passando a receber gratuitamente as suas mensagens.

Neste sentido de educação e formação através do rádio, Melo (1975) nos remete aos primórdios do rádio brasileiro cujos objetivos, a partir de Roquette Pinto era a “difusão do saber”. E Roquette Pinto, ao se referir ao rádio, acrescentava (apud MILANEZ, 2007, p. 10): “Que meio para transformar o homem, em poucos minutos, se o empregarem com alma e coração”.

Nos seus quase 90 anos, o rádio viveu várias transformações no país e, sendo o veículo de maior penetração em todo o país, o rádio se tornou, no Brasil e no mundo, o mais popular e o mais poderoso veículo de comunicação de massa que, mesmo tendo sido cooptado em alguns momentos de sua trajetória por políticos e visões políticas, o mesmo sempre foi um fator de desenvolvimento que, se no início era um veículo de “integração nacional” hoje em dia, com a proliferação das emissoras por todas as partes, ele se tornou referência regional (MELO, 1975). O caráter regional do rádio tem a vantagem de falar do povo, sobre o povo e para o povo de um determinado espaço geográfico com todos os seus desafios, perspectivas, esperanças, necessidades e busca de alternativas e melhorias.

Ao abordar a questão regional do rádio, a professora Zita de Andrade Lima (apud MELO, 1975, p. 35) argumenta que

A audiência prefere ouvir falar de gente com que convive, negocia, se corresponde facilmente; gente em quem vota, de quem recebe favores, com quem simpatiza ou antipatiza, por quem tem admiração, respeito, despeito ou inveja. Gosta de ouvir sobre lugares e problemas que lhe são familiares. Gosta da linguagem empregada pelo comunicador que tem o seu mesmo sotaque, seu mesmo jeito de dizer, e uma malícia que escapará aos estranhos, mas que a deleita. Essa confiança e essa linguagem é que permitem que sejam as mensagens do rádio regional merecedoras de uma maior credibilidade, e que possam ser compreendidas na tradução especialmente elaborada para o seu ouvinte, e que seria indecifrável se transmitida de longe, de fora, por estranhos.

Assim, como queria Roquette Pinto, uma radiodifusão como difusora do saber e montada no tripé “educação, divertimento, informação”, Melo (1975, p. 59) também se refere a este aspecto ao destacar que “a educação é um fator fundamental, porque vai conformando a mentalidade dos indivíduos e abrindo-lhes horizontes específicos” tornando-se, assim, um fator de desenvolvimento, principalmente quando o meio de comunicação se torna um desencadeador, e não um conformador de atitudes.

Ao abordar e refletir a presença dos meios de comunicação de massa entre nós e suas contribuições como fator de desenvolvimento, Melo (1975, p. 81-82) nos informa que

A situação dos grandes meios de comunicação de massa no Brasil reflete o próprio estágio de desenvolvimento do país... porque tais meios de difusão surgem como decorrência do desenvolvimento tecnológico, e sua expansão acompanha, passo a passo, o ritmo de desenvolvimento nacional.

Ampliando a reflexão do papel dos meios de comunicação de massa, Schramm (apud MELO, 1975, p. 82) afirma que “a estrutura da comunicação social reflete a estrutura e o

desenvolvimento da sociedade” (p. 82). Abordando a presença dos meios de comunicação como fator de desenvolvimento (MELO, 1975) acredita que isso significa que a radiodifusão se insere neste processo não apenas como um *efeito*, mas se integra nesta dinâmica agindo como *causa e efeito* ao mesmo tempo. É Schramm quem visualiza de modo muito claro essa interação entre comunicação e desenvolvimento quando afirma (apud MELO, 1975, p. 84) que

Um sistema mais eficiente de comunicação facilita o desenvolvimento industrial; e o desenvolvimento industrial torna mais fácil o desenvolvimento da comunicação (...) Quanto mais as pessoas se sentem capazes de tomar parte nas atividades políticas, mais sentirão a necessidade de educação e informação. Quanto mais informação recebem, mais interessadas estarão nos acontecimentos políticos. A história típica do desenvolvimento dos meios de Comunicação, em países onde estão mais avançados, é uma cadeia de interações em que a educação, a indústria, a urbanização, a renda nacional, a participação em política e os meios de comunicação coletiva desenvolvem-se todos juntos, estimulando-se reciprocamente.

Seguindo o pensamento e a posição de Schramm, Melo (1975, p. 85) acrescenta que “as técnicas de difusão de informações e idéias chegaram a tal grau de penetração na América Latina que são o veículo de permanente incitação ao desenvolvimento de formas superiores de consumo, ao estímulo de aspirações de melhoramento popular”.

O rádio não se limita à área urbana e sua penetração no meio rural também faz a integração e facilita a interação e tomada de conhecimento da realidade regional. Neste sentido (MELO, 1975) sinaliza que o rádio é o que se apresenta com maiores condições de difundir mensagens orientadas para as zonas rurais. Conforme Schramm (apud MELO, 1975, p. 102) nos esclarece:

Não é difícil compreender a razão pela qual o rádio se afigura particularmente útil nos programas de desenvolvimento rural. Atinge grandes áreas geográficas e supera toda classe de obstáculos naturais. Alcança os ouvintes com rapidez. Entre os grandes meios, sua produção é mais barata e sua recepção tampouco é cara. Agora que os transmissores são facilmente obtidos, a comunicação radiofônica pode ser recebida inclusive em regiões onde não existe energia elétrica. É igualmente acessível tanto aos que sabem ler escrever como aos que são analfabetos. E se presta a uma grande variedade de forma e conteúdo.

No intuito do rádio ser um instrumento de educação fundamentado no tripé inicial de “educar, informar, divertir”, o seu idealizador Roquette Pinto chegou a fazer uma recomendação básica e, ao mesmo tempo, fundamental, para uma emissora, sendo que alguns pontos ainda continuam significativos numa rádio em nossos dias. A recomendação de Roquette Pinto vem resgatada por Milanez (2007, p. 19), a saber:

A rádio deveria manter, em sua sede, uma biblioteca, sala para cursos e conferências, laboratório de ensaios científicos e uma estação de *broadcasting*,²³ para irradiar conferências, concertos, assuntos de interesse científico, literário ou artístico, além da hora legal e o boletim do tempo, serviços de interesse à comunidade.

Neste sentido, ao visitarmos o prédio da Rádio Santa Cruz podemos observar que existe uma pequena biblioteca, com assuntos gerais, embora com uma inclinação para assuntos de radiodifusão para que os locutores e funcionários em geral possam cultivar o hábito da leitura.

Até aqui abordamos o rádio desde a sua criação, perpassando por vários momentos históricos, bem como sua expansão. E nessa rápida expansão o rádio chega a Santa Cruz do Sul, mas antes de abordarmos o serviço de radiodifusão na região, optamos por apresentarmos a metodologia deste trabalho, tendo em vista que nos dois próximos capítulos nos referimos essencialmente sobre a Rádio Santa Cruz e sua presença em Santa Cruz do Sul e região.

²³ BROADCASTING: vocabulário de língua inglesa muito utilizado nas primeiras décadas da radiodifusão, sendo formada pela junção de dois vocábulos, o verbo *to cast* – part. presente – *casting* quer dizer semear e *broad*, que significa largo ou ao longe, portanto *Broadcasting* quer dizer o seguinte: semear ao longe, lançar bem ao largo a boa semente. O termo *broadcasting* é pouco usado na radiodifusão atual.

2. A RADIODIFUSÃO CHEGA A SANTA CRUZ DO SUL

O município de Santa Cruz do Sul e a região, conforme passaremos a abordar, sempre se interessou pela busca da comunicação, através de jornais que vinham de fora (Porto Alegre e Alemanha) e pela sintonia de emissoras de rádios cujos sinais vinham de longe (Europa, Argentina, Rio de Janeiro e Porto Alegre).

O interesse pelos meios de comunicação sociais não ficou apenas na busca de meios externos, mas se buscou uma produção própria com a criação de jornais locais e a criação de um serviço de radiodifusão. A experiência com os jornais foi ampla, sendo que a experiência em radiodifusão foi restrita, mas permanente. Depois da criação de um serviço de alto-falante veio a criação de uma emissora que se tornou a Rádio Santa Cruz. É o que abordaremos neste capítulo.

2.1 Voz do poste: experiências iniciais de radiodifusão

Desde o início de sua colonização (1878), Santa Cruz do Sul foi colônia de Rio Pardo (VOGT; SILVEIRA, 2001) e sua ampliação se deu, principalmente, para acolher colonos imigrantes vindos da Europa, especificamente da Alemanha. A elevação do lugarejo à Colônia, conforme Martin (1979, p. 46) aconteceu aos “19 de dezembro de 1849”. A emancipação política de Santa Cruz do Sul (ETGES, 1995, p. 4) aconteceu em março de 1822. Em 1880 havia aqui 11 mil habitantes e em 1920 o número já era mais de 37 mil e, em 1950, era de 55 mil habitantes. Em relação a economia, Santa Cruz do Sul cresceu e se desenvolveu através de uma agricultura diversificada e ao optar pela implantação da indústria. Com relação à cultura, Etges (1995, p. 6) nos informa que “os colonos haviam construído escolas e se preocupavam com o teatro e a música”. Depois conclui: “Eram formas de comunicação entre os imigrantes”.

Com o desenvolvimento econômico e social de Santa Cruz do Sul veio também a imprensa. A imprensa chegou em Santa Cruz do Sul através de jornais (ETGES, 1995, p. 6) e isto se verifica na publicação de periódicos como *A Cruzada* (1887) e o *Kolonie* (1891). O jornal *A Cruzada* era editado em português e não teve muito sucesso, pois a esmagadora

maioria da população não falava português, enquanto grande parte era analfabeta. O jornal *Kolonie* era editado em alemão, circulou até 1941 e se tornou uma referência na comunidade formada em sua maioria por imigrantes alemães. Conforme Etges (1995, p. 6), o jornal *Kolonie* foi fechado em 1941, “época em que Getúlio Vargas, presidente do Brasil, implantou a *Campanha de Nacionalização*, que proibia falar ou escrever em alemão” (1995, p 6), proibindo sua circulação e, conseqüentemente sua influência na comunidade regional.

Outros jornais vieram depois de *A Cruzada* e do *Kolonie*, mas foi somente a partir dos anos 40 do século passado que se verificou os primeiros passos rumo ao processo de comunicação radiofônica em Santa Cruz do Sul com a criação de um serviço de comunicação chamado de *Voz do poste*.

Acostumada com os meios de comunicação de Porto Alegre, até mesmo do Rio de Janeiro e de países vizinhos, em Santa Cruz do Sul, a exemplo de alguns municípios do Rio Grande do Sul, criaram um serviço alto-falante (*Voz do poste*) que começou a funcionar na praça central. Passamos a abordar a iniciativa que serviu de base para a criação da primeira emissora de radiodifusão no município, que é a Rádio Santa Cruz.

A *Voz do poste* foi um serviço de alto-falante que iniciou em 1945 e oferecia às pessoas a oportunidade de ouvir música, recados e informação sobre acontecimentos e novidades da época. Tempos de guerra (1945), as informações eram escassas, bem como não se tinha alternativa de comunicação radiofônica. A iniciativa de criar um serviço de alto-falante ou *Voz do poste* em Santa Cruz do Sul (ETGES, 1995, p. 11) foi de um grupo de amigos, protagonizada pelo médico Lothar Ferting, que instalou o serviço de alto-falante na garagem de sua residência, à rua 28 de setembro, número 247.

Inicialmente o serviço de alto-falante (ETGES, 1995, p. 11), que ficou conhecido como *Voz do poste*, foi denominado de *Santa Cruz Estúdio*. Na época, enquanto (ETGES, 1995, p. 11) se desenrolava a Segunda Guerra, a população de Santa Cruz do Sul ficou sem meios de comunicação; portanto, surgiu a ideia de lançar o *rádio poste* ou um serviço de alto-falante que já fazia parte da vida das pessoas “em muitas cidades gaúchas nos anos 40” (ETGES, 1995, p 11).

Segundo Etges, “naqueles anos de Guerra, 1945, a zona urbana santa-cruzeense tinha, de acordo com o IBGE, cerca de 10 mil habitantes e se desenvolvia rapidamente com o crescimento industrial e dos serviços”. Com o tempo, o serviço de som denominado alto-falante foi ampliado, contando com caixas de som localizadas estrategicamente nas esquinas das ruas centrais (hoje a Praça Getúlio Vargas) para proporcionar maior amplitude. No

serviço de som se ouvia “música, a maior parte românticas, ao lado de anúncios, dedicatórias, e informações de interesse geral da comunidade” (1995, p. 12).

Um dia, um grupo de pessoas ligadas ao meio radiofônico de Porto Alegre esteve na cidade e, constatando o processo da iniciativa de comunicação com *A voz do poste*, resolveu investir na experiência para a instalação de uma emissora de rádio local. O clima da experiência foi favorável, a ideia brotou e, conforme Gerta Gründling, esposa do primeiro gerente (apud ETGES, 1995, p. 12) que, inclusive posteriormente atuou como atriz nas novelas transmitidas pela emissora. Ela narra assim:

Certo dia estiveram na cidade algumas pessoas ligadas ao rádio, vindas de Porto Alegre. Ao observarem o progresso local e a organização encontrada no Som Azul, viram que tinha ambiente para abrir uma rádio em Santa Cruz. Desta forma a cidade foi escolhida para servir de base para a instalação de uma emissora regional (apud ETGES, 1995, p. 12).

Etges relata-nos que a primeira emissora de rádio criada em Santa Cruz do Sul foi a Rádio Santa Cruz, “a pioneira da Rede Emissoras Reunidas, inaugurada em 7 de abril de 1946. A Rede foi criada por Arnaldo Ballvé, que já vinha atuando no meio há vários anos” (1995, p. 7).

Oriundo do ramo e do ambiente da comunicação radiofônica em Porto Alegre, o senhor Arnaldo Ballvé resolveu ampliar os serviços de comunicação no estado, descentralizando da região metropolitana seus empreendimentos de radiodifusão. Foi justamente por Santa Cruz do Sul que ele iniciou a implantação do que depois se tornou uma rede de 15 emissoras no interior do Estado. Na criação da rádio Santa Cruz, Ballvé contou com a colaboração de Adeodato Araújo e Mauro Galvão, companheiro de trabalho e sociedade na época.

Abordando a radiodifusão estadual e o fundador da Rádio Santa Cruz, numa das raras citações sobre Arnaldo Ballvé verificadas até o presente momento, Ferraretto (2002, p. 137) nos informa que “boa parte do crescimento da Farroupilha ao longo dos 30 anos deve-se ao diretor da PRH-2, Arnaldo Ballvé, descrito pela imprensa da época como um apaixonado pelas suas atividades, que trabalhava de manhã à noite, intervindo em todos os setores da estação”. Depois acrescenta que “atuando em estreita sintonia com os artistas da emissora... é de Arnaldo Ballvé que partem diversas iniciativas em termos de programação...” da empresa (2002, p. 138).

Ao se referir aos primórdios da radiodifusão local, em seu trabalho sobre os 50 anos da Rádio Santa Cruz, Etges (1995, p. 7) informa:

Com relação aos meios de comunicação eletrônicos estabelecidos em Santa Cruz, o primeiro deles foi a Rádio Santa Cruz, a pioneira da Rede de Emissoras Reunidas LTDA no interior do Rio Grande do Sul, inaugurada em 7 de abril de 1946. A Rede foi criada por Arnaldo Ballvé, que vinha atuando no meio (radiofônico) há vários anos. Depois, apenas em 30 de janeiro de 1980 era instalada a segunda emissora na cidade (1995, p. 7).

Em seguida, Etges (1995, p. 14) retoma o tema da instalação da Rádio Santa Cruz na cidade para informar que “na verdade, a instalação da emissora deu um salto de qualidade na vida dos habitantes atingidos pela mesma e passaram a se sentir como batizados pela civilização” (1995, p. 14). Depois não se furta em dizer que “a Rádio foi um grande marco para Santa Cruz, de tal forma que as pessoas que viveram nesta época se lembram de todos os detalhes do processo e de sua programação”. O autor não deixa de perceber que havia “todo um carinho das pessoas ao lembrarem o evento que marcou várias gerações”.

O serviço de alto-falante criado em Santa Cruz do Sul não durou muito tempo²⁴, mas foi importante e ainda permanece na lembrança de muitas pessoas, inclusive como reconhecimento de base para a instalação de uma emissora, a Rádio Santa Cruz. É o que trataremos a seguir.

2.2 Arnaldo Ballvé instala uma emissora de rádio em Santa Cruz do Sul

Nascido em Quaraí, em 1896, Arnaldo Ballvé é citado por historiadores e pesquisadores como um empreendedor gaúcho que se dedicou à radiodifusão como funcionário e depois como empresário. Após trabalhar na Farroupilha (anos 30) e na Gaúcha (anos 40), em 1945, Arnaldo Ballvé deixa a Rádio Sociedade Gaúcha e, juntamente com Hugo Ferlauto e Marco Aurélio Martins, decide fundar uma rede de emissoras de rádio pelo interior do estado. Conforme Vampré (1979) ele iniciou o processo de criação da Rede Emissoras Reunidas – Rádio Cultura, pela criação da Rádio Santa Cruz, em Santa Cruz do Sul.

A rede de rádios fundada por Arnaldo Ballvé contou com 15 emissoras, sendo que cada emissora levou o nome do município no qual foi instalada, com exceção da Rádio Progresso, de Novo Hamburgo. Nomeamos aqui as empresas:

²⁴ Funcionou de janeiro de 1945 a março de 1946, sendo que fechou depois da inauguração da Rádio Santa Cruz, em abril de 1946.

Rádio Santa Cruz, de Santa Cruz do Sul;
Rádio Cruz Alta, de Cruz Alta;
Rádio Santo Ângelo, de Santo Ângelo;
Rádio Rio Pardo, de Rio Pardo;
Rádio Estrela, de Estrela;
Rádio Encantado, de Encantado;
Rádio Progresso, de Novo Hamburgo;
Rádio Passo Fundo, de Passo Fundo;
Rádio Carazinho, de Carazinho;
Rádio Erechim, de Erechim;
Rádio São Gabriel, de São Gabriel;
Rádio Alegrete, de Alegrete
Rádio Cachoeira, de Cachoeira do Sul;
Rádio Caxias, de Caxias do Sul e;
Rádio Porto Alegre, de Porto Alegre.

A Rádio Santa Cruz começou a operar aos 07 de abril de 1946, sendo seguida pela criação de outras emissoras interioranas da rede. Mais tarde assomaram-se ao grupo, Paulo Salgado e Frederico Arnaldo Ballvé, filho de Arnaldo Ballvé.

A inauguração da Rádio Santa Cruz, a pioneira em Santa Cruz e região, bem como a primeira da Rede das Emissoras Reunidas, foi um grande acontecimento na cidade que o jornal local, Gazeta do Sul, noticiou da seguinte forma:

Uma das datas mais significativas nos anais da cidade e do município de Santa Cruz, é sem dúvida o dia 7 de abril, dia no qual a Metrópole do Fumo recebeu por parte das Emissoras Reunidas Rádio Cultura LTDA, o último lacque da civilização: Uma estação transmissora de Rádio (...) Às 9 horas, na presença das autoridades e depois de trocadas as saudações de estilo, declarou-se entregue ao povo a sua maior aspiração: a posse de uma emissora que levasse a todos os quadrantes a alma da cidade (ETGES, 1995, p. 13).

A inauguração da Rádio Santa Cruz foi, conforme depoimentos, um grande acontecimento. Etges (1995, p. 14) escreve que “que na realidade, a instalação da emissora deu um salto de qualidade na vida dos habitantes atingidos pela mesma e passaram a se sentir como batizados pela civilização”. Para Etges (1995, 14) “a Rádio foi um grande marco para Santa Cruz, de tal forma que as pessoas que viveram nesta época se lembram de todos os

detalhes do processo e da sua programação... Há todo um carinho das pessoas ao relembra-rem o evento que marcou várias gerações”.

Abordando a importância da Rádio Santa Cruz para a cidade e a região, um dos primeiros locutores da emissora, vindo do serviço de alto-falante, a *Voz do poste*, para a nova emissora, Hagemann (apud ETGES, 1995, p. 18) definiu a inauguração da Rádio Santa Cruz da seguinte forma:

Ela abriu uma janela para o mundo. Colocou Santa Cruz em definitivo no mapa e sua população passou a ter contato com a realidade de fora e se transformou junto com esta tecnologia em todos os sentidos. A cidade se familiarizou com as coisas novas, trazidas pelos anunciantes. A rádio ajudou a cidade a se tornar gente, a se civilizar, a ter contato com outras comunidades e, particularmente, a irradiação do que se passava no meio urbano para o interior do município, que ficava a várias dezenas de quilômetros de distância.

É Hagemann (apud ETGES, 1995, p. 21) que mais recorda dos primórdios da Rádio Santa Cruz, pois, sendo oriundo do serviço de alto-falante, tendo vivenciado o período de transição, nos informa que

Havia domingo em que a emissora tinha de estender sua transmissão para atender o grande número de dedicatórias solicitadas. Estas eram pagas e tinham preços diferenciados. Quando anunciava no início e final da música custava uma taxa a mais do que aquela que só era feita antes da música. Estas dedicatórias em geral eram referentes a acontecimentos como aniversários, noivados, casamentos, bodas de ouro, etc. Havia dias em que uma família alugava a Rádio.

Residentes em Porto Alegre, os fundadores da Rádio Santa Cruz delegaram a administração e condução da emissora para pessoas da localidade. Assim, a empresa teve vários gerentes (ETGES, 1995, p. 16), a saber: Armando Bauer, de abril a maio de 1946; Celso Zacouteguy Fernandes, de maio de 1946 até 13 de agosto de 1947; Elemar Gruending, de 14 de agosto de 1947 a 15 de março de 1951; Lothário Bartholomay, de 16 de março de 1951 a 24 de julho de 1974; Luiz Bartholomay, de 1º de setembro de 1974 a fevereiro de 1991 e Egon Pedro Iser, de fevereiro de 1991 até fins de 1997.

Durante a gerência de Egon Pedro Iser, a Rede Comunidade foi vendida pela família Ballvé para a família Proença. Egon ficou na gerência da Rádio Santa Cruz até fins de 1997, quando Carlinhos Lopes assumiu a Rádio Santa Cruz em 1998. Em 1999 veio o gerente Jucelino Medeiros; de 2000 a 2001, o gerente foi Waldemar Mancilhas e no final de 1991 até setembro de 2002, o gerente foi Jalvi Machado.

No dia 1º de setembro de 2002, a Mitra Diocesana de Santa Cruz do Sul (grupo local) assumiu a Rádio Santa Cruz, tendo como gerente Rui Kaercher e Dogival Duarte como sub-gerente. Em março de 2004 houve mudança na condução da emissora e Francisco

Hochscheidt assumiu como Diretor e Dogival Duarte como Vice-diretor. Em janeiro de 2005 foi nomeada uma direção colegiada, sendo composta por Dogival Duarte, Bruna Bogorni e Clécio José Henckes. Em janeiro de 2010, a direção colegiada ficou com Dogival Duarte, Bruna Bogorni e Dionísio Roque Kist, com atuação até nossos dias.

Toda a existência da Rádio Santa Cruz foi no município de Santa Cruz do Sul e voltada para região. É nesse território do Vale do Rio Pardo que ela concentra suas ações, inclusive, levando em conta algumas características do município pólo, Santa Cruz do Sul, com suas características de colonização germânica e multicultural ao mesmo tempo.

2.3 Rádio Santa Cruz: escola do rádio

Conforme Jung (2004, p. 65) “dos alto-falantes dos postes surgiram muitos locutores famosos” para a radiodifusão e que marcaram a trajetória do rádio no estado e no país, “mas nenhum dos locutores que passaram pela rádio-poste poderia imaginar que um dia haveria tecnologia suficiente para levar o mesmo som do alto da colina para qualquer ponto do planeta” como já se faz hoje em dia através do satélite e também da internet.

Sendo, por muito tempo (1945-1985) a única emissora de rádio em Santa Cruz do Sul e região, a Rádio Santa Cruz foi sempre uma referência na formação de profissionais e na divulgação de artistas locais e regionais.

Assim como a Rádio Santa Cruz foi buscar seus profissionais (locutores) iniciais na *Voz do Poste*, chegou o tempo que perdeu comunicadores para outras emissoras de grande porte em Porto Alegre, São Paulo, Rio de Janeiro, bem como para a televisão e, a partir de 1985, perdeu parte de seus profissionais para sua concorrente local: a Rádio Gazeta AM²⁵.

Este é um dos desafios enfrentados pelos radiodifusores: quando alguém está capacitado no exercício do dever profissional, vem a concorrência, de perto e de longe, e coopta ou compra o profissional. Por um lado, o ciclo é natural e sempre renovador, mas perder um bom profissional sempre causa uma reviravolta numa empresa, seja da locução ou da administração (agente comercial, vendedor).

Pela Rádio Santa Cruz (ETGES, 1995, p. 17) passaram nomes significativos da locução e da arte regional e nacional. Como locutores de fama e renome nacional podemos

²⁵ A Rádio Gazeta AM 1.180 é uma emissora de Santa Cruz do Sul pertencente ao Grupo Gazeta de Comunicações.

destacar Lauro Hagemann que, depois da Rádio Santa Cruz, foi o apresentador do *Repórter Esso* na Rádio Farroupilha por muitos anos (de 1950 a 1964), além de ter sido Vereador de Porto Alegre e Deputado Estadual que passou pela Rádio Globo e pela Rádio Tupi do Rio de Janeiro; Valtair dos Santos, que se destacou na radiodifusão em Porto Alegre; Sérgio Dillenburg, pesquisador da área do rádio no Rio Grande do Sul e na imprensa teuto-brasileira; Bruno Carlos Tesch, que depois gerenciou a Rádio Três passos; Elemer Gründling, que foi prefeito de Santa Cruz do Sul entre 1973-1976; Arno Schmidt, que iniciou o radioteatro em Santa Cruz do Sul e seguiu carreira em Porto Alegre; Paulo Brito que ainda permanece no grupo RBS TV de Porto Alegre; além dos inúmeros profissionais que depois de fazer história na Rádio Santa Cruz foram para a Rádio Gazeta AM de Santa Cruz do Sul e outras emissoras do interior do Estado. A maioria dos profissionais que se transferiu para a Rádio Gazeta AM ainda está vivo, com exceção de Ernani Iser, falecido em 2008.

Outros nomes conhecidos na cidade de Santa Cruz do Sul que tiveram fortes vínculos com a Rádio Santa Cruz são: Álvaro Kolberg; Pedro Schneider Filho; Nestor Kaercher (falecido em 2009); Belmiro Menezes, Pedro Orlando Hillesheim; Walter Reincke (que iniciou na emissora em 1º de janeiro de 1948 e atuou até 1996), Rodolfo Mayer (que foi rádio-ator ou ator de radionovelas e depois foi ator na Rede Globo no Rio de Janeiro); Romeu Seidel (que ficou conhecido como o Chiquinho do Acordeon, foi para o Rio de Janeiro, onde gravou vários discos); e Victor Matheus Teixeira, o Teixeirinha, que iniciou como rádio-ator na Rádio Santa Cruz e foi lançado como cantor nesta emissora²⁶.

Além dos artistas de renome estadual e nacional como Teixeirinha, pela Rádio Santa Cruz passaram nomes conhecidos no cenário brasileiro como o nordestino Luiz Gonzaga (Rei do Baião, primeira vez em 1953); o rei Roberto Carlos; Nelson Gonçalves e Vanderléia. Conforme Etges (1995, p. 28), tudo isso aconteceu “nos anos 60 e início dos 70”.

A Rádio Santa Cruz é conhecida também como uma “escola do rádio”, pois pela emissora passaram muitos comunicadores que fizeram carreira no meio radiofônico. Sobre os locutores antigos da Rádio Santa Cruz, a maioria era daqui, de Santa Cruz e do Rio Grande do Sul, conforme Hagemann (2010a)²⁷:

²⁶ Conhecido no Rio Grande do Sul e no país como Teixeirinha, Victor Matheus Teixeira foi cantor e compositor gaúcho que se destacou também no cinema. Teixeirinha nasceu em Rolante (RS), residiu em Santa Cruz do Sul, a duas quadras da emissora, casou em 1957 com a senhora Zenaide, de família vizinha da Rádio Santa Cruz, depois se mudou para Passo Fundo e posteriormente para Porto Alegre. Faleceu em 1982, na capital gaúcha.

²⁷ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 03 de março de 2010, em Porto Alegre.

Só teve um cara que era de São Paulo, que era o José Luis Sttau de Paula. Ele trabalhou na Rádio Santa Cruz. Depois ele foi diretor da Rádio Gazeta de São Paulo. Foi jornalista. Ele era radialista desses feitos a facção, assim como eu. Sem nenhum curso específico. Nós fomos indo ao sabor das conveniências e das ocasiões. E outro cara notável nessa história toda é o Chiquinho da Gaita. Ele se tornou um artista nacional. Hoje, ele tem uma sinfonia com o nome dele. Ele foi muito amigo do Radamés Natali que era um porto-alegrense, uma figura notável do rádio brasileiro. Ele era clássico e popular ao mesmo tempo, ele fazia os dois gêneros. O Radamés tem peças notáveis. Maestro Radamés Natali, porto-alegrense. Uma das figuras notáveis do rádio brasileiro.

Assim como outros comunicadores, Hagemann (2010b) testemunha que o cantor e compositor Victor Matheus Teixeira passou pela Rádio Santa Cruz: “No início da carreira o Teixeirinha passou pela Rádio Santa Cruz. Aliás, ele começou cantando na Rádio Santa Cruz. Ali ele disparou, fez sucesso. Depois ele foi para Passo Fundo”.

Comentando sobre a estrutura da radiodifusão colocada a serviço dos artistas e da indústria cultural ou fonográfica, Gontijo (2004, p. 350), recorda o seguinte: “Quando o rádio se transformou no meio de comunicação de massa mais importante, a indústria fonográfica brasileira passou a depender vitalmente de seu apoio”. Depois complementa: “Era por meio do rádio que os consumidores, dos pontos mais remotos, ficavam conhecendo os lançamentos musicais em discos disponíveis no mercado” (Idem).

Hagemann (2010b) vai além:

Roberto Carlos foi um que começou cantando no rádio quando era menino ainda²⁸. Teixeirinha foi revelado pela Rádio Santa Cruz. Carmem Miranda iniciou no rádio. Pixinguinha, Cartola, Dorival Caymi é só procurar na história, todos, todos eles devem seu sucesso, seu desenvolvimento pessoal e profissional, ao rádio. Olha, tem uma infinidade de gente que nasceu, cresceu e fez sucesso no rádio. É claro que os mais novos usam a televisão. Mas até hoje tem artistas que começam no rádio e depois vão para a televisão. Com estes novos, como Caetano Veloso, Gilberto Gil, aconteceu assim. Primeiro estiveram no rádio e depois aproveitaram o embalo da televisão. Roberto Carlos também, o Teixeirinha, inclusive se aproveitou do cinema depois para ampliar sua fama, mas ninguém pode negar que ele começou os primeiros acordes no rádio, e ele, em particular, na Rádio Santa Cruz.

Em seguida, Hagemann (2010b) indaga: “O rádio levou o mérito da grande carreira do Teixeirinha, do Roberto Carlos e de milhares e milhares de pessoas? Não, quem levou o mérito foi a televisão. E as Copas do Mundo? As Copas do Mundo primeiro passaram pelo

²⁸ Aos nove anos de idade, em 1950, Roberto Carlos Braga cantou pela primeira vez na Rádio Cachoeiro, de Cachoeiro de Itapemirim, no Estado do Espírito Santo. Como ganhou a competição foi convidado para cantar no programa dominical da emissora e assim foi solidificando o sonho e a carreira de cantor.

rádio e somente muito tempo depois passou para a televisão. O rádio é isso, tudo o que te falei”.

Como homem de rádio, Hagemann (2010b) informa: “A vida do rádio é muito intensa e minha vida no rádio também foi intensa. É o que eu te disse, tem que aparecer alguém que trabalhe efetivamente no rádio para poder traçar os verdadeiros valores e contribuições do rádio para a população, como tu dizes, para o desenvolvimento das pessoas, das comunidades e de uma região”.

Sobre locutores conhecidos e famosos que passaram pela Rádio Santa Cruz, Iser (2010)²⁹ relaciona outros nomes:

Valtair Santos, repórter esportivo da Rádio Gaúcha; Edenir Magalhães locutor em Natal e mais recentemente Paulo Brito, que atualmente está na RBS TV. Antes de meu ingresso no rádio, teve o mais famoso dos repórteres do Estado, Lauro Hagemann, o melhor Repórter Esso gaúcho.

O universo de comunicadores que trocaram de emissora é muito grande, sendo praticamente impossível nos referimos a todos os nomes desde a criação da Rádio Santa Cruz, mas citamos nomes conhecidos e lembrados por entrevistados como ilustração da mobilidade profissional que se repete na atualidade como processo normal e, inclusive, salutar.

Assim como os profissionais mudam de trabalho e empresa, as empresas também mudam de proprietários. E com a Rádio Santa Cruz não foi diferente, ela também “sofreu” alteração em sua condução. Passamos, então, a tratar desse assunto.

2.4 Mudanças de administração na Rádio Santa Cruz

A partir dos anos 50 do século XX, a história do município de Santa Cruz do Sul e em parte da região, confunde-se com a trajetória da Rádio Santa Cruz e vice-versa. Para Luiz Bartolomay (2010)³⁰, que foi gerente da emissora por 15 anos, a Rádio Santa Cruz viveu suas décadas de glória e de referência absoluta na região, mas a partir dos anos 80 aconteceu uma onda de concessões que concedeu canais de rádio para cidades pólos na região, como Encruzilhada do Sul, Venâncio Aires e Lajeado e “a Santinha” foi perdendo terreno, diminuindo sua audiência, mas continuou como referência na região até mesmo por Santa

²⁹ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 04 de abril de 2010, em Santa Cruz do Sul.

³⁰ Entrevista concedida ao autor da dissertação em 2010.

Cruz do Sul ser um município pólo e convergente nos quesitos de comércio (compra e venda), lazer e cultura.

A Rádio Santa Cruz teve três fases ou administrações, a saber: a primeira foi a fase da administração inicial, dos fundadores, a Rede Ballvé, também denominada Emissoras Reunidas. Esta fase veio da fundação, em 1946, até 1990, quando a Rede Emissoras Reunidas foi vendida para a Rede Comunidade coordenada pela família Proença. Os Proença coordenaram a Rede Comunidade até os anos 90 quando, após várias tentativas de recuperação da credibilidade, da audiência e do orçamento dos áureos tempo, sem sucesso, decidiram vendê-la. Não encontrando um investidor que adquirisse a rede integral, resolveram fatiar a rede, vendendo emissora por emissora, e começaram pela Rádio Santa Cruz que, em 2002, foi adquirida por um grupo local liderado pela Mitra Diocesana (Diocese de Santa Cruz do Sul), que sinalizava a terceira fase de administração da emissora. Iniciou-se, então, a primeira administração da Rádio Santa Cruz, feita a partir do município de Santa Cruz do Sul, no dia 1º de setembro de 2002, quando a emissora estava com 57 anos de atividades.

O tempo inicial da Rede Ballvé foi de euforia e entusiasmo: então tudo floresceu, inclusive com o apoio e facilidades da comunidade e do Poder Público da época que cedeu os terrenos para as torres e para a edificação do prédio onde a emissora está localizada nos dias atuais. Numa entrevista realizada por Ferraretto (2007, p. 52), Arnaldo Ballvé (filho) informa que das emissoras da Rede Ballvé, a Rádio Santa Cruz era a que “mais faturava”.

Quando Arnaldo Ballvé (pai) se afastou do trabalho e passou os empreendimentos para os filhos, começou a faltar assistência às emissoras distantes. Nos anos 80 começaram também a surgir outras emissoras de rádio no interior do Estado e a audiência e o faturamento começaram a ser divididos. A negligência na programação, a divisão na audiência e no faturamento causaram, com o tempo, o desinteresse na manutenção do negócio, por parte da Rede Ballvé. Concentrando forças nos empreendimentos de Porto Alegre, a família vendeu a Rede Ballvé, constituída de 15 emissoras no interior do Estado, para a família Proença (Rede Comunidade) que, posteriormente, resolveu fatiar o patrimônio e vendeu a Rádio Santa Cruz (2002) para um grupo comandado pela Mitra Diocesana de Santa Cruz do Sul, que assumiu no dia 1º de setembro de 2002.

Conforme Nogueira (2010)³¹, técnico da emissora, “a administração dos Proença foi mais no sentido de arrecadação do que de promoção e renovação das emissoras”.

³¹ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 14 de janeiro de 2010, das 10h30min às 11h45min, em Santa Cruz do Sul.

Administrando a partir de Porto Alegre e levando todo o faturamento para a matriz, as rádios do interior foram praticamente abandonadas, entrando rapidamente num processo de sucateamento técnico e vertiginosa queda no faturamento. Enquanto outras emissoras cresciam, a Rádio Santa Cruz começou a encolher. A Rádio Santa Cruz, que se consagrou por suas transmissões de eventos e solenidades na região, deixou de atuar fora, passando a falar apenas do morro, do estúdio. A Unidade Móvel foi levada para outra emissora da região metropolitana, os equipamentos precisavam de renovação ou troca e o prédio precisava de manutenção.

Nogueira (2010) informa que, na administração dos Proença, a emissora estava técnica e profissionalmente sucateada, faltando “computadores, profissionais, Unidade Móvel, válvula para o transmissor grande, enquanto o pequeno já demonstrava sinais de cansaço e a folha de pagamento atrasava em até três meses”. Acrescenta que “o ânimo estava sempre em baixa”. E informa: “Íamos levando”. Sobre a troca de administração, revela que “deu novo ânimo e dinâmica na emissora, bem como logo percebemos e sentimos a diferença técnica e profissional, equipando a emissora, contratando novos profissionais e colocando a folha de pagamento sempre em dia”.

A administração local, a partir de 1º de setembro de 2002., logo denominada de *A voz das comunidades* trabalhou no sentido de resgatar os antigos vínculos da emissora com as comunidades da região. Resgatou antigos programas, criou outros, procurou consertar equipamentos, adquirir novos equipamentos, fez reparos no prédio, melhorou a infraestrutura e, principalmente, botou a rádio para fazer transmissões de festas, eventos e solenidades. Em pouco tempo a Rádio Santa Cruz voltou a ser notada nas comunidades e os efeitos foram sentidos a partir do faturamento³². Para não ficar atrás, a concorrente, que já estava sozinha, também teve que se reciclar, inovar e se modernizar. Como os lucros não iam mais para Porto Alegre, passaram a ser reinvestidos na infra-estrutura e modernização da própria emissora que, em pouco tempo, comprou Unidade Móvel, um transmissor de última geração, passou a operar 24 horas no ar e contratou mais profissionais.

Conforme a administradora Bruna Bogorni (2010)³³, “a Rádio Santa Cruz foi a primeira na região a ter um site, a ter um telefone no estúdio só para receber torpedos e a ter um transmissor preparado para a era digital”. E o site foi uma das grandes ferramentas de

³² Em setembro de 2002, quando o grupo local assumiu a emissora, o faturamento anterior (mês de agosto) da mesma foi de R\$ 20.000,00, sendo que o primeiro faturamento da nova gestão (divulgado no dia 05 de outubro de 2002), foi de R\$ 22.000,00.

³³ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 05 de março de 2010, das 9 horas às 11h30min, em Santa Cruz do Sul.

ampliação da rede de ouvintes da emissora, pois pessoas daqui que vivem em Porto Alegre, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, nos Estados Unidos e na Europa passaram a ouvir a emissora e a enviar e-mails com mensagens para parentes ou apenas para matar a saudade. “Abriu-se um leque muito grande”, conforme Bogorni (2010), e “enquanto as pessoas foram se comunicando, foram também trazendo a emissora para seu patamar de a mais querida e mais ouvida da região. Aos poucos fomos também recebendo visita das pessoas que, em férias, fizeram e ainda fazem questão de visitar antigos amigos e conhecer os novos comunicadores da emissora”. “Foi o resgate da Rádio Santa Cruz”, recorda, sem esquecer que a nova administração “colocou em dia os salários dos funcionários, não atrasando a folha mensal, mantendo o grupo animado e sempre renovado, pois quanto mais o tempo passava se necessitava de mais profissionais”, arremata.

O grupo local, liderado pela Diocese de Santa Cruz do Sul, assumiu a Rádio Santa Cruz no dia 1º de setembro de 2002 e, desde então, a emissora tomou fôlego, ganhou duas licitações de transmissão das sessões da Câmara de Vereadores, ganhou prêmio do Rotary Clube e, principalmente, foi renovada tecnologicamente. Conforme informação da administradora da Mitra Diocesana, Bruna Bogorni (2010), a Rádio Santa Cruz foi adquirida por R\$ 1.400.000,00 (Um Milhão e Quatrocentos Mil Reais) e, como a nova administração não tem fins lucrativos “todos os lucros da emissora foram reinvestidos em melhoramentos da infra-estrutura em todos os campos: tecnológico, ambiente e profissional”. Os valores, segundo estimativas de Bogorni (2010) já ultrapassaram a soma de “R\$ 300.000,00 (Trezentos Mil Reais)”.

Prova do crescimento e da virada da emissora é que hoje em dia a nova administração está construindo um prédio de quatro andares para a futura sede da emissora no centro da cidade, (BOGORNI, 2010) numa previsão orçamentária de mais de R\$ 500.000,00 (Quinhentos Mil Reais). A instalação no novo prédio também significará mais investimentos, pois a mudança, com a maioria de novos equipamentos será de “mais de um milhão de reais”, segundo estimativa apresentada pelos engenheiros responsáveis pelo projeto à administradora da emissora.

2.5 Das administrações na Rádio Santa Cruz

Para a administradora Teresinha dos Santos³⁴ (2009), que trabalhou durante 37 anos na Rádio Santa Cruz (1980-2004), a emissora estava presente nas comunidades e vice-versas Santos (2009) informa que “o vínculo com as comunidades era muito forte. A agenda da rádio era marcada de ano para ano e algumas datas eram marcadas com ou até mesmo três anos de antecedência”. Isso pode parecer pouco ou unilateral, mas mostra também a presença da emissora nos eventos e os eventos na emissora.

Conforme Santos (2009),

Havia data que ninguém poderia mexer, alguns eventos que a rádio não poderia faltar de forma alguma. Isso o mundo podia cair de uma hora pra outra, caso a rádio não tivesse agenda. O pessoal vinha na rádio. Procuravam a gente, traziam presentes, agradavam. A agenda era uma fila enorme. Cada um queria seu evento na rádio. Quando não podia ser transmissão, tínhamos que divulgar. E se cobrava bem.

Além de marcar presença e participar, a Rádio Santa Cruz fazia o a maioria dos donos de eventos querem a emissora para poder: “faturar bem”. Isso demonstra, por outro lado que a emissora não precisava e não dependia de um determinado setor ou poder políticos ou forças sociais para sobreviver. Isso também meio que confirma o que Hagemann (2010) vem acenando para uma postura de independência da Rádio Santa Cruz ao longo de sua trajetória. Santo deixa claro também a ligação dos profissionais com a base, o que realmente pode ser sinal de que a emissora estava no “chão de fábrica”, em sintonia com as comunidades. Ela diz:

Quando os locutores iam para os eventos, isso era como hoje os artistas de televisão quando participam de alguma festa aqui: todos queriam ver, muitos queriam conhecer.

Outro aspecto de ligação com a base é apontado por Santos (2009), quando revela: “Se alguém não pudesse ir para o interior no final de semana, avisava na rádio. Se alguém vinha para a cidade fazer exames ou compras e não podia voltar no mesmo dia ou quando marcado, avisava na rádio e tudo funcionava”. Esta prática existe ainda hoje na emissora, ou seja, perdurou, virou tradição e uma maneira de conexão direta com as pessoas.

Santos (2009) revela ainda outras formas de prestação de serviço da emissora: “Isso tinha gente que vinha ao enterro de parentes porque escutou na rádio, senão não ficava

³⁴ Entrevista concedida ao autor no dia 15 de janeiro de 2009, em Santa Cruz do Sul, das 14h30min às 18 horas.

sabendo. A comunicação não era como hoje em dia, com facilidade de telefone e agora com o celular. Isso era muito precário. A rádio era um fator que congregava. Era quase o único meio de comunicação. Deu na rádio era sagrado. As pessoas se orientavam pela rádio”. O leque de serviços era grande, conforme Santos (2009)

Assim como a rádio servia para reunir pessoas em festas e eventos, servia também para reunir pessoas em enterros, em reunião, em assembléia de entidades, em manifestações, em desfile de Sete de Setembro, no futebol. Quando um evento era cancelado, bastava anunciar na rádio. Isso no futebol de várzea e do interior acontecia muito. Ou qualquer coisa: queria se comunicar com a cidade ou a região era só anunciar na rádio. E as pessoas gastavam de anunciar na rádio, isso era uma alegria, um orgulho. A rádio era uma referência, como já falei, um fator convergente. E assim era com tudo. Se a pessoa queria vender uma casa, uma vaca, um junta de bois, umas terras... olha, uma infinidade de coisas que nem me lembro agora, era só anunciar na rádio. Quando alguém queria contratar uma mão de obra também.

Conhecida no meio radiofônico e social por sua posição na emissora durante tanto tempo, Santos (2009) vai além e ousa dizer: “Conheço muitas pessoas que cresceram na vida profissional por causa da rádio” Santa Cruz.

Santos (2009) informa que “a rádio ajudou a resolver muitos problemas, muitos conflitos”. Segundo ela, “qualquer coisa o pessoal dizia: *bota na rádio, vamos avisar na rádio, vamos denunciar na rádio* e vinham mesmo. A coisa funcionava, girava, circulava. Era uma coisa muito grande. A gente vivia em função e em torno da rádio”, arremata.

Como a primeira emissora da Rede Comunidade e como a pioneira na região, a Rádio Santa Cruz passou muito tempo sozinha na região, a empresa teve tempo de criar raízes, sendo que uma das conseqüências naturais disso foi o faturamento. No caso da Rádio Santa Cruz, conforme depoimentos, o levantamento foi bom por muitos anos, principalmente na primeira fase, por cerca de quarenta anos (1950-1990). Teresinha dos Santos (2009) fala sobre a questão:

Era a rádio que mais faturava das 15 emissoras da Rede Ballvé. Era também de maior potência e abrangência”. Depois ela esclarece: “Se vendia muito, se anunciava muito. Qualquer festa, divulgação, transmissão, aviso. A rádio fazia muitas transmissões. Eram festas, quermesses, bailes, futebol. Todos queriam que a rádio transmitisse seu evento. E isso rendia muito em termos de faturamento. E anunciar na Rádio Santa Cruz era retorno na certa. O pessoal sabia que tinha retorno. Isso não importava o preço que a gente cobrasse: alguns pagam na maior alegria. Saindo na rádio, estava bom para eles.

Em relação ao faturamento, que no caso da Rádio Santa Cruz representa também a presença da emissora nas comunidades, Santos (2009) revela:

Bastava se dizer que a rádio iria transmitir que dava muita gente. O público era muito grande. Quando a festa era distante e não tinha linha telefônica para transmissão, bastava se dizer que um locutor ou os locutores da rádio estariam lá que muita gente ia ao evento só para conhecer ou até para rever os radialistas. Era uma coisa impressionante. Os comunicadores, por muito tempo, eram astros na região e isso fazia movimentar os eventos.

Assim como qualquer outra empresa, uma emissora de rádio tem suas despesas e compromissos, tais como folha de pagamento de funcionários, encargos sociais (impostos), água, luz elétrica, telefone, manutenção ordinária etc, portanto, o faturamento é importante até mesmo para a estrutura da mesma. Se no tempo de Roquette Pinto o rádio era financiado pelo Estado, logo tentou trilhar outros caminhos, incluindo o da independência e da manutenção própria. Se isso significava independência à primeira vista, significou também ter que se virar para se autosustentar. Logo apareceu o “mundo” da propaganda³⁵ e da publicidade³⁶.

Em relação à propaganda e à publicidade, Sergl (2010, p. 223) nos informa que

Necessitamos de bens e produtos para satisfazer nossas necessidades. Essas necessidades foram aumentando na medida em que as mídias invadiram nossa casa com novos e tentadores sabores, com produtos de limpeza mais eficientes e odores diversificados...

E Sergl (2010, p. 223) acrescenta:

Empresas também utilizam a propaganda para falar de sua importância no contexto econômico-social para anunciar a criação de emprego e as conseqüentes contribuições para o progresso do país. Ela pode ser usada, também para melhorar a qualidade de vida dos cidadãos ou para atingir excelência na produção, fatores que geram mais saúde e bem estar, criando assim uma imagem favorável da empresa.

Sergl (2010, p. 224) deixa claro que a propaganda não é só comercial, é também ideológica. Para o autor “a propaganda ideológica, mais complexa, tem como meta direcionar o pensamento e, conseqüentemente, o comportamento social do cidadão, no sentido de

³⁵ O termo propaganda vem do latim *pangare*, que significa plantar. O objetivo, neste caso, é plantar uma mensagem no receptor. Esta mensagem pode ser a venda de um determinado produto ou serviço e, como a propaganda é paga, visa a sustentação financeira da emissora, sendo, ao longo do tempo, o único meio de sustentação da empresa de comunicação.

³⁶ O termo publicidade deriva também do latim *publicus* e designa a qualidade do que é público, tornar público, mas no rádio ambos propaganda e publicidade têm servido para designar o comercial, a informação paga que se reverte em sustentação da emissora. Não necessariamente a emissora está atrelada ao empresário que anuncia seu produto. Nos jornais tem um espaço que diz: “Os artigos assinados não representam necessariamente a opinião do veículo”. Os jornais não dizem o mesmo em relação à propaganda ou publicidade. As emissoras de rádio poderiam dizer isto em relação aos seus anunciantes, até mesmo porque anunciar é livre, anuncia quem quer botar seu produto na vitrine, quem quer anunciar seus preços ou informar que tem novidade em seus estoques, etc.

manter as condições em que se encontra ou de modificá-las ‘em sua estrutura econômica, regime político ou sistema cultural’, sem que o receptor perceba que se trata de propaganda”. Nestes casos é preciso resgatar sempre as palavras de Hagemann quando diz que “o rádio não está imune aos detentores do poder”, mas que muitas vezes ele se “reinventa” para fugir de dominações e continuar sendo “a voz do povo”. É importante recordarmos isso para não pensarmos que o rádio é passivo em relação às ideologias ou às propagandas que fazem parte de sua programação.

Enquanto a Internet permite uma comunicação simultânea e imediata para qualquer parte do mundo, a emissora ainda sofre com a questão ou problema da linha telefônica para transmissões. O programa *O domingo é nosso*, com apresentação do locutor Alfredo Lenz é solicitado a animar festas em muitas comunidades, mas na comunidade que não tem linha telefônica, há o entrave. Em alguns casos dá para fazer a transmissão pelo sistema “Rural Cel”, mas o mesmo só serve para transmissão de voz e não para transmissão de música. Se a comunidade é próxima, cerca 15 a 30 quilômetros de distância, mas sem nenhum morro pela frente, dá para se fazer transmissões pela Unidade Móvel³⁷. Hoje em dia existe potencialidade técnica para se fazer transmissão de qualquer lugar e em qualquer situação geográfica, mas a emissora ainda não tem esta aparelhagem que, num breve levantamento na área técnica, descobrimos que custa o valor de R\$ 35.000,00 (Trinta e seis mil Reais). Conforme Bogorni (2010) “existe um projeto de aquisição de um conjunto de aparelhos que facilita a transmissão de qualquer lugar e até por celular, mas a prioridade atual é a reforma das torres e a conclusão de um prédio próprio no centro da cidade”.

O rádio deve muito ao telefone, pois o mesmo colocou aquele em patamares revolucionários de conexão com o público e levou os locutores a muitos lugares, muitas comunidades, eventos nas ruas (manifestações, desfiles de Carnaval e 7 de Setembro), clubes e campos de futebol. Referimo-nos aqui ao telefone que gera audiência, mas sem esquecer que audiência também gera faturamento. Aliás, a audiência é o maior medidor de faturamento. E a audiência depende da programação. A programação deve está voltada para as comunidades urbanas e interioranas. No entanto, este processo ainda continua um entrave quando se fala de comunidades ou municípios distantes do interior. O celular, neste caso, tem ajudado, mas também sua fragilidade é enorme e sua consistência não é confiável para uma transmissão a partir de lugares distantes e com transmissão de longa duração, uma ou três horas, como é o caso dos programas *Fritz Jacó*³⁸ e programa *O domingo é nosso*³⁹.

³⁷ Carro equipado com aparelhagem própria para transmissões.

³⁸ Programa diário das 10 horas às 11h45 e das 12h24min às 14 horas, desde 1º de setembro de 2002.

Numa observação do autor deste trabalho ao programa *O domingo é nosso* (que acontece aos domingos das 11 horas às 14 horas, desde setembro de 2002), no dia 24 de dezembro de 2010, feito ao vivo, a partir do estúdio da emissora, à rua Marechal Deodoro⁴⁰, pudemos constatar que na primeira meia hora de programa (das 11 horas às 11h30min) aconteceram 99 participações. Constatamos também que nas três horas de programas aconteceram 263 participações. Foram ouvintes de Santa Cruz do Sul e de inúmeros municípios da região, numa demonstração de grande versatilidade e conexão com o público ouvinte. As mensagens eram de “Feliz Natal, recados, felicitações de aniversários, divulgação de alguma festa, pedido de música etc”. Não foram contabilizados os telefonemas por celular cujas ligações caíram devido às péssimas condições do sinal de onde estava o interlocutor. Nestes casos, o locutor, Alfredo Lenz, lamentava e praguejava os problemas dos celulares que, na “hora de vender fazem uma *baita* propaganda, mas que depois não funcionam”. Ou seja, o locutor aproveita seu programa para denunciar um fato. Significa que, em relação às novas tecnologias, nem tudo é “um mar de rosas”.

Retomando a questão econômica, Santos informa: “Tinha gente de longe que enviava carta com um recado e já mandava o dinheiro junto, dentro do envelope. Isso eram envelopes e mais envelopes. Quando havia transmissão nas comunidades os locutores traziam uma pasta cheia de cartas. Todas elas continham bilhete e dinheiro junto. Tinha gente que enviava dinheiro também diretamente para os locutores”.

Indagada sobre esta forma de enviar dinheiro para a emissora, Santos (2009) informa: “Era de 10, 20, 50, 100, 200 reais⁴¹. Tinha de tudo. Como eles não sabiam o valor para anunciar, mandavam conforme a situação. A gente avaliava o valor e assim decidia a quantidade de anúncios. Quando era dinheiro direto para os comunicadores a quantia também variava. Em geral era um valor médio: 20, 30, 50 reais. Mas chegava valor alto também, de 80, 90, 100, às vezes 120 reais. Os locutores falavam, agradeciam. Toda região ficava sabendo que fulano mandou dinheiro para o locutor tal”. Perguntada se era uma maneira de participação e vitrine onde aparecia o seu nome, Santos revela: “Era uma certa concorrência

³⁹ Programa dominical, das 11 horas às 14 horas. Este programa é feito a partir do estúdio ou a partir de alguma festa de comunidade da região, quando o mesmo é contratado para marcar presença em quermesses e festa de padroeiros em comunidades católicas ou evangélicas.

⁴⁰ Este programa, *O domingo é nosso* é feito no Estúdio, mas muitas vezes é feito a partir das comunidades quando acontecem transmissões de eventos, quermesses, feiras ou festividades como colono e motorista, entre outras. Os períodos de programas feitos a partir de comunidades é de março a julho e de outubro a dezembro.

⁴¹ Aqui podemos observar que Teresinha dos Santos fala na conjuntura atual, nomeando a moeda corrente, o Real, não se dando conta que no lapso temporal de sua colaboração na emissora a moeda brasileira mudou de nome várias vezes, mas acreditamos que o contexto aqui serve como ilustração da realidade para nosso entendimento.

também. Com o tempo eles agradeciam e enviavam saudação, só falavam quando era uma quantia alta. Não dava tempo agradecer todos que enviavam”. Em seguida informa: “Na rádio se ganhava muito dinheiro, em certo tempo, certa época” (anos 60, 70 e 80 do século passado).

Santos deixou o trabalho na Rádio Santa Cruz, mas a emissora não a deixou, e diz: “Nos anos 90, quando eu não estava mais na rádio fiquei sabendo que a audiência caiu muito, principalmente por causa da decadência de equipamento, saída de alguns locutores famosos para outras emissoras. Em rádio, quando cai a programação, cai o faturamento”. Depois retoma o tempo de efervescência na empresa: “Tinha fila de empresas para patrocinar. Se uma saísse tinha outra na fila. O espaço na rádio era muito precioso. Os horários eram também seguidos com rigor absoluto. Quando uma programação atrasava causava um transtorno muito grande”. Sobre os patrocinadores, Santos declara: “O comércio em geral anunciava. Todos queriam ver seu produto na Rádio Santa Cruz. Anunciar na rádio era garantia de boas vendas. Era uma alavanca muito grande, uma referência de peso”, complementa (Santos, 2009).

Mesmo faturando bem na primeira e na segunda administração, nem tudo eram rosas na emissora, pois, em ambos os casos (nas duas primeiras administrações), a emissora sempre dependia da administração central de Porto Alegre. Santos (2009) informa: “A Santa Rádio Cruz era a emissora que mais faturava, e ao mesmo tempo, era a que mais passava necessidade porque o trabalho era muito e em tudo a gente dependia do Escritório Central de Porto Alegre. Para o dinheiro ir era muito fácil, mas para voltar era uma dificuldade enorme e neste sentido a rádio sofria muito”.

Indagada sobre a obrigatoriedade da emissora de prestar algum serviço às comunidades, Santos revela: “Era tudo misturado, prestação de serviço com anúncio pago. A gente avaliava quando a pessoa não podia pagar ou quando era para um hospital, uma entidade de assistência social, então se fazia gratuitamente”.

Perguntada se o faturamento da emissora vinha só do comércio, Santos diz:

O patrocínio vinha do comércio em geral, dos eventos, havia o patrocínio diretamente a algum programa e haviam os momentos em que as empresas anunciavam, principalmente nas festividades de colono e motorista, anunciado vagas ou faziam o chamamento das pessoas para a safra. Na época de chamar as pessoas para a safra era um faturamento certo.

Santos (2009) revela que havia muita autonomia na emissora, mas por outro lado havia entraves, pois dada a distância entre a Administração Central em Porto Alegre e Santa

Cruz do Sul, às vezes as coisas se complicavam, pois as visitas eram raras, a assistência era fraca e acrescenta: “Só mesmo quando uma coisa estourava, pifava, que alguém vinha verificar e tentar resolver”.

A diferença, neste caso, pode-se verificar facilmente nas palavras da administradora local (terceiro período) nas palavras de Bogorni (2010):

Quando assumimos a rádio realmente estava necessitando de tudo: de equipamentos novos, de carro, de unidade móvel, de pessoas, de investimentos, de reformas no prédio, de mais telefone, de reforma nas torres e de um transmissor mais moderno. Muitos diziam que ela estava sucateada, mas eu não conhecia como era antes.

Para Bogorni (2010) este olhar mais próximo fez a diferença: “Fomos pegando ponto por ponto e fomos nos dedicando”.

A terceira administração (a partir de 1º de setembro de 2002, com um grupo local) fez mudança na orientação da emissora, priorizando as transmissões a partir de comunidades da região, reativando a Unidade Móvel e reestruturando a grade de programação, bem como procurou fazer investimentos. Segundo Bogorni (2010)

Desde o segundo mês de faturamento a emissora foi colocada como agente de sua própria renovação. Não retiramos dinheiro dela, mas também assumimos o compromisso de que a rádio fosse fonte dos reinvestimentos necessários. Foi uma meta. Tudo o que ela fatura é para folha de pagamento, para as despesas recorrentes do mês e para investimentos. Assim, hoje em dia, depois de sete anos, além de termos feito muitos investimentos em todas as áreas, estamos construindo uma nova sede para rádio, um prédio de quatro andares no centro da cidade, perto da Catedral, à rua Ramiro Barcelos, ao lado do Supermercado Miller.

Indagada sobre este faturamento da emissora, se cresceu ou decaiu, Bogorni (2010) informa: “Sim, o faturamento da rádio, desde que assumimos (terceira administração), foi num crescente e não parou mais”. Inquirida sobre os números, Bogorni revela:

No primeiro mês, em setembro de 2002, enquanto se dizia que a rádio faturava entre R\$ 18 e 20 mil, o novo faturamento foi de R\$ 22 mil, ou seja, mais do que a administração anterior vinha faturando. E isso só cresceu. Chegamos uma vez a faturar R\$ 75 mil por mês, mas depois aconteceram uns problemas e o faturamento caiu pra R\$ 42 mil. Sanados os problemas, o faturamento subiu de novo e no mês de julho do ano passado (2009) realizamos o maior faturamento que foi de R\$ 81 mil. Para este ano esperamos de novo bater o recorde no mês de julho.

Bogorni se refere ao mês de julho dado às festividades de colono e motorista, quando aumentam as transmissões e as homenagens, o que representa aumento no faturamento.

Como havia rumores de que a Rádio Santa Cruz passava por dificuldades financeiras, na segunda gestão, período dos Proenças (1990 a agosto de 2002), e sobre a iniciativa local de assumir a empresa, Bogorni (2010) afirma: “Ela vinha numa baixa, mas a região gostava muito dela e de certa forma estava esperando ela se reerguer. Nossa administração foi esta resposta para a região”. Depois acrescenta:

Antes, a rádio não era administrada pelo pessoal daqui, vinha um gerente de fora, e o faturamento era enviado todo para Porto Alegre, conforme nos informaram. Agora é diferente: é conduzida e administrada pelo pessoal daqui e o faturamento fica aqui. E além de ficar aqui ele é reinvestido na empresa. Isso foi um fator positivo. Os anunciantes, as empresas, sabem que estão também investindo num capital que vai girar aqui. Se o investimento da rádio vem das empresas e do comércio locais, este mesmo dinheiro volta para o comércio local em forma de salários e de compras que a emissora faz através de seus investimentos. Isso mudou o quadro totalmente. Quando o dinheiro gira aqui, ele também facilmente contribui para a movimentação da economia local e regional.

Conforme a administradora da Rádio Santa Cruz, Bruna Bogorni (2010)⁴², com atuação na emissora a partir de 2002, as mudanças não aconteceram somente na emissora, pois “ela foi fator de desenvolvimento também quando provocou a concorrente a se modernizar para não ficar atrás. A renovação e as mudanças dela e nela (Rádio Santa Cruz) obrigou muitos a se atualizarem também e isso movimentou a cidade e a região.

Os problemas ou desafios não eram muitos e Bogorni (2010) revela:

Outra coisa: os gerentes que vinham de fora, de outra emissora da rede, não conheciam a cidade e a região, o gosto e as necessidades da população, então, mudavam muito a programação. Agora, não. A gente conhece a região e procura atender o gosto da população. Isso é muito importante, a emissora está em sintonia com o que acontece aqui e ao mesmo tempo está atendendo o gosto da região, bem como os costumes e as tradições.

Sobre o suposto isolamento da emissora, Bogorni (2010), informa:

Diziam que a rádio havia abandonado as transmissões e naquele mês que assumimos (setembro (2002) transmitimos o desfile de Sete de Setembro, a Romaria das Comunidades, a Semana Farroupilha, a Semana do Município de Santa Cruz do Sul e a ordenação de um padre em Vera Cruz. Só isso foi suficiente para a população perceber que a rádio havia mudado e a resposta foi imediata. Temíamos muito, tínhamos muito medo, mas apostamos e deu certo.

Para Bogorni (2010) este período teve algumas vantagens: “Como nossa administração era nova e tínhamos um vasto campo de coisas para fazer, as novidades eram

⁴² Entrevista concedida ao autor no dia 05 de março de 2010, das 9h às 11h30min, em Santa Cruz do Sul.

sempre mais ressaltadas. Cada passo que a gente dava era uma grande novidade. E era disso o que a Rádio Santa Cruz estava precisando”, enfatiza.

Sobre a questão da inserção de uma emissora de rádio nas comunidades, Vigil (2003, p. 403) nos diz de forma enfática que “uma emissora popular não pode existir sem dedicar um bom espaço de sua programação aos esportes”. Se para alguns o futebol é um ponto positivo ou certo de faturamento, para a administração atual da Rádio Santa Cruz não é bem assim e Bogorni (2010) revela:

Fazemos futebol para não ficar fora e para atender as comunidades da região e o pessoal da cidade que gosta, mas lucro ele não oferece. Às vezes dá prejuízo, mas mantemos por causa da ligação com a população, com o grande público do futebol. Inclusive, neste aspecto, fizemos também uma parceria com a Rádio Gaúcha de Porto Alegre para se transmitir algumas partidas da capital, fora do Estado e por ocasião da Copa do Mundo. Como não podemos ir transmitir lá, transmitimos através da Gaúcha. Como muitas pessoas daqui e da região gostam da Gaúcha e como, depois que baixou a potência a Gaúcha não pega mais em Santa Cruz, o público gostou de ouvir futebol pela Gaúcha, através da Rádio Santa Cruz. Além de economizarmos, atendemos o público. Inclusive, vamos transmitir um debate da Gaúcha em prol do desenvolvimento local, que será realizado na Unisc. É uma promoção da Gaúcha e da Rádio Santa Cruz, com toda equipe da Gaúcha aqui, nossa equipe também e nossa transmissão, com entrevistas com pessoas importantes da cidade, ligadas aos setores de desenvolvimento local e regional.

A última administração adquiriu a concessão, mas os espaços físicos ficaram com a família Ballvé. Pagando aluguel e por sentir que o prédio hoje em dia se tornou absolutamente pequeno, a administração atual iniciou a construção de um prédio de três andares e um sub-solo no centro da cidade. Conforme Bogorni (2010) desde então começaram os comentários positivos e negativos: “Positivos no sentido da emissora vir para o centro da cidade, um local privilegiado em termos de localização e prático por ocupar um complexo que contém outros setores da administração, como a Livraria Diocesana, a Cúria Diocesana e o Setor das Pastorais, facilitando a vida da administração e direção geral no quesito deslocamento; negativos no sentido de deixarmos aquele prédio que é uma referência sem precedência para a emissora”. Em todo caso, Bogorni (2010) avalia que o peso está no sentido de “estarmos em prédio próprio, sem pagar aluguel”. E acrescenta: “O dinheiro do aluguel pode ser colocado a serviço de outras melhorias para a rádio”.

Bogorni (2010) nos conta sobre outros passos dados em prol do envolvimento com a população: “Outro grande investimento que fizemos, e que trouxe um retorno imenso, foi a construção de nosso estúdio dentro do Parque da Oktoberfest. Uma construção de dois pisos

com toda estrutura de transmissão e moderno. Preparado para qualquer coisa. Inclusive este ano também será sede e redação para o *Diário Regional*, o jornal da Rádio Santa Cruz, criado em novembro de 2009”.

Sobre a questão do jornal da Rádio Santa Cruz, Bogorni (2010) diz:

Nós assumimos em setembro de 2002, e em novembro de 2009, ou seja, sete anos depois, fundamos o Diário Regional. Isto demonstra que a rádio deu certo e ampliou o leque. A criação do Diário também causou impacto e movimentou a região. Forçou também outros meios a darem passos: o jornal Gazeta ampliou seu parque gráfico e o Riovale Jornal vai aumentar mais uma edição por semana. Ou seja, foram ações que movimentaram, que desacomodaram setores da imprensa local. Neste sentido, entendemos que, além dos empregos criados, de maior circulação ou movimentação econômica (pois injetamos mais de um milhão de Reais para criar o Diário Regional) temos mais uma voz, mais um canal de comunicação, mais uma alternativa de preço. Além, é claro, de ser o maior subsídio (fonte de notícia) para a Rádio Santa Cruz e vice-versa. (Parênteses do autor).

Levando em conta que Santa Cruz do Sul tem televisão (sucursal da Rede Brasil Sul de Televisão – RBS/TV e da TV Pampa), tem duas emissoras de rádio AM⁴³, duas emissoras de FM⁴⁴ e uma Rádio Comunitária, mas só contava com um jornal de circulação diária⁴⁵, Bogorni (2010) informa que

Havia um pedido ou uma queixa muito grande de profissionais liberais, de políticos, de lideranças, de empresas e do comércio em geral de que os preços de publicidade do único jornal diário da cidade eram exorbitantes, por isso a Rádio Santa Cruz deveria entrar com um jornal para contrabalancear, para oferecer mais opções de propaganda em jornalismo impresso na cidade.

Depois Bogorni (2010) acrescenta:

Então, a Rádio Santa Cruz, além de ser recuperada, favoreceu este grande feito para a cidade e para a região que foi a criação de um jornal diário como opção de leitura alternativa e de anúncios com preços diferenciados. E o investimento na criação do jornal e os seus lucros também giram aqui. Acredito que isso é importante para a região, pois é um fomento, mais uma força na economia e na gestão local, no desenvolvimento regional, pois quando gira uma gama considerável de recursos movimenta muitas frentes.

As iniciativas da administração local não passaram despercebidas e Werner (2010) aponta o seguinte:

⁴³ Rádio Santa Cruz AM 550 e *Rádio Gazeta* Am 1.180.

⁴⁴ Rádio Atlântida FM e Rádio Gazeta FM.

⁴⁵ Jornal *Gazeta do Sul* que passou a circular diariamente a partir dos anos 1990, pois no início (1945) era semanal, depois passou a ser bi-semanal, posteriormente a ser três vezes por semana e, finalmente, com circulação diária, de segunda-feira a sábado.

Uma coisa boa é o esforço e a determinação de se reinvestir aqui, fazendo várias coisas como equipando a emissora, consolidando a infraestrutura, fazendo um estúdio no parque da Oktoberfest, construindo novo prédio no centro, agora investindo no parque de torres⁴⁶ e isso demonstra uma dinâmica, um movimento em prol do desenvolvimento local com ações concretas, estão aí, todos estão vendo e certamente o comércio está sentido, pois tudo está girando em torno do comércio local e isso é muito bom. Essa é a diferença de se ter uma administração local, com os olhos, as preocupações e as iniciativas voltadas para a região e não só sugando os recursos daqui e levando para fora como aconteceu no passado, como a gente sempre ouviu falar.

Administrador e empreendedor, Werner (2010) acrescenta:

Estando aqui, se pensa como ampliar as ações aqui e isso, sem dúvida alguma, influi nas questões regionais. E a Rádio Santa Cruz é conhecidamente regional, a ação dele é aqui na região. Então ela deve marcar presença aqui, seja nas transmissões, na sua ação de comunicação, seja nas questões de também fazer girar a economia daqui como um todo.

Perguntado se tem alguma sugestão à direção atual, Crestani⁴⁷ (2010) não hesita e responde rápido: “Sugiro um espaço maior para Monte Alverne durante a semana. Eu escuto de manhã e todos os sábados o programa *Conexão Regional* do Vanderlei Reis. Vejo hoje que a região está bem servida com a rádio, mas sempre se quer mais, pois a Rádio Santa Cruz é muito escutada, não tenha dúvida”, arremata.

Perguntado sobre o interesse de entrar no ramo da radiodifusão através da aquisição da Rádio Santa Cruz, Bohn (2010), revela o seguinte: “O interesse foi mais de poder conservar uma emissora com suas características para a região do que interesse financeiro”. E informa: “Pensei que se um grupo de fora meramente comercial, interesseiro ou proselitista comprasse a Rádio Santa Cruz poderia modificá-la ou colocá-la meramente a seu serviço ao invés de colocar a mesma a serviço da população da região com seus costumes, valores e cultura”. Continua: “Se, como dizem, ela sobreviveu tanto tempo estando a serviço da região, nós poderíamos dar continuidade e ela poderia continuar cumprindo seu papel de porta-voz das comunidades, conservando também a tradição religiosa da região”.

Sobre proselitismo na mídia, Bohn⁴⁸ (2010) explica que são os grupos neopentecostais (seitas) que nos últimos 20 anos estão se inserindo nos meios de comunicação e fazendo dos mesmos um palanque de propaganda ideológico-religiosa, com

⁴⁶ A última reforma no Parque de Torres, que fica no bairro Menino Deus, conforme reportagem do jornal Diário Regional (21 de setembro de 2010, p. 16), foi em 1979, ou seja, há 31 anos atrás.

⁴⁷ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 03 de setembro de 2010, em Santa Cruz do Sul, das 10h às 11h45min.

⁴⁸ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 14 de novembro de 2010, em Santa Cruz do Sul, das 8h30min às 10 horas.

interesses também financeiros, ou seja, sem se interessar pela realidade do povo. Sobre a realidade do povo Bohn revela que desde que surgiram as primeiras conversas sobre a possível aquisição da Rádio Santa Cruz, ele começou a sondar as comunidades sobre a questão:

Durante o período de negociação, por onde eu andava, fazendo crismas ou em encontros com as comunidades, sondava as lideranças e quase todas foram favoráveis, embora algumas vezes com admoestações, à compra da emissora e que a mesma fosse colocada a serviço das comunidades para a promoção da vida, para um jornalismo profissional, em busca da ética, da solidariedade, da justiça social e da verdade acima de tudo.

Conforme Bohn (2010), o processo de aquisição da emissora foi bem pensado: “O objetivo não era ter uma emissora de rádio, mas fazer com que a Rádio Santa Cruz continuasse a exercer sua missão na região e, quem sabe, trilhar caminhos de aperfeiçoamento. Tanto é que logo que assumimos colocamos como slogan *A voz das comunidades*. Queríamos uma rádio com este perfil, esta característica, esta missão, este compromisso. Deu certo. A Rádio Santa Cruz hoje é uma feliz realidade trilhando estes caminhos”, enfatiza. Em seguida, Bohn questiona: “E como fazer da Rádio Santa Cruz uma emissora voltada para as comunidades”? Ele mesmo responde: “Somente adquirindo a emissora. E foi o que fizemos”.

Bohn revela que o processo não terminou na compra da emissora, mas teve continuidade. Nos anos posteriores à aquisição da emissora, por onde andava, nas comunidades, perguntava às lideranças como estavam sentindo a emissora e revela que a adesão foi num crescente: “Quem a ouvia continuou e dava sugestões. Quem não a ouvia mais, voltou a ouvi-la e, inclusive, a tê-la como referência. Ou seja, aos poucos a emissora foi retornando ao coração das comunidades como referência e porta voz”. Em seguida, Bohn fala dos passos dados pela emissora: “Uma coisa boa foi o retorno das sucursais da rádio aos municípios e comunidades circunvizinhas. Reatou laços e, aos poucos, foi voltando o sentimento de pertença”.

Bohn (2010) revela que

A Rádio Santa Cruz cumprirá seu papel se, de fato, for assumida pelas comunidades como uma referência e ao mesmo tempo se tornar um meio de divulgação das atividades e necessidades das mesmas”. E logo acrescenta: “E que ela seja também uma referência em formação, capacitação, promoção da vida e de valores inerentes às comunidades.

O sentimento de Bohn (2010) está fundamentado na posição da Igreja Católica que propõe uma reflexão de desenvolvimento não somente através do comércio ou do setor

econômico. Para a Santa Sé⁴⁹, é necessário buscar o “desenvolvimento do homem todo e de todos os homens... o desenvolvimento humano integral” (2009, p. 11). E acrescenta: “O mercado, se houver confiança que permite o encontro entre as pessoas, na sua dimensão de operadores econômicos que usam o contato como regra das suas relações e que trocam bens e serviços entre si fungíveis, para satisfazer as suas carências e desejos” (2009, p. 43). Ao aprofundar o tema do desenvolvimento a Santa Sé acrescenta que “a cooperação internacional precisa de pessoas que partilhem o processo de desenvolvimento econômico e humano, através da solidariedade feita de presença, acompanhamento, formação e respeito” (2009, p. 63) e neste aspecto a comunicação e, principalmente o rádio, tem muito a colaborar.

A Santa Sé insiste que “a cooperação no desenvolvimento não deve limitar-se apenas à dimensão econômica, mas há de tornar-se uma grande ocasião de encontro cultural e humano”, ou seja, uma busca de “um autêntico desenvolvimento” (p. 78). Depois acrescenta que “ligada ao desenvolvimento tecnológico está a crescente presença dos meios de comunicação social. Já é quase impossível imaginar a existência da família humana sem eles. No bem e no mal, estão de tal modo encarnados na vida do mundo, que parece verdadeiramente absurda a posição de quantos defendem a sua neutralidade, reivindicando em consequência a sua autonomia relativamente à moral que diria respeito às pessoas” (2009, p. 93).

Para a Santa Sé, “os meios de comunicação social não favorecem a liberdade nem globalizam o desenvolvimento e a democracia para todos, simplesmente porque multiplicam as possibilidades de interligação e circulação de idéias; para alcançar tais objetivos, é preciso que estejam centrados na promoção da dignidade das pessoas e dos povos... tornando-se instrumentos de promoção da participação universal na busca comum daquilo que é justo” (2009, p 94).

Para Bohn, (2010) “o sentimento de pertença fortalece e promove a emissora, ao mesmo tempo que fortalece e promove as comunidades”. Segundo ele, “tendo o sentimento de pertença, as comunidades podem utilizar a emissora de várias maneiras e em várias ocasiões, seja para promover suas festas, seja para solicitar melhorias comunitárias, seja para denunciar negligências e descasos sociais e públicos”. E, retomando o tema rádio-jornal⁵⁰, revela: “Um pode ser apoio para o outro”.

⁴⁹ Bento XVI, Carta Encíclica *O desenvolvimento humano e integral na caridade e na verdade*, Vaticano, 2009, p. 111.

⁵⁰ Rádio Santa Cruz e jornal *Diário Regional*.

O sentimento de pertença não vem de forma gratuita. A programação da emissora deve está voltada para as pessoas, para as comunidades. E ao abordarmos a questão da programação, podemos retomar aqui alguns programa que fizeram história na emissora e que ainda faz parte da memória de gerações, como *Chegou o General da Banda* (55 anos no ar), *Oração da Ave-Maria* e a transmissão da missa dominical (mais de quarenta anos no ar) e as bandinhas que são tocadas desde o início da emissora.

Com as mudanças de administrações houve pouca mudança de estilo, mas as poucas que houveram foram recebidas como uma descaracterização da emissora e refletiu de imediato no faturamento da mesma. Como exemplo, segundo Nogueira (2010) foram os programas de rede, onde a Rádio Santa Cruz “entrava em cadeia com uma emissora piloto de Porto Alegre e as notícias passaram a ser de fora”. O descontentamento, conforme Nogueira “foi imediato e a baixa no faturamento também”.

A administração atual, no entanto, quando assumiu, preferiu fazer um resgate dos programas tradicionais ou antigos da emissora, mesmo que colocando outros, mas sempre voltados para a realidade regional. Neste sentido, conforme Bogorni, “sondamos os locutores com maior tempo de casa e planejamos uma programação que fosse do agrado da população, pois eles conheciam bem a trajetória da emissora, e isto foi como um resgate salutar para as pessoas que voltaram a se identificar com a rádio e retornaram a ouvi-la. E a resposta do publico foi imediata”.

Bogorni informa: “Quando assumimos a emissora ela estava apenas 19 horas no ar (das 5 horas da manhã à meia-noite), hoje em dia ela está 24 horas no ar”. Esta programação 24 horas no ar contempla o jornalismo, coberturas esportivas, música, momentos de oração, momentos de debate, de inserção da Unidade Móvel com acontecimentos de rua, cobertura de festas populares, de eventos sociais, políticos, bem como programas segmentados, a saber, de sindicatos, entidades e etnias, tornando a mesma de cunho popular ou de massa.

Já nos referimos ao rádio como um serviço às comunidades, no entanto abordamos também as ações do mesmo em relação ao crescimento ou desenvolvimento das pessoas e de uma região e, neste sentido, agora trataremos das ações da radiodifusão como ferramenta para o desenvolvimento regional.

3. RÁDIO SANTA CRUZ E O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

No presente trabalho nos valem de entrevistas para tentarmos reconstituir algumas passagens da Rádio Santa Cruz, incluindo-as no contexto do desenvolvimento regional.

Para tentarmos elucidar algumas questões, abordaremos os temas relacionados à Rádio Santa Cruz e o desenvolvimento cultural, econômico, político e social. Perpassando estes itens, tentaremos detectar elementos que possam nos ajudar a vislumbrar a presença ou a participação da Rádio Santa Cruz no contexto das práticas do desenvolvimento regional, a partir de sua inserção na conjuntura da realidade cotidiana das pessoas em particular, das comunidades e da sociedade em geral no município de Santa Cruz do Sul e da região.

3.1 Rádio Santa Cruz no processo do desenvolvimento cultural

Para Jung (2004, p. 73) “a comunicação é social e, portanto, o jornalismo tem obrigação de oferecer ao cidadão – qualquer cidadão, esteja onde estiver, enfrentando a situação que enfrentar – informação de qualidade, é possível apenas dentro de padrões éticos”.

Uma emissora de rádio não acontece sozinha (VIGIL, 2003), pois é um ponto de encontro de pessoas. Para Bianchi (2010, p. 15), a comunicação é “uma profusão de relações possíveis no âmbito dessa cultura, onde o rádio figura como meio de comunicação que acionou o caráter verdadeiramente massivo dos meios de comunicação”. Depois acrescenta que “pelo caráter popular que traz em si, é muito provável que mesmo em uma residência de poder aquisitivo muito baixo seja encontrado um aparelho radiofônico” (Idem). A influência do rádio não cessa por aí, pois Bianchi (2010, p. 15) afirma:

E a questão relacionada ao popular é importante na medida em que se reconhece a riqueza e a multiplicidade que sua constituição abarca. Além disso, a escuta radiofônica é um hábito que acaba passando de geração a geração: transforma-se, mas em grande parte das vezes, persiste. E é justamente o reconhecimento da existência dessa persistência, que toma lugar na escuta, e que em perspectiva de trajetória é transformada em *habitus* de consumo, em usos, sentidos, significações...

Para Müller⁵¹ (2010) a lembrança mais remota da Rádio Santa Cruz é o programa *Chegou o General da Banda*, existente até hoje em dia, aos sábados à tarde⁵². Sobre o mesmo ele informa: “Isso era sagrado. Meu pai, minha família e as famílias de um modo geral escutavam o *General da Banda*. Foi um marco na região e continua sendo. Algumas vezes ainda escuto o programa, hoje apresentado pelo.... (Fritz Jacó)⁵³ Isso mesmo, pelo Fritz Jacó”.

O *General da Banda* é um programa de bandinhas, música típica da imigração alemã na região. Aliás, este programa ainda mantém suas características principais ou genuínas, a bandinha e as falas ou citações em língua alemã. O apresentador atual é o locutor Fritz Jacó. Perguntado sobre o “sucesso” do programa, o apresentador atual, Fritz Jacó⁵⁴ responde: “Não sei”. Depois de uma breve imersão em seus pensamentos, ele acrescenta: “Acredito que é porque sempre manteve suas características, sabe. É um programa voltado para a colônia, para o público do interior. Hoje em dia muitos dos que moravam no interior e escutavam o *General da Banda* e hoje estão na cidade ainda escutam, mas nos escutam também os que ainda estão no interior. E os ouvintes do *General da Banda* não são só idosos, são jovens também”. Depois, de forma meio displicente, Fritz Jacó acrescenta:

Eu sei pelos telefonemas que recebo, pelas conversas que tenho quando vou tocar nas comunidades. Aquilo é um enxame de gente querendo falar, querendo se apresentar, querendo enviar mensagem, querendo me saudar. Isso aqui, a cada sábado à tarde, quando apresento o programa *Chegou o General da Banda*, tinha que ter duas ou três secretárias só anotando recados e mensagens, sabe. É eu e o operador e não damos conta de tanto telefonema que vem. Não é fácil contratar uma secretária para sábado à tarde, mas precisava, sabe⁵⁵. É tanto pedido que a gente nem consegue rodar todas as músicas solicitadas pelos ouvintes, sempre fica uma lista de pedidos para o outro sábado. Tem gente que já me liga na quinta e na sexta-feira, pois sabe que no sábado é difícil falar comigo. Eu vou anotando tudo, depois eu falo, mando um alô, envio a música, faço a homenagem.

⁵¹ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 10 de maio de 2010, em Santa Cruz do Sul, das 10 horas às 11h30min.

⁵² *Chegou o General da Banda* é um dos programas mais antigos da Rádio Santa Cruz, conforme levantamento, com 54 anos no ar. O atual apresentador, o radialista Fritz Jacó o apresenta de 1984, ou seja, há 24 anos. Fritz Jacó informa que o apresentador anterior foi o gerente da emissora Egon Iser, que o apresentou de 1960 a 1986.

⁵³ Indicação ou colaboração do autor.

⁵⁴ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 10 de junho de 2010, em Santa Cruz do Sul, das 14h30min às 16 horas.

⁵⁵ Aqui (levando em conta que o entrevistador é da direção da emissora) o locutor aproveita a entrevista para, direta, oportuna ou indiscretamente, solicitar mais apoio na retaguarda do programa.

Na década de 1950, o presidente da Afubra (Associação dos Fumicultores do Brasil), Benício Werner⁵⁶, já escutava a Rádio Santa Cruz em casa, pois a família estava sempre com o aparelho (rádio) ligado. Sobre este tempo, Werner (2010) revela: “Recordo que aos sábados à tarde, na casa comercial de meu pai, em Formosa⁵⁷, a família e os fregueses ouviam o programa *Chegou o General da Banda*. Isso foi em 1957, eu tinha dez anos e já ajudava na venda. O *General da Banda* marcou a região. É o que mais me lembro, pois do noticiário eu não acompanhava. Os pais e os avós acompanhavam tudo, mas eu só acompanhava o *General da Banda*”.

Como foram muitas as lembranças, Werner (2010) acrescenta:

Outro fato que me marcou foi quando a Rádio Santa Cruz foi transmitir um jogo em Trombudo⁵⁸. Isso foi uma grande novidade. Fomos ao campo do Trombudo⁵⁹ porque queríamos conhecer a rádio. Eu e meu amigo Célio Geiger saímos de Formosa pedalando. Isso dá uns quatro quilômetros. Pensávamos: isso deve ser um enorme aparato. Quando chegamos lá era uma mesa de um metro quadrado e uma aparelhagem pequena. Isso era menor que o nosso aparelho de rádio lá de casa. Ficamos decepcionados: imaginamos um espetáculo e tudo era muito pequeno e simples. O que mais nos chamou atenção foi o fio enorme que usavam para levar o microfone até o meio do campo para entrevistar os jogadores. Ficamos realmente admirados com aquilo tudo. Isso foi em 1960, eu estava com treze anos.

Levando em conta o tempo em que a Rádio Santa Cruz está presente na região, desde 1946, podemos constatar na posição de Werner que a emissora faz parte da caminhada da região e deixou marcas nas pessoas e nas comunidades, principalmente devido à sua condição de diálogo e novidades. Aqui podemos recordar Vigil (2003, p. 97) quando diz que “o rádio se transformou em diálogo, conversa particular à luz pública (...) No rádio, conversar é a arte” (2003, p. 97). Essa conversa, esse diálogo, marca as pessoas.

Retomando o tema da Rádio Santa Cruz, Hagemann (2010 a) recorda que “essa língua portuguesa falada através da rádio, que era o veículo da comunicação, influenciou muita gente que falava alemão em casa”.

⁵⁶ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 10 de agosto de 2010, em Santa Cruz do Sul, das 9 horas às 11h30min.

⁵⁷ Na época, 1957, Formosa pertencia ao município de Santa Cruz do Sul e a partir de 10 de novembro de 1992 passou a pertencer ao município de Vale do Sol que também pertencia ao município de Santa Cruz do Sul.

⁵⁸ Então distrito de Santa Cruz do Sul emancipado aos em 1992, passando a se chamar Vale do Sol. A equipe e o campo de futebol permaneceram com o mesmo nome: Trombudo. Em 2010 a equipe do Trombudo participou do Campeonato Regional, inclusive se consagrando campeão da temporada, contando com a transmissão da Rádio Santa Cruz, com a presença do Benício Werner na torcida, representando a Afubra, um dos patrocinadores da Taça Regional.

⁵⁹ Esporte Clube Trombudo, equipe de Vale do Sol.

Aliás, a história da Rádio Santa Cruz não é única neste sentido, pois situação semelhante se deu em outros lugares de colonização germânica. Abordando a emissora pioneira de Joinvile⁶⁰, no Estado de Santa Catarina, Mustafá (In: FERRARETTO; KLÖCKNER, 2010, p. 50) relata uma situação análoga, quando revela que “a rádio transmitia toda a programação em português, o que contribuiu para que o idioma se disseminasse entre a população de Joinvile, onde o alemão ainda era a primeira língua”. Assim como esta situação aconteceu em Joinvile (a partir de 1941) e em Santa Cruz do Sul (a partir de 07 de abril de 1946), quiçá em outras cidades e regiões ou em outros Estados brasileiros de presença ou colonização alemã ou de outra colonização, tenha acontecido o mesmo.

Se hoje em dia as inserções em língua alemã causam problemas para o público que não dominam mais a língua ou o dialeto alemão; elas são de grande valia para os descendentes germânicos, que podem contar com a hora certa e uma saudação breve no idioma alemão. O mesmo acontece em emissora de outras regiões do estado do Rio Grande do Sul ou fora dele com forte presença de outra etnia, como é o caso da região de colonização italiana e polonesa. As emissoras destas regiões têm momentos, citações e palavras em seu idioma de origem ou característico. Em todo caso, na Rádio Santa Cruz, deixar de fazer essas citações ou inserções em língua alemã é perder audiência ou, no mínimo, se preparar para muita reclamação, seja do público do interior, seja do público mais idoso da cidade, seja dos grupos de preservação da cultura alemã.

Sobre a Rádio Santa Cruz, Iser (2010) recorda que ela teve “muita influência na conservação da herança cultural dos imigrantes alemães, principalmente na manutenção de programas ligados a eles, mas também na divulgação do potencial econômico e social do município com seu comércio, festas, produção e comercialização do tabaco; as Fenafs e posteriormente a Oktoberfest”. Depois acrescenta:

Se Santa Cruz do Sul tem um certo turismo hoje em dia, isso se deve a grande divulgação de suas potencialidades pela Rádio Santa Cruz. A Rádio Santa Cruz não poupou esforços em anunciar a cidade com sua tradição, sua beleza, seus monumentos e as grandes festas, inclusive com a vinda de presidentes da República. A cidade ficou conhecida como uma cidade limpa, organizada, ordeira e bonita. Tudo isso chamou público pra cá e a Rádio Santa Cruz é uma das grandes responsáveis por esta ação. Nem sempre se reconhece isso, mas a rádio foi a grande mola de divulgação do município pra fora e também da divulgação de seus empreendimentos.

⁶⁰ Rádio Difusora, de Joinville, em Santa Catarina, criada em 1941, ou seja, cinco anos antes da Rádio Santa Cruz.

Como pioneira na região, Iser (2010) recorda da ligação da emissora com o público ao revelar: “Tinha pessoas do interior ou de outras cidades que não voltavam pra casa sem visitar a rádio, sem conhecer alguns locutores da emissora”.

Sobre o lado de cultivo e divulgação da cultura germânica, Iser também cita os programas *Chegou o General da Banda* e *Festival de Bandinhas*, voltados para a região que ouvia a rádio. Depois informa outros programas: “O show do meio dia, que constava de esportes, utilidade pública e o carro chefe Repórter Afubra, atingia cidade e interior”. Em relação à programação, Iser diz mais: “Os programas de comunicação pela manhã e à tarde, com músicas variadas e participação dos ouvintes”.

Locutor e, ao mesmo tempo, agente comercial, em relação aos patrocinadores, Iser acrescenta: “Os anunciantes faziam suas mídias, conforme os produtos com adequação aos horários e públicos alvos”. Indagado, explica: “Se era uma casa comercial, preferia anunciar pela manhã, ao meio-dia e à tarde. Se era uma agropecuária, a preferência era no noticiário do meio-dia. Se queria atingir as donas de casa, era na programação da tarde etc”. Depois informa: “Até hoje é mais ou menos assim, mudou muito coisa em relação neste aspecto”. Perguntado se de fato isso funciona, Iser é enfático: “Claro, são públicos alvos e os anunciantes sabem quem estão atingindo naquele determinado momento ou tipo de programa. Funciona perfeitamente”, arremata.

Como por muitos anos ou décadas (1946-1985) a região viveu e conviveu com a Rádio Santa Cruz, a pioneira, havia uma certa satisfação e uma certa identificação regional. Sobre isso Iser declara: “O rádio funcionava e isso era tudo, bastava. A tecnologia como conhecemos hoje, com toda a sua facilidade, veio bem depois”. E acrescenta: “A Rádio Santa Cruz era a referência para todos os casos”.

Para Iser (2010) o rádio tem uma missão a ser cumprida sempre, a cada dia: “Toda a programação deve ser voltada para a informação e neste caso se deve utilizar a agilidade do rádio que é incomparável com qualquer outro meio, mesmo os modernos que ainda necessitam de um aparato muito grande e que ainda não estão presentes no grande interior”. Sobre a agilidade do rádio, Iser acrescenta: “O ouvinte precisa ter a certeza de que sua rádio está em todos os lugares a qualquer hora, que ela é instantânea, que ela é atual”, conclui.

Em seu trabalho, Bianchi (2010, p. 17) aborda a força do rádio AM (Amplitude Modulada) e demonstra, em sintonia com algumas pesquisas nacionais, que “a escuta de emissoras AM aparece no relato de pelo menos 70% dos entrevistados”. Bianchi demonstra também que a preferência da maioria é por programa noticioso ou informativo, e constatando a presença do rádio desde cedo na vida das pessoas, geralmente desde a infância. Neste caso

podemos recordar a Rádio Santa Cruz que, como pioneira na região, é recordada por gerações e permanece sendo uma referência, conforme relatos obtidos. Conforme Bianchi (2010, p. 18) “a convivência cotidiana, com sentidos tão fortemente marcados na relação com o rádio, capacita os indivíduos a tecerem percepções e também análises... e há nesse aspecto dimensões de caráter individual e coletivo”.

Meio que em sintonia com o pensamento de Roquete Pinto e Vigil, Bianchi (2010, p. 23) aborda a formação e a capacitação das pessoas através do rádio quando o mesmo proporciona o debate e a reflexão sobre a realidade, mobilizando a oralidade e complementa: “Sendo assim, a escuta radiofônica poderia estar operando também como um possível espaço de reconhecimento e até o lugar onde se busca suprir demandas que a escolaridade formal não atendeu”. Neste sentido, Bianchi (2010, p. 17) complementa: “É uma possibilidade que precisa ser considerada”.

Considerando os compromissos da comunicação e meio que recordando os ideais iniciais da radiodifusão, Josaphat (2006, p. 65) confirma que os objetivos da comunicação continuam os de “informar, formar a opinião pública, comunicar criando laços de intercâmbio entre indivíduos e povos, difundir a cultura, o lazer e o divertimento”.

Sobre a importância da comunicação para o ser humano, Hagemann (2010 a) diz que está sempre atento ou *ligado*: “Como um homem da comunicação eu não posso me abstrair do mundo”. E esclarece: “Nós queremos mudar o mundo, e o mundo começa a ser mudado por nós. Começa pelo econômico, social, político, cultural etc e Santa Cruz é uma potência econômica, querendo ou não”.

Hagemann (2010b) afirma que “o rádio continua a paixão de muita gente”. Depois filosofa: “Há ainda que se descobrir e revelar os verdadeiros valores do rádio”. Josaphat (2006, p. 207) aborda o tema dizendo que “na mídia, os elementos de sedução, de pressão, de encantamento exercem um papel importante” na vida das pessoas, no cotidiano e na sociedade. E Josaphat (2006, p 40) acrescenta que “a mídia é de veras o cérebro e o coração da sociedade moderna. Dela derivam todos os elementos capazes de garantir o bom exercício de uma ordem democrática, justa e solidária”.

Sobre a importância do rádio, comentada por Hagemann, outros autores, como Vigil (2003, p. 16) diz que

O rádio converteu-se em fiel companheiro de homens e mulheres, de pessoas saudáveis e doentes, de motoristas e viajantes, de cozinheiras e empregadas domésticas, de banheiras na praia, de fanáticos que assistem ao jogo de futebol no estádio, com o aparelhinho colado ao ouvido, dos vendedores ambulantes, dos camponeses que o penduram no arado, dos que trabalham em escritórios e dos estudantes, dos insones que o levam

para a varanda. Quase tudo o que fazemos na vida pode ser acompanhado pelo rádio. Principalmente, o amor.

Estudioso da radiodifusão, Vigil (2003, p. 17) acrescenta que “atualmente escutamos mais rádio que na década de 1950”. O autor recorda que “foi precisamente na Segunda Guerra Mundial (1918-1945) que a importância informativa do rádio tornou-se patente”, pois “o público estava ávido por conhecer os últimos acontecimentos e não queria esperar até a manhã do dia seguinte para receber a informação pelos jornais. O rádio oferecia notícias quentes, arrebatava para sempre a primazia informativa” (2006, p. 18). Dando um salto na história, o autor informa: “Atualmente, o rádio goza de excelente saúde” (2006, p. 19).

Ao analisar uma emissora de rádio local em Ribeirão Preto, no Estado de São Paulo, Tincani (2010) traz à luz uma situação análoga à Rádio Santa Cruz, quando relata que todos os eventos, as novidades, os desafios, as festas, as celebrações, as comemorações de aniversários ou a prestação de serviço através de avisos e recados, as pessoas conseguiam através da rádio.

A presença de uma emissora (VIGIL, 2006) num local legitima os eventos e por outro lado funciona como “socorro” nas necessidades, seja de um bairro, seja de uma comunidade. Pessoas entrevistadas (Santos, 2010; Müller, 2010; Hagemann, 2010) citaram casos que, em momentos de desafios ou necessidades dizem: *Liga para a rádio, denuncia na rádio, convida a rádio para nossa festa, manda anunciar na rádio, pede uma entrevista na rádio*. Isso demonstra confiança, credibilidade e, principalmente, busca de apoio e de referência popular em relação ao meio. Esta ligação é importante, é uma troca mútua de confiança e ao mesmo tempo é uma prestação de serviço da emissora. Há emissoras que não deseja se envolver com causas populares, mas há emissoras que têm um caráter popular e que dão abertura para estas questões. Nas entrevistas realizadas esta tendência e preferência da Rádio Santa Cruz fica claro na fala de vários locutores, funcionários patrocinadores e ouvintes.

Falando ainda sobre a rádio de Ribeirão Preto, uma emissora que conservou forte ligação popular, Moacir Franco (apud Tincani, 2010, p. 37) relata o seguinte:

...O pessoal frequentava o auditório, a rádio tinha uma interação muito forte com o ouvinte (...) A rádio era muito mais do que uma rádio, estou fazendo uma comparação com o rádio hoje... ela era tudo... Ele orientava a população em todos os sentidos, tudo que era cultural e informativo tinha que passar pela rádio senão a cidade não sabia.

Sobre a importância do rádio, Silvana Goulart (apud MUSTAFÁ, 2010, p. 54) afirma:

(...) o rádio foi imprescindível como meio de integração e uniformização política e cultural, contribuindo para minimizar as diferenças regionais,

de acordo com o projeto nacionalizador estadonovista. Getúlio Vargas, discursando em 1º de maio de 1937 – ano de instauração do Estado Novo –, falou do esforço do governo em aumentar o número de estações radiofônicas e anunciou o propósito de instalar em todo o interior do país receptores providos de alto-falantes em praças, logradouros públicos e vias de movimento.

Hagemann (2010b) faz uma admoestação:

Uma emissora de rádio ou um meio de comunicação que se presa não traz apenas o comodismo, o conformismo, o embuste, um lado, uma visão, mas justamente deve ser um canal de insatisfação e ou até mesmo da valorização das coisas comunitárias. Se é festa, pode-se transmitir, divulgar, promover festas, afinal de contas as festas fazem parte da cultura e da manifestação popular. As festas têm um fim. Às vezes são meramente particulares e o lucro vai para alguém, mas às vezes são comunitárias, sociais, municipais e os lucros são compartilhados de várias maneiras. Finda voltando para a comunidade de outras maneiras, seja em investimentos, em benefícios, em empregos, em movimentação do comércio etc, e isso meio que responde outra vez a tua preocupação de fomentos para o desenvolvimento.

Como se fosse o Dom Quixote ou Sancho Pança⁶¹ do rádio, Hagemann (2010b) revela:

O rádio tem um lado muito simples e de conexão muito grande: o rádio é um fórum de compra e venda e da vida em todas as suas formas. As pessoas ligam ou mandam recado que tem uma junta de boi pra vender, uma fração de terra, uma casa, uns badulaques, um som, uma peça ou casa para alugar e lá do outro lado tem alguém pensando ou necessitando da mesma coisa e pra já acontece uma interligação muito grande.

Em seguida Hagemann (2010b) esclarece: “Este é o rádio: ele congrega, ele também é um mercado, um ambiente favorável ao movimento e às movimentações das mais variadas formas e necessidades”.

Comparando os meios de comunicação, Werner (2010) acrescenta:

O rádio, neste sentido, é mais importante do que o jornal. Ele atinge muito mais a população do que o jornal. Quando a gente quer multiplicar informação e ou chegar mais rápido na população regional, o meio tem que ser o rádio. A proporção de jornal no interior e nas cidades circunvizinhas é pequena, enquanto o rádio tem a vantagem de maior abrangência que ultrapassa em muito o alcance do jornal. Cada região já tem o seu jornalzinho, enquanto a rádio abrange toda essa região no mesmo instante. Sem falar que a maioria dos jornais da região são semanais. Neste sentido, o rádio é instantâneo.

Depois Werner (2010) revela:

Quando temos alguma coisa importante para comunicar para a região e os produtores, é só anunciar no Rádio Repórter Afubra que atingimos toda a região no mesmo instante. Para a região este horário é importantíssimo. Temos conversado com os produtores da região e eles têm este programa

⁶¹ Alusão aos personagens do clássico de Miguel de Cervantes, *Dom Quixote de la Mancha*.

como costume, como tradição: chegou o meio-dia eles estão escutando o Rádio Repórter Afubra.

Perguntado se o rádio vai sucumbir em relação aos meios mais modernos de comunicação, Werner (2010) diz: “O rádio nunca perderá sua verdadeira importância para as pessoas. O rádio tem momentos que não são substituídos por outras mídias, por exemplo, quando estamos viajando, dentro do carro, temos oportunidade e tempo de escutar rádio”. Em seguida, acrescenta:

Em casa eu tenho o costume de ouvir rádio quando vou deitar. Olho televisão até um certo momento, mas depois se liga a rádio. Tenho convicção que o rádio vai continuar sim. Você não pode trazer as outras mídias para alguns lugares onde se trabalha. O rádio você pode trazer consigo. Até na roça, muitas vezes, se tem o rádio, até no trator ou no galpão quando se está tirando leite, quando se está tratando os animais ou quando se está surtindo fumo. São momentos perfeitamente compatíveis com o rádio e que o rádio se torna uma fonte de informação e até um companheiro. Então, acredito que o rádio vai continuar.

Sobre a programação da emissora, Werner (2010) se posiciona:

Estes programas de entrevistas da Rádio Santa Cruz⁶² são importantes porque ali perpassam todos os assuntos, seja sobre educação, cultura, economia, política, saúde etc. Lembro que quando a gente morava em Formosa⁶³ tinham aulas no rádio. Hoje em dia não é mais assim, mas o rádio tem a possibilidade de trazer muitas informações importantes para as pessoas em todas as áreas. Acredito muito na formação das pessoas, pois o rádio contribui muito neste aspecto e a Rádio Santa Cruz tem tido este cuidado.

Perguntado sobre a influência do rádio em sua formação e cultura, Werner (2010) revela:

Pesou muito, principalmente em minha juventude. O rádio era a novidade. Até 1965, morando no interior, o acesso ao mundo era somente através do rádio e era através da Rádio Santa Cruz, que era a única presente na época. Nós recebíamos jornal lá e tinha no mínimo vinte assinaturas, mas a maioria tinha o hábito de escutar rádio, até mesmo porque o jornal era semanal. O rádio era instantâneo. Na minha formação o rádio teve um espaço muito grande e um importância fundamental para que eu pudesse me desenvolver como pessoa e como profissional. O rádio, às vezes não aprofunda o assunto, mas sempre nos informa sobre as coisas e podemos, muitas vezes, principalmente quando se trata de leis, se procura aprofundar o tema. Em todo caso o rádio faz o alerta, a indicação.

⁶² Refere-se ao programa diário *Conexão Regional* que vai ao ar das 8 horas às 10 horas, de segunda a sexta-feira, desde setembro de 2002.

⁶³ Localidade do interior que antes pertencia ao município de Santa Cruz do Sul e atualmente pertence ao município de Vale do Sol.

Sobre a conexão da Rádio Santa Cruz com as comunidades, Werner (2010) recorda: “Isso se tornou um hábito na região de, ao redor do meio-dia, se escutar o *Rádio Repórter Afubra*. O *Rádio Repórter Afubra* iniciou quando o meu pai ainda era o presidente da Afubra, isso lá nos anos de 1954-1955 e continuou e para nós está muito clara a importância do programa Rádio Repórter Afubra pela Rádio Santa Cruz”. Werner complementa: “Como referencial de levar informação aos agricultores e às comunidades temos a programação da Rádio Santa Cruz, principalmente os momentos mais dirigidos ao interior”⁶⁴.

Dando-se conta de mudanças na conjuntura geográfica, Werner (2010) acrescenta:

Falar em interior é uma questão ampla porque o interior não é mais uma coisa distante como alguns podem imaginar: atualmente nosso interior começa nos bairros de Santa Cruz. Hoje em dia o interior está ligado aos bairros. É claro que o interior vai longe e a Rádio Santa Cruz atinge todo o grande interior que não é mais só do município local, são muitos os municípios no território de abrangência da emissora, mas nosso interior, atualmente, começa nos arredores da cidade. E os produtores não são somente fumicultores, mas uma gama muito grande de atividades agrícolas que move nossa região.

Conforme depoimentos dos entrevistados, a Rádio Santa Cruz procurou promover a cultura na região, seja no que se refere aos costumes, seja no tocante à informação que agrega e os programas que fomentam nas pessoas os anseios de crescimento interior e ao mesmo tempo comunitário. No próximo item verificaremos a postura da emissora em relação ao processo de cidadania e política.

3.2 Rádio Santa Cruz no processo do desenvolvimento da cidadania e da política

Ao falar no meio rádio sabemos de sua importância para a difusão da cultura de massa (ORTIZ, 1988), principalmente por sua penetração, fácil acesso, alcance e valor de aquisição do aparelho receptor, inclusive por ser um meio que não exige a alfabetização, ou seja, é um meio sonoro (TINCANI, 2010). Por ser um recurso de fácil acesso, o rádio é cada vez mais exigido para espelhar a realidade e para que a sociedade também possa se espelhar no mesmo. Ou seja, além de ser um canal de representação da sociedade, a sociedade espera ser representada pelo rádio, daí o desejo do público para que o rádio traga os problemas e as alegrias de sua localidade. É o exercício da cidadania através de um meio que o represente.

⁶⁴ Referência aos programas diários *Bom dia trabalhador*, das 5 horas às 8 horas, *Frit Jacó*, das 10 horas às 11h45min e ao jornal do meio-dia, *Rádio Repórter Afubra*, das 12 horas às 12h45min.

Além da representatividade, o rádio traz a informação de que o cidadão necessita, concordando ou não com ela. É justamente a partir da informação que os indivíduos tomam a sua posição, pois ela provoca uma reação, sendo ela afirmativa ou de contrariedade. É também o exercício das pessoas em analisarem a conjuntura, pois para Josaphat (2006, p. 95) “falta de informação e de competência acarreta a formação de membros passivos dentro do sistema, e de parceiros igualmente passivos fora do sistema”. Daí a necessidade de os indivíduos terem acesso à informação, sendo o rádio uma maneira fácil e de grande aceitação pelo público em geral. É no rádio que se busca a informação instantânea, e ao mesmo tempo de primeira mão, levando em conta a conjuntura de outros meios como a televisão e o jornal que demoram a trazer os fatos, enquanto pelo rádio os indivíduos já estão comentando os fatos e ou se articulando para participar de um evento ou de uma manifestação popular.

Para Mata (2002, p. 47-48) “a cidadania é a reivindicação e reconhecimento de direitos e deveres de um sujeito frente a um poder”, mas quando este direito falta por parte do poder público, o sujeito ou a comunidade passa a recorrer a meios de fácil acesso como o rádio e até mesmo o jornal. Conforme Mata (2002) “a cidadania começou a significar, na última década do século passado, um modo específico de participação dos indivíduos no espaço público, caracterizado por sua capacidade de constituir-se como sujeitos de demanda e proposições em diversos âmbitos vinculados com sua experiência: desde a nacionalidade e o gênero até as categorias trabalhadoras e as afinidades culturais”. E o rádio, com sua vasta penetração social, se tornou uma referência para as categorias se manifestarem social e politicamente. Ou seja, os meios de comunicação de massa podem servir como lugar de encontro, de reconhecimento, da construção plural da opinião (MATA, 2002).

Ao abordar o tema da cidadania, Mata (2002, p. 47-48) afirma que

Os meios são, para alguns, o lugar de realização plena da comunidade incluída que nossos países negam, da cidadania meramente nominal ou incompleta derivada das profundas desigualdades econômicas e sociais (...) até a mesma possibilidade de reconhecer e reivindicar os direitos.

Além das facilidades e vantagens do rádio como fórum de debate e reflexão da realidade, de reivindicação e de pluralidade de pensamentos e posições, Tincani (2010, p. 36) diz que “o rádio teve grande influência e importância social, econômica e política”. Depois explica:

Na parte econômica, o rádio participou da consolidação do mercado interno, principalmente na criação de um mercado de consumo através da divulgação de marcas, modismos e costumes. Na parte política o rádio promoveu debates, transmitiu informações e notícias do meio, abrir

espaço ou deu oportunidade para governos e comunidades se manifestarem (2010, p. 36).

Ao abordar o leque de oportunidades que o rádio oferece, Tincani (2010, p. 37) acrescenta: “Além da economia e da política, o rádio favorece a regionalização da produção e, conseqüentemente, da mensagem. O rádio possibilita o tratamento de problemas regionais e locais, mesmo que algumas emissoras ainda seguissem o conteúdo das grandes emissoras situadas nas cidades maiores” (2010, p. 37), mas a tendência ou até mesmo a necessidade é que o rádio seja local. A partir do local pode até ser global, trazendo notícias de qualquer parte do mundo, no entanto, não deve se ausentar dos problemas e desafios da sua localidade e da sua região. As pessoas querem acompanhar fatos nacionais e globais, mas no local, na “aldeia” que elas vivem e querem saber o que está acontecendo ao seu redor.

Por um tempo, de 1995 a 1998, conforme Nogueira⁶⁵ (2010), a Rádio Santa Cruz fez parte da Rede Comunidade, com conteúdo vindo diretamente de Porto Alegre para as emissoras da Rede Comunidade no interior do Estado, “mas foi um período em que se perdeu muita audiência”. Como não foi realizada nenhuma pesquisa neste aspecto, Nogueira relata que “foi grande a reclamação dos ouvintes, seja por telefone, seja diretamente na emissora, seja pessoalmente para os funcionários quando de uma transmissão ou evento”. Perguntado porque a medida foi tomada, Nogueira informa que “foi uma medida de contenção de gastos da administração da época, pois, como faltava funcionários na Rede Comunidade, resolveram o problema com uma produção única, abastecendo as outras emissoras”.

Resolveram em parte, pois a sistemática não deu certo. Segundo Nogueira, “ao sentir que o faturamento baixou muito, pois os patrocinadores procuraram emissoras que permaneceram fiéis ao público. Nos anos 2000 voltaram a descentralizar, mas aí a Rádio Santa Cruz já estava em baixa, até que em 2002 foi vendida e o grupo que assumiu, por ser local, deu prioridade à região, mas sem esquecer o estado e o país, é claro”. Depois acrescenta: “O importante é que grande parte da programação seja daqui, fale daqui, traga acontecimentos e eventos e notícias daqui, depois pode-se abrir o leque como quiser. Não se pode é esquecer daqui, como futebol, quermesses, Oktoberfest, Carnaval etc”.

Assim como aborda as vantagens e facilidades do rádio, Hagemann (2010b) não esconde os desafios, quando diz:

É claro que o rádio, em sua trajetória, foi usado por poderes de dominação, de alienação, de cooptação, de golpe, tudo isso. Mas

⁶⁵ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 10 de fevereiro de 2011, em Santa Cruz do Sul, das 10h30min às 11h45min.

ninguém, e olha que digo ninguém, ousou ainda a tirar do rádio o poder de causar revoluções, verdadeiras revoluções nas pessoas, nos grupos de pessoas, nas comunidades.

Depois Hagemann (2010b) acrescenta de forma enfática:

Quando os estudantes se reuniam para fazer passeata, manifestação, protestos, quando políticos de esquerda se manifestavam fora e dentro do rádio, quando pessoas sonhavam um dia em ser um locutor ou ser como um dos locutores de sua emissora preferida, quando o comércio anuncia pensando em ter seus retornos nas vendas, seja nas festividades de Natal, Dia dos Pais, Dia das Mães, Dia do Colono e Motorista ou nas efemérides que são sempre celebradas pela sociedade, quando se anuncia um baile, uma quermesse um nota fúnebre, ninguém pode tirar este poder do rádio em atingir pessoas em momentos variados e em, muitas vezes, modificar o espírito, o pensamento e o sentimentos de pessoas de localidades diferentes. O rádio tem, sempre teve, este poder. O poder de tocar pessoas positivamente quando se faz uma homenagem de aniversário, quando se envia uma música que a pessoa gosta e que em outra comunidade outra pessoa também gosta e está em sintonia. Na Rádio Santa Cruz isto acontece diariamente, mas acontece também em outras emissoras. Isso é o rádio.

Em seguida, Hagemann (2010b) recorda fatos e tenta abrir o leque como se estivesse num debate sobre radiodifusão, quando indaga:

Muito se fala que o rádio foi usado pelas ditaduras, mas não se fala que o rádio sempre foi usado todos os dias para movimentar pessoas, economias, vidas, comunidades, empreendimentos etc. Esse é o verdadeiro lado do rádio, para isso o rádio foi inventado e gerenciado durante este tempo todo. É claro que o poder, as ditaduras, as injustiças se apropriam de tudo: se apropriaram também do rádio, se apropriaram da televisão, se apropriaram das entidades culturais, dos partidos políticos, dos clubes de futebol, mas e o lado positivo e revolucionário, investigativo disso tudo, o lado mobilizador e inspirador do rádio, isso ninguém pode negar. Inclusive, se o rádio, por algum tempo foi cooptado pelo sistema, é justamente por ter reconhecido o poder agregador, articulador, esclarecedor, denunciante, informativo e formativo do rádio.

Hagemann (2010b) não se furta em dizer que

O rádio tem um poder mobilizador muito grande. Sempre teve. Hoje em dia isso já está diluindo entre tantas outras mídias e formas de comunicação, mas uns tempos atrás, e isso não faz tanto tempo assim, o poder agregador era o rádio, o poder mobilizador do rádio foi algo extraordinário, era uma bomba relógio, o perigo para os sistemas era o rádio. Era uma voz popular aberta e em direta conexão com a população. E as pessoas levavam a sério o rádio. Não é á toa que o rádio foi cooptado pelo sistema. O sistema sabia do poder mobilizador do rádio. Cooptou em parte, censurou, na verdade. E se não houvesse a censura ostensiva, o boicote, a perseguição declarada, o rádio teria continuado cumprindo seu papel de debatedor, articulador, revolucionário, de denúncia e de insatisfação popular. Mas aí veio a força e com a força bruta não se brinca, não se pode. O poder sabia muito bem deste poder articulador do rádio. Então, lhe pergunto: foi o rádio que se calou, foi o rádio que

mudou, foi o rádio que deixou de falar, foi o rádio que se acovardou ou ele foi obrigado a tudo isso?

Sobre o “poder mobilizador do rádio”, o pesquisador Vigil (2003, p. 37) se posiciona dizendo: “No rádio não só fazemos os cegos verem, fazemos cheirar sem nariz, acariciar sem mãos e saborear à distância”. O autor acrescenta que “falar em rádio é despertar novas idéias, estimular o espírito crítico, fixar conceitos e arejar preconceitos” (2003, p. 41). Em seguida o autor informa que “não são os radialistas que estabelecem a personalidade do rádio, mas o ouvido humano” (2003, p. 41).

Como um defensor ou advogado do rádio, Hagemann (2010 b) vai além: “E lhe digo mais: se não fosse a censura e o controle do rádio no Brasil e em várias partes do mundo, o mundo seria outro. Eu lhe garanto que a humanidade seria outra, com toda certeza”. Quando Hagemann nos diz que o mundo seria outro sem o rádio, podemos recordar Vigil (2003, p. 54) que complementa: “O bom rádio reflete a vida. E na vida, naquilo que nos cerca, ouvem-se ruídos, cantos e palavras”. Ou seja, o rádio é uma presença que agrega valores ou contribui no cotidiano das pessoas.

Trazendo esta realidade para Santa Cruz do Sul e região, Hagemann (2010b) recorda que

A Rádio Santa Cruz mesmo foi fechada pela ditadura militar, nos anos 1970 e 80. Por que, então, ela foi fechada? Eles foram lá, pegaram o cristal, uma peça importante do transmissor e levaram para o quartel e trancafiaram lá. E isso eles fizeram com muitas e muitas emissoras neste país afora. Eles calaram, silenciaram o rádio. Foi o rádio que se calou? Não, foi o poder que interveio. Por ele continuaria falando, anunciando, denunciando, informando, debatendo, esclarecendo, incitando. Isso, o rádio incita. Esta é uma palavra importante neste contexto (que coloco no rádio). Ele informa, forma, incita, seja para comprar, seja para articular e mobilizar.

Em defesa do rádio, Hagemann (2010b) coloca que “Não basta dizer que o rádio foi utilizado pelo poder, é preciso averiguar como o rádio burlava isso, como ele continuava sendo revolucionário mesmo nos tempos de ditadura, mesmo nos tempos de silêncio obsequioso, imposto, determinado. Como medir, como mensurar isso”?

Abordando a trajetória do rádio, Hagemann (2010b) abre um leque de considerações para dizer que

O rádio ajudou a derrubar governos, mas ajudou também a se recuperar o poder. Contam que na Venezuela, quando Hugo Chávez foi derrubado pelos ianques (Estados Unidos) e uma emissora de rádio começou a falar e a mobilizar as pessoas de uma comunidade, daqui a pouco foi de um bairro, depois foi de uma região e o povo foi para as ruas, foi uma grande manifestação, daqui a pouco foi um oceano de massa humana protestando nas ruas e no país inteiro e Hugo Chávez, depois de muita luta e

mobilização, recuperou o poder, voltou ao poder. Quem articulou, quem mobilizou? Foi o rádio. Foi a força do rádio, foi o poder do rádio. Foi o rádio como referência. Isso pouca gente fala. Mas consta na história recente, atual. E deve haver registro disso tudo. Tem um filme contando essa história se não me engano. O rádio é movimento, instantaneidade, abordagem dos problemas, da conjuntura, das indagações, das fissuras e das alegrias populares. Esse é o rádio. Se isso não for desenvolvimento, é o quê?

A localidade de Monte Alverne sempre foi distrito de Santa Cruz do Sul e quando em 1990 houve um movimento de emancipações no Estado do Rio Grande do Sul, Monte Alverne entrou no rol das localidades gaúchas que buscavam independência, mas devido a ações ou articulações políticas contrárias, não deu certo. Monte Alverne continua como 4º Distrito santa-cruzense. Crestani⁶⁶ (2010) recorda o desafio, dizendo:

A rádio se colocou aberta para o debate. Inclusive eu me lembro do meu desabafo na Rádio Santa Cruz, depois do plebiscito, que nós perdemos, eu fiz um desabafo bastante forte, eu não aceitei o momento, mas a rádio deu abertura, fez a cobertura, nos chamou aqui e deu abertura para a campanha do sim, mas só que as forças contrárias foram mais fortes do que nós.

Recordando a mobilização em torno das emancipações e se referindo às localidades que se emanciparam e que hoje são municípios fortalecidos em muitos aspectos, suas iniciativas e conquistas, Crestani (2010) afirma o seguinte:

Eu sempre digo que a emancipação é o desenvolvimento completo de uma localidade. Eu visitei muitos municípios que se emanciparam nos últimos tempos e eles não querem voltar a ser distrito nunca mais. Tudo fluiu, cresceu, se ampliou, se abriu oportunidades, cresceu a auto-estima das pessoas e das localidades, é uma qualidade de vida melhorada em todos os sentidos.

Sobre as emancipações, Crestani afirma que a Rádio Santa Cruz foi importante neste processo, pois proporcionou o debate, a discussão e sempre informou sobre a realização plebiscito, bem como fez a cobertura direta, com boletins informativos, direto da localidade de Monte Alverne para a região.

Por causa de sua função pública em Santa Cruz do Sul por muitos anos, Ademir Müller (2010) conheceu e vivenciou a caminhada da Rádio Santa Cruz. Tendo atuado na política local por 17 anos (1977-1994), a maior parte do tempo quando o município ainda era grande, ou seja, antes das emancipações de Sinimbu, Gramado Xavier, Vale do Sol e Herveiras⁶⁷,

⁶⁶ Entrevista concedida ao autor em 03 de setembro de 2010, das 10 horas às 11h30min, em Santa Cruz do Sul.

⁶⁷ Na década de 1990 houve grande movimento de emancipações no Estado do Rio Grande do Sul, sendo que o município de Santa Cruz do Sul “perdeu” alguns distritos que se tornaram municípios, através de um longo

Müller recorda que a emissora “era uma rádio que estava sempre ligada à comunidade”. E justifica:

Sem dúvida, sempre precisamos de um veículo que chamasse a população para os eventos, que divulgasse as coisas que estavam acontecendo, que estivesse informando os acontecimentos. E a Rádio Santa Cruz sempre esteve presente nesta forma de trabalho comunitário. Isso é importante porque o rádio tem a facilidade de ir mais longe, de divulgar e depois de marcar presença nos eventos em qualquer momento, transmitindo em tempo real, o que estava acontecendo.

Müller (2010) vai além quando se refere à emissora pioneira na região, e acrescenta:

Neste sentido, entendo que a Rádio Santa Cruz é um marco na história de Santa Cruz. Sinceramente, não se pode falar na história local e até regional sem abordar a Rádio Santa Cruz”. Sem seguida, meio que se redimindo de tanta euforia, recorda: “O rádio é um serviço de utilidade pública e até orienta as pessoas quando acontece alguma coisa e isso fica mais palpável nos acontecimentos e eventos, pois a Rádio Santa Cruz divulgava os fatos e as realizações e sabia dos acontecimentos bons e ruins da cidade e da região.

Indagado sobre a presença da emissora na vida da cidade e da região, Müller⁶⁸ (2010) não se furta em dizer:

A Rádio Santa Cruz sempre foi um meio entrosado, completamente entrosado com a comunidade santa-cruzense no sentido de levar ao ar e aos lares as notícias boas, as não boas e os eventos. E isso está intrinsecamente ligado ao desenvolvimento da comunidade, pois sem essa comunicação não teria acontecido muitas coisas, e muitas e muitas outras coisas não teriam sido debatidas, discutidas, quantas e quantas coisas da comunidade foram debatidas nesta rádio, quantos e quantos projetos, quantas vezes se sentou aqui para discutir e depois se encontrar uma solução”. Depois reconhece momentos contundentes: “A rádio até serviu de intermediária entre partes conflitantes, que se sentavam para dialogar e que mais cedo ou mais tarde as coisas aconteciam.

Como estivesse dando uma resposta a Brecht (1932), que dizia que o rádio era uma via de mão única, mesmo tanto tempo depois, Müller oferece uma resposta quando informa que “a comunidade também se manifestava, dando a sua opinião e seu retorno aos homens públicos daquilo que gostava e não gostava”. E acrescenta ou revela: “Bastava se ouvir os programas e constatar as pessoas se manifestando ‘isso serve, isso não serve para a comunidade’, a ponto dos homens públicos poderem ter a consciência de mudar rumos da

processo de plebiscito, a saber: Sinimbu, aos 10 de novembro de 1991; Gramado Xavier, aos 20 de março de 1992; Vale do Sol, aos 10 de novembro de 1992; Herveiras, aos 10 de outubro de 1995. Passo do Sobrado, que pertencia ao município de Rio Pardo, mas que hoje tem um sucursal da Rádio Santa Cruz, se emancipou na mesma época, aos 20 de março de 1992.

⁶⁸ Entrevista ao autor, já referida.

administração e dos serviços ou atendimentos em função do desejo e da posição, ou até mesmo ou muitas vezes, por exigência da comunidade”.

Perguntado sobre estes serviços que a emissora presta à população, Müller (2010) enfatiza o seguinte:

Dá para apontar cem variedades diferentes de coisas e funções importantes que a Rádio Santa Cruz teve e tem em nossa sociedade ainda hoje. Muitas vezes e muitas coisas vinham também em forma de denúncia, mas a gente tomava conhecimento, tinha espaço para rebater, para discutir, para colocar nosso ponto de vista e... no meu caso, eu sempre procurava buscar uma saída que fosse benéfica para a comunidade em geral”. E como homem público e também prestador de serviço, reconhece: “Ou seja, mesmo as denúncias recebiam um tratamento de respeito.

Acostumado a lidar com a informação, Müller (2010) diz também que

A rádio era (e continua sendo, acredito) uma maneira rápida de se ficar sabendo dos desejos e sonhos ou protestos da comunidade. E me lembro que os prefeitos com quem trabalhei sempre davam muita importância à Rádio Santa Cruz e às manifestações na rádio. Tanto era que um dos gerentes sempre que encontrava o prefeito, o prefeito perguntava: ‘como vão as coisas’? No fundo ele estava tentando ouvir uma avaliação do seu governo a partir do comunicador, ou seja, uma referência comunitária, o homem que estava por dentro das coisas que estavam acontecendo.

Abordando a inserção na emissora na vida e trajetória da sociedade e da região, Müller (2010) relata um fato curioso e relevante para a conjuntura local e regional: “A Rádio Santa Cruz foi uma empresa de Santa Cruz que salvou a Oktoberfest⁶⁹. A Oktoberfest estava suspensa naquele ano (1986) por causa do veto da Câmara de Vereadores para a destinação da verba de suporte para a realização do evento e a rádio ajudou a fazer uma reviravolta na questão. Foi em 1986. Em maio, o vereador que votou contra a verba falou para o Egon⁷⁰ que estava arrependido de ter votado contra a Oktoberfest. E o Egon perguntou: ‘Tu me dá uma entrevista sobre isso’? Ele disse ‘Dou’. E deu mesmo”⁷¹.

Recordando os acontecimentos, Müller (2010) relata:

⁶⁹ Festa de Outubro, inspirada na festa homônima realizada em Munique, na Alemanha, onde o chopp e as comidas típicas da região da Baviera são destaques. Em Santa Cruz do Sul, a Oktoberfest iniciou 1984, sob a iniciativa de Ademir Müller, então Secretário Municipal de Turismo e que continua sendo realizada, depois de 26 anos.

⁷⁰ Gerente da Rádio Santa Cruz de então.

⁷¹ Para se entender o caso: A cada ano a Prefeitura Municipal destinava (e ainda destina) uma verba de subsídio para a realização da Oktoberfest para gastos iniciais, contratação de shows, infraestrutura etc e a aprovação desta verba passa pela Câmara de Vereadores. Naquele ano, 1986, Santa Cruz do Sul contava com 21 vereadores, sendo que dez era da situação, dez da oposição e um que votava ou não, dependendo da situação. Referente à verba para a Oktoberfest, naquele ano, ele votou contra, vetando o repasse para o evento. Sem a referida verba, o Secretário do Turismo, Ademir Müller, suspendeu a Oktoberfest, causando muito debate, polêmica e desconforto em geral, segundo o Secretário.

Daí em diante a vida tomou outro rumo em relação à Oktoberfest, graças a ação da rádio, pois o depoimento dele foi ao ar, causou um impacto muito grande, deu repercussão, gerou outro debate comunitário, nos articulamos, o prefeito enviou novamente o projeto para a Câmara de Vereadores e a verba foi aprovada por unanimidade, ou seja, até os que haviam votado contra a verba para a realização do evento, nesta segunda votação, foram a favor, pois sentiram a polêmica, sentiram que a população ficou revoltada com o veto da verba e a suspensão da festa naquele ano. Inclusive não se sabia se a Oktoberfest iria continuar ou não. Existia uma dúvida geral em relação a Oktoberfest. E a Oktoberfest já era conhecida como festa da descendência alemã na região. Já não era mais só do município de Santa Cruz, mas toda a região cuja descendência é, em sua maioria, alemã. Em Santa Cruz a colonização alemã sempre teve predominância. Isso era mais forte, mas hoje em dia as coisas mudaram muito. Se bem que olhando a Oktoberfest hoje ela é freqüentada por todas as etnias, sem distinção.

De forma enfática, Müller deixa claro que se a Rádio Santa Cruz não tivesse colocado no ar a entrevista do vereador arrependido, a Oktoberfest não teria sido realizada naquele ano (1986)⁷² e não se sabe qual rumo ela tomaria. E declara: “A entrevista reacendeu o debate e foi oportunidade para os vereadores, passados uns 15 dias, mudarem de opinião em relação à Oktoberfest”.

Recordando os bons tempos de convivência com a emissora, Müller (2010) recorda: “Eu sempre dizia para o Egon que ele e a Rádio Santa Cruz salvaram a Oktoberfest. A rádio foi o meio que fomentou e deu uma guinada na questão”. E acrescenta: “Ou seja, a rádio esteve sempre atenta aos acontecimentos da comunidade e de várias formas sempre contribuiu para a solução, os encaminhamentos e o desenvolvimento porque a Oktoberfest é um meio de fomento da economia em todos os aspectos”. Recordando o fato, ele arremata: “Isso foi a força e o prestígio da Rádio Santa Cruz, tenho plena convicção”.

Falando de seu projeto de mudança da antiga Fenaf⁷³ para algo novo, a Oktoberfest, Müller declara: “Eu não queria trazer só o presidente da República⁷⁴, eu queria trazer turista para Santa Cruz e com isso a cidade fosse se movimentando mais, com mais rapidez e se tornando uma cidade turística”. Passadas quase três décadas (1984-2010), ele mesmo reconhece: “E hoje em dia Santa Cruz tem bastante eventos. Tendo eventos, estamos lotando os hotéis, os restaurantes, os táxis, o comércio, enfim... movimentando a economia local”. Reconhecendo o mérito ou a participação da emissora nesta transformação, ele diz: “E tudo o

⁷² Parênteses do autor.

⁷³ Festa Nacional do Fumo, realizada em Santa Cruz do Sul, quando foi substituída pela Oktoberfest, cuja primeira edição foi realizada em 1984.

⁷⁴ Festa Nacional do Fumo – FENAF. A primeira FENAF foi realizada de 15 de outubro a 6 de novembro de 1966. Em 1972, no período de 26 de outubro a 12 de novembro foi realizada a II FENAF e em 1978, de 28 de setembro a 15 de outubro a FENAF teve a sua terceira e última edição. As FENAFs eram conhecidas por contarem com a presença do presidente da República (de então) em Santa Cruz do Sul. (Parêntese do autor).

que estava acontecendo, seja na Fenaf ou na transição dela para a Oktoberfest a Rádio Santa Cruz participou como voz debatedora e esclarecedora da conjuntura”.

Abordando as mudanças políticas na época, Müller (2010) revela que suas iniciativas tiveram várias motivações, quando revela que “a Fenaf acabou porque a Organização Mundial da Saúde não compactuava com a festa do fumo”. Encabeçando outra manifestação, ele buscou o apoio da Rádio Santa Cruz. Deu certo. Depois faz um resgate: “Pena que acabou um evento que a Rádio Santa Cruz sempre transmitia que era a Semana da Imigração Alemã”. Mas acrescenta: “A Rádio Santa Cruz era muito forte e tem uma ligação muito grande até hoje com as comunidades da região. Se tu quisesse comunicar alguma coisa tinha que ser pela Rádio Santa Cruz. Visitas ao interior, bastava avisar na rádio e tudo funcionava. Preço do fumo, tempo de compra e de venda, as questões do sindicato, do comércio, tudo perpassava pela rádio”.

Indagado se existia somente a Rádio Santa Cruz como meio de comunicação, Müller (2010) esclarece:

O jornal era usado, mas era semanal. Não dava para esperar pelo jornal (impresso). A rádio era instantânea. A rádio era imprescindível e sem ela não teríamos chegado aonde chegamos. Falo isso como reconhecimento e não para agradar ninguém, até mesmo porque estou fora da política e não preciso elogiar ninguém. A questão da rádio eu senti, ninguém falou para mim, eu senti, participei, ajudei, vivenciei a rádio, percebi toda ação da emissora naquele tempo todo de vida pública da cidade e da região.

Sobre o papel da emissora na sociedade, ele acrescenta: “Ela foi um agente atuante e ao mesmo tempo participativo”. E revela: “Era ela que fomentava, avisava, procurava articular, fazia acontecer”.

A posição de Müller vem ao encontro do que dizem alguns estudiosos da comunicação (KAPLÚN, 1998; VIGIL, 2003), que abordam os meios de comunicação, principalmente a radiodifusão, como um serviço à sociedade. Aqui podemos outra vez recordar Roquette Pinto ou a própria Constituição Federal quando abordam a radiodifusão e que já nos referimos neste trabalho.

Sobre a abrangência ou a participação da emissora, Müller (2010) acrescenta: “Essa região⁷⁵ toda ouvia a Rádio Santa Cruz e isso ajudava a mobilizar a região, pois tudo se comunicava através da rádio”. E não se furta em declarar: “Se existe alguém ou empresa que fomentou o desenvolvimento dessa região, foi a Rádio Santa Cruz”.

⁷⁵ Vales do Rio Pardo, Taquari e Camaquã, para ficarmos dentro de nossa realidade ou conjuntura de economia fumageira.

Indagado se a emissora atuava de forma favorável em prol da comunidade, ela indica que a mesma atuava de forma ampla:

Em todas as áreas, porque eu estive em várias áreas: turismo, transporte, esporte, indústria e comércio. Todos apareciam na rádio. No esporte nós tínhamos a Liga de Futebol e tínhamos mais de três mil atletas jogando no fim de semana jogando. Estes campeonatos de Liga eram fortes. E tudo perpassava pela rádio: e aí se a rádio não transmitisse e se não anunciasse os jogos, os cancelamentos por causa de chuva ou problemas: tudo era acompanhado através da rádio. As equipes do interior se orientavam pela Rádio Santa Cruz. Ela era pioneira no esporte, nas polêmicas, nos debates, nas questões e os campos lotavam. Era bonito de ser ver.

Müller (2010) não se furta em dizer que a presença da emissora era benéfica para a região, quando afirma: “Ela congregava. E ajudava a congrega quando tinha alguma desavença. É claro que ela foi palco também de uma tragédia política da região que deu repercussão estadual e nacional que foi o assassinato do deputado Euclides Kliemann⁷⁶ aqui dentro da emissora, em 1960. Mas foi um fato que não dependeu da rádio, da direção da rádio, do pessoal da rádio”. E acrescenta: “Foi um problema político, social e pessoal que foi abordado num programa de rádio e o deputado Kliemann foi tomar satisfação na hora e aconteceu aquela tragédia”. Depois recorda: “Até mesmo porque naquele tempo só existia a Rádio Santa Cruz aqui; as outras emissoras vieram vinte anos depois. Tudo perpassava pela rádio e os programas políticos não eram diferentes. Havia os programas políticos e foi justamente por ocasião de um deles que o fato veio a acontecer”.

Ao abordar a vida de Euclides Kliemann, De Grandi (2010) apresenta um cenário em que por uma semana a Rádio Santa Cruz anunciou um debate político entre candidatos e o referido debate se tornou o assunto e a ordem (assunto) do dia na cidade. Como os ânimos se acirraram, uma das partes se armou para o encontro. De Grandi relata

É neste dia, antevéspera do debate com Euclides Kliemann, que Luiz Jacobus entrega seu revólver Smith & Wesson, oxidado, cabo de madeira, calibre 38, para Karan Menezes. E dá a ele mil cruzeiros para a compra das balas (p. 145).

Armado, o vereador Menezes vai ao Estúdio fazer o programa que, por ter sido desfeito o debate, virou programa partidário, um falando depois do outro. Kliemann (DE GRANDI,

⁷⁶ Por ocasião de um programa político transmitido ao vivo pela Rádio Santa Cruz, o deputado Euclides Kliemann foi assassinado dentro do Estúdio (principal), locução, por um tiro certeiro, disparado por seu opositor político, o então vereador Floriano Peixoto Karan Menezes, às 14h26min do dia. 31 de agosto de 1963. O episódio “correu” o Estado e o país, vindo a ser manchete em todos os jornais da época e sendo objeto de comentários nas emissoras de rádio, bem como o desenrolar do caso, por semanas.

2010) falou primeiro e, em seguida, veio Menezes que atacou a honra do primeiro. Este, por sua vez invadiu o estúdio da emissora para protestar e foi alvejado por um tiro certeiro. O estampido (tiro) foi ouvido pela população através da Rádio Santa Cruz e nos dias seguintes foi (re)transmitido por muitas emissora, interessadas em reproduzir o tiro que vitimou o deputado Kliemann dentro do estúdio de uma emissora.

O caso tomou proporções e clima de guerra na cidade. Conforme De Grandi (2010), o jornal *Última Hora*⁷⁷, em sua edição extra, trouxe uma manchete citando o “clima de guerra” em que passou a viver a cidade de Santa Cruz do Sul.

Conforme informações de funcionários antigos da emissora⁷⁸, um funcionário que trocou de emissora levou o áudio embora e a Rádio Santa Cruz não tem mais este “documento” sonoro.

Tudo teve um início e a participação de Müller nos meios de comunicação também. Sobre isto ele recorda que o padre⁷⁹ fazia programas na rádio e convidava alguns alunos para ajudar. Como ele era “falador e disposto a desafios”, aos poucos foi ganhando a confiança do padre e passou a acompanhá-lo aos programas da *Oração da Ave-Maria*⁸⁰ na Rádio Santa Cruz: “E assim fomos nos inserindo e perdendo o medo de participar. Como eu gostava, ele sempre me convidava. Eu vim muitas vezes aqui, fiz aqui meus primeiros ensaios para falar em público, para perder o medo do microfone”. Reconhecendo os passos dados, Müller informa que “a Rádio Santa Cruz contribuiu não só com minha formação, mas com a formação de muita gente. E muitos políticos também, pois o rádio contribui com o despertar da liderança da pessoa”. Sobre as vantagens deste meio de comunicação, Müller indica: “A rádio era o veículo que tornava você conhecido e favorecia uma conexão com as comunidades quando você precisava se comunicar”.

Como teve oportunidade de fazer um treinamento e se inserir no mundo da comunicação através de uma chance via o colégio, Müller não se furtou em ajudar outras pessoas a se capacitarem no processo de comunicação radiofônica:

⁷⁷ Jornal carioca, fundado em 1951, que mantinha sucursal em várias capitais brasileiras, inclusive Porto Alegre, com edições complementais, ou seja, notícias locais e regionais. Em 1971 foi vendido para a Empresa *Folha da Manhã S.A.*, dona também do jornal *Folha de São Paulo*.

⁷⁸ Informação obtida pelo autor em conversa com funcionários da Rádio Santa Cruz que tinham conhecimento da existência do arquivo e que depois o mesmo desapareceu.

⁷⁹ Silvério Schneiders, hoje pároco na Paróquia Nossa Senhora do Rosário, no município de Travesseiro, no Vale do Taquari, onde o sinal da Rádio Santa Cruz é sintonizado até nossos dias.

⁸⁰ Programa diário com cerca de cinquenta anos existente na Rádio Santa Cruz, com duração de cinco minutos, sempre às 18 horas. As pessoas entrevistadas não precisam a data do início deste programa, mas juntamente com a transmissão da missa dominical, às 9 horas, é um dos programas mais antigos da emissora, incluindo também o *General da Banda*.

Eu me lembro que tinha Secretário novo que, quando vinha falar a primeira vez na rádio, eles me procuravam para ajudar, para quebrar o medo. E a rádio deve ter ajudado também na formação de tantos e tantos comunicadores que passaram por aqui. Inclusive conheço muitos comunicadores que permaneceram na emissora e muitos que mudaram de rádio, outros que foram para a televisão e tudo isso foi a formação, a capacitação das pessoas a partir da Rádio Santa Cruz. Acredito que o rádio de um modo geral foi uma escola para muita gente que passou para a televisão e hoje em dia para as novas mídias.

Em seguida, dando-se conta de que o processo ou mundo das comunicações é mutante, Müller reflete: “Creio que isso acontece ainda hoje com outras rádios, pois sempre tem rádios novas e gente aprendendo a trabalhar ou simplesmente a falar no rádio”. Podemos levar isto em consideração ao percebermos a quantidade de veículos de comunicação hoje em dia em Santa Cruz do Sul ou até mesmo na região.

Abordando o comportamento ou posição política dos meios de comunicação, Hagemann (2010b) não deixa de esclarecer: “E as pessoas percebem isso. O público sabe direitinho quem dá espaço às manifestações sociais, às greves, às paralisações, às lutas de um bairro, de uma rua, de pessoas e quem não dá espaço, quem de fato faz um debate e quem não faz”. Sempre indagando, Hagemann (2010b) desafia: “Atrevo-me a dizer que ainda não descobrimos de fato o poder ou todo poder mobilizador do rádio”. Em seguida ele mesmo revela: “O poder do rádio é comparado a um tsunami. Dado as suas proporções, é claro. A força de um *tsunami* tu podes medir, a do rádio, não. A força de um tsunami tu medes pelo poder de destruição dele. A força do rádio é uma força intrínseca, endógena, ela vem de dentro para fora, de forma articuladora ou motivadora das pessoas e isso só se pode medir quando de um evento de massa como aquele que aconteceu na Venezuela, como te falei”.

Abordando a influência do rádio na sociedade, Hagemann (2010b) lamenta: “Não se pode medir a força do rádio nas pessoas, na sociedade, nas comunidades, numa determinada região”. Depois reconhece: “Mas de modo geral o rádio mais articula, esclarece, informa, mobiliza do que aliena”.

Este posicionamento de Hagemann é compartilhado por Crestani (2010) quando informa: “Assim como a criação da sucursal foi um benefício para a população de Monte Alverne e arredores, o fechamento da mesma representou um enorme prejuízo para todos”. E acrescenta: “Foi um atraso para a localidade. Qualquer informação era dada na hora em todos os setores. O próprio comércio se retraiu e sofreu bastante sem a sucursal de Monte Alverne. Hoje em dia temos tudo em Monte Alverne, tem bancos, cartório, hospital, igreja, sindicato, um comércio forte. Ninguém precisa sair de Monte Alverne para comprar nada, existe tudo. E a rádio ajudou a se levar tudo isso pra lá. Com o tempo as pessoas começaram a solicitar os

recursos e a comunidade foi sendo atendida aos poucos com todos estes benefícios estruturais”. Em seguida lamenta: “E o fechamento da sucursal, aliás, de todas as sucursais da rádio na região, causou um impacto negativo muito grande. As comunidades se sentiram encolhida, enfraquecidas, sem representatividade. Aquilo criou feridas e revoltas muito grandes”.

Indagado sobre o motivo do fechamento da sucursal, Crestani arrisca: “Olha foi uma determinação da direção geral e a ordem veio do escritório de Porto Alegre. Eles entenderam que era melhor fazer uma programação de integração, uma cadeia com as emissoras da rede. Aquilo era uma programação toda de fora, falava de coisas de Porto Alegre e as comunidades, de fato, ficaram de fora, ficaram meio que abandonadas”.

Recordando a presença da emissora nas localidades, Crestani (2010) constata:

Ela abria espaço. Sempre que se precisou da rádio ela estava aberta para Monte Alverne, ela nunca negou ou trancou nossa participação ou reivindicação. No momento ela está contribuindo na atualidade. Ela escuta a comunidade e deve continuar divulgando tudo o que acontece e a participação das pessoas e entidades. Sempre digo assim, seja em Monte Alverne ou lá no cantinho mais distante, sempre tem alguém com o seu radinho ligado, acompanho. A rádio vai nos lugares mais distante, inclusive o administrador público nem conhece. Mas aquele pessoal está ligado e conectado. Uma casinha simples, muitas vezes, mas tem o seu radinho. É muito interessante. A Rádio Santa Cruz está presente neste interior todo. Na hora do meio-dia, nem se fala. É uma audiência muito grande. Para se saber da movimentação política, bastava sintonizar a rádio.

Como elo de ligação entre a rádio e a comunidade, Crestani (2010) não se furta em dizer: “A rádio sempre esteve presente nos eventos importantes. Quando fundamos o CTG Recanto Nativo, me lembro bem, fizemos uma concentração das maiores e mais emocionantes, a primeira vez que chegou a chama crioula em Monte Alverne foi trazida pelos cavaleiros e as pessoas estavam concentradas ali esperando, tinha centenas de pessoas na frente do ginásio, fizemos um acampamento, o Acampamento Farroupilha, e a rádio passou uma semana ali divulgando e no dia que chegou a chama crioula a rádio ficou umas cinco horas transmitindo direto de Monte Alverne para toda a região. Então veja a importância da rádio em chamar o povo e em levar na hora o evento”. Em seguida ele ressalta a importância da emissora: “Quando a rádio transmite atrai as pessoas, a rádio mexe com o íntimo das pessoas. Mexe e marca as pessoas”.

Sobre o papel ou compromisso de uma emissora, Crestani (2010), diz:

A rádio transmite otimismo e as pessoas melhoram muito positivamente. A Rádio Santa Cruz sempre foi uma maneira das pessoas estarem

sabendo das coisas, dos acontecimentos, ouvindo uma música e as pessoas acompanham sempre a programação. Quando se visita estas comunidades do interior muitos falam que nos ouviu na rádio ou que o que passou, o que algum comunicador disse, onde a rádio estava transmitindo ou perguntando porque a rádio não vai lá em sua comunidade. Sabemos que a questão técnica de telefone e transmissão ainda dificulta a rádio ir a lugares ou comunidades distantes, mas se não fosse isso cada comunidade queria a rádio na no seu evento para promover maior integração e participação.

Depois Crestani (2010) complementa:

Muitas vezes se está escutando rádio e se diz: Ah, eu vou naquela festa, naquele evento. A rádio lembra as pessoas, sugere. Ele influencia muito. Ela é fundamental na vida da pessoa, na família e comunidade. Tanto é que tudo o que acontecia, tudo o que se dizia de diferente virava assunto para todos. Onde se ia as pessoas comentavam.

Se a primeira administração, a partir dos anos 1960, abriu as sucursais, a segunda, com o tempo, nos anos de 1990, as fechou e a terceira (a partir de 2002) resolveu reabrir as mesmas aos poucos. Sobre este ato, Crestani (2010) se posiciona: “Ela voltou ao encontro das pessoas. Antes houve um afastamento. Chegaram até a cortar os programas do interior. Disseram ‘Isso não precisa, precisamos só dos ouvintes’, mas os ouvintes também precisam que a emissora esteja perto deles. Então este retorno foi muito bom, deu nova vida à comunidade”. E Crestani (2010) se arrisca em declarar:

Acredito que hoje se fizer uma pesquisa a esmagadora maioria da audiência retornou para a Rádio Santa Cruz. A região tinha uma ligação muito forte e a reabertura da sucursal foi significativa no sentido de voltar a audiência também, pois o retorno da sucursal foi uma bênção no sentido de referência e legitimidade para a comunidade, bem como para suas festas, suas promoções, sua interação com a região.

Defensor do rádio e como se estivesse em sintonia com autores como Ortiz (1988), Melo (1975), Caparelli (1982) e Meditsch (2007), Crestani (2010) acrescenta: “O rádio é um leque, uma abertura: você entra nas casas e fala com as pessoas, as pessoas te ouvem. Por isso é preciso saber o que se fala porque tem adolescentes e crianças ouvindo”.

Sobre sua participação como correspondente na sucursal de Monte Alverne, Crestani (2010) revela:

Valeu a pena porque sempre procurei divulgar as coisas e trazer benefícios para a comunidade. É claro que muitas vezes não aconteceu, não conseguimos objetivos, mas sempre de debateu, se discutiu, se transmitiu o desejo, os sonhos, as indagações e a participação de muitas pessoas que estavam ligadas, que acompanhavam os acontecimentos e as necessidades da comunidade. A rádio tem muito a ver com tudo isso.

Tendo se afeiçoado à comunicação, Crestani (2010) informa: “Olha, eu sou um que não vivo sem meu rádio”.

Ao abordar a radiodifusão, Crestani (2010) não esconde seu entusiasmo com a invenção e sua modernização ou acessibilidade nos tempos atuais: “O rádio vai a todos os lugares e nunca vai deixar de um meio forte, mas muito forte, de comunicação. Tu estás deitado na cama com o rádio ligado, onde estive pode escutar o rádio e está conectado com o mundo e sabendo o que está acontecendo”. E declara outras vantagens do rádio:

O rádio é um companheiro, ele não te deixa na solidão: alguém está falando, informando, tocando uma música etc, o rádio ajuda muito em qualquer situação. E hoje existe uma precisão, a gente fica sabendo até a quantia de chuva que vai acontecer. As pessoas dizem: ‘Escutei no rádio que vai chover’. Ou que não vai chover e assim as pessoas se orientam. Isso é muito importante. São curiosidades e necessidades. Isso se torna uma conversa de vizinhos, de encontro. O rádio forma diálogo entre as pessoas, faz um prolongamento da realidade. O rádio é fundamental para o desenvolvimento da pessoa. Não adianta, e quem acostuma com o rádio não vive sozinho.

O entusiasmo de Crestani, de certa forma é corroborado por Vigil (2003, p. 41) quando revela: “Falar pelo rádio é despertar novas ideias, estimular o espírito crítico, fixar conceitos e arejar preconceitos”. Vigil (2003, p. 41) complementa: “...e o rádio mantém abertos os olhos da mente”. Neste sentido, Gomes (2004, p. 9) recorda que “a comunicação é a base para se estabelecer boa convivência social. Ela é fundamental para que as pessoas possam desenvolver plenamente o seu ser”.

Perpassando alguns aspectos da conjuntura, agora abordaremos a participação ou não da Rádio Santa Cruz no aspecto do desenvolvimento econômico.

3.3 Rádio Santa Cruz no processo do desenvolvimento econômico

O lado econômico está intimamente ligado aos aspectos social e histórico da Rádio Santa Cruz, do município e da região, pois os mesmos são frutos da caminhada, do trabalho, dos avanços, das conquistas, das experiências e da luta por um lugar ao sol, sempre em busca de melhores condições de vida, bem-estar social, promoção da vida, de políticas públicas e desenvolvimento.

Se para Etges (1995) a criação da Rádio Santa Cruz trouxe benefícios econômicos e sociais, para Hagemann (2010a)⁸¹, esta iniciativa

Foi um grande passo, não só sobre o aspecto econômico, mas principalmente porque disseminou no interior do Estado, a ideia do rádio. Uma coisa nova. Muitas das localidades que receberam essas emissoras reunidas eram cidades e sociedades emergentes, que se aproveitaram desse novo veículo para se solidificarem, no conceito cultural, econômico e político das regiões onde elas atuaram.

O pensamento de Hagemann (2010a) vem também no sentido de que a instalação da emissora pioneira foi um passo para o desenvolvimento da sociedade local e regional, pois na época “Santa Cruz, era uma colônia alemã, que falava o alemão de *carroceiro*, que era um misto de alemão com português, que só eles se entendiam”. Depois acrescenta que a radiodifusão foi um despertar local e um “desabrochar de uma nova civilização, que originou dessa nova iniciativa”. Hagemann (2010a) não se furta em dizer que

A Rádio Santa Cruz foi a grande mola propulsora do desenvolvimento da cidade, da indústria, do comércio, das artes, da ciência, da educação e de tudo. Com sua ação e inserção, ela teve um papel especialíssimo no desenvolvimento da civilização santa-cruzensense.

Indagado sobre este desenvolvimento, Hagemann (2010a) afirma que “se não fosse a Rádio Santa Cruz, muita coisa não teria acontecido na cidade”, pois a emissora “foi a alavanca que fez acontecerem essas coisas todas”, enfatiza. Nota-se que os tempos de efervescência na cidade e na região com a criação da emissora e depois com sua trajetória de pioneira ainda estão impregnados no pensamento de Hagemann e se revela de forma entusiasmada. Não desconsiderando esse entusiasmo, podemos recordar Becker (2003, p. 37) quando afirma que “algumas regiões reagem passivamente, não conseguindo desenvolver seu modelo próprio e específico de desenvolvimento, enquanto outras (re)agem ativamente e o conseguem”.

Como se estivesse em sintonia com o pensamento de Sen (2004) e Vigil (2003), Hagemann (2010 a) revela que “o comércio, a indústria, a comunicação, a parte artística, tudo... Tudo teve o dedo da rádio (Santa Cruz)⁸². Não podemos ignorar isso”. Hagemann (2010a) aborda a presença do rádio na sociedade de forma mais ampla:

O rádio é o desenvolvimento. Ele é um fator e um vetor de desenvolvimento.

⁸¹ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 03 de março de 2010, em Porto Alegre, das 14 horas às 17h30min.

⁸² Parênteses do autor.

O rádio mexeu com as pessoas, impulsionou, animou, motivou e isso é desenvolvimento pessoal, local, regional.

O comércio e a indústria devem tanto ao rádio assim como o rádio deve a eles. O rádio é também uma via de mão dupla: todos ganham.

É claro que há rádio e rádio, mas de modo geral o rádio sempre foi ponto de unificação, aglutinação, informação, inspiração, mutação, muitas vezes revolução pessoal e comercial etc.

O rádio é um mundo que atinge outros mundos do qual fica quase impossível mensurar, de forma simplista com um levantamento, uma entrevista. Há que buscar e sondar as entranhas sociais para de fato se descobrir o quanto o rádio influenciou e proporcionou coisas, caminhos, investimentos, iniciativas etc.

Entusiasmado e como se estivesse ratificando autores que abordam o tema da radiodifusão (VIGIL, 2003) e do desenvolvimento (SEN, 2004), Hagemann (2010a) acrescenta:

O rádio é um vasto mundo. O mundo não seria o que é hoje se não fosse o rádio. Ele sempre foi uma força propulsora, abriu caminhos, estradas, fábricas, empresas e proporcionou o avanço da tecnologia, empreendimentos etc. Sem o rádio não teríamos a televisão e estas mídias modernas de hoje. O rádio foi a válvula propulsora de tudo isso. Uma válvula, que mesmo ultrapassada, porque atualmente já lidamos com transmissores digitais, ainda move o mundo. E comove também. O rádio, como um todo, continua esta fantasia iluminadora e abrasadora que mexe com as pessoas e as comunidades, sejam pequenas ou grandes. É claro que a cidade grande hoje em dia tem uma gama muito grande de alternativas de mídia, mas o rádio ainda atinge um público significativo urbano, mas ele ainda continua muito forte no interior. E nosso interior é muito grande, por mais que pensamos ou constatamos a migração, o interior ainda é uma força motivadora e geradora de desenvolvimento e o rádio continua lá, está presente, está cada vez mais fortalecido, cada vez mais usado como referência e até mesmo como alternativa. No interior as novas mídias ainda não têm grande poder de referência ou mobilização. A televisão é muito influente, mas ela é distante, fala de coisas dos grandes centros, enquanto o rádio fala da festa da localidade, da programação religiosa local, fala do jogo local, do sindicato da região etc. O rádio continua esta força motivadora e renovadora do sistema cotidiano.

Sem desconsiderar a importância do rádio e da Rádio Santa Cruz para o município de Santa Cruz do Sul e para a região, devemos recordar que a posição (acima) de Hagemann (2010 a) está imbuída de uma época (décadas de 40 a 80) em que o rádio era muito forte e tinha mais influência do que hoje, inclusive perpassando a época da “Era de ouro do rádio” (décadas de 1960 a 1980) em que o rádio vivenciou integral e intensamente, tocando fortemente a população. Sendo assim, para ele é fácil atribuir muitas conquistas sociais ao rádio, inclusive à Rádio Santa Cruz. Mesmo que o rádio ainda hoje em dia (SANT’ANA, 20007; BORDENAVE, 2003; MELO, 1998) esteja em mais 90% dos lares brasileiros, a

modernidade poderia existir sem ele. Mas de fato, não descartamos sua importância na vida das pessoas (ORTIZ, 1988) e na industrialização, seja da região fumageira, seja cultural, seja fonográfica.

Um dos locutores antigos da Rádio Santa Cruz que ainda está ligado à emissora como agente comercial (vendedor) é Elpídio Jair Iser⁸³ (1966-2004). Ao se referir à emissora, Iser (2010) começa da seguinte forma:

Na minha época (a partir de 1966), a Rádio Santa Cruz tinha uma importância vital para a divulgação do município, por se tratar do principal meio de comunicação. A televisão, na época, era para poucos e não chegava nem perto da agilidade do rádio. Todos ouviam rádio e ficavam sabendo na hora dos fatos, enquanto no jornal local (Gazeta do Sul) a notícia tinha que esperar, pois a publicação era semanal e depois passou a ser bissemanal.

Em seguida, Iser (2010) acrescenta que, não somente naquele tempo (décadas de 1960, 70 e 80) mais até no presente momento “no interior os jornais ainda são semanais ou duas vezes por semana e o rádio ainda é a referência instantânea, confiável e de fácil acesso”.

Iser (2010) não se furta em afirmar que

A Rádio Santa Cruz foi a primeira na região e, portanto, ela foi a referência da sociedade, dos políticos, empresários, religiosos, segurança pública e todos os segmentos da comunidade. Da voz do poste (inicialmente eram alto-falantes colocados em pontos estratégicos no centro da cidade) passou a ser a voz povo.

Depois Iser (2010) provoca, dizendo:

Nem sempre se reconhece isso, mas a rádio foi a grande mola de divulgação do município pra fora e também da divulgação de seus empreendimentos.

O locutor e correspondente de Monte Alverne, Alceu Crestani (2010)⁸⁴, cuja participação na emissora foi de 1984 a 1999, quando perguntado sobre a presença e os efeitos da Rádio Santa Cruz, afirma de forma categórica: “Olha, numa palavra, desenvolvimento”. E explica

O comércio se envolveu, o Colégio, a educação, as pessoas participavam. Foi importante para o desenvolvimento. Não somos município hoje por um mal entendido político, mas acredito que a rádio foi fundamental para o debate e continua sendo, continua importantíssima para as questões e para o desenvolvimento local de todo o sistema econômico e social.

⁸³ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 05 de abril de 2010, das 14 horas às 17h15min, em Santa Cruz do Sul.

⁸⁴ Entrevista concedida ao autor da dissertação, aos 03 de setembro de 2010, das 09h às 11h30min, em Santa Cruz do Sul.

Discorrendo sobre a emissora, em seguida, Crestani (2010) informa que a mesma “continua importantíssima para as questões comunitárias e para o desenvolvimento de todo o sistema econômico e social”.

Se alguém acredita que o rádio serve apenas como instrumento de dominação e arrecadação, Hagemann (2010b) adverte: “Ou seja, são muitas as maneiras que o rádio ou um meio de comunicação pode contribuir como ferramenta do desenvolvimento regional, como é a tua preocupação”. Mesma estando há muito tempo em Porto Alegre, mas sendo natural de Santa Cruz do Sul e tendo acompanhado de perto a emissora santa-cruzeense, ele informa: “Pelo que sei a Rádio Santa Cruz sempre andou meio que na contramão do sistema ou da oligarquia local. Ela sempre foi um meio alternativa e desenvolveu mais o lado comunitário”. E demonstra que está bem informado, ao dizer: “Tenho ouvido falar que a orientação de vocês (administração atual, a partir de setembro de 2002)⁸⁵ é de combate, de luta, de persistência. Isso é muito bom porque prova que o rádio pode fazer um excelente trabalho sem ser escravo das oligarquias locais e regionais ou alguns poderes políticos cegos, oportunistas e concentradores”.

Avaliando os dois lados, o do faturamento e o do serviço gratuito, Hagemann (2010b) enuncia:

É claro que os meios de comunicação necessitam de faturamento e de se manter, pagar funcionários, água, luz, infra-estrutura, mas daí a depender totalmente e se calar em virtude disso são outros quinhentos. Estou sabendo que esta administração atual atua na linha das pastorais e dos movimentos sociais e de um trabalho de promoção da vida lá onde ela mais necessita e grita. É certo que uma rádio é um universo grande, complexo, a comunicação é um desafio, contudo, pode-se fazer opções de libertação, que no fundo, vão contra o monopólio da injustiça social e da exclusão.

Em seguida (Hagemann, 2010b) complementa:

Esta é a vantagem da Rádio Santa Cruz, hoje em dia, ser conduzida por um grupo que não dependa totalmente ou não queira depender totalmente de orientações políticas e de investimentos da municipalidade que atua no momento. Uma rádio é algo muito sério e a constituição está aí para confirmar isso, pois a Constituição, em seu Capítulo 5, se posiciona claramente sobre a orientação e os caminhos da radiodifusão. É uma pena quando este mesmo sistema que tem uma Constituição tenta podar ou calar uma emissora de rádio em virtude de seus interesses meramente dominadores, como já aconteceu.

⁸⁵ Parêntese do autor.

Sobre a criação da sucursal de Monte Alverne, onde trabalhou como correspondente por 15 anos⁸⁶, Crestani (2010) revela:

Acredito que nossa sucursal foi criada pela própria audiência da rádio na região⁸⁷. Existia muita audiência e o povo do interior participava da programação da rádio através de cartinhas, recados, bilhetes e a direção da rádio, na época⁸⁸, entendeu que isso seria melhor a rádio estar no local para colher mais informações e fazer com que a participação das pessoas, dos moradores e das comunidades fosse mais próxima, mais presente, com alguém lá.

E Crestani (2010) acrescenta:

A rádio foi ao encontro da comunidade e das localidades. Isso foi muito bom, pois a comunidade cresceu em todos os sentidos, houve uma participação mais efetiva, e sabe que quando a comunidade participa sempre é significativo em todos os sentidos, inclusive nas reivindicações que muitas vezes se fazia na parte política, era tudo junto: se era queixa, insatisfação, reclamação, melhorias, crítica à municipalidade e isso chamava a atenção das pessoas, dava comentários, isso dava discussão na Câmara de Vereadores. É claro que não se procurava ofender ninguém, mas se procurava buscar soluções de muitas coisas para a comunidade. O futebol, nem se fala, a rádio participava, animava, congregava. A rádio se tornou, assim, uma peça importante para a comunidade.

Crestani (2010) indica que havia uma conexão dos comunicadores com as pessoas: “Onde eu estava as pessoas falavam comigo, me passavam informações, solicitações ou apenas comentavam o que ouviram”.

Sobre a proximidade da rádio com uma sucursal e sobre os benefícios para a região, Crestani (2010) declara: “A gente se torna uma referência e ao mesmo tempo tem a responsabilidade de representar a comunidades em suas reivindicações. Muitas e muitas coisas que surgiram em Monte Alverne e na região foi por inspiração ou incentivo da rádio. Até empresas iniciaram a partir de coisas que se falava ou se pedia na rádio. Até conjuntos musicais surgiram em torno da rádio. Havia conjuntos que tocavam na rádio e isso inspirava ou incentivar outros grupos. Olha, isso era um mundo de coisas que a gente vivia no cotidiano e que hoje em dia, simplesmente falando, assim, é difícil mensurar”.

O que Crestani (2010) fala vem ao encontro da posição de Vigil (2003, p. 21) que acredita que “os meios de comunicação, estes sim legitimam, porque o público acredita no que ouve e se vê refletido neles. As pessoas confiam, têm fé nas palavras e nas imagens que apresentam. Os meios avaliam fatos, situações, opiniões e pessoas. Aparecer no rádio ou na televisão veste a pessoa com um uniforme mais chamativo que o dos cardeais e coronéis, dá

⁸⁶ De 1984 a 1999.

⁸⁷ Interior de Santa Cruz do Sul.

⁸⁸ 1980.

mais aparência que a mansão do deputado ou a limusine do embaixador”. Exageros à parte, Vigil justifica seu entusiasmo: “Porque a tela e o microfone tornam a pessoa visível e audível diante de milhares, milhões de pessoas. Quanto mais vasto e alheio for o mundo, mais prestígio a mídia lhe proporcionará” (2003, p. 22). É Vigil ainda, meio que ampliando o pensamento, nos revela o seguinte: “Os meios de comunicação converteram-se no principal ponto de encontro e intercâmbio, ponto de reunião obrigatório para todos aqueles que querem viver civilizadamente” (2003, p. 25). Depois conclui: “O rádio e a televisão, ambos, seduzem multidões” (2003, p. 26). E essa sedução é benéfica.

A Rádio Santa Cruz, em seus 65 anos de existência no município de Santa Cruz do Sul e região, não pode passar despercebida no contexto das práticas sociais, econômicas, políticas e culturais. Ao analisarmos a posição dos entrevistados selecionados percebemos que a mesma marcou e assinalou gerações, bem como colaborou no processo e nos avanços individuais e comunitários. Mensurar tudo isso é um desafio, inclusive levando em conta a escassez de material concernente à empresa, como constatamos. Este humilde trabalho, no entanto, foi uma tentativa de trazer à luz muitos acontecimentos que evidenciasse suas ações na região. Algumas coisa conseguimos.

Ao se falar em radiodifusão regional, uma coisa chama atenção: a Rádio Santa Cruz é lembrada e recordada por todos como um meio que ofereceu oportunidade para manifestações e participações dos que a procuraram e dos que a mesma procurou, sem esquecer os momentos em que a mesma levou aos ouvintes a informação e o entretenimento necessários, bem como inspirou muitas ações particulares, comunitárias e coletivas que podem ter contribuído para o melhoramento e qualidade da vida na região de sua abrangência, ou pode ter incomodado alguns que preferiam ou preferem o contrário, o que é normal numa comunicação e vivência democráticas.

Nestes 65 anos, no entanto, não se pode descartar os desafios vividos pela emissora ou até mesmo as falhas cometidas, mas em geral as citações são propositivas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisar a trajetória da Rádio Santa Cruz foi uma alegria, mas também um desafio enorme, a começar pela escassez ou falta de documentos e bibliografia sobre sua trajetória e ações; assim, recorreremos a um estudo de natureza qualitativa, para darmos conta do tema da pesquisa.

Diante de depoimentos de pessoas ligadas à emissora e ouvintes, reunidos e analisados, constatamos que o objetivo principal, proposto no início da pesquisa, que era o de averiguar suas contribuições em relação do desenvolvimento regional, foi alcançado. Entendemos, no entanto, que lacunas podem existir ainda, principalmente se levarmos em conta o alvo de estudo, uma emissora de rádio com 65 anos de atuação cotidiana.

Mesmo levando em conta os desafios, percebemos a importância deste meio de comunicação para o município de Santa Cruz do Sul e para a região de sua abrangência, bem como para muitas pessoas em particular e comunidades. Neste sentido, o propósito e a disposição de averiguar a trajetória da Rádio Santa Cruz, foi justamente o de lançar um olhar sobre esta empresa tão falada, tão conhecida no município de Santa Cruz do Sul e região, que permanece atuante em nossos dias.

Durante o trabalho realizado percebemos que, ao contrário de um jornal, cujo conteúdo está todo registrado, podendo-se facilmente analisar seu conteúdo, uma emissora de rádio e, principalmente, a Rádio Santa Cruz, não se tem a memória de sua programação e de suas ações ao longo do tempo e, particularmente no caso desta, não existe documentação palpável na qual podemos nos fundamentar com mais precisão.

Mesmo levando em conta que a memória é falha (ORLANDI, 2005), os entrevistados selecionados vivenciaram a trajetória da emissora e são pessoas que permaneceram aqui. O depoimento destas pessoas foi de fundamental importância para podermos elucidar muitas coisas, tomar conhecimentos de outras e reconstituir parte da histórica trajetória desta emissora. Como são pessoas daqui de Santa Cruz do Sul e da região, ainda têm presente muitos acontecimentos em relação à Rádio Santa Cruz e ações que a mesma ajudou a divulgar ou protagonizar e, neste sentido, as entrevistas foram ferramentas importantes no processo da pesquisa, em vista dos resultados.

Os resultados da pesquisa, incluindo o processo de entrevistas, talvez não sejam completos, se levarmos em conta que em 65 anos se tem uma vasta história de acontecimentos e ações, mas acreditamos que são representativos de trajetória da emissora e servem como exemplos de suas ações. Até mesmo porque seria quase impossível analisar ação por ação e acontecimento por acontecimento neste lapso temporal (65 anos). Portanto, tomamos estes resultados da presente pesquisa como satisfatórios, inclusive por se tratar de um dos únicos trabalhos sobre a emissora, tendo que se preocupar em reconstituir esta história.

Levando em conta que o brasileiro é ouvinte de rádio, foi importante sentir como as pessoas se relacionam com esse meio de comunicação, como elas se referem ao mesmo, como elas o enaltecem como um serviço e ao mesmo tempo como fonte de informação e inspiração, sempre presente e à disposição da população. E esta mesma postura, mas com maior sentimento de pertença, as pessoas têm e sentem em relação à Rádio Santa Cruz. Percebemos que o sentimento de pertença vem pela proximidade da mesma com as pessoas e as comunidades.

Percebemos também que muitas pessoas recorrem ao rádio e, neste caso em particular à Rádio Santa Cruz, para conquistar ou exigir melhorias de vida para o bairro, para a comunidade e até mesmo quando o problema é particular. Neste sentido, o rádio funciona como um fórum onde muitas questões, solicitações e protestos aparecem de forma variada e intensa. Não raro fomos obrigados a conter o entusiasmo daqueles que falaram sobre a Rádio Santa Cruz como uma referência antiga no município e na região. Mas não foi tarefa das mais fáceis, pois o tema é envolvente, cativante e apaixonante. Uma coisa é ressaltada por quase todos e ficou patente: a maioria lembra da Rádio Santa Cruz nos momentos de alegria e desafio. De alegria para anunciar a mesma, no desafio para denunciar o mesmo. E ambos os momentos fazem parte da conjuntura de forma quase que cotidiana.

No auge do trabalho percebemos como as pessoas levam a sério o rádio como meio de comunicação, como opção de comunicação e até mesmo como meio de se comunicar, de interagir, de reclamar e de se distrair. Esta última opção, pedindo músicas, oferecendo música para alguém, enviando recados, mensagens e, não raro, só para dizer que estão em sintonia. E estar em sintonia, neste caso, representa também estar acompanhado e a par dos acontecimentos. Estando a par dos acontecimentos, depois as pessoas agem como multiplicadores das notícias e opiniões que acompanharam no rádio, bem como têm argumentos para debates individuais, quando necessário ou até mesmo para se pronunciarem numa reunião ou encontro comunitário, o que é comum em nossa região.

Se antes pairava alguma indagação sobre as contribuições da radiodifusão e, neste caso da Rádio Santa Cruz em particular, para com o desenvolvimento regional, não existe mais. Lançando um olhar sobre a trajetória da Rádio Santa Cruz, suas inúmeras ações, o testemunho de tantos e tantos de forma positiva em relação às suas ações em favor da publicização e debate de políticas públicas e sociais, econômicas, políticas e culturais, não resta dúvida de que a emissora em questão participou ativamente do fomento e do desencadeamento de muitas ações em favor do desenvolvimento regional, bem como do desenvolvimento pessoal e comunitário, pois muitas e muitas pessoas e comunidades se espelharam, se inspiraram e se fundamentaram na mesma para tomarem decisões que nortearam a vida, a caminhada e a conjuntura (eventos), com resultados positivos.

A emissora em questão pode também, em alguns momentos, ter podado ações individuais ou comunitárias, mas as pessoas entrevistadas apresentaram mais as ações positivas ou favoráveis do que entaves, seja no desafio, na alegria e na tristeza da caminhada, sempre destacando ações de promoção e favorecimento do progresso das pessoas, das comunidades e da região como um todo. E estas boas lembranças foram guardadas justamente por terem somado, acrescido e que agora emergem, muitas vezes confirmando o que está acontecendo no momento presente.

Como cada emissora e cada região têm suas características, algumas emissoras nem sempre agradam a todos com sua programação ou tipo de programa, mas percebemos que o rádio, incluindo a Rádio Santa Cruz, é um celeiro de diversificação, ou seja, tem programa para todos os gostos e preferências. E isto fica patente na programação da Rádio Santa Cruz quando oferece um leque variado de programas, seja no estilo, no jeito, na forma, na tradição ou na modernidade. Conforme o depoimento dos entrevistados, percebemos, inclusive, que a emissora procurou e tem procurado conservar alguns itens da programação para não perder a identidade, mas por outro lado tem mudado para não ficar alienada ou não contemplar somente alguns segmentos sociais ou étnicos.

Mensurar a importância ou as qualidades da Rádio Santa Cruz em seu raio de abrangência é quase impossível, principalmente se levarmos em conta suas qualidades e especificidades, mas alguns depoimentos são pungentes. E neste particular podemos recordar o radialista Ronaldo Siqueira Barbosa (2011) quando afirma: “Hoje, quando ouço alguém a contar sua vida e seus problemas através do rádio AM, concluo: ele ainda é a mídia, é o grande veículo nacional”. Se transportarmos este depoimento para o local ou regional, é o que, após ouvirmos tantos depoimentos sobre as ações da Rádio Santa Cruz, após ouvir esta emissora por muito tempo, podemos sentir. Ou seja, os efeitos (diretos, indiretos e colaterais)

de uma emissora do porte e das características da Rádio Santa Cruz AM 550 têm a força de um *tsunami*. Neste item não podemos esquecer ou ignorar a força do rádio.

É claro que o rádio e, em particular a Rádio Santa Cruz não são fóruns de solução de todos os problemas de um município, de uma região, das pessoas em particular (seus ouvintes) e de comunidades em geral, mas sentimos que a emissora em questão tem sido um espelho e uma referência em muitos momentos. Inclusive não queremos ser ingênuos quando apresentamos o rádio ou a Rádio Santa Cruz, como canal de solução de todos os problemas conjunturais, a percebemos como um meio que está procurando ser sal, fermento e luz para a população em geral.

As informações coletadas através das entrevistas foram o que podemos realizar em vista de uma reconstituição da trajetória desta emissora que, conforme foi apurado, tem emocionado, conscientizado, orientado e assinalado pessoas, gerações e comunidades. Temos consciência, no entanto, de que muitos acontecimentos, eventos e *estórias* ainda podem ser feitas e contadas em relação à trajetória da Rádio Santa Cruz, até mesmo porque é um tema que não se esgota em si, mas sempre pode ser retomado, seja como reconstituição, como resgate, como abordagem ou como amostra atualizada ou conjuntural.

Por enquanto fizemos o possível para podermos registrar a presença desta emissora, mas como a mesma continua atuante na região, ela continua fazendo história e sempre podemos lançar um olhar sobre a trajetória da radiodifusão regional a partir da Rádio Santa Cruz.

REFERÊNCIAS

- ANDRÉ, Alberto. *Ética e Código da Comunicação Social*. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2001. 134 p.
- ALMEIDA, Ana Carolina; MAGNONI, Antônio Francisco. *Rádio e Internet: recursos proporcionados pela web, ao radiojornalismo*. In: FERRARETTO, L; KLÖCKNER, L. (Orgs). *E o Rádio? Novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. 646 p.
- BABIN, Pièrre. *Era da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994. 200 p.
- BAQUERO, Marcello; CREMONESE, Dejalma (Orgs.). *Desenvolvimento Regional, democracia local e capital social*. Ijuí: Editora Unijuí, 2008. 324 p.
- BENTO XVI, Carta Encíclica. *O desenvolvimento humano integral na caridade e na verdade*. Brasília: Edições CNBB, 2009. 111 p.
- BLÁZQUEZ, Niceto. *Ética e Meios de Comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2000. 711 p.
- BECKER, Dinizar F.; WITTMANN, Milton Luiz. *Desenvolvimento Regional - abordagens interdisciplinares*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2003. 395 p.
- BRECHT, Bertolt. *Teoria do rádio (1927-1932)*. In: MEDITSCH, E. (org). *Teorias do Rádio – textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2005. 366 p.
- BIANCHI, Graziela Soares. *Memória radiofônica – a trajetória da escuta passada e presente de ouvintes idosos*. In: FERRARETTO, L; KLÖCKNER, L. (Orgs). *E o Rádio? Novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. 646 p.
- BORDENAVE, Juan E. Díaz. *O que é Comunicação*. São Paulo: Editora Brasiliense, 2007. 224 p.
- BRASIL. Constituição. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, Senado Federal, 2000. 150 p.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de massa sem massa*. São Paulo, Editora Cortez, 1982. 125 p.
- CARPENTER, Edmund e MCLUHAN, Marshall. *Revolução nas comunicações*. Rio de Janeiro: Zahar, 1971. 248 p.
- CÉSAR, Cyro. *Como falar no Rádio – prática de locução Am e FM*. São Paulo: Summus editorial, 2009. 293 p.

CORREIA, Silvio Marcos de Souza. *Capital Social e Desenvolvimento Regional*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2002. 334 p.

CUNHA, Magda Rodrigues. *Os jovens e o consumo de mídias surge um novo ouvinte*. In: FERRARETTO, L; KLÖCKNER, L. (orgs). *E o Rádio? Novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. 646 p.

DE GRANDI, Celito. *Caso Kliemann – A história de uma tragédia*. Porto Alegre, Literalis/Edunisc, 2010. 254 p.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Organizadores). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Editora Atlas, 2006. 380 p.

ERBOLATO, Mário L. e BARBOSA, Júlio César. *Comunicação e Cotidiano*. Campinas, Papyrus, 1984. 155 p.

ETGES, Hélio Afonso. *Rádio Santa Cruz – meio século de história*. Porto Alegre: Trabalho da Disciplina “Rádio, Cultura, História e Política no Brasil” / Mestrado, PUC, 1995, 41 p.

FELIPPI, Ângela. *Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008. 124 p.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio: o Veículo, a História e a Técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000. 200 p.

_____. *Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40): dos pioneiros às emissoras comerciais*. Canoas: Editora da Ulbra, 2002. 255 p.

_____. *Rádio e Capitalismo no Rio Grande do Sul*. Canoas: Editora da Ulbra, 2007. 631 p.

_____. *Roquete-Pinto e o ensino pelo rádio*. In: MEDITSCH, E. (org). *Teorias do Rádio – textos e contextos*. Florianópolis: Insular, 2005. 366 p.

FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKNER, Luciano (Orgs.). *E o Rádio? Novos Horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. 646 p.

FILHO, Ciro Marcondes. *O capital da notícia*. São Paulo: Ática, 2006. 188 p.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997. 93 p.

GOMES, Pedro Gilberto (Org.). *A comunicação em debate*. São Paulo: Paulinas, 1994. 54 p.

HAUSSEN, Doris Fagundes. *Rádio e Política – Tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. 152 p.

HAUSSEN, Doris Fagundes e CUNHA, Magda (Orgs.). *Rádio brasileiro – Episódios e personagens*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003. 291 p.

- JOSAPHAT, Carlos. *Ética e Mídia – Liberdade, responsabilidade e sistema*. São Paulo: Paulinas, 2006. 294 p.
- JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*. São Paulo: Contexto, 2004. 156 p.
- KLÖCKNER, Luciano. *O Repórter Esso*. Porto Alegre: Edipucrs, 2008. 315 p.
- LANER, Vinicius Ferreira. *Comunicação, desenvolvimento e democracia: uma análise crítica da mídia brasileira*. Santa Cruz do Sul, UNISC, Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento Regional, 2002. 155 p.
- LAVOINNES, Yves. *A Rádio*. Lisboa: Veja Edições, 1999. 210 p.
- LOPEZ, Débora Cristina. *Aproximações aos níveis convergência tecnológica em comunicação*. In: FERRARETTO, L; KLÖCKNER, L. (orgs). *E o Rádio?* Novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. 646 p.
- MARTIN, Hardy Elmiro. *Santa Cruz: de colônia a freguesia - 1849-1859*. Santa Cruz do Sul, Associação Pró-Ensino de Santa Cruz do Sul, 1999. 150 p.
- MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia*. Santa Fé de Bogotá: Convenio André Bello, 1998. 22 p.
- MATTA, Maria Cristina. *Rádio: Memórias da recepção: aproximação à identidade dos setores populares*. In: Teorias do Rádio – textos e contextos, v . I. MEDITSCH, E. (Org). Florianópolis: Insular. 2005, 366 p.
- _____. *Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación*. In: Diálogos de la Comunicación, Lima, nº 73-74. 2002, jun. 47-58 p.
- MATTELART, Armand. *Comunicação mundo*. Petrópolis: Vozes, 1994. 319 p.
- MCLUHAN, Marshall Herbert. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo, Cultrix, 1964:99, p. 560.
- MEDINA, Cremilda. *Notícia: um produto à venda*. São Paulo: Summus, 2000. 191 p.
- _____. *Profissão jornalista: responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982. 302 p.
- MEDITSCH, Eduardo (Org.). *Teorias do Rádio – textos e contextos*. Volume I, Florianópolis, Editora Insular, 2005. 366 p.
- MEDITSCH, Eduardo, ZUCULOTO, Valci (Orgs.). *Teorias do Rádio – textos e contextos*. Volume II. Florianópolis, Editora Insular, 2005. 366 p.
- MEDITSCH, Eduardo. *O rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular, 2007, 300 p.

MELO, J. M.; PERUZZO, C. M.; KUNSCH, W. L.. *Mídia, Regionalismo e Cultura*. São Paulo: Universidade Metodista, 2003. 343 p.

MELO, José Marques de. *Comunicação, opinião, desenvolvimento*. Petrópolis: Vozes, 1985. 113 p.

_____. (Org). *O campo da comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2008. 207 p.

_____. (Org). *Comunicação na América latina – desenvolvimento e crise*. Campinas: Papirus, 1989. 193 p.

_____. *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-americanos*. Petrópolis: Vozes, 1998. 412 p.

MILANEZ, Liana (Org). *Rádio MEC – Herança de um sonho*. Rio de Janeiro: ACERP, 2007, 235 p.

MOREIRA, Sonia Virgínia. *O Rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991. 80 p.

MUSTAFÁ, Izani. *O primeiro Alô! Alô! numa rádio em Joinvile (SC) foi pronunciado por um alemão, em 1941, quando o Brasil estava sob o domínio do Estado Novo*. In: FERRARETTO, L; KLÖCKNER, L. (Orgs). *E o Rádio? Novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. 646 p.

NEUBERGER, Lotário (Org.). *Radiodifusão no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Editora Plátano, 1997. 136 p.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise do discurso – princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2003. 100 p.

_____. *As formas do silêncio – no movimento dos sentidos*. Campinas: UNICAMP, 1995. 189 p.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira – Cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988. 222 p.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus Editorial, 1985. 117 p.

PARADA, Marcelo. *Rádio: 24 horas de jornalismo*. São Paulo: Panda Books, 2000. 141 p.

ROQUETTE-PINTO, Edgar. *Cinzas de uma fogueira (pelo rádio – 1923-1926)*. In: *Teorias do rádio – textos e contextos*, v. II. MEDITSCHKE, E; ZUCULOTTO, V. (Org.). Florianópolis: Insular, 2008, 380 p.

_____. *Seixos rolados (estudos brasileiros)*. Rio de Janeiro: Mendonça & Cia., 1927. 231 p.

RUAS, Cláudia Mara Stapani. *Rádio Comunitária: uma estratégia para o desenvolvimento*. Campo Grande: Editora UCDA, 2004. 175 p.

SANT'ANNA, Francisco. *Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas*. São Paulo: Líbero, Anexo XI – nº 22 – Dez 2008. Disponível em: <<http://www.crape.univ-rennes1.fr/documentst/theses/theseSant%27Anna.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2010.

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. 409 p.

TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o rádio não contou – Do galena ao Digital, desenvolvendo a radiodifusão no Brasil e no Mundo*. São Paulo: Negócio Editora, 1997. 305 p.

TINCANI, Graziela Soares. *Rádio Regional e a Cultura Midiática – PRA-7 (1924-1963)*. In: FERRARETTO, L; KLÖCKNER, L. (Orgs). *E o Rádio? Novos horizontes midiáticos*. Porto Alegre: Edipucrs, 2010. 646 p.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. *Bases Teórico-Metodológicas da Pesquisa Qualitativa em Ciências Sociais – Idéias gerais para a elaboração de um Projeto e Pesquisa*. Porto Alegre: Ritter dos Reis, 2001. 151 p.

VAMPRÉ, Octavio Augusto. *Raízes e evolução do rádio e da televisão*. Porto Alegre: FEPLAN, 1979. 275 p.

VIGIL, José Ignácio Lopes. *Manual Urgente para radialistas apaixonados*. São Paulo: Paulinas, 2003. 518 p.

VOGT, Olgário Paulo; SILVEIRA, Rogério Leandro (Orgs). *Vale do Rio Pardo: (re)conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2001. 395 p.

ENTREVISTAS

BARTHOLOMAY, Luiz. Ex-Gerente da Rádio Santa Cruz. Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: março de 2010.

BOGORNÍ, Bruna. Administradora da Rádio Santa Cruz desde 2002. Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: junho de 2010.

BOHN, Sinésio. Sócio-Gerente da Rádio Santa Cruz desde 2002. Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: junho de 2010.

CRESTANI, Alceu. Ex-funcionário da Rádio Santa Cruz. Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: setembro de 2010.

HAGEMANN, Lauro. Aposentado e um dos primeiros funcionários da Rádio Santa Cruz. Entrevista a Dogival Duarte. Porto Alegre: março de 2010.

ISER, Elpídio Jair. Locutor e agente comercial da Rádio Santa Cruz. Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: abril de 2010.

MÜLLER, Ademir. Ouvinte e ex-colaborador da Rádio Santa Cruz. Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: maio de 2010.

NOGUEIRA, Edmar. Ex-funcionários da Rádio Santa Cruz (1985-2006). Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: janeiro de 2010.

OLIVEIRA, Vanildo. Locutor e agente comercial da Rádio Santa Cruz. Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: março de 2010.

PRANKE, Gregório. Locutor e agente comercial da Rádio Santa Cruz. Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: junho de 2010.

SANTOS, Teresinha. Aposentada e ex-funcionária da Rádio Santa Cruz. Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: novembro de 2009.

WERNER, Benício. Ouvinte da Rádio Santa Cruz e Presidente da Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra). Entrevista a Dogival Duarte. Santa Cruz do Sul: agosto de 2010.

ANEXO A

Questionário 1

PESQUISA DE CAMPO SOBRE A RÁDIO SANTA CRUZ:

Roteiro para entrevistas com pessoas ligadas à trajetória/história da Rádio Santa Cruz:

ENTREVISTAS COM PESSOAS DO INÍCIO DA RÁDIO SANTA CRUZ:

- 1) O que significou a Rádio Santa Cruz para o senhor/a? (O que significou o rádio em sua vida/trajetória?)
- 2) como o senhor/a entrou no mundo da radiodifusão?
- 3) Qual sua participação ou função na Rádio Santa Cruz e quando a mesma se realizou?
- 4) Qual foi/é a importância do rádio para o município e a região?
- 5) No caso da Rádio Santa Cruz, qual foi/é a importância da mesma para o município e a região?
- 6) A Rádio Santa Cruz, no seu entender, teve/tem alguma influência na comunidade, na cidade e ou na região?
- 7) Que programas o senhor/a considera importantes para a cultura e que efeitos estes programas tiveram ou exerceram na sociedade?
- 8) No seu tempo de emissora: cite alguns comunicadores de destaque, o que faziam, e se algum se destacou no cenário estadual ou nacional, a partir da experiência na Rádio Santa Cruz?
- 9) No seu entender, quais foram (quais são) as contribuições da Rádio Santa Cruz no aspecto econômico municipal e regional?

10) No seu entender, quais foram (quais são) as contribuições da Rádio Santa Cruz no aspecto político local e regional?

11) No seu entender, quais foram (quais são) as contribuições da Rádio Santa Cruz no aspecto social e comunitário?

12) No seu entender, quais foram (quais são) as contribuições da Rádio Santa Cruz no aspecto cultural?

13) No seu tempo houve preocupação de programas relacionados com setores da cultural, economia, saúde, educação, futebol etc?

14) Na sua época, quais programas eram mais procurados pelos anunciantes e por quê?

15) Qual a importância social e comunitária do rádio em seu tempo?

16) Se você tivesse autonomia, o que mudaria hoje na programação da Rádio Santa Cruz?

17) O que o rádio significou em sua vida?

Que sugestões e complementos o senhor/a gostaria de acrescentar?

Observação: Durante a entrevista podem surgir dados novos e citação/indicação de pessoas que poderemos recorrer para podermos abrir o leque e buscar outros dados e ou maiores informações.

ANEXO B

Questionário 2

PESQUISA DE CAMPO SOBRE A RÁDIO SANTA CRUZ:

Roteiro para Entrevista com pessoas que hoje em dia trabalham na Rádio Santa Cruz:

- 1) O que significa o rádio para o senhor/a?
- 2) Qual é a importância do rádio para o município e a região?
- 3) Como o senhor/a entrou no mundo da radiodifusão?
- 4) Qual sua participação ou função na Rádio Santa Cruz e quando a mesma iniciou?
- 5) No caso da Rádio Santa Cruz, qual é a importância da mesma para o município e a região?
- 6) A Rádio Santa Cruz, no seu entender, tem alguma influência na comunidade, no município, na sociedade e ou na região?
- 7) Que programas você considera importantes para a cultura e que efeitos estes programas têm ou exercem na sociedade?
- 8) Cite alguns comunicadores de destaque, o que fazem, e se algum se destacou no cenário estadual ou nacional, a partir da experiência local?
- 9) No seu entender, quais são as contribuições da Rádio Santa Cruz no aspecto econômico na regional?

- 10) No seu entender, quais são as contribuições da Rádio Santa Cruz no aspecto político na região regional?
- 11) No seu entender, quais são as contribuições da Rádio Santa Cruz no aspecto social no município e na região?
- 12) No seu entender, quais são as contribuições da Rádio Santa Cruz no aspecto cultural?
- 13) Na emissora há uma preocupação de programas relacionados com setores da cultural, economia, saúde, educação, futebol etc?
- 14) Atualmente, quais programas mais procurados pelos anunciantes e por quê?
- 15) Qual a importância social e comunitária do rádio hoje em dia?
- 16) Se você tivesse autonomia, o que mudaria na programação da Rádio Santa Cruz, no sentido de melhorar sua atuação atual?
- 17) O que a radiodifusão significa em sua vida?
- 18) Na Rádio Santa Cruz, qual seu programa preferido? Por quê?
- 19) Que outros programas você gostaria de citar ou destacar? Por quê?
- 20) No seu entender, a emissora dá voz à comunidade? (levando em conta os setores político, social, econômico e educacional)
- 21) Há espaço para as forças vivas da sociedade tais como sindicatos, ONGs, movimentos sociais, partidos políticos, forças econômicas, personalidades sociais, culturais e educacional, bem como para os problemas sociais nos bairros e no interior?
- 22) Há programas formativos/educativos, de entretenimentos, lazer, informativo etc?

23) Em termos de informação a emissora dá conta de fornecer o que os ouvintes querem e precisam saber ou há uma linha, uma orientação a diferente a ser seguida?

24) Há momentos de prestação de serviço, informes e programas voltados à promoção da cidadania?

25) Como você (ou o senhor/a) entrou para a radiodifusão?

26) A programação da emissora hoje, no seu entender, contempla causas e regionais? Quando, em que momentos, em que programas, de que forma?

27) Quais programas o senhor/a considera importantes como fator de mobilização social?

ANEXO C

Programação atual da Rádio Santa Cruz De segunda-feira a sexta-feira

Das 5 às 8 horas: Programa *Bom Dia Trabalhadores*, com Alfredo Lenz - notícias, informações das sucursais de Monte Alverne e Passo do Sobrado, músicas, temperatura, notícias policiais, prestação de serviços, sindicatos (cinco minutos), Emater (cinco minutos), entretenimento.

Das 6 às 6h05min: Oração da Manhã, com Padre Dionísio Kist.

Das 8 às 10 horas: Programa *Conexão Regional*, com Ari Trennepohl – jornalismo, Unidade Móvel, entrevistas, prestação e serviços etc.

Das 10 às 11h45: Programa *Fritz Jacó* (Parte I), com Fritz Jacó – música, informações, entretenimento, mensagens de aniversário, pedido de ouvintes, com falas em português e alemão. A partir das 11 horas com notícias de hora em hora.

Das 11h45 às 12 horas: Programa religioso *Um Novo Tempo Virá*, das paróquias de Santa Cruz do Sul (cada dia, de segunda-feira a sábado uma paróquia diferente).

Das 12 às 12h03min: Programa Oração do Meio-Dia, com o Padre Dionísio Kist.

Das 12h03min às 12h40: Programa Jornal do Meio-Dia *Rádio Repórter Afubra*, com Éderson Medina e Liones Marques – notícias, entrevistas, informações, índices econômicos, temperatura, prestação de serviço e futebol.

Das 12h40min às 12h50: Programa da Sucursal de Monte Alverne, com Vanderlei Reis.

Das 12h50 às 14 horas: Programa *Fritz Jacó* (Parte II), com Fritz Jacó - música, informações, entretenimento, mensagens de aniversário, pedido de ouvintes, com falas em português e alemão.

Das 14 às 17 horas: Programa *Estúdio 550*, com Ari Trenepohl – música, notícias, entrevistas, Unidade Móvel, mensagem do dia entretenimento, mensagens de aniversário, participação e pedido de ouvintes, com notícias de hora em hora.

Das 17 às 19 horas: Programa *Planeta Gaúcho*, com Vanildo Oliveira – músicas gauchescas, notícias, informações, entrevistas, notícias policiais, loterias, entretenimento, com notícias de hora em hora.

Das 18 às 18h05min: Programa da Ave-Maria, com Dogival Duarte.

Das 19 às 20 horas: Programa *Voz do Brasil* – noticiário nacional de responsabilidade do Governo Federal.

Das 20 às 20h20: Programa *Esporte Diário*, com Paulo Sereno: - noticiário esportivo e entrevistas. Com notícias de hora em hora.

Das 20h20 às 22 horas: Programa *Suave é a Noite*, com João Calros Silva – músicas, informações, prestação de serviço, com notícias de hora em hora.

Das 22 às 22h30min: Programa *Faixa Nobre 550*, com Rojairo Sassi - músicas, informações, prestação de serviço, com notícias de hora em hora.

Das 23h30min às 5 horas: Programa *Música na Madrugada*, com Gelson Prank - músicas, informações, prestação de serviço, com notícias de hora em hora.

Programação atual da Rádio Santa Cruz Programação de sábado

Das 5 às 7 horas: Programa *Querência Amada*, com Francisco Castilhos – músicas gauchescas, notícias, músicas, temperatura, notícias policiais, prestação de serviços, entretenimento.

Das 6 às 6h05min: Oração da Manhã, com Padre Dionísio Kist.

Das 7 às 9h15min: Programa *Sintonia Regional*, com Vanderlei Reis – músicas, informações, notícias das sucursais de Monte Alverne e Passo do Sobrado, notícias policiais, prestação de serviço.

Das 9h15 às 11h30min Programa *Túnel do Tempo*, com João Carlos Silva – músicas antigas, pedidos de ouvintes, mensagens de aniversário, notícias e Unidade Móvel com informações de eventos da que acontecem.

Das 11h30 às 11h45: Programa *A voz da Afubra* – informações aos fumicultores e agricultores da região.

Das 11h45min às 12 horas; Programa *Um Novo Tempo Virá* – Paróquia Santo Antônio.

Das 12 às 12h03min: Oração do Meio-Dia, com Padre Dionísio Kist.

Das 12h04min às 12h20min: Programa *O Sindicato com a Palavra* – Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Santa Cruz do Sul.

Das 12h21min às 13 horas: Programa de jornalismo *Rádio Repórter Afubra* – informações, notícias policiais, temperatura e futebol.

Das 13 às 13h15: Programa do Sindicato Rural – com o Sindicato Rural.

Das 13h15min às 13h30min: Programa *A Palavra do Médico Veterinário*, com Alceu Flores.

Das 13h30min às 14 horas: Programa da Igreja Evangélica de Santa Cruz do Sul – com os pastores da Igreja Evangélica.

Das 14 às 17 horas: Programa *Chegou o General da Banda*, com Fritz Jacó – bandinhas, notícias, pedidos dos ouvintes, mensagens de aniversários, com falas em português e alemão. Em alguns sábados tem transmissão de futebol.

Das 17 às 18 horas: Programa *As dez mais tocadas da semana*, com Vanildo Oliveira – músicas gauchescas.

Das 18 às 18h05 – Oração da Ave-Maria, com Dogival Duarte

Das 18h05min às 21h30min: Programa *Comunidades em Destaque*, com Nilton Winck – música, notícias, pedidos de ouvintes, informações de eventos, mensagens de aniversário.

Das 21h30min às 23h30min Programa *Musical Black*, com Sandro Beatencourt – músicas, informações, pedidos e ouvintes, mensagens de aniversário e entrevistas.

Das 23h30min às 06 horas: Programa *Música na Madrugada*, com Gelson Pranck – músicas, notícias de hora em hora.

Programação atual da Rádio Santa Cruz Programação de domingo

Das 6 às 7 horas: Programa *Nossa Terra, Nossa Gente*, com Heitor Schuch – músicas, informações, mensagens de aniversários.

Das 7 às 7h15min: Programa da Igreja Evangélica de Confissão Luterana (IECLB) de Santa Cruz do Sul – com os pastores da Igreja de Confissão Luterana.

Das 7h15min às 7h30min: Programa da Igreja Evangélica de Confissão Luterana (IECLB) de Vera Cruz – com os pastores da Igreja de Confissão Luterana.

Das 7h30min às 9 horas: Programa *Deutsche Music*, com Íris Kuhn – músicas alemãs, informações, mensagens de aniversário, participação dos ouvintes.

Das 9 às 10 horas: Transmissão da Missa dominical, direto da Catedral São João Batista.

Das 10 às 10h45min: Programa *Somos Todos Irmãos*, com Dogival Duarte – músicas, informações religiosas, notícias da Diocese de Santa Cruz do Sul, mensagem do dia, santo do dia e entrevista.

Das 10h45min às 11 horas: Programa da Rádio Vaticano, com Silvonei José, direto do Vaticano – notícias da Igreja no Brasil e mundo e entrevistas.

Das 11 às 14 horas: Programa *O Domingo É Nosso*, com Alfredo Lenz – músicas, informações, Unidade Móvel com notícias de eventos, mensagens, temperatura, participação do ouvinte, pedido de músicas, mensagens de aniversário. Algumas vezes este programa é transmitido direto de comunidades urbanas e rurais em quermesses.

Das 12 às 12h03min: Oração do Meio-dia, com Padre Dionísio Kist.

Das 14 às 18 horas: Programa *Show de Bandas*, com Ari Trennepohl – Músicas, pedidos de músicas, participação dos ouvintes, sorteio de brindes, mensagens de aniversário, notícia de hora em hora. Às vezes tem transmissão de futebol.

Das 18 às 18h05min: Oração da Ave-Maria, com Dogival Duarte.

Das 18h05 às 23h30min: Programa *Domingão Sertanejo*, com Rojairo Sassi – músicas, participação dos ouvintes, pedido de música, informações, notícia de hora em hora.

Das 23h30min às 5 horas: Programa *Musical na Madrugada*, com Gelson Prank – músicas, informações, notícias de hora em hora.