



CRISTIANE MARÇAL
JIMI JOE





© Copyright 2024
Cristiane Marçal e Jimi Joe

EDIÇÃO E
PRODUÇÃO GRÁFICA:
Lobo

COPYDESK:
Samantha Desimon

REVISÃO:
Nathália Cadore e Lobo

CAPA:
samanzuca e Ganp

DIAGRAMAÇÃO,
PROJETO GRÁFICO E
TRATAMENTO DE IMAGEM:
samanzuca

APOIO:
FUMPROARTE
Secretaria de Cultura e
Economia Criativa
Prefeitura de Porto Alegre



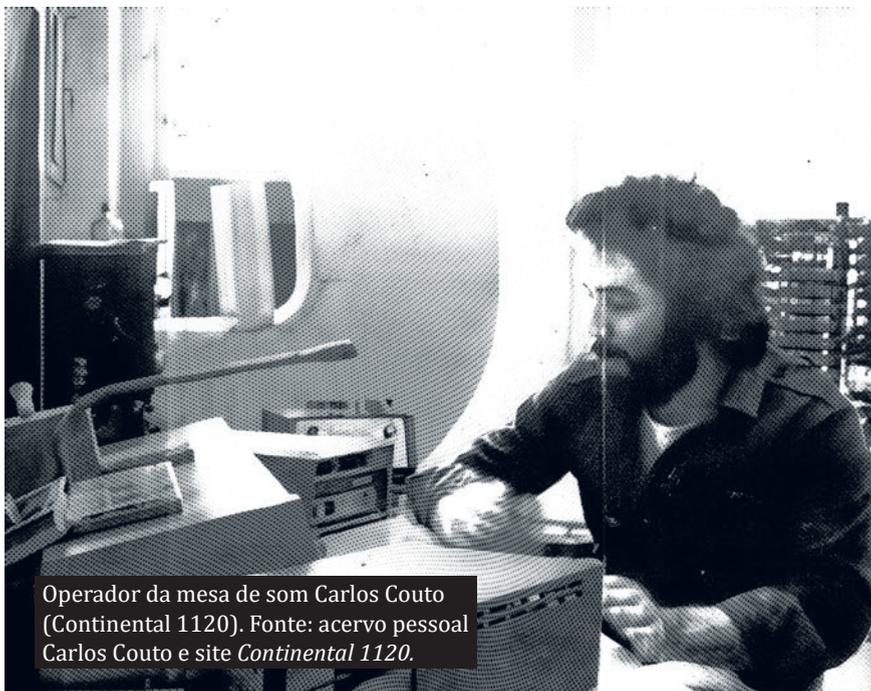


Jornalista Mauro Borba (Ipanema FM).
Fonte: *Temperos do Rock*.



Operador da mesa de som Carlos Couto
(Continental 1120). Fonte: acervo pessoal
Carlos Couto e site *Continental 1120*.

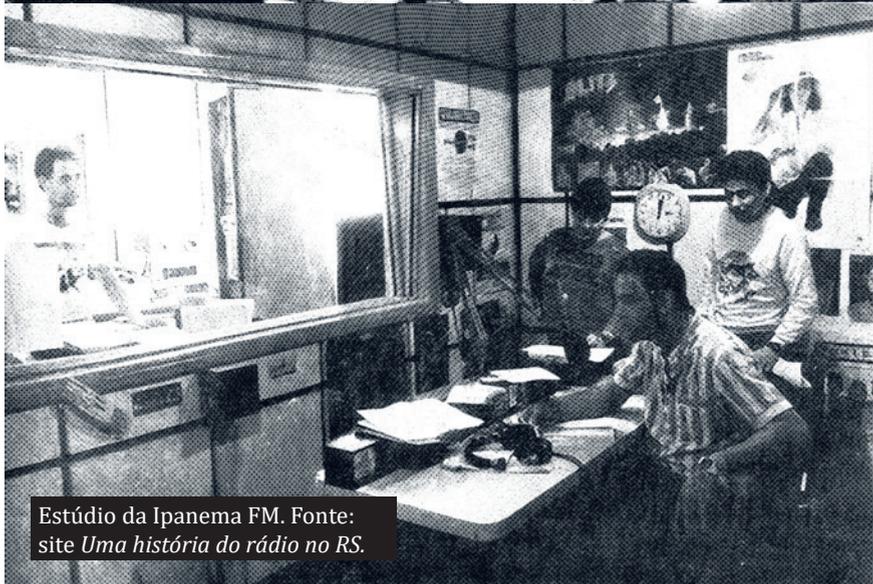




Operador da mesa de som Carlos Couto (Continental 1120). Fonte: acervo pessoal Carlos Couto e site *Continental 1120*.



Da esquerda para a direita, o responsável pela área comercial, Wlamir Costa; Mauro Borba; a redatora e locutora Beth Portugal; as secretárias da rádio; e o diretor da rádio Nilton Fernando (Ipanema FM). Fonte: livro *Prezados Ouvintes*.



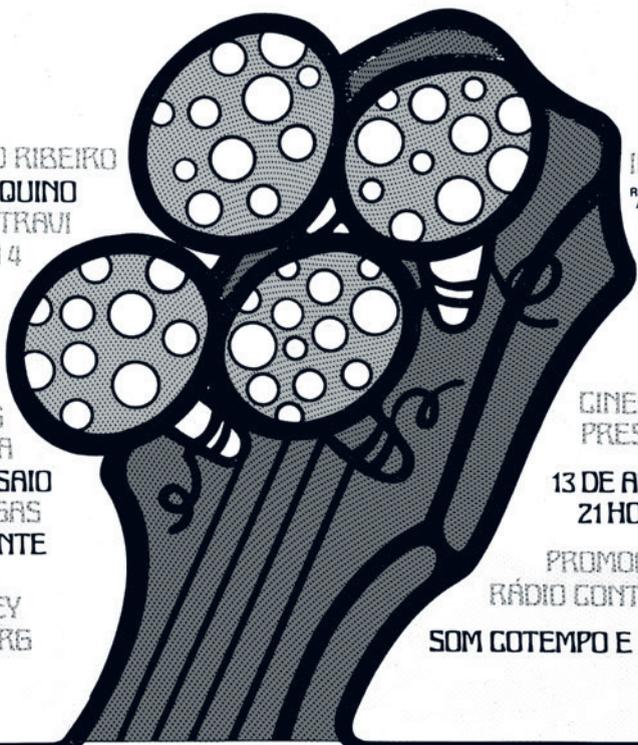
Estúdio da Ipanema FM. Fonte:
site *Uma história do rádio no RS.*

MR. LEE APRESENTA

VIVENDO A VIDA DE LEE

[CONCERTO Nº1]

FERNANDO RIBEIRO
HERMES AQUINO
GILBERTO TRAVI
E CÁLCULO 4
BIZARRO
UTOPIA
BOBO
DA CORTE
EM PALPOS
DE ARANHA
GRUPO ENSAIO
ALMÔNDEGAS
INGONSCIENTE
COLETIVO
WANDERLEY
FALKENBERG



INGRESSOS:

Rádio Continental
Andradás, 1155 - 5º andar
Lancheria Silly Joe
Av. Independência, 598

CINE TEATRO
PRESIDENTE

13 DE AGOSTO
21 HORAS

PROMOÇÃO:
RÁDIO CONTINENTAL

SOM GOTEMPO E MAROGKE

VENHA VIVER A VIDA DE LEE

Muito som. Muita gente boa.

Muita cuca genial.

Os caras que transam som –
e do bom –

reunidos num espetáculo.

Descontraia.

Sintonize com a sua
juventude. E participe,

a nosso convite, do

“Concerto nº 1 –

**Vivendo a vida
de Lee”**

sob o comando

do cow-boy

do rádio, Mr. Lee.

Às 21 horas no dia 13

de agosto

no Cine-Teatro Presidente,

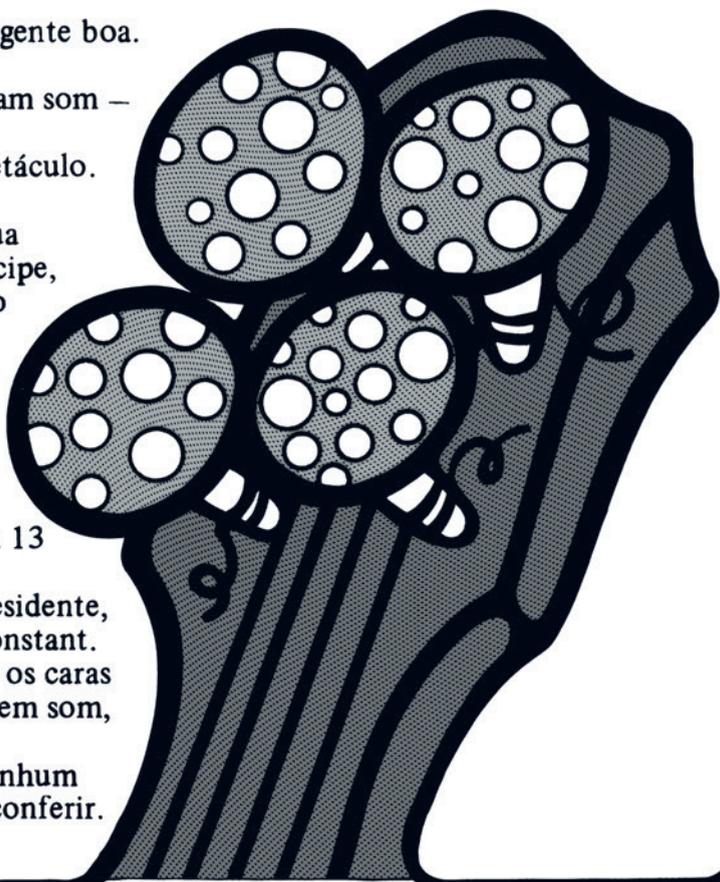
ali na Benjamin Constant.

Você vai ver o que os caras
estão trabalhando em som,

aqui no sul.

Som pra baiano nenhum

botar defeito. Vá conferir.



<p>550 600 650 700 800 900 110 1300 1500 1700</p> 	
<p>ZYH 223 1120KHZ OM 20KW FM92.7MHZ ANDRADAS 1155 5ºandar fone 24 6699 PÓRTO ALEGRE Rede Globo de Radiodifusão RADIO CONTINENTAL o som nosso de cada dia</p>	
<p>12345678901234567890123456789012345678901234567890123456789012345</p>	
Locutor -	<p>[sobre trilha sonora cantarolada] Brasil./ Dívida externa bate record: 28 bilhões de dólares./ Feijão preto sumiu./ Bombas: A-B-I, jornal <i>Opinião</i>, Editora Civilização Brasileira e outras./ Quinze atentados./ É a volta do terror./ Morre MAO TSE-TUNG./ Novecentos milhões de chineses choram a morte do fundador da República Popular da China./</p>
Cantor -	<p>Os tempos andam meio tristes e a incerteza vai continuar./ Você que é jovem se console, pois tem tempo pra esperar./ Talvez, dê em nada./ Talvez, seja igual, mas é ano novo./ Cria./ É tempo bastante pro mundo mudar./</p>
Locutor -	<p>[sobre trilha sonora cantarolada] - Forças Armadas derrubam ISABELITA./ Desde a queda, mais de 1.350 mortos na continuação da violência./ Cruzeiro desvalorizou 18 vezes, 32 por cento em relação ao dólar./ Aprovada a Lei Falcão./ Candidatos perderam a voz./ Acidente mata JUSCELINO./ Duzentas mil pessoas no enterro em Brasília./</p>
Cantor -	<p>Os tempos andam meio tristes e a incerteza vai continuar./ Você que é jovem se console, pois tem tempo pra esperar./ Talvez, dê em nada./ Talvez, seja igual, mas é ano novo./ Cria./ É tempo bastante pro mundo mudar./</p>

<p>550 600 650 700 800 900 110 1300 1500 1700</p> 	
<p>ZYH 223 1120KHZ OM 20KW FM92.7MHZ ANDRADAS 1155 5ºandar fone 24 6699 PÓRTO ALEGRE Rede Globo de Radiodifusão RADIO CONTINENTAL o som nosso de cada dia</p>	

Acima: Spot de final de ano. Abaixo: Logo da Continental 1120. Fonte: acervo particular de Francisco Anele Filho e livro *Continental 1120*.

550 600 650 700 800 900 110 | 1300 1500 1700



ZYH 223 1120KHZ OM 20KW FM 92.7 MHZ ANDRADAS 1155 5º andar fone 24 6699 PÓRTO ALEGRE Rede Globo de Radiodifusão
RADIO CONTINENTAL o som nosso de cada dia

12345678901234567890123456789012345678901234567890123456789012345

Locutor - Daqui a pouco, muito pouco, a sua cidade, o seu império, a sua fábrica, o seu mundo vai passar para as mãos de seu filho e da turminha dele./ Você já se deu conta?/ Mais respeito, portanto, senhores, a esta moçada de longos cabelos e estranhas idéias./ Você não entende direito, mas eles voam com os pássaros, dormem ao relento, contam estrelas e viajam de carona na cauda de um cometa errante./ Olhe no fundo dos olhos desta incrível geração e veja a mágica do amor, o brilho da esperança e o sorriso franco de quem não tem medo de nada./ Porque a mesma mão que, toda emocionada, segura o braço da guitarra, é também o punho que agita, acelera e se fecha no ar./ E uma nova canção de paz vai mostrar quanto é capaz, sem ódios nem armas, silenciar o ladrar de feras com afaços de perdão./ Saco & Cuecão e a Rádio Continental, em nome de toda esta geração, querem homenagear um barbudinho e cabeludo, que, há mais de mil anos, mudou a cara do mundo.//



Festa de Fim de Ano IPANEMA FM

LEGIÃO URBANA

TARANATIRICA Engenheiros do Hawaii

Local: Gin. Petrópole T. C.

Dia: 13/12/85 - 23:00 hs

Dody & Círculo

Nº 3214

Acima: Spot de Natal. Abaixo: ingresso da festa de fim de ano (Ipanema FM). Fonte: Acervo particular de Francisco Anele Filho e livro *Continental 1120*.

AO VIVO

BANDAS PLUG

BIZZ

De Fella.
O.C.A. 7



MEU INSTRUMENTO

B

A PEQU



AREZ FONSECA

Os destaque

Melhores discos, shows, compositores

A edição de amanhã da Revista ZH é inteiramente dedicada à retrospectiva de 85. Foi um ano bom para a música em Porto Alegre, pois tivemos quantidade e qualidade. Aqui dou uma prévia, com a relação dos destaques individuais em MPB, rock e em nativismo. Em certos itens aparece mais de um nome, porque não consegui optar por um só.



Márcia Teófilo



MPB

Discos: Força d'Água, de Nelson Coelho de Castro e Momento Mágico, de Geraldo Flach. Show: Trajetória, do Raiz de Pedra. Compositores: Bebe-Felipe e Nel Lisboa. Música: Feito um Picolé no Música Popular

IBA MEIRA

UENA DEMOLIDORA



nessuma". O outro que usa nos shows é sempre emprestado. E nunca usa mais que dois. Todos de ataque, mesmo quando a batida é de condução, pra tirar "mais barulho". "Nunca fui muito chegada em prato", confessa. Prefere usar toms para as complementações e viradas. Condução nos surdos. Se bem que esteja voltando ao básico: chimbau, caixa e bumbo. "Tô ficando mais roqueira mesmo." Exige a mixagem pesada, privilegiando bumbo e caixa. "Em shows, a bateria tem que estar bem em cima, junto aos demais instrumentos e à voz."

Usa um microfone em cada peça e profere ensaiar o mínimo possível. DeFalla é uma banda que ensaiava muito pouco. "Mas é também porque a gente sempre tocou junto, em todas as nossas bandas paralelas."

"Pelos cálculos dos técnicos, o besouro não pode voar". (Barão de Itararé)

es em 85

, intérpretes e instrumentistas

lançamento do disco dos Replicantes. Compositor: Bebeco Garcia. Letristas: Carlos Gerbase e Carlos Eduardo Caramex. Cantores: Wanderley Ronaldo Leonardo. Música: Gerbase.



★ **ROCK** — Surgiram muitas bandas, mas poucas novidades. O rock gaúcho ganha o País através dos Engenheiros do Hawaii e Edu K. entre as figuras mais importantes do cenário nacional. Depois do quase fracasso do III Rock Unificado, o ano fecha com perspectivas não muito boas, pois o público vem diminuindo. Destaque para o selo independente e o trabalho da Vortex, lançando fitas cassete e vídeos e abrindo um "rock-shop" dotado de estúdio com circuito interno

Páginas anteriores: De Falla na revista *Bizz* e coluna de Juarez Fonseca na *Zero Hora*. Biba Meira, baterista do De Falla, na revista *Bizz*; coluna de Juarez Fonseca na *Zero Hora*; nota no jornal *Zero Hora*. Fonte: site *Relicário do Rock*.

*Turn up your radio and let me hear the song
Switch on your electric light
Then we can get down to what is really wrong
(Caravan, Van Morrison, 1970)*

*Nos 70 que serão dez
Minha eternidade e consciência
(Aos Anos 70, Bebeto Alves, 1974)*

*Se o rádio não toca
a música que você quer ouvir
Não procure dançar
Ao som daquela antiga valsa
Não não não não
É muito simples
É muito simples
É só mudar de estação
É só girar o botão
(Se o Rádio Não Toca, Raul Seixas & Paulo Coelho, 1974)*

Raul Seixas e Paulo Coelho também já cantaram que é tanta coisa no menu que eles nem sabiam o que comer. Nos tempos líquidos contemporâneos, em que há tanta oferta de música de tantos gêneros e estilos por todos os mundos, virtuais e reais, nunca foi tão importante fazer rádio com um senso de curadoria musical. Aqui, lembramos que isso já foi feito nos anos 1970, 1980 e 1990, por duas emissoras de Porto Alegre que se tornaram casos singulares na radiofonia: a Continental AM 1120 kHz e a Ipanema FM 94.9 MHz. Ao resgatar e registrar as histórias dessas duas rádios, este livro não apenas defende a sobrevivência e a utilidade do rádio, mas fala da absoluta necessidade da continuação da sua existência. Esse veículo é fundamental como meio de divulgação de conteúdos informativos a respeito da música e, sobretudo, como difusor cultural de novas tendências e movimentos musicais por meio da exposição contínua da produção musical independente.

As várias mortes do rádio como veículo de comunicação vêm sendo anunciadas há décadas. Nos anos 1950, decretou-se uma das primeiras mortes do rádio com o empoderamento da televisão. No raiar dos eletrizantes anos 1980, o duo britânico The Buggles, formado por Trevor Horn e Geoff Downes, fez sucesso no mundo inteiro com uma canção chamada *Video Killed The Radio Star*. No mínimo, seria um exagero, se não uma mentira deslavada, porque em 1980 a MTV mal dava seus primeiros passos e a canção de Horn e Downes só virou sucesso pois rodou sem parar justamente nas emissoras de rádio de todo o planeta.

Na virada do século e do milênio, continuaram os anúncios do falecimento do rádio, agora com foco mais específico. Anunciavam alguns experts de porra nenhuma que o rádio como meio de divulgação musical estava fadado a desaparecer e que o futuro do rádio seria o passado — ou seja, o retorno ao radiojornalismo, às

hard news e aos programas com mais conteúdos relevantes (fosse lá o que significasse isso!) em lugar de veículo de entretenimento. Mais recentemente, se anunciou uma nova morte do rádio, em termos de programação musical, com o surgimento dos streamings. Antes disso, no início dos 2000, o discurso era de que o abandono do rádio viria com a chegada do curto reinado dos downloads gratuitos do Napster. Isso gerou uma das mais memoráveis batalhas jurídicas dos tempos de internet, liderada pelos integrantes do Metallica, com toda a fúria e clamor, pela alegada violação de direitos autorais ao se permitir baixar músicas sem contrapartida monetária.

Mas música de graça as pessoas sempre tiveram acesso num canal condenado à morte por anos e anos a fio: o rádio. E é aqui que entramos com nosso livro para contar as sagas de duas emissoras de rádio de Porto Alegre que, em três décadas diferentes, cumpriram o mesmo e fundamental papel — o de divulgar na capital gaúcha a música local e independente. Depois, isso se ampliou para outras cidades gaúchas, por meio dos circuitos de shows no interior. Ao desafiar a lógica habitual do rádio, priorizando o caráter autoral e menos comercial de seu repertório, a Continental AM 1120 e a Ipanema FM 94.9 desafiaram também o marketing pesado da indústria fonográfica e foram exceções a todas as regras, escritas ou não, sobre como seria o “fazer rádio”.

Essas histórias de desafios radiofônicos aconteceram em épocas e circunstâncias sociopolíticas diferentes. A Continental AM 1120 surgiu em 1971, passando por uma fase importante no auge da repressão pela ditadura civil-militar, e seguiu promovendo a música produzida em Porto Alegre e arredores em meados dos anos 1970 — no início do que os militares no poder anunciavam como uma “abertura política” ou um “afrouxamento” do regime ditatorial. Já a Ipanema FM surgiu como Bandeirantes FM em 1980, nos

estertores da ditadura, mas pegando, ainda que por pouco tempo, o último general de plantão na presidência da república, João Batista Figueiredo. Este, um cavalariano que preferia “cheiro de cavalo ao cheiro do povo” e que anunciou que faria do Brasil uma democracia novamente (“E aquele que for contra, eu prendo e arrebento!”, enfatizou). A partir da década de 1980, a Ipanema deu continuidade à iniciativa da Continental de tocar a boa produção musical local, lançando as primeiras gravações de nomes como Nei Lisboa e Nelson Coelho de Castro antes de começar a revelar inúmeras bandas de rock. E, ironicamente, essas duas rádios, pensando totalmente *out of the box*, acabaram municinando os elencos das grandes gravadoras com a revelação de muitos artistas que hoje já têm seus nomes inscritos na história da música brasileira. *So let's get it on!*

LEIA O LIVRO

(Leia e vai saber o que é encanto)

Pioneirismo sugere sacrifícios acompanhados de grandes esperanças de sucesso, bem como de enormes possibilidades de fracasso. No mais das vezes, no entanto, o pioneirismo é movido pela capacidade de vislumbrar oportunidades e de ter competência para descortinar novas possibilidades em nome de uma experiência inovadora. Este livro conta as trajetórias de duas emissoras de rádio que, em períodos distintos na linha do tempo, ousaram pensar e fazer um tipo de rádio completamente diverso daquele predominante nas respectivas circunstâncias de seus universos. Mais precisamente, o que se pretende aqui é documentar o trabalho de inserção da música local no rádio feito pelas emissoras Continental AM e Ipanema FM, em Porto Alegre, e o reflexo dessa ação na cena musical ao longo das décadas.

A “superquente Continental AM 1120 kHz”, durante a década de 1970, e principalmente com o surgimento do programa *Mr. Lee in Concert*, apresentado por Júlio Fürst, foi pioneira no lançamento e divulgação de artistas e bandas locais de Porto Alegre e região. A consolidação desse perfil cultural veio com o sucesso da Ipanema FM, ainda na primeira metade dos anos 1980, com uma programação que abria espaços cada vez maiores para a música local. Os efeitos dessas ações se tornaram permanentes ao longo dos anos e serviram de linha mestra para outras emissoras, como a Felusp FM (rebatizada de 107.1, depois Pop Rock, até tornar-se repetidora da Rede Mix FM, já com um viés que não contempla a produção musical local), inaugurada em 1988; e a Unisinos FM, surgida em 1995 por ideia e persistência de Paulo Torino, então professor na área de rádio do curso de Comunicação da Universidade do Vale do Sinos. Ambas as rádios surgiram em cidades próximas a Porto Alegre, respectivamente, Canoas e São Leopoldo.

Esse olhar e inserção da música local estendeu-se a emissoras tidas como convencionais, como a Atlântida FM, que desde a explosão do rock gaúcho a partir do lançamento do LP *Rock Grande do Sul* (gravadora RCA/BMG-Ariola), em 1985, passou a rodar as bandas locais, especialmente as faixas daquele álbum. O grupo RBS, ao qual pertence a Atlântida FM, chegou a ter, no início dos anos 2000, um selo próprio, o *Orbeat Music*, idealizado por Renato Sirotsky (um dos criadores do festival Planeta Atlântida, e precocemente falecido) e coordenado inicialmente por Raul Albornoz (com passagem conhecida no mercado fonográfico gaúcho, particularmente como diretor artístico da gravadora Acit, de Caxias do Sul). O selo era focado na produção local de caráter mais pop e por vezes até popularesco.

A valorização de bandas locais permaneceu ao longo das décadas de 1970 a 2000. E todas as rádios voltadas ao segmento jovem (ainda o principal público desse gênero) têm em sua lista de músicas mais pedidas bandas oriundas de Porto Alegre ou de outros lugares do estado e que trabalham na capital. Assim, essa valorização permitiu a criação de um mercado fonográfico e cultural privilegiado para os músicos locais. Nesse caldeirão de bandas em ebulição não se pode deixar de citar a entrada em cena de gravadoras locais, como a já mencionada Acit, que surgiu em Caxias do Sul e logo se instalou em Porto Alegre. A Acit lançou os álbuns fundamentais *Rock Garagem* (1984) e *Rock Garagem II* (1985), idealizados por Ricardo Barão (que também era comunicador da Ipanema FM com o programa *Central Rock*, dedicado ao hard rock e ao heavy metal), revelando bandas como Taranatiriça, Replicantes e Garotos da Rua. As duas últimas acabaram contratadas pela RCA para participar do disco *Rock Grande do Sul*.

Seguindo o caminho aberto por esses discos, outros selos locais e nacionais decidiram investir na cena do tal “rock gaúcho”. A gravadora Pialo, a princípio dedicada à música regionalista (mas comandada por um ex-integrante do grupo hard heavy rock Khaos, dos anos 1970), acabou investindo no nicho com a coletânea *Porto Alegre Rock* e com discos solo de bandas como Astaroth, voltada para o segmento do heavy metal. Do centro do país, além da RCA, futura BMG, com o hoje clássico *Rock Grande do Sul*, a gravadora SBK (depois incorporada à Sony Music), um tanto tardiamente, em 1988, também investiu em uma coletânea bastante semelhante, chamada *Rio Grande do Rock*, que reuniu Cascavelletes, Júlio Reny & Expresso Oriente, Justa Causa, Apartheid e Prize.

Independentemente das circunstâncias, todo pioneirismo deve ser valorizado. E o pioneirismo que consegue deixar marcas e se

tornar uma iniciativa que muda o curso de uma história precisa ser analisado para visualizar o mapa de como chegamos até a atual configuração de um determinado cenário. Então, é necessário voltar no tempo e entender quais foram os pensamentos, as decisões e as atitudes que conduziram a essa situação. A crença no público e na qualidade da música produzida em Porto Alegre levou a uma série de iniciativas que resultaram num mercado fonográfico e cultural singular no Brasil. Por isso, é importante refazer esses caminhos e descobrir como esse cenário se desenvolveu. E você, leitor ou leitora, é convidado/a aqui a compartilhar esse mergulho no túnel do tempo para resgatar essas histórias que, além de exemplos de ousadia e pioneirismo, são recheadas de momentos emocionantes, divertidos e por vezes bizarros.

Apesar dos ensinamentos dos mestres do jornalismo de que o repórter não deve se queixar ao leitor de quão sofrido foi fazer esta ou aquela matéria, é imperativo dizer que foi tarefa árdua remontar as histórias dessas duas aventuras radiofônicas de épocas distintas, ao menos para reafirmar a crônica falta de memória e documentação sobre momentos históricos da música no Brasil. Prova disso, apesar do aumento da quantidade de publicações envolvendo recortes históricos da música brasileira em geral, especialmente biografias, é a evidente escassez de documentação e bibliografia com enfoques em cenas particulares, seja em nível nacional ou regional.¹ Contudo, a procura por informações sobre a história das rádios e da música que tomamos a liberdade de classificar nesta pesquisa como jovem/urbana de Porto Alegre levou a citações sobre o trabalho de

1 Aqui, cabe mencionar a iniciativa fundamental do Relicário do Rock, um portal independente e autônomo, que resgata e difunde a história da cena musical do rock no estado do Rio Grande do Sul. O acervo está disponível em: <https://www.relicariodorockgaucho.com/>, <https://www.youtube.com/c/RelicariodoRockGaucho> e <https://www.facebook.com/Relicario.do.Rock.Gaucho>.

Júlio Fürst, o Mr. Lee, e a Continental AM 1120 kHz. A fase dessa rádio enfocada no livro se inicia em 1º de março de 1971, no auge da truculência da ditadura civil-militar instaurada em 1964 e, na época, comandada pelo terceiro general presidente ditador de plantão, o gaúcho de Bagé, Emílio Garrastazu Médici.

Diante dessa realidade e contando com o apoio providencial dos livros *Rádio e Capitalismo*, de Luiz Artur Ferraretto, e *Continental 1120*, de Lucio Haeser, nossa narrativa sobre similaridades, situações congêneres e diversidades existentes entre as duas emissoras em questão se baseia em um dos métodos mais antigos de documentação histórica: a boa e nunca velha tradição oral. Ou seja, fomos em busca de quem fez parte das aventuras dessas rádios extremamente diferenciadas não só em nível regional, mas nacional e, quiçá, internacional.

O trabalho diferenciado da Ipanema sempre chamou a atenção e sugeriu reflexões sobre o que teria acontecido com bandas como Ultramen e Cachorro Grande, cuja ascensão se pode perceber e acompanhar desde as primeiras divulgações na emissora, que sempre foi uma exceção da família Band RS. A Ipanema FM era uma emissora de perfil indefinível para os padrões do mercado, mas que era preservada (e o foi por muitos anos) porque desafiava o jogo de cartas marcadas, de classificações de tipo de público por faixas econômicas (A, B ou Z) recorrente no mercado radiofônico. Apesar desse retrato inusual (e, para espanto maior da própria administração da Band RS e direção nacional da Band) a rádio dava lucro, ou seja, era um veículo vendável!

Durante o início dos anos 2000, já havia relatos de produtores do cenário nacional sobre a configuração diferenciada da cena musical de Porto Alegre. Ao observar o funcionamento do mercado no Rio Grande do Sul, era sempre grande o destaque para a singularidade

do sistema de autossustentação das bandas. Não havia milionários vivendo da música local, mas existia um número considerável de artistas que obtêm bom reconhecimento e faturamento apenas com o público regional. Em outros estados (com exceção de Minas Gerais e do Paraná que, eventualmente, são citados como de funcionamento semelhante), o artista que desejasse viver dignamente e apenas de seu trabalho se via obrigado a migrar para o eixo Rio-São Paulo para tentar o cenário nacional. Assim, a associação do mercado de valorização da produção local com a importância da divulgação diferenciada da Ipanema não foi muito difícil.

Tanto a Continental AM como a Ipanema FM devem muito do sucesso e credibilidade alcançados à qualidade da música produzida localmente que elas divulgaram. E essa música divulgada deve a sua dimensão alcançada a essas duas rádios, que serviram como plataforma de lançamento para o sucesso fosse em nível regional, nacional ou até mesmo internacional, como comprovam as incursões do grupo Papas da Língua em terras europeias.

Dentro do jornalismo, o rádio é uma das mídias mais influentes. O seu poder de alcance e persuasão é muito grande, e o caso estudado neste trabalho é um bom exemplo disso. Essa mídia ajudou outro elemento de massa, a música, a tomar uma dimensão que ia além das paredes de uma garagem ou de um quarto de apartamento. Tanto para o jornalismo, quanto para a música, faz-se necessário nos debruçarmos sobre essa questão para explicar a dimensão que esses dois elementos podem ter.

Neste livro, fruto de um trabalho de conclusão do curso de Jornalismo da Unisinos, adaptado com as devidas atualizações e contextualizações, analisamos os processos comunicativos produzidos pela Continental AM e pela Ipanema FM, no final da década de 1970 e início da década de 1980, para a inserção da

música local na mídia rádio e a repercussão desses processos na cena musical de Porto Alegre. Não é nossa pretensão maior encontrar semelhanças nos processos de trabalho das duas emissoras em foco, mas sim dissecar das motivações e repercussões deles.

Para tanto, optamos por uma investigação a partir da análise de entrevistas. A já citada escassez de bibliografia e o fato de as histórias estudadas serem relativamente recentes (e, portanto, contarmos atualmente com personagens que vivenciaram aqueles cenários) foram as principais motivações para a escolha desse procedimento. Porém, há de se considerar a importância da memória emocional das pessoas envolvidas nos fatos. Nesse sentido, existem aspectos subjetivos que ajudam a construir essas histórias, e que às vezes se distinguem de fatos objetivos. Não que as pessoas mintam deliberadamente, mas muitas vezes a memória nos prega peças e cria ilusões, de modo que a subjetividade também compõe as narrativas.

Sobre os entrevistados, os critérios usados para seleção foram a relevância e a facilidade de acesso. Pelo critério da relevância, foram procurados aqueles que tiveram papel crucial na implantação dos veículos ou no desenvolvimento de projetos essenciais envolvendo o contexto da pesquisa que originou este livro. Aqui, é muito importante salientar a ausência de um depoimento de Fernando Westphalen, diretor responsável pela virada de rumos da Continental AM para a “Superquente 1120”. O contato de Fernando, infelizmente, não foi encontrado na época da pesquisa original e na atualização de dados, e descobriu-se que ele, lamentavelmente, havia falecido em 16 de julho de 2009. Já o quesito facilidade de acesso inclui pessoas que talvez não tiveram um desempenho tão determinante (mas não menos importante) na história, mas que fazem parte do círculo de contatos dos autores e cujos depoimentos seriam facilmente obtidos.

Foram muitos os personagens que fizeram parte dessas histórias. A obtenção de todos os depoimentos, no entanto, seria impossível. E, da maior parte deles, muito difícil. Por isso, optamos por uma seleção com esses critérios, visando um material suficiente que possibilitasse analisar os principais aspectos da construção da Continental e da Ipanema. Desse modo, contamos com entrevistas com nove pessoas que participaram ativamente das duas rádios: Dedé Ribeiro, Edu Santos, Jimi Joe, Wander Wildner, Júlio Fürst, Mauro Borba, J. B. Schüller, Mary Mezzari e Nilton Fernando. As entrevistas foram realizadas por Cristiane Marçal, no ano de 2008, algumas pessoalmente (com gravação em áudio) e outras por e-mail.

Nota-se que o fato de as entrevistas terem sido realizadas em 2008 não significa que tenham perdido seu valor histórico. Muito pelo contrário, tais entrevistas preservam para novas gerações as sagas de dois veículos de comunicação que corajosamente romperam os laços com os padrões vigentes em suas respectivas épocas.

Isso posto, vamos lá. Inicialmente, contamos de forma sucinta as histórias dos dois veículos e os principais aspectos delas que envolvem a intenção deste livro. Depois, realizamos uma análise das principais características e fatos que envolveram a divulgação e a repercussão da jornada das duas emissoras e, em consequência, da música local. A análise é feita por assunto, mesclando as duas rádios, sem respeito a uma ordem cronológica. Dessa forma, é mais fácil visualizar as semelhanças entre os veículos. Nossa narrativa se concentra na década de funcionamento da Continental, da criação do projeto ao fechamento da rádio, e nos primeiros anos da Ipanema e um pouco além. Então, para finalizar, abordamos o reflexo desse trabalho ao longo dos anos e na cena dos dias atuais.

Por fim, os autores decidiram inserir, ao final, na íntegra, as transcrições das oito entrevistas com os protagonistas do trabalho de divulgação da produção musical independente de Porto Alegre (e além) realizado pelas duas emissoras retratadas. Desse modo, esses registros históricos importantes podem ser revisitados e resgatados para um público mais amplo.

OS PRIMÓRDIOS (Senta que lá vem história!)

A história propriamente dita da rádio Continental AM começa em 1959, quando Victor Issler, político gaúcho exercendo mandato no Rio de Janeiro, então capital do Brasil, adquiriu uma emissora de rádio localizada na frequência de 1120 kHz no dial das rádios AM da época. Todavia, vale lembrar que a possibilidade de transmissão em FM já havia se tornado possível em 1933 por uma invenção do engenheiro norte-americano Edwin Armstrong. Em 1962, se iniciaram as transmissões sob gerência do filho de Victor, Leônidas Issler, com o nome fantasia de rádio Continental.

A gestão da família Issler no comando da Continental, no entanto, não durou muito e, em 1964, principalmente devido à situação de alta turbulência política após o golpe civil-militar desfechado contra o governo do presidente João Goulart, Victor Issler vendeu o canal 1120 à Rede Globo de Roberto Marinho. Em 1965, o grupo assumiu o gerenciamento da rádio e, até 1970, a emissora passou por uma série de experimentações de modelos de programação que não obtiveram sucesso. Depois de muitas tentativas de fazer deslanchar a rádio, incluindo o envio de vários executivos do sudeste do país até a tentativa de passar a rádio adiante, em 1971, a família Marinho optou por escolher alguém de Porto Alegre para

assumir a já desgastante e irritante missão de gerenciar a empresa e fazer com que se obtivesse retorno financeiro. E aqui começa a história que realmente nos interessa...

SUPERQUENTE CONTINENTAL AM
(Rebelde com causa)

*Eu quero é botar meu bloco na rua
Gingar, pra dar e vender
(Eu quero é botar meu bloco na rua, Sérgio Sampaio, 1973)*

Fernando Westphalen (1937-2009) era, em 1971, um publicitário contratado pela então toda poderosa agência MPM Propaganda, em Porto Alegre, e já conhecido no meio pelo apelido de Judeu. Àquela altura da carreira já figuravam em seu currículo quatro emissoras — Metrópole, Gaúcha, Difusora e Guaíba —, mas ele encontrava dificuldades para trabalhar nos comerciais de muitos de seus clientes que exigiam uma linguagem mais jovial. A falta de uma segmentação maior das rádios, com foco em nichos de públicos como os jovens, era uma falha percebida por Westphalen enquanto publicitário. As rádios da época eram caretonas, com locutores de vozes gongóricas lendo textos comerciais cujo excesso de seriedade beirava o ridículo.

Essa percepção foi o que conectou a história de Westphalen à rádio Continental. Em 1970, ao saber da disponibilidade de venda da emissora, ele tentou convencer Antônio Mafuz, um dos sócios da MPM, a fazer a compra.² De qualquer maneira, voltando a

² Detalhe: até hoje canais de emissoras de rádios e televisões são concessões do governo federal. Isto é, legalmente, não podem ser vendidos livremente. Em caso de desistência do concessionário, o canal deve ser devolvido à federação para que seja colocado à disposição de outros interessados na concessão em sistema de concorrência

Westphalen e à Continental, a tentativa do negócio de compra da frequência pode ter sido frustrada, mas rendeu um convite da Globo para que o Judeu assumisse a responsabilidade pela administração da rádio. Em janeiro de 1971, Fernando Westphalen embarcava, por insistência do próprio Mafuz, para o Rio de Janeiro, não muito disposto a ouvir a proposta da família Marinho. Junto com ele ia a certeza de passar um fim de semana na capital carioca de graça e uma proposta considerada por ele mesmo absurda para assumir o canal 1120 em Porto Alegre.

Com cabelos longos, como convinha a um publicitário dos anos 1970 ligado na cultura do rock e em todos os fragmentos de contracultura que porventura chegassem ao Brasil, Westphalen foi à reunião agendada com Armando Queiroz, diretor do poderoso Sistema Globo de Rádio. Na reunião, ele jogou na mesa uma proposta considerada por ele mesmo como extremamente pretensiosa e inatingível, feita aparentemente sob medida para ser rejeitada. Depois de apresentações mútuas e sem mais delongas, Westphalen lançou um papo reto com a ideia de encerrar logo aquela burocracia e partir para pegar uma praia no seu fim de semana carioca com despesas pagas. Sem qualquer modéstia ou pudores, ele disse a Queiroz que até aceitaria assumir o comando da Continental AM 1120 desde que tivesse carta branca. Ou seja, ninguém da Globo poderia se meter nas decisões sobre os rumos da emissora enquanto ele fosse o *big boss* da parada. Esperando ouvir um “isso não” ou no mínimo um “veja bem”, e já na ponta da cadeira pronto para zarpar, ouviu, na verdade, um “e o que mais?” da parte de Queiroz, que concordou com a autonomia de Westphalen no comando da rádio que estava dando nos nervos radiofônicos dos poderosos globais.

pública. Mas igualmente continua sendo prática usual a venda ou o arrendamento da frequência em sua totalidade ou em certos horários, especialmente aqueles horários ocupados por programações religiosas.

Pego no contrapé, Westphalen se ajeitou na cadeira e, ainda com ar de desdém, disse que estava muito bem empregado na MPM, quando Queiroz desferiu outro inesperado contragolpe: a Globo pagaria o mesmo salário da MPM para ele comandar a rádio. O embate prosseguiu. Embora adorasse rádio, Westphalen blefou mais uma vez e disse que não tinha interesse na rádio nem no salário e acrescentou à proposta que ele também ganhasse comissão de 10% do faturamento da rádio, além do salário. E a autonomia absoluta no comando. Mais um round perdido, mas também ganho (eis a esperteza de Westphalen), pois mais uma vez Queiroz aceitou prontamente todos os pedidos. Westphalen não teve outra opção a não ser aceitar. E saiu da reunião para curtir seu fim de semana carioca. Porém, à noite, no hotel, não conseguiu dormir, remoído pela quase total e absoluta certeza de que pediu pouco em comparação aos valores de mercado da área praticados no Rio de Janeiro e em São Paulo e por isso teve suas propostas prontamente aceitas.

De volta a Porto Alegre, sacramentado como novo diretor da rádio Continental, Westphalen começou a montar a sua equipe e a selecionar o que poderia ser mantido da programação que já estava no ar. Da “grade” já existente, ele decidiu manter os programas *Cascalho Time* e *Ritmo 20*. O primeiro era apresentado por Antônio Carlos Contursi, o próprio Cascalho, com seus impagáveis e memoráveis bordões e um repertório focado basicamente na música pop afro-americana vinda dos Estados Unidos (em concorrência direta com Fernando Sbróglia, uma espécie de Big Boy dos pampas, que comandava programa semelhante na rádio Pampa, vizinha de dial da Continental, na frequência de 1200 kHz). Já o segundo era realizado por Clóvis Dias Costa, que trazia os últimos lançamentos do rock até os ouvidos ávidos da juventude do Portinho, como

o álbum com a trilha do recém-lançado documentário sobre o antológico Festival de Woodstock. O *Ritmo 20* rompia parâmetros ao rodar a versão de 11 minutos de *I Heard It Through the Grapevine*, incluída pelo grupo Creedence Clearwater Revival no seu álbum *Cosmo's Factory*, de 1970, quando o padrão radiofônico era rodar faixas de não mais de 3 minutos e meio, considerado o tempo ideal para um single. Com a chegada de Westphalen ao comando da Continental, assumiu como novo diretor de programação Marcus Aurélio Wesendonk, enquanto a direção comercial ficou com Luis Eduardo Moreira.

O diferencial na nova gestão começou com a programação musical. O conteúdo era equitativamente dividido: 50% de música brasileira e 50% de música estrangeira (o que, na verdade, apenas cumpria uma lei da época simplesmente descumprida pela maior parte das emissoras). Com exceção dos já mencionados programas do Cascalho e de Clóvis Dias Costa, que tinham autonomia no repertório de seus horários, toda a programação da Continental era alternada entre uma música nacional e outra gringa. Mas o principal trunfo da rádio estava na exclusividade musical. A incumbência de manter essa exclusividade foi delegada ao anônimo personagem Agente 1120, que era apenas citado a cada lançamento da rádio como o responsável pelo lançamento de discos internacionais que só seriam lançados no Brasil meses depois. Havia brincadeiras com as “paradas de sucessos” em programetes que anunciavam a música seguinte, por exemplo, “Billboard: décimo oitavo lugar em Singapura!”.

A inovação da programação também passou pela linguagem da rádio como um todo. Embora ainda utilizasse locutores considerados de vozes convencionais para uma emissora de rádio, rolou uma profunda mudança no discurso enunciado por eles, que também foram liberados para abandonar seus estilos formais.

A postura casual e despojada dos locutores da Continental, cheia de gírias, contrastava frontalmente com os vozeirões que ainda imperavam no rádio dos anos 1970. Pela mudança de estilo de fala passava também o espaço publicitário, exatamente o que despertou em Westphalen a ideia de criar uma rádio segmentada. As peças comerciais veiculadas na Continental tinham a “marca registrada” daquela rádio recriada à sonoridade e semelhança imaginadas por Westphalen. Cada vez que um novo texto ou o próprio spot comercial já prontos chegavam à rádio, eram adaptados para a nova linguagem do veículo. Essa iniciativa colaborou para uma grande identificação e fidelidade dos ouvintes. Nenhuma rádio atingia tão bem o público universitário quanto a Continental.

As mudanças renderam frutos imediatos junto a um público jovem ansioso por inovações e satisfação garantida aos anunciantes que só faziam aumentar a receita da emissora. Era como se muitos potenciais clientes estivessem apenas esperando o veículo certo para divulgarem suas marcas. Assim, na renovada Continental AM, novamente contrariando o ritual do habitual, os espaços comerciais passaram a ser tão admirados quanto a programação musical, com alguns jingles virando verdadeiros hits cantados ou assobiados pelos ouvintes, como o clássico comercial da loja Saco & Cuecão (!!!). Embora não tivesse transmissor de grande potência e, portanto, seu alcance fosse muito limitado, o sucesso da emissora só crescia em termos de audiência e, conseqüentemente, de receita.

Uma das principais características que diferenciava a Continental das demais rádios era também o conteúdo abertamente contestador em pleno período de militares arbitrariamente aboletados no poder. O enfrentamento à ditadura aparecia em vários textos, como a vinheta “Continental, a maior audiência no Terceiro Exército” (numa provocativa referência à constante vigilância da censura, que

fazia telefonemas convenientemente anônimos, alertando sobre a proibição de noticiar certos fatos). Mesmo com o policiamento, a turma do jornalismo forçava a barra nos espaços noticiosos da emissora com textos como: “Enquanto os proletas passam fome, o ministro da Agricultura vem julgar boi de latifundiário em Esteio. Ao mesmo tempo, aqui em Porto Alegre, na Redenção, acontece uma cerimônia onde vai ocorrer farta distribuição de latinhas”. No caso, as notícias diziam respeito a assuntos do dia, a saber: a abertura da Expointer, o reino anual do sempre lucrativo (e nos dias atuais disfarçado sob o manto da sustentabilidade) agronegócio e a solenidade de entrega da Medalha do Pacificador, uma das mais altas honrarias do Exército, no Parque da Redenção. A forma debochada e desrespeitosa com que tais notícias eram veiculadas servia de gáudio e motivo para abrir mais uma cerveja nos bares da Esquina Maldita (leia o livro de Paulo César Teixeira) e ser amplamente festejada pela juventude desbundada (consulte o Aurélio!) ou esquerdistas (conscientes ou não) da época.

Todos esses elementos (música, linguagem e contestação) formavam uma unicidade de conteúdo que atingia em cheio o público jovem. Nenhuma rádio tinha esse poder de influência num público-alvo tão bem definido. Com isso, nasceu a segmentação no rádio gaúcho.

O PIONEIRISMO DE MR. LEE
(Um cowboy fora da lei do mercado)

*Pegue sua jaqueta Lee
Sua moto envenenada
E vá embora daqui*

(*Playboy*, Renato & Seus Blue Caps, 1970)

O programa *Mr. Lee in Concert* começou por uma iniciativa da marca de calças jeans Lee. Nos anos 1970, ter uma calça Lee original *made in USA* era sonho de consumo de 11 entre 10 jovens brasileiros. Nos moldes de uma ação promocional norte-americana, em que um programa de rádio, com assinatura da marca, explorava uma proposta diferenciada de música, Júlio Fürst, depois de já ter feito programas de outros gêneros bem diversos, inclusive um baseado em funk e soul music sob o pseudônimo de Julius Brown, assumiu em Porto Alegre, na Continental 1120, o papel do cowboy Mr. Lee, com uma programação musical focada na country music estadunidense. Tudo ligado ao plano de marketing da Lee.

O programa entrou no ar com bom retorno de audiência, contando com um patrocinador peso pesado já antes de tudo começar e com sua marca conhecida mundialmente ligada ao nome da nova atração da Continental. Desse jeito, tudo foi andando bem no embalo da country music até que Júlio, que também era músico e possuía, antes da carreira de locutor, uma loja de discos, foi convidado para ser jurado da edição de 1975 do Musipuc, um tradicional Festival Universitário de Música Popular Brasileira, promovido pelo Centro Acadêmico São Tomás de Aquino, o CASTA, que era a representação estudantil dos cursos de História, Geografia, Filosofia e Ciências Sociais da PUCRS. Foi lá, no antigo Salão de Atos da PUCRS, ao perceber a qualidade daquela produção musical, que ele teve a ideia de usar o espaço da rádio para divulgar aqueles talentos locais. “Foi aí que surgiu a ideia de enfrentar o meu chefe, que era o diretor de marketing da Lee daqui, que era o Américo Bender, que era o idealizador da ideia, da coisa do programa *Mr. Lee in Concert* junto com a agência. [...] Me lembro que eu cheguei na sala dele, um dia, entrei lá e digo: [...] ‘Ô Bender, me estourou uma coisa aqui, cara. Eu acho que a gente tem que mexer nesse programa, eu acho que a

gente tem que abrir uma janela nesse programa para música local'. 'Música o quê?'. 'Música local. Música de Porto Alegre'. Ele quase caiu pra trás. 'Não, tu tá brincando comigo, né?'".

Como ele conseguiu embutir a produção musical local num programa de música country patrocinado por um dos ícones da cultura imperialista ianque? "O meu argumento foi o seguinte: primeiro foi de que eu estava presente no festival, na seleção do festival, que não me lembro mais quantas músicas, uma centena de músicas, né... E que eu tinha esse testemunho, de que eu estava saindo de lá e que tinha um material maravilhoso. Que se fosse bem produzido, bem direcionado, ele daria resultados. E o que me salvou também, o que me ajudou bastante, foi o link que eu fiz pra ele, quer dizer, eu já fui oferecendo pra ele um link com os concertos, que depois eu produzi, o segundo passo. E que aí ele, por sua vez, fez o link com os Estado Unidos. O que acontecia: nos Estados Unidos não era um programa de rádio que tinha lá. Eles tinham o *Lee in Concert*. Eles faziam um concerto de música, é claro que com profissionais, gente conhecida do cenário pop, rock, internacional e tudo mais, e eles faziam um concerto de aproximadamente uma hora com grandes nomes da música internacional e transmitiam aquilo em rede, *coast to coast* [...]. Eu digo, bom, se nós conseguirmos produzir bastante, divulgar, mostrar pro pessoal e começar a fazer uma seleção em função do recall disso, do retorno que provavelmente terão, que certamente terão, das músicas que serão rodadas dentro do programa. Fazer esse trabalho, quer dizer, fazer funcionar exatamente a função que tem um veículo de comunicação — ou seja, pegar um produto e divulgar pro seu ouvinte, divulgar pro grande público. É isso que eu achava que faltava. Estava tudo pronto, faltava uma janela pra mostrar isso pro público".

Voltando um pouco no tempo, é bom lembrar que antes de iniciar o programa, Júlio tinha visitado, a convite da empresa, o complexo da Lee no Rockefeller Center, em Nova York. Lá descobriu que o programa *Lee in Concert* promovia shows transmitidos por emissoras de rádio com gente como de B. B. King e James Taylor, entre muitos outros. Com essa referência em mente e a crença nos talentos locais, o programa *Mr. Lee in Concert* começou a promover uma série de shows chamados Vivendo a Vida de Lee, que influenciaram pessoas como Wander Wildner na decisão de fazer música. Wander conta, em sua autobiografia, que teve uma espécie de iluminação vendo ao vivo os artistas que ele ouvia na Continental quando assistiu à edição do Vivendo a Vida de Lee, realizada no então magicamente encantador Auditório Araújo Vianna, ainda sem a pavorosa cobertura com a qual o iriam conspurcar anos depois.

O Vivendo a Vida de Lee teve quatro edições no Rio Grande do Sul (13 de agosto de 1975; 9 de novembro de 1975; 30 de abril e 1º de maio de 1976; e 3 e 4 de dezembro de 1976), duas em Porto Alegre e mais duas no interior, com tour em Caxias, Passo Fundo, Pelotas e Santa Maria. Além disso, houve uma quinta edição no Paraná, realizada em 23 de outubro de 1976, em Curitiba, onde o Vivendo a Vida de Lee era retransmitido pela Rádio Iguaçu AM. Foi a primeira divulgação massiva do rock e do pop produzidos localmente, promovendo-os ao vivo e em grande estilo para o enorme público acostumado a ouvir aqueles artistas pelas ondas do rádio.

A primeira edição estourou a capacidade de lotação do Cine Teatro Presidente, na avenida Benjamin Constant, em Porto Alegre, mais um templo da cultura destruído pela especulação imobiliária contemporânea. Naquela ocasião, o público arrombou as saídas de emergência e entrou na marra quando percebeu que não conseguiria entrar civilizadamente pela porta principal. Devido ao

enorme tumulto gerado não há números exatos de quantidade de pessoas no público, mas a projeção é que o local tenha recebido aproximadamente 2 mil pessoas, num local com capacidade para mil. Outras 2 mil ficaram de fora, tentando em vão ouvir alguma coisa do som que estava rolando no palco.³ Na segunda edição, a do Auditório Araújo Vianna, a bilheteria contabilizou 5.500 pessoas. Mas o recorde seria batido em Curitiba, com 6.500 no Palácio de Cristal.

O programa *Mr. Lee in Concert* (e com ele, os concertos) acabou em 1978, com o fim do contrato publicitário com a famosa marca de jeans.

BANDEIRANTES FM > IPANEMA FM (Mudando sem mudar)

Eu sou free, eu sou free demais
(*Eu Sou Free*, Sempre Livre, 1984)

Em 1980, a Rede Bandeirantes decidiu colocar uma rádio jovem FM no mercado gaúcho e chamou Nilton Fernando Pereira, que veio de São Paulo com a missão de implantar o projeto. Para tanto decidiu-se utilizar a frequência de 99.3 então ocupada por uma indefinida Difusora FM e já há muitos anos transferida para a Band FM. A ideia de montar um veículo diferente já existia no imaginário de Nilton desde os primeiros tempos da rádio Cachoeira, em Cachoeira do Sul, e era compartilhada pelo então colega Mauro Borba. Quando o grupo paulista entregou a responsabilidade de montar uma rádio sem qualquer orientação a respeito de segmento

³ Tais dados são trazidos por Lucio Haeser em seu livro. Contudo, Júlio Fürst relata, em sua entrevista, que seriam mil pessoas no lado de fora do show.

a ser seguido nem sobre o conteúdo ou a forma de trabalho a ser desenvolvida, surgiu a oportunidade de transformar a utopia em realidade. Segundo Mauro Borba, em seu livro *Prezados Ouvintes*, ele foi procurado por Nilton Fernando, assim que este recebeu o encargo de criar uma nova emissora com conteúdo e programação musical que bem lhe aprouvesse. Escreve Mauro: “O Nilton Fernando me encontrou quando ligou dizendo: ‘A Bandeirantes vai abrir uma FM em Porto Alegre, é a chance de fazermos aquela rádio alternativa que idealizamos’. Acreditávamos que havia muita gente pensando a mesma coisa e que por isso aquela ideia daria certo. E deu”.

A Bandeirantes FM inicial (embrião da Ipanema FM e que logo migraria no dial para a frequência de 94.9), que se tornaria clássica, nasceu num estúdio montado em um casarão da José Bonifácio, no Bom Fim, principal reduto boêmio de Porto Alegre na década de 1980. Nada mais apropriado. Nos 99.3, os ouvintes começam a descobrir, para sua grata surpresa, uma programação alternativa musical e jornalística, que dificilmente se ouviria em outras rádios FM da época em Porto Alegre. Na locução inicialmente prevalecia a voz de Nilton Fernando em falas gravadas para rodar ao longo do dia. À noite, duas vezes por semana, Mauro Borba apresentava o programa *Noite Alta*. Logo em seguida viriam integrar a equipe a jornalista Beth Portugal, que trazia no currículo o trunfo de ter trabalhado na já extinta mas antológica Superquente Continental, e Eliseu Pacheco.

Os meandros do surgimento daquela que viria a ser a histórica Ipanema FM são detectados em 1982, quando o grupo Bandeirantes adquiriu as rádios AM e FM da Difusora, então pertencentes a uma congregação católica. Como o rendimento comercial da Bandeirantes FM estava abaixo do esperado, o grupo apostou em transformar

a frequência numa proposta mais comercial e, ao mesmo tempo, transferir a programação alternativa para a Difusora FM.

As mudanças incluíam também a alteração do nome da emissora. Apesar da insistência do grupo do casarão do Bom Fim, comandado por Nilton Fernando, em adotar um nome para a nova rádio que remetesse à cena cultural da cidade — como Redenção, Bom Fim, Usina, Quintana (numa justa homenagem ao poeta Mario Quintana) —, a direção do grupo paulista optou pelo nome Ipanema, também incluído na lista de sugestões da turma da nova rádio. Para justificar a escolha, foi usado o mesmo argumento apresentado por Nilton e companhia, de que Ipanema é o nome de um bairro na zona sul de Porto Alegre, embora o mesmo nome fosse, na visão do pessoal da Ipanema, muito mais uma referência à tradicional praia carioca do que à praia do Guaíba, na zona sul de Porto Alegre. Já as outras sugestões citadas não faziam o menor sentido para a galera de Sampa. Afinal, por que diabos uma rádio se chamaria Usina ou Quintana? Outro argumento utilizado na definição do nome da nova emissora trazia a alegação comercial de Ipanema ter uma sonoridade parecida com Itapema, uma nova FM lançada na mesma época pelo grupo RBS, a Globo dos Pampas, o que poderia roubar alguns ouvintes da concorrência. O tempo mostrou que isso não ocorreu, uma vez que Ipanema e Itapema passariam a ter programações e públicos bem diferentes. E bota diferença nisso!

Assim, em 1983, a Bandeirantes FM passou a se chamar Ipanema FM, saiu dos 99.3 para os 94.9, abandonou o casarão da José Bonifácio e subiu o morro Santo Antônio para ocupar um estúdio no prédio principal da Rede Bandeirantes em Porto Alegre. Mauro Borba e sua prodigiosa memória nos contam o seguinte nas páginas de *Prezados Ouvintes*: “Foi então que nós, os alternativos que criamos a Bandeirantes FM, mudamos para a Rádio Ipanema (ex-Difusora

FM) em seu novo estúdio no prédio do morro Santo Antônio. Não há notícia de algo semelhante na história das comunicações. A nova Rádio Ipanema tinha a mesma equipe e a mesma programação da Bandeirantes FM. O que mudou foi a posição no dial [...] e o nome da rádio. Mudamos todos de emissora e continuávamos trabalhando juntos para o mesmo patrão”.

E temos a versão de Nilton Fernando, no livro *Gauleses Irredutíveis*: “Essa rádio (a Bandeirantes FM) foi o tubo de ensaio pro que viria depois — a Ipanema FM. A Rede Bandeirantes de São Paulo tinha adquirido a Difusora, de Porto Alegre. E, por uma questão comercial da nova diretoria, vinda de São Paulo, eles acharam tudo bem em ter uma rádio alternativa por aqui — que seria mais tarde a ‘rádio dos loucos’... Enfim, conceitos de rádio”.

FINALMENTE, IPANEMA
(Apropriação de espaços)

*Já voamos a favor do vento
Nadamos contra correnteza
Mas nada foi suficiente
Isso nós já temos certeza*
(Lena, Camisa de Vênus, 1985)

Com o tempo, a Ipanema solidificou-se como representante da cena cultural alternativa de Porto Alegre. A consolidação do público se completaria de forma inequívoca com a rádio promovendo um show do grupo baiano Camisa de Vênus, no Auditório Araújo Vianna (ainda sem o maldito toldo), no dia 5 de dezembro de 1984, um verdadeiro presente de Natal punk para os já fiéis ouvintes da rádio da inovação. E, ao contrário do clima de paz e amor dos shows de

Mr. Lee in Concert da Continental de meados dos anos 1970, o show do Camisa foi uma noite marcada por conflitos que se estenderam para muito além dos limites do auditório e transformaram a Osvaldo Aranha, e boa parte do Bom Fim, em zona de guerra entre punks e policiais militares, às vésperas da Nova República de Tancredo Neves, que acabou sendo de José Sarney. O show do Camisa explicitou a liberdade de programação da recém-chegada Ipanema FM e abriu espaço para bandas emergentes que, diferentemente do momento tecnológico vivido pela Continental, já tinham condições de produzir, gravar e entregar fitas demo no estúdio da rádio com canções gravadas, muitas vezes, no mesmo dia em algum dos muitos estúdios que começavam a pintar em Porto Alegre.

Realmente havia algo de novo no ar com uma rádio rebelde que catalisou uma cena musical em processo de formação comandada pelas bandas de rock. Para Luiz Artur Ferraretto, professor das disciplinas de rádio da Fabico, a Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, e também testemunha ocular de boa parte da história da Ipanema como editor de jornalismo das outras duas emissoras da Bandeirantes em Porto Alegre (a saber, Difusora AM e Band FM), a história da Ipanema se liga à da música urbana gaúcha, com destaque especial para a quantidade de novas bandas surgidas no Rio Grande do Sul. Em seu livro *Rádio e Capitalismo no Rio Grande do Sul*, de 2007, Ferraretto descreve também o ecletismo musical ao qual esse rompimento de barreiras entre gêneros musicais deu margem. Escreve ele: “Na Ipanema FM, denominação adotada a partir de 4 de outubro de 1983, há lugar tanto para os grupos do novo rock brasileiro — Barão Vermelho, Camisa de Vênus, Ira!, Legião Urbana, Paralamas do Sucesso... — como para os músicos do Rio Grande do Sul — Beбето Alves, Os Eles, Garotos da Rua, Gelson Oliveira, Nei Lisboa, Nelson Coelho de Castro, Replicantes,

Taranatiriça... Fora o rock de origem anglo-americana, a emissora roda, ainda, os argentinos Charly García e Fito Paez. Abre espaço até para o regionalismo gaúcho em programas como o *Frequência Nativa*, de segunda a sexta-feira, às 6h, e o *Enquanto a Chaleira Chia*, dividindo as manhãs de domingo com outras atrações, entre as quais um horário dedicado à música erudita. Vez ou outra, ainda, ouve-se algum tango de influência jazzística de Astor Piazzola”.

Em 1985, impulsionada pela explosão do rock nacional, a rádio chegou ao terceiro lugar de audiência, segundo os dados das pesquisas do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), fundado em 1942 e tido por longos anos como o principal balizador de tendências de opinião não apenas na medição de alcance de mídias como rádio e televisão, mas também em pesquisas eleitorais. Os números do Ibope atestaram o bom momento comercial que vivia a Ipanema FM, obrigando as demais concorrentes a também veicular as insurgentes bandas e artistas solo do novo panorama musical brasileiro. Um exemplo foi o agradecimento público feito à Ipanema por Herbert Vianna, dos Paralamas do Sucesso, em um grande show no Gigantinho. O cantor saudou a rádio por ter sido a primeira a tocar Paralamas, em meio a um show no ginásio de esportes do Sport Club Internacional completamente lotado. O *plot twist* da história é que o evento era promovido pela Atlântida FM, rádio concorrente do grupo RBS.

Nos anos 1980, destacaram-se como locutores Nilton Fernando, Katia Suman, Mary Mezzari, Mauro Borba, Ricardo Barão e Isaías Porto. Em 1990, com algumas alterações no quadro, entraram em cena Alemão Vitor Hugo, Cagê, Cláudio Cunha, Eduardo Santos, Nara Sarmiento, Jimi Joe, Julio Reny, Porã e Nilo Cruz. Além das mudanças no microfone, houve também um troca-troca na diretoria, iniciado em 1995 com a saída de Nilton Fernando. Passaram pelo cargo

Edson Araújo, Katia Suman, Eron Dalmolin e Edu Santos, até que, na gestão de Tadeu Malta, a direção da Band RS decidiu acabar com a rádio no dial.⁴ Desse modo, após 32 anos na frequência dos 94.9 MHz, no dia 18 de maio de 2015 não havia mais a Ipanema FM como milhares de ouvintes haviam conhecido, para a tristeza geral dos fanáticos “ipanêmicos”.

As rádios Continental AM e Ipanema FM foram as grandes incentivadoras da música produzida em Porto Alegre e no estado nas décadas de 1970, 1980 e, no caso da Ipanema, 1990 e parte do início dos anos 2000. Nomes como Julio Fürst, Nilton Fernando e Mauro Borba foram referência na época e suas entrevistas serão apresentadas a seguir.

TRANSFORMAÇÕES E PIONEIRISMO (Mudanças e mutações históricas)

Ideologia! Eu quero uma pra viver
(*Ideologia*, Cazuza, 1988)

Aqui, a proposta é analisar, separadamente, os principais aspectos da mudança provocada pelas duas rádios na cena musical de Porto Alegre. Conforme a pesquisa indica, os fatores que determinaram o formato de ambas estão mais ligados a ideologias e convicções e menos a relatórios com números concretos e projeções de desempenho, o que torna os resultados alcançados ainda mais surpreendentes. O fato dessas decisões terem sido tomadas com o aval de dois dos maiores grupos de comunicação nacionais — a Globo e a Bandeirantes — torna essas histórias ainda mais singulares.

⁴ A rádio migrou para a web, sendo extinta anos depois.

A IDEIA

(Todo começo tem uma finalidade)

Todo advento nasce da necessidade. Tudo o que é desenvolvido pelo ser humano tem na sua razão essencial o preenchimento de uma lacuna detectada e sentida em nível pessoal, mas capaz de movimentar coletivos em torno dessa necessidade de preenchimento e pertencimento. Sem a existência dessa necessidade, de uma ânsia de fazer o que é preciso a qualquer custo e com os meios disponíveis, a possibilidade de surgimento de uma ideia que possa resultar no desenvolvimento de um projeto é ínfima. A ideia inicial, o *insight*, precisa de um porquê para ser despertada. E esse porquê é a necessidade, a lacuna, a sensação de incompletude e, sobretudo, a consciência de que o que já está posto como satisfatoriamente existente, na verdade, não satisfaz. Seja essa necessidade percebida pela maioria ou por uma minoria, o que pode diferenciar algumas ideias é a percepção do potencial que elas têm de migrar da minoria para a maioria.

Inclusive, talvez essa ideia inicial sequer tenha sido resultado de um processo consciente. Quando perguntado sobre a credibilidade que a criação da rádio Ipanema tinha em sua concepção, Mauro Borba confessou que eles não imaginavam que a “criatura” pudesse ir tão longe: “[A gente] acreditava que tinha possibilidades. Mas não que ela fosse se tornar um fenômeno. De ter a audiência que alcançou”. No caso da Continental, Fernando Westphalen iniciou a negociação da sua “criatura” exatamente com o intuito de que ela não fosse aceita.

Uma das coisas que mais se destaca em todas essas histórias é a influência (e eficiência) da intuição. Sem o engessamento e o sufoco gerados por expectativas de números ou prognósticos exatos, Júlio Fürst explica que foi sua participação como jurado do

Festival Universitário da PUC, o Musipuc, que o despertou para a potencialidade do cenário musical da época, como já mencionado. Ele nos conta um pouco mais daquela experiência: “Já na primeira edição daquele ano, de 1975, eu senti uma efervescência musical maravilhosa. Na primeira edição de escuta, de seleção das músicas que tinham sido inscritas, eu vi que tinha um potencial enorme ali, e vi que tinha um conteúdo maravilhoso, de qualidade, em todos os estilos musicais. Uma formação bem eclética porque era MPG, música popular gaúcha, era folk, era rock, era pop, era blues [...]. Ali eu vi que tinha realmente muito material que não estava sendo passado para o grande público. Ele estava limitado só aos festivais universitários e nos eventos de colégio e tal. Já havia um movimento um pouco menor, que era o movimento do falecido Carlinhos Hartlieb na época, que eram as Rodas de Som”.

Esse potencial apontado por Júlio surgiu, a princípio, de forma espontânea, fragmentária, e aos poucos foi se tornando um processo movido coletivamente. Contudo, sem uma iniciativa de organização e canalização dessas manifestações, elas acabavam caracterizadas pela dispersão e amadorismo, como descrito por Dedé Ribeiro. Ainda que a tentativa das Rodas de Som⁵, citada no depoimento de Júlio Fürst, tenha tentado cumprir esse papel de disseminação de uma produção musical em proporções maiores, dificilmente isso aconteceria com os sistemas empregados até então sem que fossem puxados por alguma locomotiva midiática.

Essa falta de mediação e de um elemento catalisador para aquela cena tão díspar em termos musicais e estéticos foi logo percebida

5 As Rodas de Som aconteciam nas noites de sextas-feiras, sempre à meia-noite, no histórico Teatro de Arena. Tal espaço foi construído por Jairo de Andrade e Marlise Saueressig & companhia, encravado na escadaria do viaduto Otávio Rocha (conhecido popularmente como o “viaduto da Borges”). Essa iniciativa das Rodas de Som foi capitaneada inicialmente por Carlinhos Hartlieb, que logo passaria a bola para Nelson Rolim.

por Júlio. Questionado sobre a divulgação desse movimento antes da Continental, o radialista afirma que ela se reduzia às “finais dos festivais universitários, cada um se virando, no boca a boca”. Portanto, a divulgação se restringia àqueles que frequentavam os festivais e o cenário da noite de Porto Alegre. Com a palavra, mais uma vez, nosso inesquecível Mr. Lee: “O que eu senti foi o seguinte: uma noite em que eu fiz uma escuta juntamente com os outros membros do júri, que nós escutamos várias músicas e começamos a fazer a seleção para a pré-qualificação e depois para a seleção final. E aí sim os pré-qualificados se apresentavam já no palco, a primeira seleção de escuta era em fita cassete. Então eu já fui pra casa imaginando assim: ‘bah, mas é um material enorme, maravilhoso, fantástico, super qualificado’. [...] E eu estava, na verdade, na melhor rádio jovem da época. Com um microfone, com um horário, às 22h, um horário nobre — porque ele pegava muito também a saída do turno da noite da universidade. Eu tinha uma audiência muito grande ali, as pesquisas mostravam aquilo, e a própria rádio Continental como um todo tinha sua maior audiência concentrada no público universitário. E digo: ‘bah, um festival universitário, e gente daqui fazendo música de qualidade’. Fiquei assim, me deu uma espécie de, sei lá, um sentimento de culpa por eu estar com um baita de um veículo e não fazendo nada. Fazendo música americana”.

Já a idéia de Nilton Fernando, que resultou na Rádio Ipanema, foi motivada pela mesma lacuna percebida por Júlio Fürst com a Continental — uma crônica carência evidente no cenário com o qual o veículo trabalhava ou, no caso da última rádio, que pretendia trabalhar. Mas o pensamento que resultou na ideia de Nilton trilhou um caminho um pouco diferente. Ele não se baseou na percepção de uma carência do público em si, mas numa maneira de trabalhar

pela tangente do mercado da época. E ele nos conta: “Chego aqui [Porto Alegre], o que é que me chama atenção? Um puta outdoor da rádio Cidade, que estava fazendo um ano. E era um Cristo Redentor de braços abertos. [...] Eles espalharam a Cidade pelo Brasil inteiro, nas capitais eles faziam convênio com as FMs. Aí pensei, ‘puta, eu tô fudido, como é que eu vou concorrer com uma rádio desta?’. Mas aí como o Johnny [Saad, filho de João Saad, fundador da Rede Bandeirantes e atual comandante do conglomerado] me deu liberdade e a rádio ia ser pequena de potência e tudo. Aí eu fui pra casa e pensei, fiquei arriscando o que fazer. Porque eu queria fazer mais ou menos o que a gente fazia lá [em São Paulo] que era uma rádio jovem alternativa”.

E foi o que aconteceu, segundo o relato de Mauro Borba, no livro *Prezados Ouvintes*: “A Bandeirantes FM entrou no ar com uma programação diversificada, apresentando vários estilos musicais, grupos desconhecidos, nacionais e estrangeiros e todos os segmentos que convivem dentro da música, sem preocupação excessiva com o mercado publicitário. Logo descobrimos que essa linha de trabalho era a que mais se identificava com nossas propostas pessoais de fazer uma rádio voltada para os interesses da população e que prestasse um serviço cultural, acrescentando informações que pudessem contribuir para uma maior discussão a respeito das questões que envolvem a música e outras atividades culturais”.

E é novamente Nilton Fernando, em depoimento para o livro *Gauleses Irredutíveis*, quem relembra como se dava o processo de funcionamento da Ipanema FM: “A linguagem da rádio também era inovadora: uma coisa leve, notícias faladas... Tanto é que os comunicadores da Ipanema e da primeira Bandeirantes não eram os típicos locutores. Eram as pessoas que falavam normalmente. Estavam mais pra colunistas e cronistas, na linguagem da rádio:

o Mauro, o Jimi Joe, a Katia... O fato é que a Ipanema não era tão louquinha de pedra e inconsequente assim, como se poderia pensar. Muito pelo contrário: a rádio era bem consequente em termos de postura literária — além do posicionamento político. Essas posturas musicais do Jimi Hendrix, The Doors, isso tudo a gente passava através da palavra. Não era simplesmente rodar o som”. Nilton ainda avalia com satisfação a oportunidade de inovação: “O charme e a chance que eu tive foi essa, justamente. ‘O que estão fazendo? Então não vou fazer’ [...]. Ah, a moda é preto e branco e tu vê todo o desfile com as roupas todas de preto e branco, e tarara, tarara... Aí eu digo: vamos botar um floral bem colorido aqui, pra chocar. Que é a tal guerrilha”.

“Guerrilha” foi o termo utilizado por ele, e citado diversas vezes durante a entrevista, para definir a proposta da Ipanema de desbravamento de novos formatos radiofônicos e conteúdos musicais e uma evidente resistência a sistemas pré-concebidos de programação musical e comercial. Nada mais apropriado.

O IDEAL

(Sonhar o sonho impossível)

“Aí eu saí da Atlântida, o JB (Schüler, então diretor da rádio) ficou reclamando, me xingando: ‘porra, quando eu consigo alguém bom, o cara quer ir embora’. E aí eu ‘tá, vou né, fazer o quê’. Aí ele ainda veio com outra proposta. Ele disse: ‘quanto é que tu vai ganhar na Ipanema?’. Aí eu falei: ‘vou ganhar tanto’. Aí ele: ‘eu te pago não sei quanto mais’. Eu falei: ‘Não quero, eu quero ir pra Ipanema. É a minha cara’”

A breve história contada por Jimi Joe, não por mera coincidência, um dos autores deste livro, sobre um de seus muitos retornos

à Ipanema, ilustra bem a motivação que a proposta do veículo causava. Mais até do que a proposta, o sistema de trabalho parece ser encarado como filosofia e razão de vida profissional pelos que dele fazem parte. Nele, as decisões são tomadas por subjetividades como impulsos sentimentais e gostos pessoais, e não por aspectos mais objetivos que frequentemente estão atrelados a dinheiro, mercado e outras conveniências circunstanciais. Esse cenário gera uma união, uma cumplicidade que só a falta de concorrência interna pode criar.

E voltamos ao testemunho de Nilton Fernando: “Ah, o ouvinte aí trouxe aí o Frank Zappa. Aí o operador, todo mundo pegava junto, ‘já copiei para nós três faixas’. Ah, que legal. Isso era legal. Hoje é diferente, o cara não tá nem aí, ou não dão chance. Aí a gente estimula. ‘Olha aqui, montei a música do fulano’. ‘Ah, legal, vamos colocar no ar’. Todo mundo era incentivado a criar, sabe? Ninguém ganhava bem, mas todo mundo tinha tesão de fazer”. Aliás, já mencionamos a crônica falta (ou, no mínimo, a existência de enormes lacunas) de memória cultural. Nos estertores da Ipanema FM, na deliberado trabalho de “desmanche” da rádio, dezenas de cartuchos de fita magnética com músicas demo de diversos artistas, incluindo exemplares de gravações que remontavam aos primeiros anos da 94.9, foram apagados ou jogados no lixo sem a preocupação histórica de digitalizar, por um processo de curadoria, ao menos artistas mais significativos.

E foi a luta para manter esse sistema singular de trabalho que se transformou na “guerrilha” de Nilton Fernando, como ele tenta explicar nesses estilhaços da história: “estoura a Atlântida, grandes promoções, e a RBS televisão... Aí não tinha como a gente bancar os patrocinadores em mídia. E essa gente... estavam certos. E nós entendíamos isso. Aí eles [os patrocinadores] botavam uma

midiazinha pra nos agradecer lá. Tipo, gastavam R\$ 5 milhões com a televisão, e com a gente R\$ 1.000. Mas a gente gritava mais do que eles [os concorrentes], para parecer que era nós. Aí que era a guerrilha”.

Foi essa mesma lógica que transformou ouvintes em militantes, como será visto mais adiante neste livro que você tem em mãos, querido/a ouvinte/leitor/a! Mas a ideologia que alicerçou essas iniciativas parece ter tomado corpo e vontade própria. Wander Wildner credita a ela a durabilidade da rádio Ipanema com um sistema tão diferenciado, que fez com que a rádio se mantivesse no ar por 32 anos. Ele observa que, apesar das mudanças na direção, a ideia original foi mantida pelas gestões que assumiram o cargo, com exceção do último período, no qual, no afã de satisfazer aos desejos da alta direção da Band RS, a Ipanema FM acabou perdendo sua autonomia e resvalando tristemente para a vala comum das emissoras padronizadas pelo excruciante sistema de Top 40, ou seja, emissoras que trabalham com uma limitada *playlist* musical baseada nas indicações das infames paradas de sucesso. E, entre as explicações, está uma que se assemelha à maneira citada anteriormente de como é encarado o sistema de trabalho. Segundo Wander, “qualquer arte, qualquer comunicação, uma revista, um jornal, uma rádio, se ela é viva, se ela é orgânica, se ela tem coração, ela faz aquilo ali porque aquilo ali é a vida das pessoas. Isso é muito forte”.

O mesmo pensamento passa pela mente daqueles que consolidaram a rádio Continental. O cunho sentimental com que as atividades são encaradas é, certamente, uma das razões fundamentais para a continuidade persistente dessa ideia. De qualquer ideia. Levada para a esfera pessoal, a meta assumida torna-se mais fácil e ganha razões que, como diz o clássico samba de Marino Pinto e Zé da Zilda a partir de uma frase atribuída, originalmente, ao filósofo francês Blaise Pascal, “a própria razão desconhece”.

Julio Fürst reforça o pensamento: “Toda a questão sempre esteve envolvida essencialmente na questão artístico-musical. Eu me realizava estando com os músicos. Até tocava, abria os concertos tocando bateria. Com alguns já tocava junto. Mas eu tinha essa realização também, né. Eu me incluía ali como... aproveitando uma oportunidade de estar no palco, mostrando o trabalho”.

Importante ressaltar que a identificação não se restringe aos profissionais das rádios. Ela apresenta-se também no reconhecimento do público, que colabora com a fidelidade da audiência para a sustentabilidade da proposta. Num momento nacional de extrema repressão política (e de quebra de paradigmas no panorama mundial), o posicionamento abertamente antagônico à ditadura civil-militar vigente no discurso geral da 1120 contribuiu muito para a identificação do público da Continental com a rádio. Ferraretto observa também em seu *Rádio e Capitalismo* outros aspectos dessa questão: “Indo ao encontro do ‘jeitinho sem cerimônia do jovem’ da época, a rádio enfrenta problemas com o Departamento de Censura Federal no auge do processo de cerceamento da liberdade de expressão durante o governo de Emílio Garrastazu Médici. Contribui para que a rádio torne-se alvo constante da repressão, ainda, a presença de profissionais perseguidos pelo regime. No dizer de Westphalen, ‘alguns jornalistas saem direto da cadeia para a Continental, contratados por questões ideológicas e humanitárias’”.

Outra questão apontada por Edu Santos, diretor de programação da Ipanema entre 2003 e 2009, é a supervalorização da produção cultural local. “O estado se autoconsome. Muito pelo bairrismo exagerado que o gaúcho tem. Essa coisa do ‘ah, eu sou gaúcho’”. De qualquer maneira, se o público ajuda a sustentar essa ideologia é porque dela necessita. E essa necessidade, por sua vez, pode ser parcialmente suprida por

pequenos movimentos, como as Rodas de Som, citadas anteriormente. Entretanto, a sensação plena de identificação acontece quando esse público tem um canal de voz minimamente massivo que traga a sensação de não só confortar os que já compartilham da mesma ideia, mas de despertar o potencial de identificação que possa existir em outras pessoas. A ousadia, ou a pureza, como descreve Ricardo Alexandre no livro *Dias de Luta*, toma proporções maiores quando vêm desse canal de voz. Nos diz Alexandre: “O negócio é que, se essa pureza não parte de quem produz ou fomenta a arte, dificilmente ela partirá do povo — que já nasce malicioso o bastante para driblar a política violenta ou o patrão explorador. Se não parte de um jornalista ou de um músico ou de um radialista, acaba reinando a filosofia do ‘eu tenho que me dar bem’, do sucesso a qualquer preço, da falta de escrúpulos na arte e na vida. E, como se sabe, a cultura pop, com sua linguagem pop, com sua linguagem fácil e digestão rápida, só serve mesmo para isto: formar grandes sonhadores, gente que acredite ser possível interferir na sociedade com um refrão cruel (‘a gente somos inútil’ ou ‘somos o futuro da nação’/‘geração Coca-Cola’), com uma entrevista polêmica ou com um figurino esquisitão. Fazer sua parte, como um Quixote Metropolitano”.

PROFISSIONALIZAÇÃO DAS BANDAS E DA PRODUÇÃO MUSICAL (Apostando no escuro)

Assim como o advento nasce da necessidade, o movimento contrário também pode acontecer. Algumas necessidades nascem porque os adventos levam a isso. Se inicialmente as bandas trabalhavam de forma caseira, por opção própria e/ou falta de recursos, a possibilidade até então inédita de divulgação massiva

do material que elas produziam trouxe também a obrigação de um trabalho igualmente apropriado.

Entre a realidade tecnológica atual e a do passado presenciada pelos veículos estudados existe um penhasco que conduziu radialistas e músicos a atitudes singulares para viabilizar seus objetivos. Enquanto hoje as tecnologias permitem a gravação de áudio (que obviamente inclui a música) dentro de casa, em *home studios* com equipamentos mínimos e financeiramente viáveis para pessoas com recursos limitados, o desbravamento dessas emissoras na divulgação daqueles trabalhos exigiu um empenho que só a boa vontade e a capacidade de visão poderiam tornar realidade.

Depois de muita conversa para convencer os responsáveis pelo marketing da Lee e a direção da rádio Continental da potencialidade existente na cena musical local, Júlio Fürst passou para um segundo desafio, como ele nos revelou em seu depoimento sobre as limitações técnicas da época. “Não tinha recurso pra gravar. Não existia gravadora em Porto Alegre. Foi instalar a primeira gravadora com porte de se gravar música, fazer mixagem, tudo, foi a gravadora Isaac lá em 1978, 1977 pra 1978. Então, não tínhamos onde gravar, onde produzir, porque era tudo artesanal, como é que eu ia botar no ar? E aí eu resolvi pegar o estúdio de gravação comercial mesmo da rádio Continental e botar a galera ali mesmo. Improvisado, fazendo um trabalho, uma produção artesanal. Gravando num microfone só. Fazendo uma mixagem sonora na base do espaço físico, ou seja, o vocalista ficava mais na frente, o violão ficava um pouquinho mais atrás. [...] Com um microfone só e um gravador Ampex de dois canais, que era o que tinha num estúdio de gravação para locução de comercial da Continental. Porque a Continental tinha dois estúdios, como basicamente as rádios têm — um estúdio que está no ar e um estúdio para gravação de comerciais, textos,

produção de programas e tal. Então, não era um estúdio para gravar música. E assim mesmo a gente conseguiu gravar. E naquela época existiam uns cartuchos assim de fita, né. Então nós gravávamos nas cartucheiras pra poder colocar aquilo ali no ar, porque cassete não dava pra colocar no ar. Algumas coisas nós gravávamos em fita de rolo e outras nós gravávamos em cartucho direto”.

Não só a tecnologia precária complicou a viabilização da proposta. A empreitada exigia esforços extras de músicos e outros profissionais da rádio, além da coordenação de Júlio, que fazia a curadoria musical do que e quem deveria ser gravado. Daí entra em cena uma espécie de George Martin dos Pampas, o comandante da central de gravações da Continental na época, Francisco Anele Filho, que na sequência migraria para os então recém-fundados (e já mencionados por Júlio) estúdios da Isaec (a sigla significa Instituto Sinodal de Assistência, Educação e Cultura, entidade sucessora do Sínodo Rio-Grandense, de orientação luterana, fundado em 19 de maio de 1886). Júlio nos conta como Anele se virava nos dois canais do Ampex estéreo do estúdio B da Continental para gravar músicos e suas canções que seriam sucessos locais nas ondas da Superquente, com alguns nomes rompendo a barreira do Mampituba para gravar em São Paulo e Rio de Janeiro, como aconteceu com Fernando Ribeiro, Bixo da Seda, Almôndegas e Hermes Aquino, exímio compositor de jingles comerciais, que fez sucesso no Brasil inteiro com sua *Nuvem Passageira*: “Tinha o Francisco Anele, que era um cara também fissurado, o operador principal nessa questão. Foi um cara que me deu uma baita de uma mão também. Sempre assim, 24 horas por dia disponível. Porque a gente também tinha que disponibilizar... a gente não podia gravar durante o dia, porque a rádio tinha os compromissos dela. Aí tinha que pegar os músicos de noite. Aí o cara tinha trabalhado o dia todo. Aí, pô, os caras podem

vir gravar 23h. Nós começávamos a gravar às 23h. Entrava 1h30, 2h, 2h30, 3h da manhã, muitas vezes, várias vezes. Nós entramos madrugada adentro pra aproveitar o estúdio, a capacidade ociosa do estúdio e fazer esse trabalho que era 'por fora' praticamente. Fora da grade de produção toda da rádio Continental. Ela tinha seus programas pra gravar, seus comerciais pra montar. Então muito se fez isso ao longo das madrugadas. Então o Anele foi um cara que se propôs a isso. Às vezes, saíam ruídos, e aí tinha que gravar tudo de novo porque não tinha como regravar [editar]. Não tinha aqueles canais diferentes, que tu tira um, apaga e faz só aquilo. Não tinha playback, não tinha nada. Começou, início, meio e fim, terminou a música, e canta de uma vez só, numa largada só, o pessoal ensaiava direitinho e tocava ali. A gente fazia o melhor possível e tocava no ar. É claro que aquilo tinha uma... eu ancorava aquilo. Tinha uma introdução toda que eu fazia, 'agora começa a parte vocal'".

Essa proposta, segundo Fürst, era ousada não apenas pela demanda que exigia, mas também pelo risco de colocar no ar um trabalho com uma produção técnica mais limitada. Até então, o ouvinte recebia apenas o material com toda a qualidade que uma gravadora pode ofertar. Fala Júlio: “[As gravações vinham] da gravadora Philips, da gravadora Odeon, da gravadora Warner. E se tocava numa rádio em discos. Não se passava pela cabeça: primeiro, tocar música em fita. E, segundo, música local. Produzida, gravada artesanalmente. A gente tinha medo de que aquilo não funcionasse, que não tivesse qualidade suficiente. Porque... o que acontecia? Num trabalho artesanal, como a gente tinha o recurso pra fazer aqui, quando ele entrava na programação ele entrava lado a lado a um disco da Elis, por exemplo. Super bem-produzido pela gravadora Philips. Ou um disco do Chico Buarque, ou um disco de uma gravadora grande. Já pronto, gravado num grande estúdio.

Então esse medo que a gente tinha dessa queda de qualidade, que não fosse funcionar”.

O tempo iria mostrar uma vantagem não prevista — a qualidade limitada da veiculação AM. Ainda segundo Fürst, o FM acabaria por mostrar o que o sistema AM camuflava. Obviamente existia uma diferença entre o material produzido pelas gravadoras e o gravado no estúdio de locução da Continental, mas a soma da qualidade limitada do sistema de ondas médias ao empenho do operador técnico amenizou o problema.

No período inicial, a Ipanema também enfrentou restrições tecnológicas e exigiu empenho de comunicadores e bandas, com problemas ainda semelhantes ao da rádio AM já na década de 1980 e na sonoridade de maior qualidade proporcionada pelo FM. Wander Wildner conta parte de sua experiência nos primeiros tempos de Replicantes: “A gente gravou [a música *Nicotina*, dos Replicantes] pra levar pra Ipanema. A gente entrou no estúdio... Audio Tape, com o Miranda, com o estúdio que não era um estúdio de banda, era um estúdio de locução. Gravamos, eu não me lembro como a gente conseguiu gravar. Porque depois eu fui gravar jingle, um tempo depois, e eu não me lembro. Não sei como a gente conseguiu. Onde foi a bateria, onde ficou... porque era um quadrado onde gravavam locução. Eu não sei como foi gravado...”.

PROFISSIONALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO DE SHOWS

(Jogando e aprendendo a jogar)

Na Continental, a divulgação das bandas locais pela emissora surtiu efeito quase imediato. Fürst conta que a rádio começou a receber esta resposta no dia seguinte “por recall de rua, por boca a boca, as pessoas ligarem pra lá querendo ouvir de novo. Aquilo

foi uma bola de neve. No que resultou? Resultou... então tu vê, eu comecei a colocar isso... foi em maio o Musipuc. Eu entrei no programa em abril. Já foi na segunda quinzena, se não me engano, de maio, primeiro de junho. Em 13 de agosto de 1975 eu fiz o primeiro concerto [Vivendo a Vida de Lee], já colocando 13 bandas”.

Assim, o trabalho árduo de produção, de gravação e de divulgação dos artistas locais pela Continental deu início a um mercado de shows ao vivo. Dois meses e meio de divulgação num programa diário às 22h resultou num público de cerca de 1.500 pessoas dentro do Cine Teatro Presidente, local do primeiro concerto Vivendo a Vida de Lee, e mais de mil do lado de fora, como mencionamos anteriormente. “Tivemos que chamar a Brigada Militar pra fazer um cerco no quarteirão inteiro pra desviar o trânsito”, diz Júlio.

Mas nem tudo eram flores. As limitações técnicas do diminuto estúdio B da Continental ganharam proporções quase gigantescas com o início do processo de produção dos shows. As carências de estrutura também eram desafiadoras e em escala muito maior. Gravar uma música nova de algum artista no estúdio B da rádio passou a ser corriqueiro e até fácil em comparação com o aparato requerido para a produção de um show. E ainda mais de um show coletivo com alterações na logística de palco a cada artista que subia para sua apresentação. “É claro que nós tínhamos várias carências. Carência de iluminação, não tinha os recursos que tem hoje. Os únicos que faziam som naquela época ao ar livre era uma empresa chamada Cotempo. Então tinha uma dedicação total. A Cotempo nos deu uma grande força. O Egon [Egon Alscher, mestre da eletrônica e criador do Estúdio Eger, no bairro Floresta, em Porto Alegre], que era um engenheiro diretor da Cotempo, ele fazia questão de operar porque ele gostava também dos concertos. Ele gostava dos músicos. Então a gente tinha, claro, uma mesa fabricada por eles

mesmos. Não eram equipamentos como tem hoje. Os equipamentos disponíveis que temos hoje, equipamentos importados... Tudo era uma coisa artesanal”. Era a guerrilha musical local pré-Ipanema ironicamente comandada por um cowboy chamado Mr. Lee, que teoricamente deveria representar a dominação ianque em tempos de regime militar, mas paradoxalmente comandava um levante de artistas solo ou em bandas cavalgando suas próprias canções e donos dos rumos de sua própria música.

Dedé Ribeiro, que atua desde aquela época na área de produção cultural e fez parte da equipe da Superquente Continental, faz um balanço da iniciativa e da relevância que a pequena revolução de Mr. Lee levada a efeito pelas ondas médias da emissora teve na cena porto-alegrense: “Do ponto de vista da estrutura para os artistas foi um momento em que eles fizeram os primeiros shows também. E muitos deles foram pisar no palco pela primeira vez nos concertos Vivendo a Vida de Lee que foram produzidos dentro da Continental. Aquilo ali também foi um momento interessante porque foi o que fez o surgimento do show musical em Porto Alegre. Então, eu acho que isso é um ponto importante, que a rádio também saía fora da coisa rádio pra criar um outro tipo de evento. Acho que é um marco importantíssimo para essa questão do nosso histórico do espetáculo mesmo no Rio Grande do Sul. [...] Foi um marco. Foi um marco, não tenho dúvida”.

PÚBLICO LATENTE (À espera da Rádio Prometida)

Todos os acontecimentos resgatados neste livro só aconteceram com o consentimento e ampla adesão do principal alicerce que os sustentou — o público. Sem sua aceitação, nenhum desses

processos teria ocorrido. Nem a proposta diferenciada, nem a permanência dela durante a década de 1970, no caso da Continental, ou por mais de três décadas, no exemplo da Ipanema. A fidelidade e identificação de veículo e público foram fundamentais para solidificar a cumplicidade que sustentou todo o processo.

Se todo advento nasce da necessidade, a principal necessidade que motivou todos esses acontecimentos foi a carência de um porta-voz para um movimento que já existia, ainda que não de forma organizada. Afinal, shows de todos os gêneros já vinham rolando onde fosse possível, como nas Rodas de Som do Teatro de Arena ou em eventuais ocupações de espaços cênicos (ou não) como o Clube de Cultura, o Teatro de Câmara, o espaço do grupo Ói Nós Aqui Outra Vez na fase pré-Terreira da Tribo e os diretórios acadêmicos como o DAFA, da Arquitetura da UFRGS, com seus shows memoráveis. Era o mesmo DAFA que, muito antes de Mr. Lee, havia aberto as portas para a produção musical local, na segunda metade dos anos 1960, com os antológicos festivais ArquiSamba. Já nos 1970, apesar daquelas manifestações espasmódicas de artistas que navegavam no hard rock, como o *power* trio Byzarro, ao instrumental progressivo de Hálito de Funcho e Raiz de Pedra, nada teria ocorrido se já não houvesse um foco de resistência da música local somado à visão de um profissional da comunicação sobre o potencial desse tipo de trabalho e com o veículo apropriado para fazer chegar o som resultante daquela maré criativa a mais ouvidos ávidos por novidades. O incentivo da rádio e do público influenciava outros músicos a mostrar seu trabalho para além das festinhas em casas de amigos no final de semana.

A percepção de Julio Fürst ao decidir interferir na programação do *Mister Lee in Concert* é um dos melhores exemplos disso. Ele

relembra: “[...] eu comecei a colocar [música local] na segunda metade [do programa *Mr. Lee*]. A primeira metade eu conservei ainda, até pra não fazer uma mudança muito radical. E a gente não sabia se ia funcionar ou não. Então, na primeira parte do programa, no início, era música country e, na segunda parte, música local. Pra tu ver que, assim, foi questão de um mês e tomou conta. No fim ele se transformou em um programa de música local. [...] Era uma necessidade do público. E ali, dentro do sucesso, depois do primeiro concerto, né... aí, eu disse bom, agora está tudo contigo. Então ele se transformou num programa de música local, era uma hora de música local”. Embora a decisão da primeira interferência tenha partido do comunicador, a ideia foi consolidada pelo público.

No caso da Continental, Dedé Ribeiro cita uma importante identificação com o contexto político da época. Entre outras características, a Continental era principalmente reconhecida pela sua forte postura de oposição à ditadura, não apenas noticiando material proibido pela férrea censura dos militares, mas, como já mencionado, fazendo isso com fortes tonalidades de ironia e deboche. Segundo Dedé, “além de pegar o público jovem, pegava o público intelectual, o público cabeça... Artista plástico de 40 anos, 50 anos, também ouvia a rádio Continental. Arquitetos ouviam a rádio Continental. Então, aquele tipo de intelectual que era uma força de esquerda, mesmo que ele não fosse jovem, ele ouvia a rádio Continental. Não era uma rádio adolescente. Era uma rádio que pegava qualquer pessoa que tivesse uma cabeça mais abertinha. Exatamente o público que não se contenta em receber uma informação pronta da mídia. Porque tem noção de jabá, tem noção de coisas manipuladas musicalmente”.

REPERCUSSÃO DO TRABALHO

(A resposta do público)

“Encontrei um ouvinte à minha espera. Ele estava impressionado porque tinha ouvido Jimi Hendrix na rádio, e naquela época isso podia ser considerado uma revolução. [...] O comentário dele: *Pô, cara, vocês estão tocando Jimi Hendrix. Vocês sabem o que isso significa? Bom... é claro que vocês sabem!* Balançou a cabeça, olhou para o chão e saiu como se não houvesse mais nada a dizer, pelo menos nada que fosse mais importante do que o seu gesto”. A recordação é de Mauro Borba, um dos fundadores da Ipanema FM, em seu livro *Prezados Ouvintes*, lembrando da importância fundamental de um feedback dos ouvintes para saber a quantas anda a proposta da rádio. No caso da Continental, uma das poucas maneiras de mensurar a audiência talvez tenha sido o público dos concertos, já que a rádio não assinava os serviços do Ibope. Inclusive, uma das muitas vinhetas bem humoradas do veículo fazia menção a esse fato, com a frase escrachada “1120 — não dá Ibope”. Segundo Ferraretto, a partir de novembro de 1971, as emissoras nessa situação foram classificadas como *Outras* nos levantamentos realizados. Mesmo jogada na vala comum do *Outras*, a Continental liderava a audiência entre estudantes de cursos pré-vestibulares e universitários, conforme trabalho realizado por alunos do curso de Comunicação Social da UFRGS e divulgado, em abril de 1973, pela revista *Signo Comunicação*: 52,2% dos entrevistados haviam escutado a Continental no dia anterior ao levantamento e 62% afirmavam ouvir, com frequência, a emissora, ainda segundo informação colhida por Ferraretto.

Já na Ipanema, o projeto que “nasceu para dar errado e acabou dando certo”, segundo Mauro Borba, a repercussão alcançou seu

ápice com a explosão do rock brasileiro nos anos 1980. Segundo relato pessoal de Katia Suman, locutora do núcleo base da rádio e, mais tarde, diretora da rádio, “a Ipanema chegou a ser segundo lugar no Ibope, naquele período dos anos 1980”. Na época, sintonizada com a cena musical que acontecia à margem do trabalho das gravadoras, a rádio se adiantou e começou a tocar, bem antes de outras emissoras, bandas como Paralamas do Sucesso, Legião Urbana e Ira!. Com isso, a Ipanema conseguiu feitos emblemáticos como lotar o Gigantinho no show do Camisa de Vênus. Katia Suman nos conta: “A Rede Globo não falava essa expressão no ar, Camisa de Vênus. Era como se fosse uma coisa pornográfica, era essa a visão que eles tinham. E aqui em Porto Alegre ninguém tocava, só a Ipanema tocava a banda Camisa de Vênus. Estou te citando um exemplo entre milhares. Então, o Gigantinho lotou, e as pessoas cantavam inteiro o disco e era uma coisa que só a Ipanema tocava”.

Toda essa repercussão é resultado também, como já vimos, de uma cumplicidade entre veículo e emissora, que resulta na apropriação da rádio por parte do ouvinte que cria vínculos com locutores favoritos, liga todo dia pedindo música e, em resumo, se sente um pouco dono da rádio com direito e espaço para “reclamar” do que ele considera inapropriado para o veículo a que ele se acostumou a ouvir todo santo dia. Nesse sentido, Nilton definiu, na mesma linha que identificou o trabalho como “guerrilha”, o ouvinte como “militante”. “As pessoas protestavam por causa deste nome, Ipanema. ‘Isto é nome de boutique! Esse nome carioca de rádio paulista aqui em Porto Alegre’. E ali vinha, porque a Ipanema não tem ouvintes, tem militantes...”. O resultado dessa apropriação é a fidelidade.

Ferraretto aponta que, com o tempo, a Ipanema FM firmou-se como uma estação de faturamento médio, mas de público

extremamente fiel. Exemplos desse vínculo são, diz o autor, por mais contraditório que possa parecer, os shows de bandas nacionais, no auge do rock brasileiro dos anos 1980, organizados pelas rádios concorrentes. Antes deles, tornou-se comum grandes porções da plateia gritarem o nome da Ipanema, encobrindo parcialmente a veiculação, no sistema de som de ginásios e teatros, das vinhetas da rádio que realmente estava promovendo o evento.

FORMAÇÃO DE PÚBLICO (Em busca do Ouvinte Perdido)

Esse trabalho não atendeu apenas à demanda já existente, mas também formou uma nova, captando e cooptando um público cansado das opções pouco apetitosas oferecidas pelo dial. Cada um na sua época, ambos os veículos ajudaram a disseminar uma cultura de consumo da produção cultural local. Edu Santos, que fez uma carreira toda na Ipanema, desde o papel de ouvinte, aspirante a músico que levava fitas demo de sua banda, operador de áudio, contato comercial e chegou a diretor de Programação da rádio, reitera a importância da Continental nesse sentido ao dizer que “a Continental tocava músicas legais e diferentes que nas outras [rádios] não tocavam. E isso é bom, né. Por mais jovem que eu fosse, assim, eu gostava de ouvir som, tava gravando um cassete, pra tocar na festinha pros amigos. Então era curioso por música. Pô, formou muita gente aquela rádio. Deu força pra muito músico local”.

Mauro Borba conclui a ideia ao observar que “se hoje existe um público em Porto Alegre pra rock e pra músicas diferentes — porque Porto Alegre é considerada uma capital bem avançada porque tem shows de tudo que é estilo —, tu vai num show de qualidade musical diferente e sempre tem bastante gente, esses

shows sempre lotam, não só aquilo que tá na moda, isso se deve muito à Ipanema. Por exemplo, a gente tocava a vanguarda paulista, Itamar Assumpção, Arrigo Barnabé, e outros artistas do jazz e do próprio rock alternativo e essas pessoas vinham fazer show em Porto Alegre porque tocava na Ipanema. A Ipanema abriu corações e mentes. Todo mundo que se formou ouvindo música naquela época... Muita gente que ouvia a Ipanema naquela época tem a minha idade. E as pessoas falam isso pra mim. Que ‘pô, conheci tal coisa na Ipanema’. E eu também. A minha formação musical era bem restrita ao que eu ouvia no rádio. Minha casa não tinha toca discos, sabe? Eu era muito de ouvir rádio”.

“A VITÓRIA DA GUERRILHA”
(Influência em outras rádios)

Em comum na programação dos dois veículos está o fato de que ambos eram diferenciados desde a sua proposta inicial. Nos dois casos, a ideia foi de trabalhar com algo que não estivesse ao alcance do público. Aqui bebemos novamente na fonte de Luiz Artur Ferraretto para ver melhor essa situação e ele nos mostra que, no caso da Continental, “para o sucesso da proposta, contribui uma idéia de programação baseada em 50% de músicas brasileiras e 50% de sucessos internacionais, estes últimos adquiridos, não raro, no exterior por Aldo Caye, um piloto da Viação Aérea Rio-Grandense (Varig), que, nas transmissões da Continental, ganha o nome de *Agente 1120*. O subterfúgio garante um poderoso elo de identificação com um dos ambientes de entretenimento desta parcela jovem da burguesia porto-alegrense: as canções trazidas, diretamente, de centros como Nova Iorque e Londres são as mesmas que tocam nas boates da moda como Whisky a Go Go e

Encouraçado Butikin. Reforçando a certeza nas escolhas musicais, a rádio assina as revistas norte-americanas *Billboard* e *Cashbox*”.

Chamado para integrar a equipe desde a sua concepção, J. B. Schüler conta o seguinte: “por ter meu passado ligado a boas seleções musicais, músicas pesquisadas, importadas e inéditas, fui convidado para começar a armar o que seria o esquema de programação da então nova rádio Continental — 1120, a superquente, o som nosso de cada dia. [...] Desde o início, fui o responsável pela escolha das músicas que fariam a programação e a identidade da Continental. Eliminamos o que era brega e muito ruim — o Marca Diabo, apelido dado pelo apresentador Cascalho, o Bier Boy, o Cascalho Time. Ordenava as músicas para exibição por hora, misturando sucessos, lançamentos e flashbacks, num balanceamento bem legal. [...] Fomos apresentando, ousando e ajeitando a personalidade da Continental no ar, dia a dia, com muita experimentação”.

Na Ipanema, a ideia seguiu o mesmo sentido de experimentação. O “inventor” da Ipanema, Nilton Fernando, investido da liberdade e autonomia concedida pelo comando da Bandeirantes em São Paulo, estava em busca de um formato diferente dos padrões pseudo-jovem/paradão de sucessos ou adulto/som ambiente. Mesmo enfrentando o costumeiro assédio das gravadoras para que a rádio tocasse “aquela faixa” indicada pelos divulgadores, a emissora procurava abrir espaço para as novas bandas locais, como Garotos da Rua, Nenhum de Nós e Engenheiros do Hawaii, entre tantas fitas cassetes que aportavam diariamente na produção da rádio. Nilton Fernando gosta sempre de deixar bem claro que as gravadoras nunca influenciaram na programação da Ipanema. Tanto é verdade que quando as gravadoras reinventaram o *single* em formato de LP, mas com uma “música de trabalho” apenas (aquela que deveria “puxar” o álbum, numa nova estratégia de pressão para rodar só

o que era do seus interesses), a Ipanema fechou parceria com lojas de discos como a Pop Som, na Galeria Chaves, para obter os álbuns completos e rodar as faixas que achasse mais apropriadas à proposta de programação.

Na Continental, apesar de muito associado ao movimento de divulgação de bandas locais, Julio Fürst afirma que esse trabalho não foi inaugurado com o seu programa na rádio. E diz que “ela [Continental] já estava tocando, começando a tocar uma música que os Almôndegas estavam fazendo... o *Vento Negro*. [...] Os Almôndegas fizeram, mandaram pra rádio, o pessoal da rádio gostou e começou já a tocar. Foi mais ou menos ao mesmo tempo, logo depois veio essa história do [Mr. Lee]... foi praticamente no mesmo ano. Então a rádio já estava aberta a isso. A essas novas propostas. E já meio que namorando [com a música local], mas não tinha mais material”.

De qualquer forma, o programa do cowboy passou a ser usado como uma espécie de laboratório, que selecionava, produzia e veiculava o material das bandas antes destes integrarem definitivamente a programação normal da rádio. Com esse processo, segundo Júlio Fürst, a aceitação do público foi rápida. “Coisa de um mês já estava caracterizado que a música local estava fazendo sucesso, que as pessoas queriam ouvir, ligavam, e era o maior diferencial da rádio Continental. E daí, só cresceu”.

Na década de 1980, na Ipanema, o método não era muito diferente. “Não existia essa política, que a Continental tinha, de tocar fita do artista que chega com uma fita na rádio. E que nós retomamos na Ipanema. A primeira gravação que eu toquei do Engenheiros do Hawaii foi uma fita de rolo. A gente tinha pilhas de fita de rolo, que hoje é coisa de museu. Mas era dessa forma que a coisa acontecia. As pessoas gravavam num estúdio, saíam com uma fita de rolo, levavam na rádio e a gente copiava numa outra

fita. Pra devolver, não ficar com a fita matriz do cara. E tocava a música em fita, né, os gravadores de rolo grande... Até esse trabalho físico de botar numa fita daquele tamanho e tal, isso até, eu acho, impedia um pouco [as outras rádios de fazer o mesmo]”, recorda Mauro Borba.

INOVAÇÃO NA RÁDIO JOVEM (Replicando a linguagem do público)

Todos os resultados obtidos por esses veículos são consequência, como qualquer outro resultado, de um conjunto de ações que se complementavam. Soma-se à programação musical a linguagem criada e incorporada por eles. Na Ipanema, o porto-alegrês e a abordagem do locutor associada à fala do dia a dia era diferente das locuções padrão predominantes no mercado radiofônico, excessivamente animadas (vamos colocar dessa forma), como imitou Mary Mezzari na entrevista para esta pesquisa: “Aí galera!! Vamos lá, cidade linda, aí Porto Alegre!! Fazendo aí geeente!!”. Mary, que junto com Nilton Fernando e Mauro Borba, foi redatora de notícias da rádio e uma das primeiras vozes da Ipanema, morreu precocemente aos 61 anos, na madrugada de 29 de agosto de 2015, cerca de três meses após o encerramento das transmissões da Ipanema FM.

Quem esclarece mais sobre o tal novo estilo em desobediência aos padrões é mais uma vez Luiz Artur Ferraretto: “Ainda na fase de planejamento, Nilton Fernando define uma comunicação conversada, sem atropelos, dando tempo ao ouvinte para pensar no que está sendo dito. Junto com músicas de diversos estilos e ritmos, mas agrupadas, quase sempre, em blocos de três e guardando

alguma identidade entre cada uma delas, a fala quase intimista confere, na gíria já um pouco defasada para a primeira metade da década, um ar meio bicho-grilo à emissora, que se integra à cena cultural mais alternativa de Porto Alegre”.

Mary, que na entrevista utilizada neste livro ainda fazia parte da equipe da Ipanema, complementa a explicação da imitação do sotaque porto-alegrês. “Nós, na Ipanema, a gente fala como a gente fala. Inclusive alguns ouvintes dizem que a gente é como uma segunda pessoa na sala, conversando”. Igualmente, a Continental, segundo descrição de Ferraretto, utiliza “coloquialidade em tom jocoso e uma boa dose de rebeldia juvenil”. Rebeldia que vai acabar se revelando fundamental na formação da identidade dos veículos.

Sobre a programação musical e alguns estranhamentos causados nos ouvintes mais radicais pró rock, Mauro Borba aponta que “Madonna e Michael Jackson, coisas de muito sucesso a gente não tocava porque isso nos deixaria igual à rádio Cidade, à Atlântida. A gente tocava Depeche Mode, que era um pop um pouco mais underground. Mas Madonna, Michael Jackson, nem pensar. Porque aquilo era o grande hit do mundo. E a Ipanema não tocava essas coisas. E aí, eu lembro que um dia eu toquei uma música da Madonna, eu não sei nem por que. Porque não era nem do meu gosto pessoal, na época. Acho que foi pra causar polêmica mesmo (muito tempo depois eu entendi melhor a Madonna e passei a gostar). E, meu Deus, foi uma loucura. As pessoas protestando. ‘O que que é isso? A Ipanema tá mudando? Tá se rendendo ao sistema?’”.

Também sobre a Ipanema, Mary reiterou a informação de Nilton Fernando de que as pressões das gravadoras para rodar determinadas faixas sempre foram simplesmente ignoradas pelos programadores da rádio. Ela nos conta: “Tinha época que a gravadora vinha com o artista novo, né. ‘Está aqui, está aqui o disco, a música

que estamos tocando é a 3'. A Ipanema rodava a 10 [risos]. Sempre foi assim! Claro, a 3. É bacana a 3. Mas tem outras 15 músicas no disco. Vamos rodar as 15. Eu me lembro muito daquela *November Rain*, do Guns N' Roses, é do mesmo disco de *Sweet Child O' Mine*, eu acho⁶. Mas todo mundo tocava aquela, e a Ipanema descobriu a *November Rain*, que foi ser descoberta um ano depois nas outras emissoras". *November Rain* só ganharia notoriedade como o 11º single de *Use Your Illusion I*, em junho de 1992, impulsionado por um clipe para a MTV que era praticamente um curta-metragem. Da mesma forma, isso acontecia na Continental, na época em que os LPs distribuídos para divulgação em rádios vinham com indicação da gravadora das faixas que tinham de ser "trabalhadas", ou seja, rodar à exaustão. Para a turma da Continental, tais indicações serviam como aviso para evitar justamente as faixas selecionadas, que eram providencialmente esquecidas.

Logicamente, essa atitude existia porque havia liberdade para isso. Segundo Nilton, a direção da rádio era feita "com o coração". Liberdade essa que já havia acontecido também na Continental devido à imposição inserida na própria negociação inicial de Westphalen com os executivos da Globo. E devolvemos a palavra à saudosa Mary Mezzari com relação ao quesito liberdade de criar praticado na Ipanema FM, em que, embora tivesse um programador central, seus comunicadores estavam livres para "mexer" na programação. "Na Ipanema, eu vi que as pessoas que trabalhavam lá tinham a liberdade de ajudar a formar. E, assim, eu tenho certeza, tenho consciência, de que na Ipanema com a Beth [Portugal, jornalista e integrante da equipe da Ipanema antes mesmo de ser Ipanema], com o pessoal, a gente começou a inventar uma nova

⁶ *November Rain*, na verdade, é do álbum *Use Your Illusion I*, de 1991, enquanto *Sweet Child O' Mine* está no LP *Appetite For Destruction*, de 1987.

maneira de fazer rádio. Rádio FM, rádio jovem”. Porém, essa “nova maneira de fazer” não foi, assim, facilmente encaixada no sistema.

NÃO PODEMOS SE ENTREGAR

(Não ao sistema e aos perrengues do mercado)

Segundo Mauro Borba, no livro *Prezados Ouvintes*, a maior dificuldade na implantação bem-sucedida do projeto da Ipanema FM foi, sem dúvida, a relação entre a rádio e a audiência, “que sempre se reflete no número de anunciantes e no faturamento da empresa”. Mauro lembra que uma das grandes dificuldades era provar para o mercado (agências de publicidade e anunciantes avulsos) e para a direção da própria empresa que um trabalho de qualidade tem aceitação do público. “Foi sempre o principal problema enfrentado pela equipe. Isso até o momento em que as pesquisas de audiência começaram a refletir o crescimento da rádio em termos numéricos”. Para Mauro, uma rádio com abertura para discos e artistas independentes voltada para um trabalho de maior qualidade — e que modificava uma série de normas já estabelecidas pelas empresas de comunicação e gravadoras — não era, inicialmente, bem recebida por alguns agentes do mercado. Isto é, por um setor que sempre teve como objetivo o lucro, muito mais que a difusão de um conteúdo cultural relevante. Porém, um conteúdo relevante é o que se espera de uma emissora que, em primeiro lugar, é uma concessão pública para veiculação de material de relevância informativa e não meramente um meio de lucro, o qual deve advir das consequências de uma resposta positiva do público. Afinal, sempre é bom lembrar que os canais de rádio e TV utilizados por grandes conglomerados ou pequenos empreendedores são de propriedade pública, estatal, ou seja, do povo.

A quebra de normas foi também uma constante que identificou a Continental, principalmente na postura de oposição ao sistema político vigente em que ela se desenvolveu. Todavia, com a suposta aproximação do fim da ditadura, e em um contexto de falta de adaptação a uma nova tecnologia, aos poucos a fórmula do sucesso da Superquente foi sendo desgastada, o que culminou no encerramento das transmissões da rádio em 1981.

A Ipanema teve mais sorte nesse sentido. Foi exatamente o caminho pela tangente que proporcionou uma virada no trabalho que seguia à margem dos demais veículos, como esclarece Mauro Borba: “o ano de 1985 foi marcado pelo ‘estouro’ do rock no Brasil. O rock sempre foi considerado ‘marginal’ em termos de cultura musical ou comportamento. Rita Lee definiu bem: ‘roqueiro brasileiro sempre teve cara de bandido’. Até que, após o desgaste de outras formas, estilos, formatos e fórmulas musicais, o rock se impôs junto às rádios FMs e ao show business. [...] Apoiado num público jovem, o rock passou a ser a música popular no Brasil. A rádio Ipanema, que já vinha trabalhando com o rock e outros ritmos musicais, foi beneficiada com esse crescimento porque enquanto algumas rádios tiveram que procurar rapidamente se atualizar com os novos grupos que surgiram nos anos 1980, a Ipanema já trabalhava com eles em sua programação. É o caso de Paralamas do Sucesso, Legião Urbana, Camisa de Vênus, Ultraje a Rigor, Capital Inicial e os gaúchos Replicantes, Taranatiriça, Garotos da Rua e muitos outros”. Katia Suman complementa a explicação de Mauro ao dizer que na década de 1980 “teve toda aquela cena que pintou aqui como pintou lá [no centro do país, mais especificamente Rio de Janeiro e São Paulo]. Lá, Paralamas, Titãs, Kid Abelha. Aqui, TNT, De Falla, Replicantes, enfim, a cena que rolou aqui nos anos 1980. Então, nesse momento, a Ipanema estava completamente

sintonizada com isso, e as outras emissoras não estavam. Estavam tocando música internacional, ‘jabazão’, gravadora...”.

Mas a decisão não foi tomada só por ideologia musical. Segundo Mauro Borba, ela foi guiada também pela percepção de que, do jeito que estava, a rádio não iria muito longe. “Tu não vai conseguir ficar anos e anos numa coisa porque tu gosta, se não dá resultado. Aí a gente já tinha isso em mente e quando a gente aderiu ao rock na Ipanema já foi com uma visão mais de mercado. Porque a gente viu que ali era a nossa chance de sobreviver. E também porque o rock não fugia tanto assim da nossa ideia, da nossa filosofia. [...] Era só uma questão de diminuir a parte de MPB, a parte muito ‘viajante’, muito progressiva. A gente tocava Egberto Gismonti, tocava Hermeto Pascoal... sabe? Umass coisas assim, que eram umas viagens. E aí a gente: ‘não, vamos centralizar mais no rock e vamos unir’. [...] E aí foi já com uma visão de mercado”.

A união de ideologia e adaptação ao tão mal falado “sistema” deu resultado. Segundo Mauro, logo nos primeiros meses de 1983, em que a rádio assumiu o nome Ipanema e a frequência dos 94.9, antes usada pela Ordem dos Capuchinhos, tudo foi a toque de caixa. Isto é, uma mudança literalmente vertiginosa. E que, na verdade, como já vimos, foi mais uma mudança de marca e posicionamento no dial e uma sedimentação de uma rádio com uma programação geral autônoma, ainda que inserida em um grande grupo de comunicação. Até porque raramente era mencionado no ar que a Ipanema FM era uma emissora do sistema Bandeirantes de rádio. Tanto assim que muitos ouvintes ficavam extremamente surpresos ao visitar a rádio para buscar brindes ou simplesmente conhecer sua emissora favorita e “descobrir” que os estúdios da Ipanema FM ficavam dentro do prédio principal da Rede Bandeirantes em Porto Alegre, o qual abrigava ainda a TV Bandeirantes e as rádios Band

FM e Difusora AM (depois Band AM). “Foi uma coisa muito rápida, porque tudo isso aconteceu ao mesmo tempo”, diz Mauro sobre a mudança do Bom Fim para o Morro Santo Antônio e a troca de nome e posição no dial.

Apesar dessa virada e do abraçamento do rock brasileiro, manter a ideia não foi fácil até o final da Ipanema FM, quando a Bandeirantes jogou a toalha após várias e fracassadas tentativas de “conformar” a rádio dos loucos às conveniências do mercado, incluindo a contratação de gestores que não tinham absolutamente nada a ver com o DNA original da autêntica Ipanema FM. É Mauro quem nos lembra que sempre houve um temor pela falência do projeto ousado. E continuou existindo, conforme Mauro em entrevista concedida quando a rádio ainda existia sob o comando de Edu Santos: “A Ipanema, mesmo ela tendo dado certo, ela passou por algumas crises, alguns ciclos em que baixava a audiência, baixava o faturamento. Sempre havia um medo no ar, uma coisa de que a Ipanema poderia acabar. Porque ela sempre foi a rádio alternativa, diferente e tal. Ela sempre tinha que provar, a cada dia e a cada mês, que ela era viável. Isso acompanhou a rádio sempre. [...] A Bandeirantes tem canal de satélite, quer dizer, pra eles era muito fácil colocar a programação da Band São Paulo aqui na frequência da Ipanema e acabar com a Ipanema, entendeu? Não custava nada pra eles. No fim, eles acabaram não fazendo isso, mas resolveram acabar com a rádio de outra forma, anos depois”.

INFLUÊNCIA NO MERCADO FONOGRAFICO (Comprando o peixe do som local)

De qualquer maneira, ainda muito antes do fim, mesmo que o fantasma desse fim iminente sempre tenha pairado, tanto sobre a

Continental quanto sobre a Ipanema, a persistência deu resultado. Começando pelo mercado de música que, diante da repercussão, se viu obrigado, ou interessado, a abrir espaço para as bandas reveladas. Para comprovar isso, nos apoiamos em Lucio Haeser, em seu livro sobre a Continental: “Embalado pelo sucesso da Continental, no início de 1976, Hermes Aquino lança pela Tapeçar, um compacto com *Machu Picchu* no lado A e *Nuvem Passageira* no lado B. Apesar de ser o lado B, *Nuvem Passageira* é a música que ‘gruda’ nos ouvidos do público e estoura em todo o país quando vira tema de novela. No fim de 1976, o trio Inconsciente Coletivo, também pela Tapeçar, lança o compacto com *Voando Alto* no lado A e *Fadas Douradas* no lado B.⁷ [...] Ainda em 1976, Fernando Ribeiro⁸ grava pela EMI o LP *Em Mar Aberto*. O disco é lançado em 1977. Pela primeira vez, músicos gaúchos fazem parte de trilhas sonoras de novelas da Globo, o que garante grande projeção. Da novela vão para o Globo de Ouro, *Programa do Chacrinha* e *Fantástico*. Em 1976, *Nuvem Passageira*, de Hermes Aquino, integrou a trilha de *O Casarão*. Fez tanto sucesso que até foi citada por Raul Seixas (em tom de deboche) na letra da música *Eu Também Vou Reclamar*. Outro grande sucesso foi *Canção da Meia-Noite*, com os Almôndegas, música de Zé Flávio, que integrou a trilha da famosa

7 A Tapeçar foi uma gravadora de discos brasileira independente, fundada pelo espanhol Manolo Camero. A princípio, uma fábrica de cartuchos sonoros para carros — uma mídia que as novas gerações nem imaginam o que tenha sido —, a Tapeçar se consolidou como selo musical no início da década de 1970. No princípio, lançava no Brasil títulos da gravadora estadunidense Motown, especializada em black music e responsável por artistas como The Jackson 5, Diana Ross, Stevie Wonder e Marvin Gaye. Com o lucro obtido com os discos da Motown, a Tapeçar resolveu investir no samba, montando um forte catálogo com nomes como Elza Soares e Beth Carvalho. A gravadora também contratou artistas como Novos Baianos e Bezerra da Silva. Em 1978, a Tapeçar começou uma parceria com a Som Livre que durou até 1980, quando a Tapeçar entrou em concordata e fechou as portas. Desde 2011, o acervo da Tapeçar vem sendo restaurado e digitalizado pelo selo Discobertas. Em 2021, a Tapeçar anunciou seu retorno ao mercado.

8 A música sofisticada de Fernando Ribeiro estava longe de ser rock.

novela das 22h, *Saramandaia*, em 1976. No ano seguinte, Hermes coloca *Desencontro de Primavera em Locomotivas*. Em 1978, são três músicas em novelas. *Santa Maria* em *A Sucessora*; *Senhorita* em *Pecado Rasgado*; e *Longas Conversas* em *Te Conteí*. Em 1979, roda *Chuva de Verão em Marrom Glacê*”.

No caso da Ipanema, um dos acontecimentos que melhor ilustra a reverberação da divulgação das bandas locais foi o Festival Rock Universitário, realizado em outubro de 1985. Nele, 10 mil pessoas acompanharam, no Gigantinho, 10 bandas de destaque no efervescente cenário musical da época. E foi naquela noite que se traçou o caminho futuro de algumas delas. Mauro Borba recorda a memorável noitada de rock local no Gigantinho no livro *Prezados Ouvintes*: “Interessada no novo rock gaúcho, a gravadora BMG-Ariola, uma das maiores da indústria fonográfica, manda um ‘olheiro’ para o show. Nessa noite saem contratados Replicantes, Engenheiros do Hawaii, Garotos da Rua e TNT. O De Falla, apesar de estar fora do show, também entra na lista”.

O verdadeiro “pacote” de contratações de boa parte das atrações do festival pela RCA/BMG-Ariola resultou no lançamento do álbum *Rock Grande do Sul*. Mas o festival em si só aconteceu porque houve um trabalho de divulgação dessas bandas que foram escolhidas para o evento justamente porque tinham sucesso local graças ao fato de a Ipanema FM tocá-las quase diariamente em sua programação. Jimi Joe, na entrevista realizada em 2008 para esta pesquisa, complementa: “Eu acho que se não fosse a Ipanema a gente não teria [...], naquela época mesmo, não teria tido aquele *Rock Grande do Sul*, da RCA, com Replicantes, Engenheiros, Garotos da Rua, TNT. Esses caras foram descobertos basicamente porque tocavam na Ipanema... é aquela coisa assim, a história. A história até onde eu sei: o diretor artístico da RCA, que era o Tadeu Valério,

veio pra cá e falou com o Claudinho Pereira pra pedir indicação de bandas. Porque ele ouviu dizer que tinha um cenário muito forte de rock aqui acontecendo. O Claudinho indicou as bandas, e o Claudinho indicou que bandas? Pô, o Claudinho é um cara da RBS. Só que o Claudinho, assim, a Atlântida não tocava banda gaúcha. O Claudinho indicou as bandas que ele ouvia na Ipanema, porque ele era ouvinte da Ipanema. O Claudinho é um cara antenado nessas histórias. Que era Engenheiros, que era Replicantes, que era o Julio Reny, que era não sei o quê...”

Em seu livro, de 2002, Ricardo Alexandre nos dá a visão de como a coletânea foi percebida em São Paulo e no Rio de Janeiro, os grandes “centros culturais” do país: “Lançada no início de 1987⁹, *Rock Grande do Sul* era de fato um bom panorama do que se fazia nas terras de Leonel Brizola. Os Garotos da Rua, veteranos vindos dos anos 70, praticavam um southern rock com influências de Rolling Stones e da J. Geils Band. *Tô de Saco Cheio* soava algo caricato, com um marmanjo vestido de couro e jeans e cantando que os pais não os deixam tomar banho demorado. De qualquer forma, foi bem executada em todo o país”.

A RENDIÇÃO DO MERCADO (Influência sobre outras rádios)

A entrada daquele monte de bandas gaúchas em uma grande gravadora multinacional mexeu, conseqüentemente, com o mercado. Isso deu uma sacudida nas demais rádios, já que o funcionamento delas é, em grande parte, regido pelas indicações do mercado fonográfico, e emissoras como a Atlântida ignoravam

⁹ Apenas uma ressalva à observação de Alexandre: o álbum foi lançado, na verdade, em 1986, pela RCA que, posteriormente, foi vendida para BMG.

intencionalmente a existência daquelas bandas até o lançamento de *Rock Grande do Sul*. Mauro Borba fala da situação naquela época: “Naquele momento, eu me lembro, bem do início dos anos 1980, ninguém tocava um músico novo que fosse daqui e que não viesse com um disco pronto de uma gravadora. Da Warner, da Sony, da BMG, Ariola, sei lá as que existiam na época. Só tocava discos vindos de gravadora. [...] E isso rompeu uma barreira. Depois que essas bandas, que surgiram dessa forma, gravaram por gravadora e tal, as outras rádios passaram a tocar. E as rádios viram também que se não fizessem isso iam estar perdendo terreno”.

Ao contrário do que aconteceu com a Ipanema, que levou dois anos para engrenar e se sentir comercialmente mais segura, a Continental obteve resultados comerciais logo no início. O veículo tinha a vantagem de ter no comando Westphalen, um publicitário que sabia o “caminho das pedras”, ou seja, conhecia toda a galera das agências de propaganda, bem como sabia exatamente quais nichos de mercado procurar. O sucesso comercial logo nos primeiros meses gerou também, é claro, tentativas de abate por parte de outros investidores que, com a experiência da Continental, vislumbraram um novo e inexplorado segmento de mercado. No mesmo ano da criação da Superquente, Octávio Gadret adquire a concessão da Rádio Pampa e envereda pelo mesmo nicho de mercado “descoberto” por Westphalen, com uma linha de programação muito similar. Segundo Luiz Artur Ferraretto, em seu blog *Uma História do Rádio no Rio Grande do Sul*, “em novembro de 1971, Gadret compra a Pampa, estação inaugurada por Ernani Behs e Hamilton Muniz da Rocha em 13 de agosto de 1960, mas controlada, então, por Ney Só dos Santos. A emissora passa a competir, no segmento musical jovem, com a Continental, veiculando sucessos, em sua maioria, estrangeiros”. Em 1973, a

RBS entra na briga e cria a Rádio Porto Alegre. Ambas trabalham com perfis e programações semelhantes, mas nenhuma alcança o sucesso da 1120, “o som nosso de cada dia”.

Voltando à Ipanema FM, uma história interessante envolve o início da carreira dos Paralamas do Sucesso e é um excelente exemplo da batalha travada pela alternativa Ipanema contra o sistema geral pré-estabelecido pelo mercado. Mauro Borba conta o caso: “A gente fez o primeiro show do Paralamas e tocava só na Ipanema. E foi uma loucura, encheu um circo ali no Parque Marinha e tal. Logo em seguida saiu o segundo disco do Paralamas. E aí já entrou em todas as rádios. E quando o Paralamas, um ano depois, veio fazer o show de lançamento do segundo disco, que é *O Passo do Lui*, a promoção já foi da RBS. Ou seja, os caras viram que aquilo ia ser um baita de um fenômeno de público e foram atrás com o poder, a estrutura da empresa e pegaram a promoção. Tanto é que teve um acontecimento clássico em que o Herbert Vianna, quando chegou aqui para o segundo show, ele disse: ‘pô, mas por que não é Ipanema se o outro foi e agora não é mais?’. E aí no show do Gigantinho, que era promoção da Atlântida e da RBS, ele dedicou uma música pra galera da Ipanema. [...] Foi uma vitória... como é que se diz? Da guerrilha!”.

DIVULGAÇÃO E INCENTIVO

(Bandas motivadas)

Para um movimento carente de divulgação, a presença de um veículo que abre suas portas para músicos em início de carreira é um incentivo tão forte que o reflexo aparece nos mínimos aspectos. Só a função de reunião, de agrupamento dessas pessoas em torno de um polo catalisador, já faz uma enorme diferença, como enfatiza

Dedé Ribeiro ao contar que “na Continental, a gente convivia com os artistas. Todos os músicos passavam o dia inteiro dentro da rádio. Eles iam pra lá, tinha um bar na Continental. Tinha a sala de redação, tinha o saguão onde ficava o elevador e tal, e do outro lado tinha um bar que dava pros estúdios. Aquele bar ali, de manhã, de tarde e de noite, tinha pelo menos quatro ou cinco músicos o tempo inteiro ali. Tomando café, conversando, trocando uma ideia, gravando umas coisas. Sabe? Ou estavam sentados na sala de espera ali. Entende? Quer dizer, o tempo inteiro. Não tinha um músico da cidade que não ficasse por ali. Ou eles chegavam para uma entrevista, ou saíam. [...] Ela [Continental] aglutinou as muitas expressões que pipocavam sozinhas e deu uma voz pra elas. Tinha muito artista fazendo música em todo lugar e tal, mas... sabe, tinha um lugar onde eles tinham uma janela”.

Além do aspecto coletivo, entra em jogo o plano individual até mesmo no seu mais remoto imaginário. Principalmente em décadas em que a tecnologia da reprodução ainda era limitada, a veiculação da música de um artista representava muito mais que a simples divulgação. Era a consagração do trabalho. Kledir Ramil, ex-integrante dos Almôndegas, que tiveram suas primeiras músicas tocadas pela rádio Continental pouco antes do grupo assinar contrato do seu primeiro LP com uma gravadora paulista que, coincidentemente, também se chamava Continental, expressa o sentimento no livro *Continental: a Rádio Rebelde de Roberto Marinho*. “É uma sensação fantástica porque desde criança ouvia música em rádio. Na minha vida toda tinha aquele sonho de fazer música pra tocar em rádio e se ouvir. E, de repente, estava lá. A música tocando na rádio. Era a realização de um sonho. Hoje paro pra pensar e era simplesmente uma música tocando na rádio. Hoje em dia a gente tem tantas músicas que tocaram tanto em rádio por

tantos lugares. Mas ali foi a primeira vez que eu me ouvi tocando. Foi uma sensação muito boa. Foi até mais importante do que depois quando o primeiro disco estava pronto”, diz Kledir, dimensionando a importância da Rádio Continental em entrevista para o livro de Lucio Haeser.

Segundo Mary Mezzari, desde o início, ainda como Bandeirantes FM, a Ipanema tinha a política de abrir espaço para que o músico local pudesse levar o trabalho dele diretamente na rádio. Há até uma foto antológica que registra parte da equipe da rádio recebendo uma fita demo na janela da histórica casa da rua José Bonifácio, então sede daquela que viria a ser a gloriosa Ipanema FM. E, no sentido contrário, isso também se apresentava à ela como um incentivo. “De saber que eu estava trabalhando numa rádio que valorizava a produção local. Que ia ser um canal para os músicos, artistas... Não só os músicos, mas os cineastas, os artistas plásticos da cidade terem o seu canal de divulgação”.

Esse movimento mútuo de satisfação criou um sistema singular de conversação e conservação do trabalho. Enquanto profissionais de comunicação, músicos e público contentavam-se entre eles, o mercado desenvolveu uma autosustentação. Ou seja, afastou para muitos artistas a velha máxima de que a melhor saída para sua arte é o aeroporto ou a rodoviária rumo a São Paulo e ao Rio de Janeiro. “O Nei (Lisboa) é um exemplo disso. É um cara que vive aqui e vive bem. Hoje ele nem quer mais tentar a vida no centro do país. E várias bandas de rock vivem aqui e vivem do mercado local. Eu acho que isso, claro, a Ipanema teve influência muito forte principalmente no início dessa cultura. Porque hoje as bandas gaúchas tocam em várias rádios”. O depoimento de Mauro Borba pode ser complementado com duas passagens de seu livro *Prezados Ouvintes*: “O LP *Juntos* (de Nelson Coelho de Castro) foi o primeiro disco independente feito

no Rio Grande do Sul. O lançamento aconteceu por meio da venda de bônus. As pessoas compravam o disco por antecipação, e com o dinheiro arrecadado foi feita a produção. Pouco tempo depois, Nei Lisboa usaria o mesmo sistema para lançar o primeiro disco. [...] [O] mercado de tocar em festas de interior do Estado segura a maioria das bandas, que além de ganhar dinheiro, pega o pique de palco tocando ao vivo, o que sempre foi a essência do rock”.

OUTROS MERCADOS

(Ir aonde o povo está)

Voltando à época da Continental, o trabalho realizado por Júlio Fürst ampliou horizontes e, como capital de um estado, Porto Alegre criou e divulgou os sucessos da cidade para além de seus limites geográficos. Os *Concertos de Mr. Lee* tornaram-se itinerantes, como conta Júlio. “Tinha uma demanda muito grande do interior do estado, o pessoal do interior queria também. [...] Eles ficavam sabendo muito pela cobertura, principalmente da Caldas Júnior na época. A *Folha da Tarde* fazia muita cobertura porque era um jornal que dava muita abertura pra essa questão artística também, toda a atividade artística e cultural. A *Zero Hora* também nos prestigiava. O Juarez Fonseca fez várias matérias sobre o concerto e tal. O próprio *Correio do Povo*, na época, a *Folha da Manhã*, a *Folha da Tarde* davam muita cobertura para os concertos. E o pessoal do interior então começou a nos requisitar e eu comecei a organizar. Eu fiz as principais praças. Fui a Pelotas, no Theatro Guaíra.¹⁰ Levei a Santa Maria, lá no Glória. Depois levei a Caxias. Depois dessas três praças, eu dei um salto sobre Santa

10 Júlio provavelmente quis dizer Cine Teatro Guarany.

Catarina e levei toda a galera, levei 73 músicos pra um grande concerto no ginásio de Cristal, em Curitiba”.

Essa viagem e show em Curitiba foi resultado de um trabalho de veiculação do programa de Mr. Lee na capital paranaense. Em 1975, o programa começou a ser veiculado pela rádio Iguaçu de Curitiba. Julio Fürst gravava abertura, anúncio e desanúncio das canções e o encerramento dos programas destinados aos ouvintes paranaenses nos estúdios da Continental, no Edifício do Relógio, na confluência das ruas General Câmara e Andradas com a Praça da Alfândega, em Porto Alegre, e enviava o material via malote rodoviário. A inclusão de músicos paranaenses na programação fechava o pacote que resultou numa apresentação no Ginásio Palácio de Cristal, do Círculo Militar do Paraná, onde 6.500 pessoas assistiram ao que foi chamado pela imprensa curitibana de “Novo Movimento Musical do Sul”, segundo Júlio.

Voltando ao extremo sul e à Ipanema FM dos anos 1980, como citado anteriormente por Mauro Borba, um mercado de festas no interior criava um reforço considerável para a sobrevivência dos músicos. Eram as chamadas “festas show”. Essa fórmula movimentava profissionalmente locutores da Ipanema, bandas e empresas de logística de som e luz, como a Vento Norte, comandada pelo precocemente falecido Caco Bolsoni. A Vento Norte decolou e se tornou uma grande empresa de aluguel de equipamentos de som e luz graças às iniciativas da galera da Ipanema “extraestúdio”. Como descreve Alexandre, em seu *Dias de Luta*, “foram os Replicantes um dos maiores responsáveis pela solidificação do circuito de shows no interior do Rio Grande do Sul — que permitia que bandas locais, mesmo sem sucesso nacional, sobrevivessem dignamente em seu próprio estado”. Mas não apenas eles. TNT, Júlio Reny & Expresso Oriente, Bandaliera, Os Eles e muitas outras bandas tinham suas

agendas “robustecidas” por aqueles eventos que, além de cachê garantido, tinham geralmente uma boa estrutura de palco, som e luz para fazer seus shows da melhor maneira possível.

MEDIAÇÃO & DIVULGAÇÃO

(Se ninguém toca, a Ipanema toca)

Mary Mezzari volta à cena para nos lembrar mais uma vez sobre a importância do trabalho da Ipanema em mostrar o som dessas bandas para o público. “Bom, bandas que começaram na Ipanema? Bom, Replicantes, Bandaliera, Julio Reny, Jimi Joe. Mais recentemente (em 2008, na época da entrevista), Cachorro Grande... todos. Cascavelletes, TNT, todas as bandas daqui que hoje têm um certo nome tocaram primeiro na Ipanema, com certeza. E bandas nacionais que hoje também estão aí consolidadas tocaram primeiro na Ipanema. Ira!, Barão Vermelho, Paralamas do Sucesso. Teve um show, acho que foi o primeiro show dos Paralamas aqui em Porto Alegre que o Herbert Vianna foi ensinar o público a cantar uma música e o público já sabia. E ele ficou impressionado: ‘como o público já sabia?’. Porque a Ipanema estava rodando!”

Num resumo de todos os aspectos abordados neste livro, essas duas rádios assumiram um papel de mediadoras entre público e músicos. Como citado anteriormente por Kledir Ramil, a música tocada no rádio era a realização de um sonho. Daí se pode afirmar tranquilamente a importância, por essa legitimação e divulgação, que ambos os veículos tinham e faziam da música produzida localmente. A Continental e a Ipanema eram condição inegável de peças fundamentais na história do rádio no Rio Grande do Sul e no Brasil — pois, com as duas emissoras nós temos um típico exemplar da situação paradoxal em que a soma das partes é maior que o todo.

“Foi fundamental a Ipanema na época que não tinha internet, que não tinha um monte de coisas. A Ipanema só tocava. As outras rádios trabalhavam com *playlist*, e a Ipanema era uma *playlist* aberta tocando tudo e todos que nos procuravam”, afirma Edu Santos.¹¹

Entre todas as características da Ipanema, a que sempre se destacou foi o ecletismo. Da abordagem dos comunicadores à programação musical. E essa pluralidade deve-se, principalmente, à orientação da direção (ou à ausência deliberada dela) como nos contou Katia Suman: “Não tinha uma direção dizendo ‘ah, é assim que a coisa é’. As coisas iam acontecendo e todo mundo tinha espaço. A Ipanema era uma rádio que eu conceituaria como “autoral”. No sentido de que o cara que estava no ar era o responsável por tudo, pelo ritmo, pela escolha de pauta, pelo jeito de interagir com o público e, se não fosse ele o programador musical do horário, pelos pitacos musicais. Então, por exemplo, de manhã com o Alemão Vitor Hugo rolava mais rock dos anos 60 e 70, e de tarde, com a Mary, predominava música eletrônica e novidades”. Mary Mezzari também defende a ideia da rádio autoral: “Na Ipanema conta muito o gosto musical, a cara do locutor que está no ar. Então tu sabe que se o Vitor Hugo está no ar, vai rodar mais rock n’ roll, vai rodar mais banda local, vai rodar mais o rock tradicional mesmo. Tu sabe que se eu estou no ar vai rodar mais um Prince, vai rodar também rock n’ roll, mas também vai rodar uma Madonna, eu vou poder surpreender o ouvinte. E mesmo as informações que são dadas por cada um, são filtradas conforme sua visão de mundo”.

Esse conceito de rádio autoral, também apontado por Katia Suman, denota uma liberdade que parece ser exclusividade da Ipanema. E de fato, não é um sistema comum nos meios de comunicação. “Se tu for ver, todas (as emissoras) são assim: tem um cara que é o

11 Entrevista concedida em 07 de julho de 2007.

programador que faz a programação de todos os horários. [...] E aí ele vai ver quantas vezes ele vai repetir a música tal. E, assim, a Ipanema não tem isso, nunca teve isso. Então ela é diferente de tudo que se faz, mesmo. Houve um momento que se comparou a Ipanema com a Fluminense do Rio, que era também 94.9. Mas era tão artificial... Quando eu digo *fake*, assim, é meio pejorativo, que eu quero dizer que é artificial. Mas é um dado da realidade. Ela era toda pensada, os textos eram todos previamente montados na Fluminense também. A única rádio realmente livre, aberta e onde as pessoas podiam falar o que quisessem foi a Ipanema”. Aqui é importante mencionar o caso da Unisinos FM 103.3, um outro exemplo de “rádio autoral” que permaneceu no ar de 1995 a 2019, num estilo bastante aparentado ao da Ipanema, no qual os locutores tinham ampla liberdade de escolha de repertório ou de escolha dos conteúdos informativos que compartilhavam com os ouvintes.

Desse modo, sem o engessamento de uma *playlist* pré-determinada, o resultado foi um amplo leque de possibilidades. Em 2008, Mary citava como exemplo o procedimento já bastante comum dos artistas de lançar singles e álbuns primeiramente na internet. Obedecendo ao padrão de funcionamento comum das rádios, seria necessário aguardar o “consentimento” da gravadora, com envio de CD ou arquivo de som por e-mail, para começar a veicular o novo trabalho. Com o desprendimento desse sistema, a Ipanema possibilitou a veiculação quase imediata dos lançamentos dos artistas que despertavam seu interesse. “O Franz Ferdinand lançou no site dele a música nova? Está hoje no site do Franz Ferdinand, hoje está tocando na Ipanema. Então é uma liberdade, assim... e sem depender da indicação da gravadora, graças a Deus! Quando a gravadora, às vezes, chega com o disco, o disco já está rodando a milhão na rádio”, contou Mary.

Essa flexibilidade viabilizava uma oferta maior ao ouvinte por não limitar o número de músicas a serem rodadas. E esse sistema, mantido desde o início da rádio, coincidiu com a pulverização proporcionada pelas novas tecnologias, como observou Edu Santos sobre a então existente Ipanema: “Hoje tudo joga a nosso favor. No momento que tem uma *playlist* de 40 músicas, que é o que as outras rádios trabalhavam, chega a ser ridículo. Em qualquer mp3 *player*, qualquer celular tu bota mil músicas. Então quem é que vai ficar ouvindo só 40? Só idiota. E a Ipanema, nessa coisa de sempre tocar mil, 2 mil, 3 mil, 4 mil, 5 mil músicas, hoje a gente sem querer ficou pronto pro futuro”.

“O PESSOAL NÃO QUERIA OUVIR MÚSICA EM AM”

(Chegada e ascensão do FM)

As rádios FM, apesar de já existirem desde o início da década de 1970 no estado — a primeira foi a Itaí, que iniciou suas operações em 1972 — demoraram a obter consolidação, tanto por fatores tecnológicos como por falta de percepção mercadológica. Só alcançaram reconhecimento de público, e consequentemente de mercado, no final dos anos 1970 e início dos anos 1980. E foi exatamente essa consolidação que representou o declínio de uma das emissoras analisadas aqui, a Superquente Continental AM 1120.

Luiz Artur Ferraretto explica esse fenômeno: “Entre o público, de 1977 e 1984, aumenta o hábito de sintonizar emissoras de FM, com cidades como Brasília, Recife e Salvador registrando mais ouvintes nesta faixa de transmissão do que em AM, conforme atesta, então, um levantamento realizado pela Marplan — Pesquisas e Estudos de Mercado. Porto Alegre não foge à regra, mas o fenômeno de

audiência representado pelo radialista Sérgio Zambiasi, que se transfere da Difusora para a Farroupilha, em 1983, retarda, até o início da década seguinte, a ultrapassagem do AM pelo FM. [...] Até meados da década seguinte, ampliam suas atividades ou ingressam neste mercado empresas de fora do Estado, mas a sua presença ainda não é tão significativa como aquela que se verificará no final do século. Antes disso, vai ser a segmentação a responsável pela hegemonia do rádio em FM sobre o em AM”.

Mauro Borba afirma que, ainda na década de 1970, o desenvolvimento eletrônico favoreceu a produção de receptores e colaborou para o aumento do número de ouvintes com acesso à nova frequência que tinha som de maior qualidade em relação ao já tradicionalíssimo sistema de transmissão em “amplitude modulada”. Paralelamente a esse desenvolvimento tecnológico, rolou o desenvolvimento do sistema mercadológico, conforme Ferraretto: “em 1983, o mercado já apresenta um certo delineamento e características concorrenciais. [...] O crescimento no número de estações leva as oito rádios existentes, a exemplo do que ocorre com as ondas médias, a um ensaio de segmentação na frequência modulada”. Ou seja, de forma mais dinâmica, repete-se com o FM o processo de segmentação mercadológica que tomou anos para ser implantado no sistema de emissoras AM.

Portanto, o principal resultado desse desenvolvimento de mercado foi a consolidação do modelo de segmentação, visto que a principal característica do novo sistema — a qualidade de som — o beneficiava em contraponto ao sistema de ondas médias. E a implantação desse modelo bebeu diretamente na fonte do veículo que acabou sendo diretamente prejudicado por essas mudanças, no caso o rádio AM, sempre presente há muitas décadas na vida dos ouvintes brasileiros.

Muito antes do processo de “ctrl C + ctrl V” do modelo de segmentação do AM para o insurgente sistema FM, Westphalen, com a autonomia conquistada para gerir a Continental, já parecia antever que a resposta do futuro soprava com o vento assim como as ondas hertzianas de sua emissora. Desde o início, a proposta da Continental focava em um público bem definido. A galera da 1120 falava a linguagem que visava conquistar, segundo Ferraretto, “universitários e pré-universitários das classes A e B, com a faixa etária variando dos 18 aos 35 anos”. Assim, o foco direcionado inaugura primordialmente o modelo segmentado de rádio no estado. Wanderlei de Brito, que também dedicou tempo para se debruçar sobre o “fenômeno” Continental, nos esclarece mais sobre a questão: “O caso da Rádio Continental de Porto Alegre teve influência direta nos padrões das primeiras FMs do Rio Grande do Sul, pois os primeiros comunicadores das FMs trabalharam nesta emissora, que tinha um modelo original na forma e conteúdo... [...] O modelo da rádio Continental AM, marcante na década de 1970, influenciou o meio radiofônico de Porto Alegre, principalmente na fase de implantação e desenvolvimento do FM. Mesmo que a Continental AM não tenha migrado para o novo sistema, praticamente todos os seus profissionais passaram a trabalhar em alguma FM. Pode-se apurar dezenas de nomes que atuaram pela Continental AM, e depois marcaram presença nas FMs de Porto Alegre. [...] Assim como profissionais do rádio, em virtude da maioria dos canais FM concedidos serem ligados a um proprietário de AM, também a estrutura de gestão vigente foi aproveitada, em muitos casos, ficando atrelada à empresa gestora de origem num primeiro momento. Mas como o período exigia novas técnicas de gestão capitalista, estas passam a ser experimentadas nestes novos canais FM, que de certa forma são administrados com menos amadorismo até então empenhados nos processos de gestão das AMs”.

Ainda conforme Brito, o período de transição entre os sistemas teve aproveitamento de algumas experiências de formatos radiofônicos que já começaram um pouco antes do rádio FM, considerando que o novo sistema aproveitou os profissionais que atuavam em emissoras AM. Esse “laboratório”, que se tornou o rádio AM para o trabalho posterior da FM, acabou por determinar o que, na década de 1980, definiria o sentido mercadológico do setor. E a qualidade da transmissão foi crucial para tal definição. É o que lembra Mauro Borba: “A qualidade de som emitida pelo FM fez despertar um interesse cada vez maior do público, que à medida que ia descobrindo a novidade, trocava o hábito de escutar música no velho e nessa altura, já antiquado, aparelho de amplitude modulada. O público jovem, sempre mais ligado nas novidades e maior consumidor de discos, foi o primeiro alvo dessa mudança de estilo. A grande sensação do momento era a qualidade do som. Com o crescimento do público, logo apareceu o interesse comercial e a consequente exploração do mercado, nesse caso, um grande e potencial mercado”.

Na contramão desse desenvolvimento, a Continental AM permaneceu nas ondas médias. Ainda trabalhando com o segmento jovem, ela se vê desfavorecida diante das demais emissoras de mesmo perfil devido à diferença na qualidade de som e ao movimento massivo de migração do público-alvo para o FM. Quando questionado se a responsabilidade do fim da Continental está no fato de ela não ter acompanhado essa migração, Júlio Fürst é incisivo: “Totalmente. [A Continental] Era uma rádio essencialmente musical. E a música migrou toda pro FM. E a questão é a seguinte: ela era comandada pela Globo lá por cima. E a Globo se preocupou com a Globo do Rio, se preocupou com São Paulo, achou que ia demorar muito. ‘Não, em Porto Alegre’. Aquela coisa, ‘província’. ‘Lá no Sul,

vai demorar pra chegar, ainda vai ter que chegar os receptores'. E acabou que os receptores vieram rápido. Questão de um ano, dois. E aí o pessoal não queria ouvir música em AM”.

Lucio Haeser também diz que muitos concordam que teria sido uma vitória se a emissora tivesse migrado para o sistema FM: “Para quase todas as pessoas ouvidas, a Continental teria ganho uma nova vida se tivesse migrado para o FM, mas esta oportunidade foi perdida ou negada pelo governo. Há uma versão citada por muitos funcionários de que houve um vacilo da direção ao não batalhar pelo canal em FM. Judeu diz que houve tentativa, embora sem muito entusiasmo da Globo. Mas o pedido foi negado como retaliação à linha de contestação ao regime militar”. Ou seja, já em seus estertores, a ditadura continuava a fazer valer seu malfadado histórico de repressão ao decretar que a oposição sistemática ao regime promovido desde sempre pela Continental AM permanecesse na vala do “condenado” sistema AM. Em 1981, o Sistema Globo de Rádio não conseguiu a outorga da frequência modulada para Porto Alegre e decidiu retirar a Continental AM do ar. Esse foi o último capítulo de um final que começou com a saída de Fernando Westphalen, em 1977, e a crescente diferença entre o apoio explícito aos militares por parte das organizações Globo e a resistência crítica da direção da Continental, segundo Ferraretto.

REALIDADE DA INTERNET (Digitalização ou morte!)

Foi também uma transição tecnológica a responsável por transformações na Ipanema FM. Não que ela tenha fugido de seus propósitos. Ao menos, segundo boa parte dos entrevistados, ela

adaptou sua proposta inicial ao surgimento da internet.

Edu Santos explica que a demanda de bandas que procuravam a rádio para apresentar seu trabalho continuava a mesma em 2008, sinal de que o veículo seguia acompanhado pela imagem de representação das bandas locais. O que havia mudado era a pressão pela veiculação, já que agora, a partir da difusão da internet, a rádio não se apresenta mais como o único meio de divulgação. “A pressão de ‘ah, por que não toca minha música?’ diminuiu. Porque hoje o cara vai tocar na internet. Tem uns mais chatos que ainda continuam pedindo ‘por que não toca minha música?’. Porque é ruim, né. Mas tem muitos que estão mais preocupados com a web. E a web é que vai fazer eles tocarem na rádio. [...] Nos anos 1980 uma banda que vinha com uma fita cassete pra tocar, tu tocava. Porque a banda era legal e não tinha onde ela tocar. E hoje não. Hoje já tem um nível de exigência maior, por causa de tudo. Por causa das possibilidades que aumentou pra eles e pela exigência do cara que tá ouvindo o rádio”.

A internet não apenas pulverizou a responsabilidade de divulgação da rádio, mas facilitou o processo de garimpo de novas bandas e tendências. Se na época da Continental essa tarefa só poderia ser cumprida por uma pessoa com mobilidade internacional, como um piloto da Varig, atualmente não é necessário sair de casa ou do estúdio para encontrar novas opções de programação. Mary apresentou como exemplo, na Ipanema, o programa *Loiô.net*, apresentado por Vitor Hugo, que “de repente, está tocando uma banda da Ucrânia, que jamais chegaria pelos meios normais da indústria fonográfica aqui”. Ou seja, com o acesso mais fácil e mais rápido à internet, os locutores/autores da Ipanema passaram também a fazer uma curadoria musical muito particular, fuçando no universo da web em busca de sonoridades desconhecidas e

interessantes para mostrar aos fiéis ouvintes ávidos por novidades. Mas sem esquecer jamais os fãs empedernidos de Frank Zappa, Pink Floyd, Rush e outros “rockssauros”.

IPANEMA SEMPRE (Caminhos e descaminhos)

“Tudo é um processo de evolução. O mundo mudou. E aí tu não pode fazer uma rádio do mesmo jeito que foi feita. Ela tem que ir se adaptando às coisas. Em 1985 a gente não tinha música eletrônica na rádio, não tinha rap, não tinha não sei o quê. Agora tem tudo isso. Tem até samba-rock. Pra quem gosta [risos]”. O papo aqui é com Edu Santos sobre as mudanças na porção musical da programação da rádio que ele dirigia naquele momento, em 2008. A principal característica da Ipanema se manteve ao longo dos anos — a falta de uma *playlist* e de uma programação fechada (com exceção do período final da emissora sob o comando de Tadeu Malta). Em 2008, época da entrevista, a Ipanema era eventualmente acusada de ter seu perfil alterado. Edu rebate argumentando que a Ipanema passou por uma adaptação temporal. “Eu acho que é uma rádio que vem acompanhando. E essa coisa de ‘ah, a Ipanema mudou’. Não. Quando a novidade era o Vitor Ramil, o Nei Lisboa, a Ipanema tocava esses caras. Quando a novidade era Engenheiros do Hawaii, Nenhum de Nós, Cidadão Quem, a Ipanema tocou esses caras. Hoje a novidade é, sei lá, o Cartolas, o Superguidis.¹² A Ipanema sempre foi lançando os artistas, continua lançando a galera dessa nova geração. Isso não significa que a gente abandonou esses caras. Continua tocando Nei Lisboa. [...] Só não toca como antes. Porque tudo vai mudando,

¹² Entrevista realizada em 07 de julho de 2007.

aumentando, crescendo e se desenvolvendo”.

Os mesmos argumentos apresentaram Wander Wildner e um dos autores deste livro, Jimi Joe, em uma conversa para o trabalho inicial da pesquisa, no mesmo período da fala de Edu Santos. Mais estilhaços do papo que rolou então com os dois:

Jimi Joe — O pessoal fala “ah, o Edu fudeu a Ipanema”. Eu acho que não. Eu digo pras pessoas. O Edu é fiel ao que a Ipanema sempre foi: uma rádio voltada pras tendências que estão acontecendo...

Wander Wildner — Só que as tendências do tempo dele são outras.

Jimi Joe — Sem esquecer do passado. Tem o Vitor Hugo com os rocks clássicos dele. Mesma coisa assim, o que eu falei antes ali, nos anos 1980 eu rodando Cure. Quando a Mary rodava Prince [...] ela recebia uma caralhada de ligações de gente dizendo “tu é bem chinelona, rodando esse xarope”. E é isso, quer dizer, na época, rodar Prince era um crime para o ouvinte da Ipanema. Mesma coisa que hoje em dia o ouvinte da Ipanema que acha um absurdo o Edu rodar rap. “Ah, a Ipanema toca rap”.

Wander Wildner — Hoje o rap é uma cultura como eram as outras [...].

Jimi Joe — Sim, a Ipanema continua fiel ao que a Ipanema sempre foi, de atualizar. Mostrar as tendências sem esquecer do passado.

Wander Wildner — Só quem há 20 e poucos anos dá entrevista lá, sabe que a rádio é a mesma. É a mesma rádio. A mesma história, tudo igual. Eu me sinto porque eu capto a energia de um lugar. É a mesma energia. A mesma coisa até hoje.

Apesar dos argumentos consistentes, entretanto, seria impossível e até mesmo inadmissível ignorar a declaração feita pelo criador da rádio, Nilton Fernando. Para ele, a rádio não é mais a mesma justamente pela falta de evolução. Principalmente na

linguagem, na abordagem do ouvinte. Sempre lembrando que este é um resgate de uma conversa de 2008, quando a Ipanema ainda existia. Nilton nos dizia: “Hoje [a Ipanema] é uma rádio publicitês, como eu digo. Ele [Edu Santos] faz uma rádio pra publicitário, que é a paixão dele. [...] Não só por isso [que a rádio não é mais a mesma], mas pelo repertório, pela postura. E te digo mais, aquela rádio não tem um espaço. Hoje o mundo é outro. Porque tem umas pessoas, inclusive lá dentro, ipanêmicos antigos, que acham que ‘ah!’. Não é, gente, sabe? Hoje, se eu fosse fazer uma rádio jovem, alternativa, que são palavras mais do que velhas, eu não ia querer fazer o que gente fazia”.

São visões diferentes sobre o mesmo processo: o da adaptação temporal. Independentemente delas, fato é que a rádio continuou ostentando um diferencial em relação às demais emissoras do “segmento jovem”. E se esse diferencial adaptou-se ou não ao seu tempo, aí já é objetivo para outra pesquisa e para um outro livro. E haja Barthes, McLuhan, Freud, Wilhelm Reich, Michel Foucault e tantos outros filosofantes para explicar o inexplicável, a permanência no ar, por 32 anos, de 1982 a 2015¹³, de uma rádio que nasceu para “dar errado” como já observamos pelas visões de seus próprios criadores.

CONCLUSÃO

(This is the end, my only friend, the end)

A gênese deste livro, como explicamos, é o trabalho de conclusão de curso (o temível TCC) elaborado por Cristiane Marçal em 2008.

13 A Ipanema, com esse nome, é de 1983, mas o surgimento dela como Bandeirantes foi em 1982. Independentemente disso, são 32 anos entre o mês de abertura e o de fechamento.

Aquela pesquisa surgiu da percepção da autora de semelhanças entre o trabalho feito pela Continental, na década de 1970, e o papel reconhecidamente desempenhado pela Ipanema, a partir dos anos 1980, de divulgação da música local e independente. O objetivo era compreender como essa semelhança repercutiu na cena musical da época e na construção dela ao longo dos anos. Ao dar início à pesquisa, a primeira informação que saltou aos olhos foi o revezamento temporal entre a atuação de uma e de outra. A Continental encerrou seus trabalhos em 1981 e a Ipanema (como Bandeirantes FM) iniciou sua programação em 1982. Tendo em vista que não há outras rádios com o mesmo perfil durante esse período, é natural a visão de que uma repassou a função singular para a outra. Mary Mezzari referendou a hipótese. “A Continental era uma rádio AM, olha só, que marcou de uma maneira essa cidade que quando o Nilton e o Mauro foram fazer a Ipanema eles... Claro, certamente..., havia uma inspiração na Continental. Não totalmente, mas havia”.

No entanto, apesar das sábias palavras de nossa querida e saudosa Mary, durante as entrevistas realizadas com protagonistas da história da Ipanema, alguns entrevistados fizeram questão de desassociar uma rádio da outra no sentido de explicitar que não houve intenção direta da segunda em seguir o trabalho da primeira. Da parte dos dois personagens de maior importância no processo inicial de criação da Ipanema — Nilton Fernando e Mauro Borba — é consenso o fato de que as semelhanças não foram intencionais. Nilton é o mais taxativo dos dois na explicação dessa não intenção ou ausência de influência da Continental na invenção da Ipanema: “As pessoas às vezes dizem ‘ah, que vocês faziam, se inspiravam pra fazer a Ipanema, no que se fazia na Continental?’. Não, por tudo isso que eu estou te explicando. Eu não ouvi muito a Continental. Sabia mais de ler do que de ouvir”.

Apesar de também negar a busca de uma influência intrínseca na Continental, Mauro admite a inspiração citada por Mary. “Não era uma referência direta, única. Mas era uma inspiração sim. Tinha algumas coisas que a gente dizia: ‘isso aqui era bem do estilo da Continental’. Tocar as fitas das bandas, músicas diferenciadas, diferentes estilos, isso era bem da Continental. O jornalismo meio irônico. Porque a Continental era super irônica. Teve vários problemas com a ditadura militar e tal. Eles usavam umas frases sarcásticas. E isso a gente usou muito. A linguagem mais solta, despojada, crítica. Tinha as ‘Notícias da Gang’ na Ipanema, com o ótimo texto da Mary Mezzari, que era bem isso. Nas entrelinhas tinha muita ironia. E isso começou já na Bandeirantes FM, antes da Ipanema. Até porque, na Bandeirantes, em 1980, a redatora de notícias era da Continental [...], que era a Beth Portugal. E ali a gente, nesse ponto, em alguns pontos, a gente tinha noção de que estava copiando, ou se inspirando, numa coisa que a gente gostava, que era bem da Continental”.

Intencional ou não, só quem optou por colocar em prática na Ipanema ações semelhantes às da Continental sabe das suas referências. Mas a grande questão nesse sentido sempre foi a da continuidade. E, essa sim, mesmo depois de momentos de reflexão e cautela nas respostas, foi quase unânime entre os entrevistados. “Deu continuidade. Continuou, emendou. A Continental parou nos anos 1970, 1980, depois a Ipanema começou. Virou o espaço para as bandas, que os artistas têm um lugar pra tocar suas músicas, mostrar seu trabalho. [...] Pra cena cultural e artística da cidade, lógico. Emendou uma coisa na outra. E a Ipanema continuou e se reposicionou no tempo”, diz Edu Santos.

Durante as entrevistas, o principal argumento que travou a conclusão dessa ideia de continuidade foi a associação dos principais

gêneros musicais divulgados pelas emissoras. Dedé Ribeiro tem uma visão bastante interessante sobre a questão. “Naquela época [da Continental] era uma coisa que foi o surgimento, o berço da música popular gaúcha, da MPG. Já ao passo que foi o papel que a Ipanema teve depois pra ser o berço destas bandas de rock. Eu acho que, tudo bem, temos os dinossauros do rock lá na Continental. Rolava Byzarro, Mantra, Utopia, aquela coisa. Mas o sistema da Ipanema foi o que propiciou essa nova geração”.

A grande lamentação exposta por Dedé Ribeiro é a de que os artistas lançados pela Continental não tiveram espaço na Ipanema, questão explicada por Katia Suman. “Claro que a Continental teve um papel muito importante. Só que, naquele momento, digamos assim que... o momento, ou o Brasil... como é que eu vou te explicar isso? Era uma coisa de circunstância. Não era o momento da coisa acontecer com o vulto que teria depois nos 1980, quando eles tocaram lá nos anos 1970 aquelas bandas e mostraram a cena e tal. [...] Mas alguns artistas daquela época continuaram, mas eu acho que a maioria daqueles meio que dispersou. E esses da Ipanema, como era uma outra configuração, como era um outro momento, havia uma possibilidade assim de... um anseio por meio do mercado, uma demanda maior pra que eles continuassem e se profissionalizassem e tentassem viver disso”.

Mas conversa vai, conversa vem, e eis que parece que temos um veredito sobre a hereditariedade radiofônica da Ipanema em relação à Continental no depoimento de Dedé Ribeiro quando ela admite abertamente que, sim, a Ipanema trazia o DNA da Continental AM. Confira o raciocínio concludente, feito pela própria entrevistada após ser questionada se essa questão da falta de continuidade não se deve à natural renovação das gerações. “Na verdade ela [a Ipanema] já entrou com um novo estilo de música. Ela já entrou

com um novo estilo de música, menos MPB e mais... quer dizer, tinha bastante MPB no início. Eu acho que pode ser porque as gerações se renovam, entende, mas... É..., não, ela emendou sim. Ela emendou. Lembrando bem o começo na Bandeirantes, eu já era assessora de imprensa nessa época, né, da Bandeirantes. Então, era igual... era igual. Foi a herdeira direta”. Falou, Dedé. Questionamento, então, aparentemente respondido. Mas nada é definitivo, como bem ensina o *Livro das Mutações*.

Uma das mudanças que ocorreu durante a pesquisa, mantida neste livro, foi a substituição eventual do termo “rock” pela palavra “música” no escopo mais amplo da obra. Apesar de os autores entenderem que, no caldeirão de influências que a música urbana mundial se encontra, todos os gêneros têm alguma influência do rock e, portanto, são em sua essência rock, esse termo não foi bem aceito por todos os entrevistados. Por dois motivos: por eles associarem a palavra rock à raiz do gênero musical e, portanto, não aos trabalhos com muitas influências misturadas; e pela aversão à expressão “rock gaúcho”, que para alguns se tornou uma rotulação pastichezada. Foi Wander Wildner o mais resistente dos entrevistados nesse sentido, durante a pesquisa inicial, que convenceu a autora, de vez, a trocar a palavra e abordagem nas entrevistas.

Acima da posição de apoio às bandas locais, que alicerça basicamente a questão da ideologia dos trabalhos feitos por ambas as emissoras no trato e divulgação da música produzida localmente, está o princípio do jornalismo e do comunicador em si — o papel de mediador, que também já foi visto anteriormente. E é nessa função de mediação e de curadoria dos conteúdos musicais que Júlio Fürst se baseia para explicar a sua iniciativa nos tempos da Continental AM. “Fazer esse trabalho, quer dizer, fazer funcionar exatamente a função que tem um veículo de comunicação — ou seja, pegar um

produto e divulgar pro seu ouvinte, divulgar pro grande público. É isso que eu achava que faltava. Estava tudo pronto, faltava uma janela pra mostrar isso pro público. [...] E como veículo, né, essa ponte que existe, que é necessária até hoje entre o trabalho de um músico, de um artista. Cada artista tem que ter seu veículo para chegar no seu público. E eu acho que a Continental abriu essa porta que não tinha até naquela época. A porta era fechada”.

Não que esse trabalho de intermediação não seja feito nas demais propostas de veículos mais comerciais. Mas o lucro como objetivo dominante tende a vincular essa mediação com mais força àqueles que têm dinheiro a ofertar (o histórico e famoso jabá, como é conhecido o procedimento de pagar alguma emissora ou algum comunicador para privilegiar a exposição de trabalhos musicais) ou àqueles com respaldo de mercado suficiente para vencer a disputa de acesso às *playlists*. O diferencial está em aceitar aqueles que não seguem essa linha. E esse diferencial ganha ainda mais destaque quando esses artistas acabam fazendo o caminho inverso, ou seja, quando as bandas entram nesse esquema comercial por imposição do público, e não da mídia/gravadora (salve a guerrilha). Não que essa diferença renda, obrigatoriamente, dinheiro aos que tiveram a iniciativa de divulgá-los. Mas provavelmente concederá respaldo, reconhecimento. Ou pesquisas científicas. E boas histórias para serem sedimentadas, em livros como este, nos corações e mentes daqueles que não aceitam a pecha de que somos, eternamente, um país sem memória.

De qualquer forma, esse caminho inverso foi seguido por um número considerável de artistas. E, como argumenta Mauro Borba, “hoje¹⁴ as bandas gaúchas tocam em várias rádios. Mas porque alguém teve a coragem de tocar. De começar”. E a viabilidade do

14 A entrevista foi realizada em 2008.

início desse processo foi proporcionada pelas duas rádios cujas trajetórias foram contadas aqui. Cada uma em seu tempo, suprindo, dentro das possibilidades, as carências culturais de sua época. E, ao que tudo indica, numa coincidência de revezamento temporal. O fim de uma marcou o início de outra. Se o espaço para música local tivesse terminado com a ditadura, talvez todos esses anos que intercalaram esse fim e a consolidação da internet (que democratizou, relativamente, entre outras coisas, a divulgação de informações e, especialmente, abriu mais portas para a produção musical independente) tivessem permanecido fechados para os que optassem por esse caminho inverso. E isso, certamente, teria reflexos na atual configuração do cenário musical de Porto Alegre e do Rio Grande do Sul como vivenciamos hoje.

Se todo advento surge de uma necessidade, a questão emergente é: haverá necessidade do veículo rádio assumir o papel de fazer uma distribuição mais democrática da música? A internet chegou no final do século XX com a promessa de assumir esse atributo ao desestabilizar o mercado fonográfico, possibilitando a distribuição e o consumo de música por vias alternativas. Esse movimento promoveu esse reordenamento de forças, mas também trouxe novas complexidades. Em 2024, momento em que encerramos esse livro, o reordenamento está menos numa esfera democrática e muito mais parecido com as rádios tradicionais. Os streamings de áudio, vídeo e redes sociais assumiram o protagonismo dessa distribuição, porém, agora apresentam também um problema muito semelhante àquele das grandes rádios e gravadoras que a Continental 1120 e Ipanema FM tanto combateram — a concentração de visibilidade em torno de poucos artistas.

Gil Scott-Heron cantou, há muitos anos, que a revolução não seria televisionada.

REFERÊNCIAS

ÁVILA, Alisson; BASTOS, Cristiano; MÜLLER, Eduardo. **Gauleses Irredutíveis**: causos e atitudes do rock gaúcho. Porto Alegre: Sagra-Luzzato, 2001.

BORBA, Mauro. **Prezados Ouvintes**: histórias do rádio e do pop rock. Da criação da Ipanema ao Cafezinho. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2001.

BORBA, Mauro. **Novos Caminhos para o Rádio FM**. 1985. Trabalho de Conclusão (Curso de Comunicação Social — Habilitação em Jornalismo) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 1985.

BRITO, Wanderlei de. **O rádio FM em Porto Alegre**: estratégias midiáticas e desenvolvimento. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2005.

CORRÊA, Tupã Gomes. **Rock nos passos da moda**: mídia, consumo x mercado cultural. Campinas: Papirus, 1989.

ENDLER, Sergio Francisco. **Rádio Continental AM**: história e narrativas, em Porto Alegre, de 1971 a 1981. 2004. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2004.

FERLA, Marcelo. **Lembra do Transasom?** As histórias de um precursor da cultura jovem sulista. Porto Alegre: L&PM, 2007.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio e Capitalismo no Rio Grande do Sul**: as emissoras comerciais e suas estratégias de programação. Canoas: Ulbra, 2007.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

HAESER, Lucio. **Continental**: a rádio rebelde de Roberto

Marinho. Florianópolis: Insular, 2007.

MUGGIATI, Roberto. **Rock**: o grito e o mito. A música pop como forma de comunicação e contracultura. 4. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1981.

RICARDO, Alexandre. **Dias de luta**: o rock e o Brasil dos anos 80. São Paulo: DBA, 2002.

VOZES DO RÁDIO. Disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/index.html>. Acesso em: 22 out. 2007.

TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS

Incluimos aqui as transcrições das entrevistas realizadas com profissionais que trabalharam e viveram por dentro as atitudes inovadoras adotadas pela Continental e pela Ipanema. As entrevistas, transcritas a seguir, foram realizadas entre 2007 e 2008, na época em que foi feita a pesquisa por Cristiane Marçal para a elaboração do seu trabalho de conclusão do curso de Jornalismo da Unisinos, que serviu de alicerce para a elaboração deste livro. Mesmo passados tantos anos, observamos que tais registros merecem ser publicados na íntegra, com o intuito de preservar memórias e relatos de grande importância histórica.

DEDÉ RIBEIRO

Dedé Ribeiro é produtora, jornalista e dramaturga, com pós-graduação em Produção Cultural pela Universidade de Paris I / Sorbonne e mestrado em Artes Visuais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Desde 1977, atua como produtora cultural. Foi produtora da Unisinos, diretora da Usina do Gasômetro e Coordenadora-Geral do Santander Cultural. Trabalha com turnês de artistas gaúchos e criação de festivais na Europa, notadamente na França, Áustria, Portugal e Suíça.

Cristiane Marçal — Como foi a tua história com o rádio?

Dedé Ribeiro — Eu comecei em rádio em fevereiro de 1976. Tinha passado no vestibular para Jornalismo em janeiro e logo, em fevereiro, apareceu um anúncio na televisão dizendo que estavam procurando estudantes de Comunicação para trabalhar na produção

do Portovisão, na TV Difusora. Fui me candidatar. Eu era estudante de Comunicação, mas as aulas nem tinham começado ainda. Eu era estudante de Comunicação apenas porque tinha passado no vestibular.

CM — Estava matriculada...

DR — Estava matriculada. Pensei “vou entrar lá” e fui. Uma fila cheia de gente para fazer o tal do teste. E o Portovisão era um programa de televisão super famoso na época e que tinha todas as estrelas. Ele era com quadros. Tinha o quadro da Tânia Carvalho, do Renato Pereira, de humor; do Daudt, de denúncia social; da Tânia Carvalho, de entrevistas, e assim ia. O Claro Gilberto, na época, era o diretor, e o teste era produzir uma entrevista para o quadro da Tânia Carvalho. Primeiro, o Claro Gilberto me olhou e disse: “ah, filhote, quantos aninhos tu tem? Porque aqui é só para estudantes de Comunicação”. Eu tinha cara de 14 quando eu tinha 18. Respondi: “não, eu sou estudante de Comunicação, eu posso, eu tenho esse direito”. Daí ele “tá, então tá”. Daí ele viu que eu era muito afim. Eles acompanharam o trabalho da gente de perto e viram que eu queria fazer as coisas... Só que o quadro que eu produzi deu errado. Era para divulgar um um show, e na última [hora] o convidado não foi. Não apareceu. Era o Jerônimo Jardim, que deve ter imaginado que era pegadinha aquela criança convidando pro Portovisão. Aquele azarão, que pode dar pra todo mundo, caiu na minha hora. Estava super contatado, confirmado. Como o pessoal da TV acompanhou, viu que o furo não foi meu... aí o Claro Gilberto me chamou na sala e disse: “olha, eu não posso te dar outra chance porque é injusto com os outros participantes do teste. Mas eu gostei muito do jeito que tu trabalhaste. Tu não tem interesse em trabalhar em rádio?”. Vibrei: “tenho”. Ele: “A gente está produzindo um programa pro Fogaça, então tu vai trabalhar em produção e reportagem para ele”.

Abriu a porta da sala ao lado e estava o Fogaça ali. Era muito jovem na época, tinha uns 27, 28 anos. Daí comecei a fazer produção no programa do Fogaça, na rádio Difusora. Chamava “Fogaça e o Novo Tempo”. O programa teve uma repercussão bárbara, e o Fogaça começou a aparecer muito...

CM — Era o Fogaça e...?

DR — Era só o Fogaça. A vinheta de abertura era com “Alegria, Alegria”, do Caetano. Era bem bacana. Falava de cinema, de teatro, falava de um monte de coisas legais. O programa, em seis meses, teve uma repercussão absurdamente grande e a rádio Continental convidou o programa pra ir pra lá. Seria um novo formato e se chamaria “Opinião Jovem”, apresentado junto com o Clóvis Duarte. Na Difusora eu fazia produção, reportagem, edição e ainda ficava cuidando do cachorro dele, quando ele levava para o estúdio.

CM — É sério?

DR — É sério. Era um Afghan Hound — acho que se chamava Akba — e eu cuidava do cachorro enquanto ele apresentava o programa. Então era tudo muito divertido. E daí o Fogaça disse: “Olha, tô com um convite para ir pra Continental pra fazer um outro programa diferente e eu coloquei como condição te levar junto”. Então eu me fui junto com o Fogaça, e só lá na Continental que eu conheci o Clóvis. O “Opinião Jovem” ia ao ar de manhã cedo e eu fazia a produção e as reportagens. Isso deve ter durado mais ou menos um ano e meio, dois. Eu sempre tive dificuldade com o Clóvis, não consegui me acertar com ele. Com o Fogaça sim, o Fogaça tinha valores que eu curtia, o que não acontecia muito do outro lado. Então eu comecei a pedir pra sair. Pedi demissão. No final das contas, o pessoal lá não aceitou. Não era como hoje, que a gente pede demissão e o pessoal dá imediatamente, aliviado. Mas naquela época não. Eu pedi demissão e eles: “Não, tira uma

férias. Descansa e tal”. Voltei das férias e: “É definitivo. Não quero continuar”. O diretor da rádio sugeriu: “Então, vai pro jornalismo”. Ali eu fiquei mais um ano e meio, que foi, praticamente, até a rádio terminar. Nesse período final, que eu fiquei no jornalismo, era o Adroaldo Correia o coordenador. Me ensinou muito. Eu fazia redação jornalística de “1120 é Notícia” e “Mala Direta”. Daí parei com a reportagem.

CM — E tu saiu da rádio por algum motivo?

DR — Não, saí quando saiu todo mundo.

CM — Quando acabou a rádio?

DR — É. Na verdade, um monte de gente foi saindo, foi reduzindo. Eu acho que ficou uma tentativa de segurar com bem pouquinha gente e depois já terminou. Eu saí da rádio em 1980. Não sei quanto tempo ela durou naquele esquema.

CM — É, não foi muito além disso...

DR — Em 1980, quando saí, eu fui pra rádio Gaúcha.

CM — No teu caso, tu já estava dentro do pacote. Tu foi no embalo. O programa foi pra lá e tu foi junto. Mas tu tinha alguma identificação com a rádio?

DR — Não. Na verdade, eu comecei a ter identificação com a Continental quando eu comecei a fazer a produção do Fogaça, ainda na Difusora.

CM — Antes tu não ouvia a rádio?

DR — Não. Não ouvia. Eu ouvia música progressiva. Ouvia Yes, Genesis, Pink Floyd. Eu não ouvia música do Rio Grande do Sul, nem sabia que existia. Comecei a descobrir todo esse mundo aos 18 anos, quando eu fui pra faculdade.

CM — Então não foi lá que tu descobriu isso? A rádio Continental influenciou de alguma maneira isso que depois tu veio depois a descobrir?

DR — Não. Tudo aconteceu com o primeiro trabalho. Esse de seis meses na Difusora. Eu já caí no caldeirão, com tudo, porque eu estava entrando na faculdade. Então, era o mundo universitário mais a Difusora. E eu era repórter de cultura. O programa do Fogaça era de cultura. Eu ficava o tempo todo entrevistando, dia após dia, fazendo três, quatro entrevistas. Teatro, música, literatura. Entende? Então, em seis meses eu já conheci o panorama. Quando eu entrei na Continental, pra mim era fácil olhar e falar “aquele é o Fernando Ribeiro, aquele é o Inconsciente Coletivo”. Eu já sabia, porque foram seis meses de imersão no mundo cultural. Mas não fazia produção cultural ainda. A produção surgiu em função da Continental.

CM — É, eu ia te pedir pra apontar as influências que a Continental teve na tua vida profissional, ou de repente na tua vida pessoal...

DR — Bom, direcionou minha carreira. Porque o fato de eu estar trabalhando lá era muito diferente de estar trabalhando em qualquer outra rádio onde se ouve a música dos artistas. Na Continental, a gente convivia com os artistas. Os músicos passavam o dia inteiro dentro da rádio. Eles iam pra lá tomar cafézinho no bar na Continental. Tinha a sala de redação, tinha o saguão onde ficava o elevador e, do outro lado, tinha um bar que dava pros estúdios. Aquele bar ali, de manhã, de tarde e de noite, tinha pelo menos quatro ou cinco músicos o tempo inteiro ali. Tomando café, conversando, trocando uma ideia, gravando umas coisas. Não tinha um músico da cidade que não ficasse por ali. Eu entrevistava eles, conversava. Ali, comecei a tomar conhecimento de todas as dificuldades que eles passavam pra poder mostrar o seu trabalho. Pensei: “Espera aí... tem alguma coisa que eu posso conectar”. Eu já tinha entrevistado administrador reclamando de teatro vazio e aquele músico precisava de um teatro pra se apresentar. Fiz a ligação. Então, eu comecei a fazer produção. De uma forma empírica. Uma

forma de ajudar aqueles músicos que todos eram meus amigos. Que mereciam ser ouvidas e ter um trabalho mais bem acabado. Foi ali que começou tudo.

CM — Eu queria que tu tentasse definir qual é a importância que a Continental teve na época pro cenário musical gaúcho.

DR — Foi brutal. Ela aglutinou as muitas expressões que pipocavam sozinhas e deu uma voz pra elas. Tinha muito artista fazendo música, mas não havia visibilidade antes da Continental. Ali eles tinham uma janela, trocavam ideias, podiam se reunir. Porque é difícil um lugar assim. O Instituto de Artes, por exemplo, que é um lugar que reúne artistas, de alguma forma é um edifício. Ele não proporciona que tu reúna as pessoas e que elas fiquem conversando.

CM — Tu acha que é um papel de divulgação...

DR — De aglutinação, antes de mais nada. Depois, de divulgação e de incentivo ao trabalho dessas pessoas. Que fez com que elas quisessem continuar trabalhando também. Dentro do cenário musical acho que foi super importante. Antes da rádio Continental acho que não tinha nada. Tinham alguns festivais. O primeiro Musipuc, até acho que foi antes da Continental ter estourado, e alguma coisa da faculdade de arquitetura... mas sem essa coesão.

CM — Disperso?

DR — Disperso e super amador. A Continental começou a dar uma dose de profissionalismo para os músicos. “Ah, vou fazer um arranjo bonitinho porque vou lá gravar”. Sabe? “Vou fazer tal coisa legal porque todo mundo vai ouvir”.

CM — Até porque gravações... quase ninguém gravava, né...

DR — Pois é, não tinha como.

CM — Eu tenho uma pergunta aqui que é: qual era a tua influência musical na época e como tu transpôs isso pro trabalho?

Mas, pelo que eu entendi foi tudo meio que ao mesmo tempo. Tu foi conhecendo, aí foi pra Continental...

DR — Foi uma coisa absurda. Eu não ouvia nada de música brasileira e eu passei de ouvir Genesis, Pink Floyd e Mood Blues pra ouvir só música feita em Porto Alegre.

CM — Mas a Continental não era só música feita em Porto Alegre. Proporcionalmente, quantos por cento tu acha que era de música brasileira e gaúcha e de música internacional?

DR — Não sei, eu vou chutar errado, eu não tenho essa memória. Eu lembro assim: em cada bloco de 15 minutos — pra mim os blocos são de 15 minutos porque é onde eu tinha que colocar os noticiários — sempre tinha uma música gaúcha. Sempre, pelo menos uma. E depois tinha os programas específicos como *Vivendo a Vida de Lee*¹⁵ só de [música] gaúcha. O *Opinião Jovem* era só música brasileira. Então, tinha vários programas bem específicos só de música gaúcha e brasileira. Claro, tinha outros com música internacional. Tinha muitos programas, né. Tinha bastante música brasileira. Era uma época de ditadura, então era uma coisa complicada. Como era uma rádio de esquerda, de firme posição política, ela não tinha muito interesse em colocar muito som ianque. Era mais uma coisa mais, sabe, tropicalismo...

CM — Imagino que tu partilhavas também desse posicionamento da rádio, de esquerda...

DR — Sim, eu quando tinha 18 anos não era nada. Porque eu fui super.. uma pessoa bem filha da ditadura mesmo. Fui criada dentro de um colégio onde não se comentava política, numa família onde não se comentava política, pra evitar problemas, né. Então, na verdade, eu era muito, muito alienada. Quando eu fiz 18 anos,

15 Aqui, a entrevistada se refere ao programa *Mr. Lee in Concert*.

entrei pra faculdade e fui trabalhar em rádio. Foi uma mudança muito radical na minha vida. Eu passei de burguesinha alienada para guerrilheira urbana, praticamente. Eu me enfiava no meio das vilas, buscava informação, denúncias, lutava contra censura, participava de passeatas. Foi tudo muito rápido.

CM — Como tu acha que o trabalho que foi desenvolvido pela Continental de divulgação da música gaúcha, do cenário local, influenciou no cenário que nós temos hoje? Porque as pessoas dão importância pra música local...

DR — Eu não penso muito nisso não, na verdade. São coisas bem diferentes. Naquela época era uma coisa, que foi o surgimento, o berço da música popular gaúcha, da MPG. Já foi outro o papel que a Ipanema teve depois, pra ser o berço das bandas de rock. Eu acho que, tudo bem, temos os dinossauros do rock lá na Continental, rolava Bizarro, Mantra, Utopia, aquela coisa. Mas o sistema da Ipanema foi o que propiciou essa nova geração.

CM — Mas a Ipanema se inspirou muito na Continental.

DR — Ah, sim, claro. A Continental era AM. Quando chegaram as FM, eram de música ambiente. Musac. Música de elevador. A FM não tinha intervalo comercial, não tinha gente falando. Era aquela coisa, sabe? Ray Conniff entrava e ficava. e as pessoas A Ipanema olhou o panorama e disse assim: “a gente pode usar o sistema FM”. Ela não era Ipanema né, era Bandeirantes ainda. Então, “a gente pode usar o sistema”. Era uma gurizada — o Nilton Fernando, o Mauro Borba — que ouvia a Continental e adorava. Eles viam que a Continental estava indo pro buraco. Então resolveram usar usar o mesmo sistema, dentro da FM. Já com coisas mais modernas, com novas vinhetas. E daí foram criando aquilo ali. Mas era uma rádio que já foi pegando a geração seguinte. Enquanto a Continental era a vanguarda dos 1970, a Ipanema era a vanguarda dos 1980.

CM — A minha hipótese é de que a Continental lançou, divulgou e massificou e a Ipanema manteve. Porque a Continental morreu e a Ipanema manteve. E de uma certa forma influenciou pra que isso continuasse até hoje. Então, tu concorda com essa minha hipótese?

DR — Concordo. Eu acho que a Continental teve esse papel totalmente pioneiro na coisa. Mas, ao mesmo tempo, não sei se... Sabe, uma coisa não passou exatamente pra outra. Porque as bandas de rock dos anos 1990 já são crias da Ipanema.

CM — É, não passou um bastão...

DR — Não passou um bastão. Porque a Ipanema não manteve aquela gente.

CM — Aquelas mesmas pessoas.

DR — Não manteve aquilo ali.

CM — Talvez porque as gerações se renovam. Porque a música se renova. Ou não.

DR — É... Na verdade ela já entrou com um novo estilo de música. Ela já entrou com um novo estilo de música, menos MPB e mais... quer dizer, tinha bastante MPB no início. Eu acho que pode ser porque as gerações se renovam, entende, mas... É, não, ela emendou sim. Ela emendou. Lembrando bem o começo na Bandeirantes, eu já era assessora de imprensa nessa época, né, da Bandeirantes. Então, era igual... era igual. Foi a herdeira direta.

CM — Passou o bastão então? Chegamos a essa conclusão?

DR — Passou, passou o bastão.

CM — Tu acha que o fato de não existir outra rádio jovem na época ajudou a dar essa força e essa referência que a Continental se tornou? Não tinha rádio segmentada na época. Então, o único recurso que as pessoas tinham era realmente ouvir ela.

DR — Não, e mais do que ela ser segmentada para o jovem. Era a única de esquerda. Durante a ditadura. Isso era muito forte também.

Uma rádio que sofreu muito com a censura. Eu mesma tinha muito medo de ser presa cada vez que soltava uma notícia sobre alguma manifestação, que era proibido. Uma vez voltei de uma reportagem e tinha muitos soldados armados no saguão. Levaram meus colegas para interrogar.

CM — Ela sempre foi de esquerda?

DR — Sim. Na verdade ela era da Rede Globo. Então era um drama, uma rádio de esquerda dentro da Rede Globo que era toda de direita. Ela só se mantinha porque dava muito lucro. Quando eu entrei lá, a Continental era de esquerda já há um bom tempo. Eu entrei em 1976. Pelo menos desde 1973, 1974 já era. Eu não sei exatamente quando começou isso. Além de pegar o público jovem, pegava o público intelectual, o público cabeça, qualquer. Artistas plásticos, arquitetos, escritores, de 40 anos, 50 anos, também ouviam a rádio Continental. Então o público era também aquele tipo de intelectual de esquerda, mesmo que ele não fosse jovem. Não era uma rádio adolescente. Era uma rádio que pegava qualquer pessoa que tivesse uma cabeça mais abertinha. Exatamente o público que não se contenta em receber uma informação pronta da mídia. Porque tem noção de jabá, tem noção de coisas manipuladas musicalmente. E é um público que vai buscar suas fontes pela internet, que pode hoje.

CM — Tem alguma coisa que tu acha que é importante colocar nesse contexto que te falei, da influência da Continental no cenário musical? Que de repente eu tenha esquecido...

DR — Talvez do ponto de vista da estrutura para os artistas. Foi um momento em que eles fizeram os primeiros shows também. E muitos deles foram pisar no palco pela primeira vez nos concertos Vivendo a Vida de Lee que foram produzidos dentro da Continental. Aquilo ali também foi um momento interessante porque foi o que

fez o surgimento do show musical em Porto Alegre. A rádio saiu fora da “coisa rádio” pra criar um outro tipo de evento. Acho que é um marco importantíssimo para a história do espetáculo no Rio Grande do Sul.

Entrevista pessoal concedida em 28 de fevereiro de 2008.

Revisada pela entrevistada em 19 de dezembro de 2021.

EDU SANTOS

Sócio e cofundador da Loop Reclame, Eduardo Santos, que desde 2019 vive em Lisboa, Portugal, cresceu ouvindo programas de rádio e discos de vinil, por influência dos pais Cláudio Tubino e Elisabete Santos. Os sons que marcaram a trilha da infância à idade adulta compõem coleção de mais de 4 mil discos e 6 mil CDs. Cerca de 400 vinis atravessaram o Atlântico e o restante ficou em Porto Alegre à espera de resgate. Em uma década, a Loop Discos contabiliza mais de mil fonogramas lançados, de 80 artistas de países como Argentina, Brasil, Estados Unidos, Inglaterra, Moçambique, Portugal e Uruguai.

Cristiane Marçal — Eu queria que tu me contasse, resumidamente, como foi a tua história com a rádio. Como ouvinte, e depois, enfim...

Edu Santos — Sou.

CM — Sim, é sim, eu imaginei que fosse. Mas antes, antes...

ES — Tá. Eu ouvia a rádio, trabalhava em outro lugar e tinha uma banda. E aí eu vivia aqui na rádio trazendo fitas da minha banda, que se chamava Paranóia, pra ver se conseguia tocar. Aí apareceu uma vaga de operador na madrugada e eu abracei assim e larguei o emprego que eu tinha e comecei a trabalhar em rádio. Aí depois larguei a banda também. A banda não era muito boa [risos].

CM — Mas tu procurou essa vaga de operador por alguma identificação com a rádio?

ES — Porque eu gostava de música, gostava de ouvir música. Tinha muitos discos em casa. Gostava de botar som, fazia tipo festinha de aniversário dos amigos, não sei o quê. E aí era uma oportunidade de botar som, trabalhar com música.

CM — E esse trabalho com a rádio, ao longo destes anos, mudou alguma coisa pra ti? Pessoal, profissionalmente?

ES — Ah, sim. Tu evolui profissionalmente, né. Não só pela relação com a música mas pela relação com a comunicação. Tu vai te aprofundando em algumas coisas, aprendendo algumas coisas. Errando, fazendo, fazendo, errando. E qualquer pessoa evolui se fica um tempo se dedicando a alguma coisa. Tu vai achar teu jeito de fazer, vai começar a pesquisar aquilo pra melhorar a situação.

CM — Quando é que tu entrou na rádio?

ES — Eu entrei na rádio, cara... nem me lembro. Mas foi no final dos anos 1980 a primeira vez. Porque depois eu saí e voltei.

[...]

ES — Tudo evolui, eu acho. Tudo é um processo de evolução. O mundo mudou. E aí tu não pode fazer uma rádio do mesmo jeito que foi feita. Ela tem que ir se adaptando às coisas. Em 1985 a gente não tinha música eletrônica na rádio, não tinha rap, não tinha não sei o quê. Agora tem tudo isso. Tem até samba-rock. Pra quem gosta [risos].

CM — A ideia geral do trabalho de conclusão é que o pioneirismo da Continental em divulgar bandas locais, esse trabalho que ela fez, a Ipanema deu continuidade...

ES — Deu continuidade. Continuou, emendou. A Continental parou nos anos 1970, 1980, depois a Ipanema começou. Virou o espaço para as bandas, que os artistas têm um lugar pra tocar

suas músicas, mostrar seu trabalho. E continua até hoje isso. Hoje, apesar da internet, tem gente que ainda procura a rádio pra tocar.

CM — Tem muita gente que procura? Aumentou a demanda, diminuiu?

ES — Aumenta, mas eu acho que é menos pressão do artista. Porque tem outros meios pra divulgar. Tem internet, sabe. Antes, se a banda não tocasse no rádio ninguém ia saber que a banda existia. Hoje, pode fazer o maior sucesso na internet e o rádio ir atrás dela depois.

CM — Isso diminuiu a demanda então? De procura de bandas...

ES — De procura de bandas... Não, não diminui, não aumenta, não nada. A pressão de “ah, porque não toca minha música?” diminuiu. Porque hoje o cara vai tocar na internet. Tem uns mais chatos que ainda continuam pedindo “por que não toca minha música?”. Porque é ruim né. Mas tem muitos que estão mais preocupados com a web. E a web é que vai fazer eles tocarem na rádio.

CM — E como tu acha que esse trabalho da Ipanema pode ter influenciado na cena rock que a gente tem hoje? No sentido de divulgar as bandas locais?

ES — Influenciou totalmente. Ele foi, pelo menos que tu divulgue, que tu tenha espaço. As bandas fazem shows, elas compram instrumentos, elas conseguem movimentar um mercado ao redor. Então, foi fundamental a Ipanema na época que não tinha internet, que não tinha um monte de coisas. A Ipanema só tocava. As outras rádios trabalhavam com *playlist*, e a Ipanema era uma *playlist* aberta tocando tudo e todos que nos procuravam. E, às vezes, até tocando umas coisas com qualidade duvidosa. Porque naquela época tu tinha que abrir exceção. Nos anos 1980 uma banda que vinha com uma fita cassete pra tocar, tu tocava. Porque a banda era legal e não tinha onde ela tocar. E hoje não. Hoje já tem um nível de exigência maior,

por causa de tudo. Por causa das possibilidades que aumentaram pra eles e pela exigência do cara que tá ouvindo o rádio.

CM — Então, na cena que a gente tem hoje, tu acha que teve uma influência essa divulgação?

ES — Claro, lógico, tudo tem.

CM — Porque pela pesquisa que eu faço, Porto Alegre... Porto Alegre não, o estado do Rio Grande do Sul tem um consumo de bandas locais muito maior do que nos outros estados. Essa é a ideia que eu estou tentando desenvolver.

ES — Tem, o estado se autoconsome. Muito pelo bairrismo exagerado que o gaúcho tem. Essa coisa do “ah, eu sou gaúcho”. De ter rock gaúcho. Essa expressão é perigosa até. Não existe rock gaúcho. Existe rock. O paulista não faz rock paulista, o carioca não faz rock carioca. A Cachorro Grande é uma banda de rock, não de rock gaúcho. A Graforréia é uma banda de rock, Ultramen é uma banda de rock, não é rock gaúcho. As pessoas que rotulavam com um certo bairrismo exacerbado que existe aqui, essa coisa do gaúcho se achar o melhor do mundo. E talvez o gaúcho acabe sendo o mais idiota do mundo.

CM — Mas tu não acha que as músicas produzidas aqui têm uma identidade que em outros lugares não tem?

ES — Eu acho que não. Tem música eletrônica sendo produzida aqui. Tem samba sendo produzido aqui. Tem rock sendo produzido aqui. Tem rap sendo produzido aqui. Assim como tem em Nova York, como tem samba na Bahia. Como tem, né... Eu acho que essa coisa é uma “forçação” de barra do gaúcho e da imprensa local. De dizer é gaúcho, é uma banda gaúcha. Sabe, isso é uma besteira. Isso é um bairrismo que não leva a nada. Muito pelo contrário. Tranca as bandas aqui dentro e não deixa elas saírem. Hoje o mundo não tem fronteira. Tu não pode dizer “eu faço rock gaúcho”. Porra, cara, tu

está na internet. Tu faz rock pro mundo. O Arctic Monkeys quando lançou lá ele não “ah eu faço rock tal, rock inglês, rock americano, rock francês ou rock do Paquistão”. Faz rock. Eu acho que isso é uma coisa que agora as pessoas estão percebendo e estão mudando. E estão acabando com essa rotulação de rock gaúcho. Porque é uma coisa meio chata, não tem mais necessidade disso.

CM — Porque limita.

ES — Limita. Se autolimita. Pior coisa do mundo é tu se autolimitar. Pô, olhar pra frente, né.

CM — Tu chegou a ser ouvinte da Continental?

ES — Da Continental e da Pampa.

CM — E como foi a tua experiência com a Continental na época?

ES — Ah, era muito bom, porque eu gostava de música. E a Continental tocava músicas legais e diferentes que as outras não tocavam. E isso é bom, né. Por mais jovem que eu fosse, assim, eu gostava de ouvir som, tava gravando um cassete, pra tocar na festinha pros amigos. Então era curioso por música. Pô, formou muita gente aquela rádio. Deu força pra muito músico local.

CM — E a Ipanema também?

ES — E a Ipanema também, lógico.

CM — Então tu concorda com essa ideia de que a Ipanema deu continuidade...

ES — Tem uma continuidade, claro. Pra cena cultural e artística da cidade, lógico. Emendou uma coisa na outra. E a Ipanema continuou e se reposicionou no tempo. Os tempos mudaram e ela foi indo, assim...

CM — Como tu vê a Ipanema de hoje?

ES — Eu acho que ela tá legal assim porque... hoje tudo joga a nosso favor. No momento que tem uma *playlist* de 40 músicas, que é o que as outras rádios trabalhavam, chega a ser ridículo. Em

qualquer mp3 player, qualquer celular tu bota mil músicas. Então quem é que vai ficar ouvindo só 40? Só idiota. E a Ipanema, nessa coisa de sempre tocar mil, 2 mil, 3 mil, 4 mil, 5 mil músicas, hoje a gente, sem querer, ficou pronta pro futuro.

CM — Ah, entendi. É uma ideia que surgiu antes, mas que...

ES — Antes, mas que hoje ela se enquadrou bem melhor do que antes. Então, eu acho que agora é a hora dela mesmo, é muito legal isso.

CM — Mais alguma coisa que tu acha importante acrescentar?

ES — Não, acho que é por aí. Eu acho que é uma rádio que vem acompanhando. E essa coisa de “ah, a Ipanema mudou”. Não. Quando a novidade era o Vitor Ramil, o Nei Lisboa, a Ipanema tocava esses caras. Quando a novidade era Engenheiro do Hawaii, Nenhum de Nós, Cidadão Quem, a Ipanema tocou esses caras. Hoje a novidade é, sei lá, o Cartolas, o Superguidis. A Ipanema sempre foi lançando os artistas, continua lançando a galera dessa nova geração. Isso não significa que a gente abandonou esses caras. Continua tocando Nei Lisboa.

CM — Só não toca como antes.

ES — Só não toca como antes. Porque tudo vai mudando, aumentando, crescendo e se desenvolvendo e tchararás...

Entrevista pessoal concedida em 07 de julho de 2007.

Revisada pelo entrevistado em 10 de dezembro de 2024

JIMI JOE E WANDER WILDNER

Jimi Joe é músico e jornalista. Começou como redator da Rádio Farrroupilha. Trabalhou nos jornais *Folha da Manhã*, *Folha da Tarde*, *Correio do Povo*, *Zero Hora*, *Gazeta Mercantil* e *O Estado de S. Paulo*. Produtor, redator e locutor pela Ipanema FM e pela Felusp FM

107.1. Coordenador de programação da Unisinos FM. Traduziu os livros *A Hora do Lobisomem* (1986), de Stephen King; *Batman* (1987), de Bob Kane; *A Garota de Cassidy* (1987), de David Goodis; *O Penitente* (1988), de Isaac B. Singer; *Gospel, Jazz e Blues* (1990), de Paul Oliver, Max Harrison e William Bolcom; e *A História da Minha Vida* (1990), de Jay McInerney, para a editora L&PM.

Wander Wildner, como é conhecido Wanderley Luiz Wildner, é um cantor, compositor e músico brasileiro, nascido em Venâncio Aires. Se tornou um verbete obrigatório da enciclopédia virtual do rock desde que era vocalista da banda Os Replicantes, que teve grande importância no punk rock nacional dos anos 1980, e depois iniciou uma bem-sucedida carreira solo, se tornando o Rei do Punkbrega. Tem uma discografia solo com 12 álbuns de estúdio, começando com o clássico *Baladas Sangrentas*, de 1996.

Cristiane Marçal — Wander, tu chegou a ser ouvinte da Continental?

Wander Wildner — Sim. O meu pai ouvia a Guaíba na hora do almoço. Daí eu futricava no rádio e ouvia a Continental.

[...]

WW — O que eu dei mais atenção foram às bandas locais.

Jimi Joe — É, aí já é 1975. Que eram os negócios do Mr. Lee.

WW — Exatamente. Foi na época do Mr. Lee. Então, esse ano. Nessa época, eu ouvia ela pelas bandas daqui. Até porque eu acho que eu não falava inglês, não entendia nada. Eu ouvia ela pra ouvir os programas do Mr. Lee e ia nos shows.

CM — A tua motivação pra ouvir a Continental era o fato de ela tocar as bandas locais?

WW — Não, foi o que me chamou... tipo assim, o que o Jimi

estava falando. Ele ouvia um rock e tal. Eu não ouvi isso, porque eu acho que não me chamou a atenção. Assim tocava os rocks que ele ouvia e essa parte gaúcha. Foi isso que me chamou. Mas isso não foi porque eu quis, entende? Ah, eu vou ouvir essa rádio porque ela toca rock... porque ela toca música folk. Eu não pensava sobre isso. Eu não pensava sobre nada nos anos 1970. Eu não tinha um pensamento sobre música. Eu simplesmente... eu acho que foi uma coisa de descobrir os horários lá da rádio e ouvir naquele horário pra ouvir aquelas músicas. Mas não tinha um pensamento “ah, vou ouvir o que é nacional e não o que é estrangeiro”. Isso não existia.

CM — Não, não é isso que eu estou te perguntando. Eu te perguntei se uma das motivações teria sido essa, o fato de ser uma rádio diferente. Tu entende? Não que eu tenha preferência pelas bandas locais, mas assim um dos motivos seria “pô, é uma coisa diferente”.

[...]

WW — Eu acho que foi uma coisa de ficar mexendo no botão de sintonia. E aí ouvir e no outro dia mexer e ouvir e aí ver que “ah, não, naquele horário toca aquele tipo de música”. Sabe? Não tem um pensamento direto, tipo, eu vou fazer isso. Eu não tinha isso. Eu acho que era... a coisa foi surgindo naturalmente. Eu não tinha um pensamento sobre isso.

CM — Sim, era natural.

WW — Era natural. Eu não tinha um pensamento sobre isso. Tô pensando agora. Na época, não havia pensamento. Havia, eu acho, o lance de procurar, de brincar no rádio. O aparelho rádio era muito legal. Saía uma voz dali, saía música. O meu pai gostava daquilo, o filho gostou também. E aí ficava futricando e ouvindo aquilo que aparecia. E aí naturalmente eu acho que comecei a ouvir as bandas locais.

CM — Eu queria que vocês falassem da relação de vocês com a Ipanema. Ouvinte, depois, divulgação de bandas, a tua banda.

WW — Bom, houve uma vez, uma amiga... eu era daquele grupo do Deu pra Ti Anos 70. Do Giba [Assis Brasil, cineasta e professor do Curso de Realização Audiovisual da Unisinos], aquele pessoal ali. Era um grupo que tinha Super-8, jornalistas, e tal. Aí um dia surgiu uma amiga que tinha um cara, um amigo dela, que ia abrir uma rádio. E que precisava de uma programação. A gente ficou um mês fazendo a programação de uma rádio. O Giba, que era um cara metódico e que é um computador natural, a gente fez tudo. A gente fez uma programação mensal de uma rádio. A gente criou toda a programação, nomes dos programas, ficamos um mês trabalhando nisso. A gente se encontrava e a gente criou uma rádio. Entregamos esse projeto. Essa rádio não aconteceu.

CM — E quem era esse amigo? Tu sabe?

WW — Não me lembro. Eu lembro da amiga, não lembro o nome dela. Eu lembro da fisionomia dela. Depois eu nunca mais vi ela. Era naquela época ali que é, isso é 1980. Uns meses depois surge a Ipanema. Muito parecida com a rádio que a gente tinha feito. Não, eu falo isso, não, acusando, nada, obviamente. Mas que é engraçado, é. É muito engraçado. E aí surge aquela rádio que a primeira coisa foi levar a gravação de Nicotina, dos Replicantes. Isso é começo de 1984.

CM — Já era Ipanema?

WW — Já era Ipanema, eu acho. Ou era Bandeirantes? Não, era Ipanema... Que era na José Bonifácio, isso é o que eu me lembro. A primeira coisa que eu me lembro da Ipanema... eu não sei se eu ouvia a Ipanema antes disso. Eu não sei se o Mauro era mais amigo do Gerbase. Não me lembro muito. O Mauro era um desses que eram da turma ali, do pessoal do Bom Fim.

JJ — O Mauro era amigo do Augusto, que era amigo do Nei. Que é parceiro do Nei Lisboa.

WW — É, do Augusto Licks. Eu não sei como eu... a primeira coisa que eu lembro, e a minha memória é horrível, é da gente indo levar Nicotina, e ele tocando Nicotina. E depois, virando ouvinte. Antes eu não sei, não sei como ela surgiu...

JJ — Tu foi locutor.

WW — Ah, eu fui locutor mas aí...

JJ — Para fechar o ciclo.

WW — Eu fui locutor da Ipanema...

JJ — Na madrugada, né.

WW — Na madrugada, foi em 1990 e poucos, assim.

CM — E quanto tempo tu ficou?

WW — Três meses. Aí eu tinha que ser efetivado. Mas se fosse efetivado eu teria que trabalhar tantas horas todos os dias. Como eu fazia música, eu tinha os Replicantes. Ou carreira solo, não me lembro bem na época se eu tinha saído dos Replicantes e estava em carreira solo...

[...]

WW — Mas aí eu fui locutor numa época, acho que foi na época, acho que foi na época do...

CM — Na época do?

WW — Da Sangue Sujo. Era uma banda que eu tinha. Não lembro, acho que é 1990 e poucos, acho que eu já tinha saído dos Replicantes, com certeza.

JJ — Eu estava voltando de São Paulo e tu tava na Ipanema, eu acho.

WW — É, eu morava na Vicente da Fontoura...

JJ — Tava na época do Los Encarnados.

WW — Los Encarnados. É, antes de eu começar a carreira solo. Aí teve isso, eu fiquei três meses lá. A Ipanema era uma loucura, eu

fazia o horário das 23h às 3h. E eu morava próximo. Eu chegava em casa e eu não conseguia dormir. A minha adrenalina só ia baixar às 6h da manhã. Durante três meses foi assim, eu não entendia o que era aquilo. Eu chegava 3h15 em casa e só ia dormir às 6h da manhã.

JJ — Isso aí é rádio.

WW — Adrenalina da rádio. Rádio é uma coisa impressionante. Não tinha ninguém, era eu e o operador. E eu sabia que eu estava falando pra um monte de gente. E eu dizia: “essa música vai pros lixeiros que estão trabalhando, pros policiais”... porque eu sabia que tinha. E não tinha ninguém, era eu e o cara. Mas tinha um mundo lá fora que estava ouvindo. E eu ficava ligado até às 6h da manhã. Ligado. A TV terminava às 4h e pouco, 5h e eu não conseguia dormir. Foram três meses assim. E foi o que me fez, eu acho... foi na época que o Los Encarnados não estava dando certo, e eu tive... aí a Katia falou “quer continuar na rádio? Porque agora mais de três meses tu não pode ficar. Tu tem que ser efetivado”. E aí eu optei pela música. E aí eu acho que eu fiz a carreira solo.

CM — Te arrepende ou não?

WW — Não. Não, não, não, não. Não me arrependo, não. Claro que não. Mas era... Eu adoro rádio até hoje. Eu voltaria a trabalhar em rádio. Porque é uma aventura incrível por esse mistério. Tem o cinema, entende? O cinema tem uma coisa... a música também tem, mas é que a música eu domino mais. Então o mistério que eu não domino é mais interessante. O mistério do cinema, o mistério da rádio. Eu não sei como acontece isso. Mas é legal. Tu está ali, não sabe como acontece, mas é interessante estar no meio da história.

CM — E pra ti, como músico, esse posicionamento da Ipanema de divulgar as bandas locais, que era o mesmo posicionamento da Continental, fez diferença?

WW — Claro. Porto Alegre é uma cidade que tem uma característica tão grande de rádio. Eu não imagino nenhuma cidade, capital brasileira, que tenha uma influência tão grande das rádios. E que tenha rádios que funcionem de uma forma da cidade. Não existe nenhuma cidade brasileira, em proporção, igual a Porto Alegre em matéria de rádio.

CM — Mas como assim? O que tu quer dizer com isso? No que influencia?

WW — Influencia na cultura da cidade, no rock gaúcho. Tem rádio que não é padrão. Por exemplo, no Rio de Janeiro teve a Fluminense. 1982, 1983, 1984, aquela época ali. E eu, casualmente, morei no Rio de Janeiro em 1983. Então, eu peguei a Fluminense e dizia “nossa, é igual à Continental”. Então, eu achava isso. Porque a Ipanema eu só fui conhecer depois. A Ipanema... claro, eu morei em 1983 no Rio. Em 1984 eu entro nos Replicantes. E aí eu conheço a Ipanema. E eu dizia “nossa, parece a Fluminense”. Mas nenhuma capital, nenhuma cidade tem o lance de rádio que tem aqui. Tipo assim, a gente tem Gaúcha e Guaíba. Que é quase a mesma coisa... pelo menos a Guaíba é quase a mesma coisa do que era nos anos 1960. Rádio em ondas curtas. Uma rádio que pega no mundo inteiro, tu vai pegar a Gaúcha e a Guaíba. É uma rádio muito poderosa. E se mantém. Aí teve a Continental. Cria-se a Atlântida e depois a Pop Rock. Nenhum estado tem duas redes como a Rede da Atlântida e a Rede da Pop Rock. Nenhuma cidade tem a Ipanema, a FM Cultura e a Unisinos. São três rádios diferentes. Isso não existe em nenhum lugar. Nas outras capitais as rádios são todas iguais. Isso não existe em lugar nenhum. Isso é uma característica de Porto Alegre. Por isso que a cidade tem certas características, por causa dessas pinturas.

CM — Como músico, pros Replicantes, fez diferença a Ipanema? Como ela fez diferença?

WW — Sim. A gente imagina... vamos gravar uma música pra levar pra Ipanema lá, porque o Mauro Borba... não, quem era o diretor na época? Era o Nilton? E aí alguém conhecia, era amigo de alguém. E aí tu grava a música e eles tocam. E aí as pessoas gostam e pedem mais a música.

CM — Vocês gravaram a música por causa da Ipanema?

WW — Sim, a gente gravou pra levar pra Ipanema. A gente entrou no estúdio... Audio Tape, com o Miranda, com o estúdio que não era um estúdio de banda, era um estúdio de locução. Gravamos, eu não me lembro como a gente conseguiu gravar. Porque depois eu fui gravar jingle, um tempo depois e eu não me lembro. Não sei como a gente conseguiu. Onde foi a bateria, onde ficou... porque era um quadrado onde gravavam locução. Eu não sei como foi gravado. Até tem que perguntar pro Gerbase se ele se lembra como foi a gravação de Nicotina. A gente fez especialmente pra levar pra Ipanema. E levou e tocou. Aí toca no rádio Nicotina, o Humberto Gessinger ouve e pensa “se eles podem tocar, eu também posso”. E aí ele faz o Engenheiros do Hawaii. Responde tudo. Responde o poder que tem uma rádio.

CM — Jimi, a tua relação com a Ipanema.

JJ — A Ipanema, eu comecei... Eu não conhecia muito bem a Ipanema. Em 1984, 1983, logo que entrei pro mercado eu nem sabia que existia Ipanema. Daí um cara que era amigo meu, o Bira Machado, que era DJ do Taj Mahal na época, ele tava pegando uma divulgação numa casa nova, que era Batom Neon, que depois virou Fim de Século. E ele queria uns textos. Ele falou “faz uns textos pra rádio, não sei o que e tal, que eu vou botar numa rádio nova que tem aí, que é a Ipanema. Tu faz os textos?”. E eu disse “tá, faço”. E por causa dessa história que eu comecei a ouvir a rádio. E eu ouvia a rádio em 1984, eu acho. E eu ouvia a rádio e ouvia à noite. E tinha

a Katia de noite lá na Ipanema. E eu assim: “bah, que voz do caralho dessa mina”. E aí eu falei com o Bira: “fiz o texto e pensei na voz daquela mina que faz a noite. Grava com ela. Será que ela pode gravar? Eu fiz o texto pra ela gravar”. Aí ele falou: “não, vou ver”. Aí conheci a Ipanema vagamente, mas não ouvia muito. Na real, eu sempre fui ligado no rádio AM, na verdade. Eu ouvia a Gaúcha, aquela coisa de notícia. Ou então rádio brega mesmo. Adorava ouvir Caiçara, Farrroupilha, essas coisas bregas e tal. Aí passou, conheci a Ipanema lá e tal. Aí o pessoal falou “ah, Ipanema, uma rádio nova, não sei o que”. Daí um dia um cara que foi meu colega na Famecos, tá em São Paulo, mora até hoje lá, foi meu colega no Estadão também... o Marcel [Plasse] me procurou na minha casa, eu e um outro louco lá da Famecos. Aí ele disse: “Seguinte, a gente tem uma ideia que é assim: botar um programa na Ipanema. Fazer um programa de rock moderno, que a Ipanema é legal mas não tem os rocks modernos. E a gente sabe que tu gosta também. E tem o Billy, que é um amigo nosso americano e tal”. Aí eu conheci o Billy, que era um filho de argentino que nasceu nos Estados Unidos. E o Billy tinha todos os REM, e os The Cure, e todas aquelas coisas que na minha época ninguém sabia o que era aqui no Brasil. E aí foi. Tá Ipanema. Fomos lá na Ipanema. Aí isso foi em 1985 já. Aí a gente botou um programa independente, chamado *Maldita Hora*, da meia-noite à 1h. Aí ficou, a gente fez um brainstorm assim tipo: “ah, ganhamos um horário na Ipanema”. “Qual é o horário?”. “Meia-noite à 1h”. “Tá, como é que vai se chamar o programa?”. Estávamos eu, o Kitsch [Everton Belo], o Marcel, viajando, enlouquecendo, isso lá na casa do Kitsch, no quarto dele. Aí, uma hora eu falei: “cara, ‘Maldita Hora’, porque é meia-noite, é a hora maldita, porque maldita hora, porque, porra, isso é hora de fazer programa?”. [risos] “Nós não temos carro, nós vamos ter que voltar a pé daquele morro. Não tem mais ônibus. O

programa termina à 1h da manhã, nós não temos carro, não tem ônibus, não tem lotação, não tem nada, vamos ter que voltar a pé daquele morro”. E o programa era ao vivo. A gente chegava lá às 11h da noite, fazia o script do dia e ia pro ar. O Marcel fazia a locução. Eu fazia a produção junto com o Kitsch, não fazia locução nenhuma na época ainda. Aí durou acho que um mês e pouco, um mês e meio, dois meses. E a gente entrou com aquele negócio... A gente comprou um horário na Ipanema, na verdade. “Custa tanto”, o Walmir, que era o cara do comercial, falou. Aí passou dois meses e a gente não pagou, a gente não conseguiu patrocínio porra nenhuma. A gente fazia campanha pra tentar conseguir patrocínio, tinha umas chamadas de uma amiga nossa que dizia: “Vem, vem, vem, vem. Oi, oi, oi, patrocínio, vem cá patrocínio, vem cá”. [risos] Mas não funcionou... [risos].

WW — A ideia foi ótima, mas...

JJ — Não deu certo. Aí o Nilton nos chamou e disse: “olha, sabe o que que é? Vocês não estão pagando. Aliás, vocês estão devendo pra rádio dois meses de programa, na verdade. O Walmir quer processar vocês eu tô segurando a onda e tal”. Eu sei que deu uma confusão muito grande na época e aí o Marcel meteu o pai dele, que era o “bambambam” da Santa Casa em Porto Alegre, que era advogado, o cara fodão e tal. E aí ele foi lá e meteu um carteiraço: “se vocês processarem os guris por causa da grana que eles devem a vocês, eu vou contra-processar porque eles não tinham contrato de trabalho, eles estavam no ar, não sei o que, blá, blá, blá”. Tá, zero a zero e vamos embora. Aí passou 1985. Aí 1986... eu tava desempregado. Aliás, eu estava desempregado em 1985 também.

[...]

JJ — Eu fiquei menos de dois meses na Atlântida e o Nilton me ligou um dia e disse: “vem pra cá, a gente está precisando de um

produtor na Ipanema, tá na hora de crescer a rádio e tu é o cara”. Aí eu saí da Atlântida, o JB ficou reclamando, me xingando: “Bah, quando eu consigo alguém mandam embora”. E aí eu “tá, vou né, fazer o quê”. Aí ainda veio com outra proposta. Ele disse: “quanto é que tu vai ganhar na Ipanema?”. Aí eu falei: “vou ganhar tanto”. Aí ele: “eu te pago não sei quanto mais”. Eu falei: “Não quero, eu quero ir pra Ipanema”.

CM — E por que tu quis ir pra Ipanema?

JJ — Porque era a minha cara. A Atlântida, nada contra, a Atlântida na época era muito boa de fazer. Era uma rádio padrão total, FM, aquele “locutorzão” e tal. Mas a Atlântida fora do ar, rádiocorredor, assim, era muito engraçado de fazer. Eu lembro que o JB dizia isso. Ele dizia: “se a gente conseguisse fazer no ar 30% do que essa rádio é no corredor, essa rádio ia ser maravilhosa”. Porque era uma folharada total fora do ar. Mas no ar era tudo limitado. Era “locutorzão”, era não sei o quê, não podia tocar..

WW — A razão é maior que o coração.

JJ — Aquela coisa que a Ipanema fazia, de rodar fita demo de banda independente...

CM — Não rola...

JJ — Não, eu lembro que a gente rodou uma vez. O Júlio Reny tinha gravado uma demo do KM 0. E a gente pegou e chamou o Aldo [Fontella], que era parceiro nosso, que era o locutor da tarde e disse: “bah, Aldo, seguinte, já tá no cartucho, bota por fora ali e tal”. E aí o JB estava subindo o morro ouvindo a rádio no carro e chegou na rádio já chutando a porta dizendo: “que porra é essa que estava rodando que não está programada?”. Aí a gente: “não, é um amigo nosso, o Júlio, é bom pra caramba e tal”. “Não quero saber! Não roda mais essa merda aqui. Não roda mais essa porra aqui se não estiver programado”. Aí quase foram pra rua os dois. E aí foi isso. Eu

não tive dúvidas, quando o Nilton me chamou pra Ipanema eu fui correndo pra Ipanema. E aí começou a relação com a Ipanema. Aí fiquei ali na Ipanema em 1986 e 1987, saí por dois meses pra fazer O *Diário do Sul*. Enchi o saco da redação do *Diário do Sul* e voltei pra Ipanema. Eu estava a fim de voltar mas não queria pedir pra voltar, na verdade. Aí um dia eu estava naquele negócio, louco pra voltar, mas “ah, não vou pedir pro Nilton. Vai se foder”. Até porque eu ganhava bem mais, o *Diário do Sul* era uma salário assim... era Gazeta Mercantil, eu ganhava um salário de São Paulo. Um pouco menos talvez. Aí eu fiquei naquelas “ah, mas redação é um saco”. E no tempo da máquina de escrever. Daí era aquela redação gigante de jornal, antiga, com 500 máquinas de escrever funcionando ao mesmo tempo. E eu saindo de uma rádio onde eu tinha uma sala só pra mim, que eu ficava sozinho, com a minha máquina de escrever lá num canto. Programando, produzindo, ouvindo música, ouvindo as músicas que eu mais adorava ouvir num prato, num vinil lá na época. E aí eu: “essa redação já tá me torrando o saco”. Aí a Katia Suman me liga lá na casa da minha mãe, que eu morava com a mãe ainda na época. Aí a Katia me liga... ah, sim, só um detalhe. Quando eu saí da Ipanema, foi no verão de 1987, o Nilton falou: “Tu vai sair? Então tu indica alguém no teu lugar, pelo amor de Deus, não vai me deixar na mão”. Aí eu estava começando a ensaiar com o Júlio Reny na Expresso Oriente. Estava entrando na Expresso na época que o Castor e o Flávio Santos saíram e eu entrei na Expresso. E aí eu: “ah, o Júlio, adora rádio, tem umas viagens com rádio, não sei o que”. Aí eu falei: “Olha, tem o Júlio Reny lá, que é um cara legal, é um músico da cidade”. Ele já conhecia, tocava na Ipanema já. “Ele nunca fez nada, mas ele é um cara bacana, gosta de rádio pra caramba, tem umas ideias, acho que ele pode render pra rádio”. Aí deixei o Júlio no lugar. Daí ficou o Júlio produzindo lá no meu lugar, fazendo

as coisas que eu fazia. Eu tinha um programa já que era o..., acho que era o Aeroplano. Daí passou um tempo lá no *Diário do Sul*, eu puto da cara com a redação, aí a Katia me liga. “Ah, não, porque tu tem que voltar lá pra rádio, porque não tá dando, o Julio é legal pra caramba, mas ele não tem o mesmo pique que tu, blá, blá, blá”. Aí eu falei: “Katia, vou dizer pra ti, eu tô tri a fim de voltar. Mas eu não vou pedir. Tu faz um lobby lá, até porque eu tenho um salário lá no *Diário do Sul* que é bom. E outra coisa, não vai botar o Júlio na rua, é sacanagem”. Daí, conversou com o Nilton, conversa vai, conversa vem, o Nilton conversou com o “seu” Gudy [Gottfried Edmunds], que era [superintendente] da Bandeirantes lá na época. Aí: “tá, chama de volta aí”. Aí pra poder ganhar mais ou menos o que eu ganhava no *Diário do Sul*, um pouquinho menos até, eu voltei pra Ipanema como produtor, locutor, apresentador e acho que redator também. Daí voltei pra Ipanema, fiquei até 1989, até ir pra São Paulo.

CM — Como vocês acham que o trabalho que a Ipanema fazia de não ter programação, de não ter *playlist*, como faz até hoje, e de abrir espaço (hoje nem tanto) pras bandas locais, como vocês acham que isso influenciou no cenário rock que temos hoje? Como influenciou ao longo dos anos, nas décadas de 1980, 1990 e no que a gente tem hoje?

WW — Eu acho que é porque eles mantiveram essa ideia. Essa ideia... mesmo mudando a direção da rádio, a rádio é tão forte que quem entrava depois continuava com essa ideia. É tão forte que acontece isso. E isso é raro de acontecer, muito raro. Mudar a direção e manter o espírito. Por que a direção muda e o cara que vem mantém? Porque a rádio tem uma força muito grande. A Ipanema tinha uma força tão grande, a primeira direção, que quando trocou a direção a segunda manteve, e a terceira manteve também.

CM — Ela tomou corpo próprio.

JJ — Até porque a direção (nova) foi a Katia que já era da rádio, na verdade. Já era meio fundadora da rádio e era uma coisa ligada a essa história de rock local e tudo mais.

WW — E o Edu manteve, fez alterações, mas são alterações da época. O mundo já não era o mesmo.

CM — Isso foi o que ele me alegou.

JJ — Isso eu concordo. O pessoal fala “ah, o Edu fudeu a Ipanema”. Eu acho que não. Eu digo pras pessoas. O Edu é fiel ao que a Ipanema sempre foi: uma rádio voltada pras tendências que estão acontecendo...

WW — Só que as tendências do tempo dele são outras.

JJ — Sem esquecer do passado. Tem o Vitor Hugo com os rocks clássicos dele. Mesma coisa assim, o que eu falei antes ali, nos anos 1980 eu rodando Cure. Quando a Mary rodava Prince (ela ficava do meio-dia às 15h, depois entrava o Mauro) ela recebia uma caralhada de ligações de gente dizendo “tu é bem chinelona, rodando esse viado desse neguinho xarope”. E é isso, quer dizer, na época, rodar Prince era um crime pro ouvinte da Ipanema. Mesma coisa que hoje em dia o ouvinte da Ipanema acha um absurdo o Edu rodar rap. “Ah, a Ipanema toca rap”.

WW — Hoje o rap é uma cultura como eram as outras na....

CM — Ele se adaptou ao...

JJ — Sim, a Ipanema continua fiel ao que a Ipanema sempre foi, de atualizar. Mostrar as tendências sem esquecer do passado.

WW — Só quem há 20 e poucos anos dá entrevista lá sabe que a rádio é a mesma. É a mesma rádio. A mesma história, tudo igual. Eu me sinto porque eu capto a energia de um lugar. É a mesma energia. A mesma coisa até hoje.

JJ — E uma coisa que eu acho legal: eu trabalhando na Unisinos atualmente, e mesmo quando eu estava em outros lugares. Até

mesmo fazendo a revista da Atlântida na época, os caras da Ipanema nunca confundiram essa história minha jornalística de trabalhar em outros lugares com a história musical. Sempre que tinha um show, uma coisa minha, Daltons ou o que fosse, os caras diziam “não, vem aqui dar entrevista”. O Vitor Hugo chamava e dizia “vem”. Então, nunca teve esse ranço tipo assim “ah, o cara trabalha lá na concorrente, não pode vir aqui”.

[...]

JJ — Eu acho que se não fosse a Ipanema a gente não teria...

WW — Não estaria fazendo um show com a orquestra da Ulbra hoje [risos]. [A entrevista foi concedida um dia antes da apresentação dos dois, mais Júlio Reny, com a Orquestra de Câmara da Ulbra.]

JJ — Não, e a gente não teria, naquela época mesmo, não teria tido aquele Rock Grande do Sul, da RCA, com Replicantes, Engenheiros, Garotos da Rua, TNT. Esses caras foram descobertos basicamente porque tocavam na Ipanema. É aquela coisa assim, a história. A história até onde eu sei: o diretor artístico da RCA, que era o Tadeu Valério, ele veio pra cá e falou com o Claudinho Pereira pra pedir indicação de bandas. Porque ele ouviu dizer que tinha um cenário muito forte de rock aqui acontecendo. O Claudinho indicou as bandas, e o Claudinho indicou que bandas? Pô, o Claudinho é um cara da RBS. Só que o Claudinho, assim, a Atlântida não tocava banda gaúcha. O Claudinho indicou as bandas que ele ouvia na Ipanema, porque ele era ouvinte da Ipanema. O Claudinho é um cara antenado nessas histórias. Que era Engenheiros, que era Replicantes, que era o Júlio Reny, que era não sei o quê...

CM — A Atlântida não tocava essas bandas? Tocava bandas locais na época?

JJ — Não, não. Acho que muito raramente alguma coisa. Não me lembro. Acho que não. Era uma rádio muito padrão a Atlântida, na época.

WW — Ela tocou, na época que saiu o Rock Grande do Sul..

JJ — Sim, mas aí já tinha o disco. Mas aí já tinha uma gravadora por trás, aquela coisa toda. Já era multinacional, tinha o divulgador, o sistema de gravadora e tal. Então acho que tem isso, a Ipanema alavancou totalmente a história do...

CM — Na verdade essa é a grande pergunta. Como mídia de massa, a importância que ela teve foi total.

WW — É, porque tinha essa coisa viva né. Porque na verdade qualquer arte, qualquer comunicação, uma revista, um jornal, uma rádio, se ela é viva, se ela é orgânica, se ela tem coração, ela faz aquilo ali porque aquilo ali é a vida das pessoas, isso é muito forte. Por exemplo, a música que a gente faz: a gente não faz parte do show business, a gente é alternativo e tudo. Mas a gente está há mais de 20 anos fazendo isso. Por que isso continua tanto? Porque sempre tem gente gostando disso, precisando desse combustível.

CM — Porque tem um mercado que alimenta isso.

WW — Mercado seria já uma palavra muito nova pra usar.

CM — Mercado assim, ó: é o consumo. É viável que vocês vivam dessa maneira, não sendo show business, não participando daquela parte maior, porque tem gente que foi incentivada e que também quer consumir essa... Não seria isso?

[...]

WW — Todas as merdas que eu fiz na minha carreira musical foi quando eu pensei em dinheiro. Todas. Todos os erros que eu cometi foram quando eu pensei em dinheiro.

[...]

CM — Tem mais alguma coisa que vocês acham importante colocar nesse sentido do tema?

JJ — Qual? Do tema da rádio?

CM — É, desse tema que eu estou abordando, da influência que as rádios tiveram na cena rock que a gente tem hoje.

WW — Eu acho que falar da rádio na cena rock é pouco. Essa palavra rock não pode ser usada.

CM — Por quê?

WW — Porque é muito mais do que isso. Uma das características do Rio Grande do Sul, da música de Porto Alegre principalmente é a diversidade. Eu não faço rock. Faço balada, faço folk. Também fiz rock, também fiz punk rock. Mas se torna...

CM — Na cena musical tu acha?

WW — Exatamente. Ontem, eu dando uma entrevista, ela falou: “qual é a característica do rock gaúcho?”. Eu disse: “não existe”. O rock gaúcho só existe porque lá fora eles diziam “ah, é uma banda gaúcha. Os Replicantes é uma banda gaúcha, o De Falla é uma banda gaúcha, o Engenheiros é uma banda gaúcha, o TNT... então é rock gaúcho”.

JJ — Mas cada um é diferente do outro. TNT é rockabilly, Replicantes é punk...

CM — Sim, mas todos são derivados do rock, não?

WW e JJ — Não, não...

WW — Mas não é porque todos têm outros elementos... O meu trabalho tem muito mais elementos fora do rock do que o rock. Eu tenho muito mais elementos de música regional, de música gaúcha, de música brasileira, de música folclórica. É muito maior do que o rock. Rock é só uma época. Mas antes a gente ouvia outras coisas. Antes de ouvir a Continental a gente ouvia a rádio de nossos pais. Que tocava música brasileira, que tocava Frank Sinatra, entende?

Então, falar de rock já é ultrapassado. É que nem umas perguntas clássicas que tem: “e agora com o mp3 e tal, e tu acha que é mais fácil o mp3, e as gravadoras?”, e eu digo “vem cá, faz 10 anos que começaram a perguntar isso”, entende? Não se fala mais nisso. Não existe essa história do rock gaúcho. Existe música. É muito diversa a cidade de Porto Alegre.

[...]

JJ — Hoje em dia, com a internet, tem um excesso de oferta. Na Ipanema eu senti isso aí. Eu trabalhava na época lá. Porque assim, quando começou a rodar música local na Ipanema, com Os Replicantes, o Júlio Reny com Cine Marabá, eram três pessoas que iam lá. O Júlio Reny foi lá largar Cine Marabá, Replicantes foi largar lá o Nicotina, alguém foi largar não sei o quê, o Nei Lisboa foi largar Pra Viajar no Cosmos... então essas músicas foram tocadas. Só que era pouca gente e tinha qualidade, claro.

WW — Sempre quando uma banda começava e gravava a primeira música... o TNT gravou a primeira música e levava na Ipanema. Cascavelletes gravou a primeira música, levava na Ipanema. Todo mundo fez isso.

Entrevista pessoal concedida em 10 de julho de 2008.

Revisado por Wander Wildner em 27 de dezembro de 2021.

JÚLIO FÜRST

Em seus longos anos de carreira e paixão pelo rádio, o comunicador Júlio Fürst criou personagens e promoveu concertos memoráveis. Em 1972, se apresentou aos ouvintes gaúchos como Julius Brown, o rei da black music, e, mais tarde, como Mister Lee, o cowboy do rádio. Atualmente, comanda o programa Fim de Tarde pela 102.3 FM.

Cristiane Marçal — A primeira coisa que eu queria que tu me contasse é, resumidamente, como foi a tua história com a Continental. Como tu entrou, como foi o início e o desenvolvimento dos programas, enfim... E como era a tua relação com a rádio.

Julio Fürst — Na verdade, eu comecei a convite da rádio Pampa, na época. Otávio Gadret, que é o diretor-presidente da Rede Pampa de Emissoras. Na época, ele tinha comprado a rádio Pampa AM e, isso foi 1972..., e aí eu recebi de um conhecido dele um convite — eu tinha uma lojinha de discos, eu operava lá no bairro Moinhos de Vento — pra fazer uma programação jovem na rádio Pampa que ele tinha acabado de adquirir. E eu aceitei o convite porque eu já era fascinado por rádio como ouvinte. Eu nunca tinha pisado dentro de uma rádio. Não sabia como era a operação, não tinha experiência nenhuma. Experiência zero. Eu tinha uma fascinação pelo rádio como ouvinte, até porque eu ouvia muito rádio. Eu dormia com o rádio ligado pra ouvir as músicas que estavam tocando, que eram sucesso na época e tudo mais. Eu também tinha conjunto musical, tocava bateria num conjunto, e pra tirar, por um lado, as músicas para o repertório do conjunto e também para adquirir os discos para vender na minha loja. Com o convite eu aceitei o desafio, então, na época, e queria muito fazer esse teste. Aprender, conhecer a rádio por dentro e como operar uma rádio por dentro e tudo mais. Me agarrei nessa oportunidade. Comecei a trabalhar na rádio Pampa, como programador da rádio. Em seguida, o Gadret me convidou pra fazer microfone e eu me atirei no microfone com um personagem, chamado Julius Brown, que eu criei exatamente pra sair da exigência básica daquela época. Porque o cara pra falar no microfone naquela época o primeiro quesito, o quesito básico, era ter um vozeirão grave. E eu não me achava em condições de falar no microfone assim como os locutores da época falavam. Eu

achei que eu ia passar por ridículo, ia passar vergonha. Então eu me lembrei... como o Gadret me fez o convite, achou que eu tinha que ir pro microfone também e tal, além de ser programador da rádio.

[...]

JF — Bom, aí eu fiz até 1975 ele [o programa do personagem Julius Brown], quando me surgiu um convite pra eu fazer um cowboy. A MPM Propaganda na época fez uma pesquisa de quem poderia assumir um personagem pra um programa da Lee, das calças Lee americanas, da H. D. Lee Company, que estava se instalando naquela época no Brasil com uma roadie com a Renner e a fábrica ali onde hoje é o DC Navegantes. E ela queria fazer um programa com um personagem que assumisse o nome da Lee. A ideia era um personagem chamado Mr. Lee. Aí eu recebi esse convite pra fazer: “porra, vamos exportar o negrão, vamos matar o negrão”, e aí resolvemos matar o negrão e eu fiquei fora do ar uns três ou quatro meses. Nós encerramos o programa do Julius Brown sem o público saber nada. Foi uma coisa bem sigilosa. E eu reentrei no ar no dia 1º de abril de 1975 como Mr. Lee, só que num programa chamado *Mr. Lee in Concert*, que era um programa, basicamente, essencialmente de música country. Eu até fui para os Estados Unidos a convite da Lee. Fui conhecer as instalações lá dos escritórios internacionais da H. D. Lee Company, ali no Rockefeller Center. Tomei um banho de Lee lá, me mostraram todo o sistema, como fabricavam a calça, como tinha nascido a calça e tudo. E eu trouxe um farto material da Lee americana, que já tinha um programa nos Estados Unidos. Eles operavam um programa mensal *coast to coast*, faziam uma rede de emissoras e lá era chamado *Lee in Concert*. E aqui nós fizemos o *Mr. Lee in Concert*. Porque eles queriam esse personagem pra dar um caráter, assim, o mais autêntico possível, a maior autenticidade possível pra mostrar que realmente era o... passasse a imagem de

que realmente era a Lee americana que estava vindo pro Brasil e não uma imitação. E não um cover da calça Lee. Bom, aí eu assumi esse personagem. O programa tinha desde a abertura, que era um tema chamado Living the life of Lee, que eu trouxe dos Estados Unidos. Eu abria o programa em cima desse tema, que era a campanha americana da época, em toda a América. Trouxe os jingles pra cá, a MPM conseguiu licença para nós colocarmos os jingles no ar. Fizemos algumas versões, a MPM mandou produzir algumas versões dos jingles quase que ao pé da letra, as traduções. Na verdade uma foi, uma versão [inaudível] que ficou Vivendo a Vida de Lee. A versão do jingle institucional da Lee, da campanha brasileira, ficou Vivendo a Vida de Lee. Bom, e eu comecei a trabalhar então com os jingles americanos e com os produzidos aqui. E ao longo do tempo foram produzidos mais. Assim que eles ficavam prontos eu colocava no ar. O que aconteceu foi o seguinte: ao mesmo tempo eu atuava muito assim, eu frequentava muito o cenário de música na noite de Porto Alegre. E fui convidado pra... Todos os eventos musicais que eu podia participar, eu participava, e entre eles, eu fui convidado pra ser júri do Musipuc, do Festival Universitário da PUC. Eu fui pra lá e já na primeira edição daquele ano, de 1975, eu senti uma efervescência musical maravilhosa. Na primeira edição de escuta, de seleção das músicas que tinham sido inscritas. Eu vi que tinha um potencial enorme ali, e vi que tinha um conteúdo maravilhoso, de qualidade, em todos os estilos musicais. Uma formação bem eclética porque era MPG, música popular gaúcha, era folk, era rock, era pop, era blues... Porque na verdade todos os estilos podiam se inscrever. Ali eu vi que tinha realmente muito material que não estava sendo passado para o grande público. Ele estava limitado só nos festivais universitários e nos eventos de colégio e tal. Já havia um movimento um pouco menor, que era o movimento do falecido Carlinhos

Hartlieb, na época, que eram as Rodas de Som. Mas com alguns grupos que já estavam, digamos assim, mais prontos na verdade. Grupo mais quase que semi-profissionais e até profissionais já faziam parte das Rodas de Som. O que eu senti foi o seguinte: uma noite em que eu fiz uma escuta juntamente com os outros membros do júri, que nós escutamos várias músicas e começamos a fazer a seleção pra pré-qualificação e depois pra seleção final. E, aí sim, os pré-qualificados se apresentavam já no palco. A primeira seleção de escuta era em fita cassete, né. Então eu já fui pra casa imaginando assim: “bah, mas é um material enorme, maravilhoso, fantástico, super qualificado”. Daí eu fiquei assim, me bateu uma espécie de frustração por eu estar trabalhando num horário, numa rádio que era a rádio mais ouvida jovem. E o público jovem da época era um público essencialmente universitário, não era o público jovem que é o *target* de hoje, né. O jovem considerado hoje é o teen. Então, o público da rádio jovem, que era a Continental, a única rádio jovem forte que tinha... ou a melhor na época. A mais estruturada, digamos assim. Na época a rádio Pampa estava começando a entrar e se estruturar pra fazer frente a Continental, quando eu cheguei lá. E eu estava, na verdade, na melhor rádio jovem da época, né. Com um microfone, com um horário, às 22h, um horário nobre — porque ele pegava muito também a saída do turno da noite da universidade, né. Eu tinha uma audiência muito grande ali, as pesquisas mostravam aquilo, e a própria rádio Continental como um todo tinha sua maior audiência concentrada no público universitário. E digo: “bah, um festival universitário, e gente daqui fazendo música de qualidade”. Fiquei assim, me deu uma espécie de, sei lá, um sentimento de culpa por eu estar com um baita de um veículo e não fazendo nada. Fazendo música americana. Foi aí que surgiu a ideia de eu enfrentar o meu chefe, que era o diretor de marketing da Lee daqui,

que era o Américo Bender, que era o idealizador da ideia, da coisa do programa *Mr. Lee in Concert* junto com a agência. Aí conversei primeiro com o pessoal da rádio. Depois conversei com o pessoal da agência, depois fui conversar com o diretor de marketing da Lee. Me lembro que eu cheguei na sala dele, um dia, entrei lá e digo: “Ô, Bender” — eu me dava muito bem com ele, ele gostava muito de mim, e eu dele também. A gente se dava bem na questão de troca de ideias do programa, ele escutava muito, me telefonava, dava opiniões e tal. E eu: “Ô Bender, me estourou uma coisa aqui, cara. Eu acho que a gente tem que mexer nesse programa, eu acho que a gente tem que abrir uma janela nesse programa para música local”. “Música o quê?”. “Música local. Música de Porto Alegre”. Ele quase caiu pra trás. “Não, tu tá brincando comigo, né?”. Primeiro porque não tinha recurso pra gravar. Não existia gravadora em Porto Alegre. Foi se instalar a primeira gravadora com porte de se gravar música, fazer mixagem, tudo, foi a gravadora Isaac lá em 1978, 1977 pra 1978. Então não tínhamos onde gravar, onde produzir, porque era tudo artesanal, como é que eu ia botar no ar? E aí eu resolvi pegar o estúdio de gravação comercial mesmo da rádio Continental e botar a galera ali mesmo. Improvisado, fazendo um trabalho, uma produção artesanal. Gravando num microfone só. Fazendo uma mixagem sonora na base do espaço físico, ou seja, o vocalista ficava mais na frente, o violão ficava um pouquinho mais atrás.

CM — Mas isso com um microfone só?

JF — Com um microfone só e um gravador Ampex de dois canais, que era o que tinha num estúdio de gravação para locução de comercial da Continental. Porque a Continental tinha dois estúdios, como basicamente as rádios têm — um estúdio que está no ar e um estúdio pra gravação de comerciais, textos, produção de programas e tal. Então, não era um estúdio pra gravar música. E assim mesmo

a gente conseguiu gravar. E naquela época existiam uns cartuchos assim de fita, né. Então nós gravamos nas cartucheiras pra poder colocar aquilo ali no ar, porque cassete não dava pra colocar no ar. Algumas coisas nós gravamos em fita de rolo e outras nós gravamos em cartucho. E eu ali comecei, o Bender mesmo surpreso com minha ideia...

CM — Deixa eu até aproveitar a deixa. Qual foi o argumento que tu usou pra convencer o diretor de marketing e o próprio diretor da rádio?

JF — O meu argumento foi o seguinte: primeiro foi de que eu estava presente no festival, na seleção do festival, que não me lembro mais quantas músicas, uma centena de músicas, né... E que eu tinha esse testemunho, de que eu estava saindo de lá e que tinha um material maravilhoso. Que se fosse bem produzido, bem direcionado, ele daria resultados. E o que me salvou também, o que me ajudou bastante, foi o link que eu fiz pra ele, quer dizer, eu já fui oferecendo pra ele um link com os concertos, que depois eu produzi, o segundo passo. E que aí ele, por sua vez, fez o link com os Estados Unidos. O que acontecia: nos Estados Unidos não era um programa de rádio que tinha lá. Eles tinham o *Lee in Concert*. Eles faziam um concerto de música, é claro que com profissionais, gente conhecida do cenário pop, rock, internacional e tudo mais, e eles faziam um concerto de aproximadamente uma hora com grandes nomes da música internacional e transmitiam aquilo em rede, *coast to coast*, era uma transmissão num determinado dia, um domingo, um sábado, numa determinada hora, e fechavam um contrato com não sei quantas emissoras e transmitiam o *Lee in Concert coast to coast* nos Estados Unidos. Eu digo, bom, se nós conseguirmos produzir bastante, divulgar, mostrar pro pessoal e começar a fazer uma seleção em função do recall disso, do retorno que

provavelmente terão, que certamente terão, das músicas que serão rodadas dentro do programa. Fazer esse trabalho, quer dizer, fazer funcionar exatamente a função que tem um veículo de comunicação — ou seja, pegar um produto e divulgar pro seu ouvinte, divulgar pro grande público. É isso que eu achava que faltava. Estava tudo pronto, faltava uma janela pra mostrar isso pro público.

CM — Na época não tinha nenhuma mídia com alcance maior que fizesse esse...

JF — Não, nada. Isso se reduzia assim, nas finais dos festivais universitários, cada um se virando, no boca a boca. Quem conhecia mais de perto é porque frequentava os festivais, ia pra ver as finais nos teatros, na universidade e tudo mais. E alguma coisa que já acontecia, é claro, no cenário da noite em Porto Alegre. Bom, e o que aconteceu foi isso. Graças a Deus deu certo. Eu comecei a colocar, aproveitando até como argumento os finalistas do Musipuc daquele ano. Mostrando, fazendo uma espécie de reportagem do Musipuc dentro do programa. Então, eu abri uma janela na segunda parte, comecei a gravar os caras que estavam lá. Nelson Coelho de Castro, Status 4, Gilberto Travi & Cálculo 4, se não me engano os próprios Almôndegas participaram também, Fernando Ribeiro, que foi o vencedor daquele ano com a música *Em Mar Aberto* e tal. E comecei a gravar esse pessoal e colocar dentro do programa. Bom, a repercussão foi imediata. A rádio começou a sentir o retorno no outro dia por telefonema, por recall de rua, por boca a boca, as pessoas ligarem pra lá querendo ouvir de novo. Aquilo foi uma bola de neve. Bom, o que resultou? Resultou... então tu vê, eu comecei a colocar isso... foi em maio o Musipuc. Eu entrei no programa em abril. Já foi na segunda quinzena, se não me engano, de maio, primeiro de junho. Em 13 de agosto de 1975 eu fiz o primeiro concerto já, colocando 13 bandas. Aquelas que eu estava rodando no programa

desde maio, então foi praticamente... junho, julho... dois meses e meio de divulgação. Num programa diário às 22h. Bom, o sucesso foi tanto que o antigo Cine Teatro Presidente, agora é da Igreja Universal, né? Ele tem capacidade pra, não sei se eles mexeram lá, mas tinha capacidade pra 1.100 pessoas. Tinha 1.500 lá dentro e mais de mil pessoas fora. Tivemos que chamar a Brigada Militar pra fazer um cerco no quarteirão inteiro pra desviar o trânsito.

CM — E vocês esperavam essa repercussão?

JF — Eu esperava, mas não tanto. Ela extrapolou inclusive. Foi um sucesso assim... parou Porto Alegre! Bom, aí eu produzi esse concerto com os músicos. Foram 13 atrações naquela noite e já no final daquele eu já marquei o segundo concerto que foi no dia 9 de novembro do mesmo ano, no Araújo Vianna. Foi num domingo, começou às 17h de um domingo e aí foi um mini Woodstock assim.

CM — Ele era aberto, o Araújo Vianna?

JF — Ele era aberto. E eu já com aquela imagem do Woodstock na cabeça, digo: “pô, vou fazer um troço ao ar livre”. E o Araújo Vianna naquela época se propunha a isso. Então eu fiz no domingo iniciando às 17h e terminou às 2h30 da madrugada de segunda-feira. Ali foram 18 bandas. Bom, a partir daquilo eu até tentei fazer, porque eu ainda convivi muito com a censura, né, por causa da ditadura. Estava no final, mas ainda estava né... No final não, estava já na segunda metade, digamos assim. E eu convivi muito com a censura, tive alguns problemas com a censura, fui lá várias vezes. Tinha que passar os scripts todos, as letras de música, os scripts todos do concerto, o roteiro todo, desde a abertura o que eu iria falar pra eles poderem liberar. Eles não liberavam grande... as grandes concentrações de público naquela época tinham problemas. “Esse troço é muito grande...”.

CM — Sim, onde estivessem mais de três...

JF — Eles checavam, né, pra ver o que era. Então, tu imagina, foram 5.500 pessoas no Araújo Vianna, no dia 9 de novembro. E eu depois até fui lá porque eu tive alguns problemas, porque alguns saíram dos roteiros que eu tinha mandado pra eles fazer a avaliação da censura. Porque vinha tudo com o carimbo liberado, a gente tinha que seguir à risca tudo que tinha sido liberado pela censura federal. E, na hora, na empolgação... muito mais empolgação do que... na verdade não tinha nenhuma conotação política, era artística mesmo. Puramente artística e tal. A gurizada botou outras músicas que não estavam na pré-seleção.

CM — As músicas não eram muito políticas, né?

JF — Não, não eram. Tinha, mas era pouca coisa. Bom, aí o que aconteceu? Aconteceu que eu encaminhei pra fazer o de verão, que seria o seguimento lógico do processo dos concertos. Eu fiz o primeiro no Cine Teatro Presidente, segundo no Araújo Vianna já era novembro, e o terceiro seria em pleno verão. Como no verão, até hoje acontece, a cidade fica vazia. Hoje não tanto. Naquela época a cidade morria. Todo mundo pra praia, principalmente o público jovem. O que eu planejei? Fazer o concerto na Guarita, em Torres. E aí eu fui bloqueado, a censura não liberou. Eu ia fazer um palco saindo do Morro das Furnas. Porque a Guarita naquela época era aberta. E eu aí planejei botar um palco do morro ali pra fora e botar a galera toda na parte de trás e deixar o mar de fundo. E aí eu fui bloqueado pela censura, a censura não deixou porque... aí alegou que, questão de drogas, que ia ter muita gente, que ia ser noite adentro. E eu já estava querendo fazer duas noites porque eu tinha já café no bule pra fazer as duas noites. Eu já tinha colocado 18 bandas no Araújo Vianna. Então eu já estava planejando até fazer um de sexta pra sábado e de sábado pra domingo.

CM — Quem fazia a produção desses shows? Principalmente shows grandes, com 5 mil pessoas? Não era uma coisa muito comum na época. Quem fazia a produção? A rádio abraçava, tu abraçava?

JF — Eu fazia a produção e tinham dois amigos meus que me ajudaram bastante, que foi o Bayard Steiger, que depois veio a ser meu sócio numa produtora que eu fiz até em função do embalo dos concertos...

CM — Uma produtora de eventos?

JF — Uma produtora de eventos. Eu tinha uma produtora de eventos chamada Studio 2. E o Beto Roncaferro, que depois, mais tarde, veio a ser meu colega de Discocuecas e tal. Foi sempre um parceirão meu de rádio. Nós começamos juntos. Trabalhava comigo na loja de discos já. A gente foi junto pra rádio Pampa. Depois nós fomos juntos pra Continental. E ele é músico também. Então a gente fazia algumas coisas, usava os instrumentos para fazer as aberturas dos concertos e ele me dava uma mão forte na produção.

CM — Vocês três que faziam?

JF — É, nós três. Eu tocava a produção toda e eles faziam assessoria, me ajudavam.

CM — É trabalhoso.

JF — Bastante. Mas a gente fazia, fazia. Quando bem mais jovem tu tem bem mais tempo... quase todo disponível.

CM — E também é aquela coisa. Ou vocês faziam ou ninguém fazia.

JF — É. É claro que nós tínhamos várias carências. Carência de iluminação, não tinha os recursos que tem hoje. Os únicos que faziam som naquela época ao ar livre era uma empresa chamada Cotempo. Então tinha uma dedicação total. A Cotempo nos deu uma grande força. O Egon [Alscher], que era um engenheiro diretor da Cotempo, ele fazia questão de operar porque ele gostava também dos concertos. Ele gostava dos músicos. Então a gente tinha, claro,

uma mesa fabricada por eles mesmos. Não eram equipamentos como tem hoje. Os equipamentos disponíveis que temos hoje, equipamentos importados. Tudo era uma coisa artesanal. Mas a gente fazia. E o público gostava, ia, prestigiava. Bom, esse programa ficou até 1978 no ar. E até 1978, depois eu tornei esses concertos itinerantes pra poder atender o interior do estado. Tinha uma demanda muito grande do interior do estado, o pessoal do interior queria também.

CM — A Continental pegava no interior?

JF — Não. Em algumas praças...

CM — E como é que eles ficavam sabendo?

JF — Eles ficavam sabendo muito pela cobertura, principalmente da Caldas Júnior na época. A *Folha da Tarde* fazia muita cobertura porque era um jornal que dava muita abertura pra essa questão artística também, toda a atividade artística e cultural. A *Zero Hora* também nos prestigiava. O Juarez Fonseca fez várias matérias sobre o concerto e tal. O próprio *Correio do Povo* na época, a *Folha da Manhã*, a *Folha da Tarde* davam muita cobertura para os concertos. E o pessoal do interior então começou a nos requisitar e eu comecei a organizar. Eu fiz as principais praças assim. Fui a Pelotas, no Theatro Guáira¹⁶. Levei a Santa Maria, lá no Glória. Depois levei a Caxias. Depois dessas três praças eu dei um salto sobre Santa Catarina e levei toda a galera, levei 73 músicos pra um grande concerto no Ginásio de Cristal, em Curitiba. Naquela época, a Carris tinha recém-lançado os ônibus que tinham o apelido de “frescão”. Porque eram uns ônibus com ar condicionado novos da Carris. Eu aluguei quatro ou cinco daqueles, botei os músicos todos lá dentro...

CM — Tudo com o patrocínio da Lee?

16 Júlio provavelmente quis dizer Cine Teatro Guarany.

JF — Tudo com o patrocínio da Lee. É, era um patrocínio, assim, que me dava um suporte. Não era um patrocínio integral. Eles me davam um bom apoio. Me pagavam uns básicos, ou seja, divulgação, iluminação, sonorização, a estrutura básica eles me pagavam. E eu ia atrás do resto com a bilheteria. E depois eu fazia todos os pagamentos e o que sobrava da bilheteria eu fazia uma divisão com as bandas que tinham participado daquele concerto.

CM — E aí foram pra Curitiba...

JF — Fomos pra Curitiba, foi um sucesso tremendo. Juntamos 6.550 pessoas. Está tudo documentado em fotos, em matéria... Porque aconteceu o seguinte: com o sucesso do programa aqui, a MPM comprou um espaço. Porque ali começou a querer se expandir. Tinha esse planejamento e essa visão estratégica toda de ampliação, de começar a atender outros estados. Instalaram a fábrica aqui no Rio Grande do Sul, começaram a atender aqui e depois começaram a atender Rio e São Paulo também e depois a atender outros estados. E aí também existia um projeto de o programa sair atrás, ir acompanhando. Conforme a Lee ia entrando nos mercados, nós íamos acompanhando. Porque naquela época não tinha satélite. Não dava pra fazer por rede de satélite, como nos Estado Unidos. E mais do que isso: era proibido. O Ministério das Comunicações não deixava fazer rede. Isso veio numa abertura bem mais tarde. Então, o que eu fazia? Eu gravava o programa aqui, num estúdio, como se estivesse ao vivo. Nós gravávamos em fita e embarcávamos pelo correio. E ele ia pra rádio Iguazu de Curitiba, que era uma rádio semelhante à rádio Continental de Porto Alegre. Era do grupo que era o *Estado de S. Paulo*, jornal *Estado de S. Paulo*, TV Iguazu e rádio Iguazu. E aí eu coloquei esse programa às 10 da noite lá. A única diferença é que ele era gravado e comecei a botar todos os músicos daqui lá. E os músicos fizeram o maior sucesso. Toda galera daqui.

Hermes Aquino, Fernando Ribeiro, Inconsciente Coletivo, Status 4, Hallai Hallai, bah... vários outros... Byzarro, Flor de Cactus, Mantra... agora de cabeça assim teria até que dar uma olhada porque é muita coisa. Mas todos aqueles que faziam parte da programação aqui eu incluía lá. E aí o que eu fiz: pra não ficar uma invasão estrangeira total no concerto de lá, eu fui uns três ou quatro meses antes — eu já estava mais ou menos com o concerto com a data definida pra fazer em Curitiba —, fui pra noite, vi algumas coisas. O pessoal da rádio já tinha selecionado pra mim. Seleccionei alguns grupos. Consegui um estúdio de gravação lá, um estudinho de gravação comercial. Botei os músicos a gravar, eles gravaram lá. Consegui uma verba pra pagar e comecei a tocar eles daqui pra lá. Então incluí uns quatro ou cinco nomes de Curitiba, dos paranaenses, junto com o movimento que estava acontecendo aqui. E aí a gente, nós fizemos o primeiro concerto da Lee em Curitiba, no Ginásio Cristal. Isso é no Círculo Militar, que é no calçadão bem no centro. Pra tu teres uma ideia, no fim de semana anterior a Rita Lee tinha feito um show lá e tinha colocado 2.500 pessoas. Lançamento de um dos discos dela. Nós fizemos um fim de semana depois e colocamos 6.500 pessoas. Mas era uma galera, né. Eu levei 73 músicos. Com técnico e músicos, tudo. E eram... eu não me lembro mais, mas eram umas 10 bandas, eu acho. Levei 10 grupos daqui. Eu sempre procurava fazer uma seleção mais eclética possível. Não era um concerto de rock n' roll. Não era um concerto de música popular. Era um concerto que era bem eclético. Tinha de tudo um pouco. Tinha rock pesado, tinha hard rock, tinha pop rock, tinha música brasileira. O próprio Fernando Ribeiro era MPB. Tinha música popular regional, tinha rock gaudério. Tinha tudo que agradava, que estava dando resultado dentro do programa e que eu achava que era criativo,

autêntico, eu colocava na roda. Então, eu levei essa seleção pra lá e coloquei mais uns quatro, cinco... três ou quatro... não me lembro mais de cabeça. Tinha que dar uma pesquisada no material. Tem até uma chamada de um caderno. Foi capa do Caderno 2 do *Estado de S. Paulo*. Uma capa grande, com uma foto. “Está chegando Mr. Lee com seu concerto”. E aí tinha todos os nomes que eu estava levando, mais os nomes de lá. Explicando venda de ingressos e tal. Depois, sobre a repercussão também eles fizeram uma matéria muito legal. Aí eu consegui uma promoção desse grupo. Então tinha chamadas na TV, o programa de rádio e o apoio do jornal. Aí foi um sucesso estrondoso. Esse foi o último grande que aconteceu do Vivendo a Vida de Lee, foi realmente em Curitiba. Depois eu fiz mais uns três ou quatro aqui no Teatro Leopoldina, antigo Teatro Leopoldina, que se transformou mais tarde no Teatro da Ospa. E em 1978, a Lee resolveu cancelar o patrocínio do programa. Porque aí não existia mais o Mr. Lee. Então eu parei um pouco, comecei a fazer um programa de música brasileira. A Continental me convidou. Foi aí que eu tive uma época de um programa de música brasileira.

CM — Mas o Mr. Lee continuou sempre na Continental...

JF — Só na Continental. A vida útil dele foi na rádio Continental. De 1975 a 1978. Depois que terminou a coisa da Lee, a Lee montou outras estratégias, achou que tava terminando o ciclo.

[...]

JF — Fui convidado pra vir pra cá [RBS] no finzinho de 1979. Estava sendo montada uma equipe para lançar a rádio Atlântida. E eu aí, o Pedro Sirotsky através do [inaudível] me convidou pra vir pra cá, eu saí da Continental e vim pra cá. Até porque a Continental tinha perdido a concessão do canal FM. E aí é que houve essa migração desse formato de rodar músicas locais para Ipanema. A Ipanema deu continuidade a isso porque a Ipanema já tinha um canal de

FM. A Continental perdeu o canal de FM, a música toda migrou pro FM porque tinha muito mais qualidade. E a partir de 1978, 1979, começa o advento do FM e vai embora. A música toda migrando pra lá. Vim pra cá em 1979. Nós fizemos aqui dois programas. Eu fazia um programa chamado Magníficas, o Pedro Sirotsky fazia um programa chamado Transasom, já como um passo, um degrau, isso ainda na antiga Gaúcha FM, mas um degrau pra se transformar em Atlântida...

[...]

CM — Essa inserção que o programa do Mir. Lee fez das bandas locais, isso mudou a grade de programação da Continental, né?

JF — Não mudou muito porque a Continental já tinha esse espírito. Ela já estava tocando, começando a tocar uma música que o Almôndegas estava fazendo... o Vento Negro. Que na verdade é um marco. O Vento Negro, em termos de programação de rádio, eu acho que foi a primeira música local a ser tocada numa programação de rádio pop jovem, acho que foi Vento Negro, do Fogaça com os Almôndegas. Os Almôndegas fizeram, mandaram pra rádio, o pessoal da rádio gostou e começou já a tocar. Foram mais ou menos tempo, logo depois veio essa história do... foi praticamente o mesmo ano. Então a rádio já estava aberta a isso. A essas novas propostas. E já meio que namorando, mas não tinha mais material.

CM — Sim, porque não tinha onde gravar..

JF — Não tinha onde gravar, não tinha quem fizesse essa produção. Sair, buscar esse conteúdo todo, trazer pra dentro da rádio, gravar e botar nos programas. Aí quando eu comecei a fazer isso, o que aconteceu? Aquelas que eu fazia, eu lançava, gravava, produzia e lançava no programa da Lee. Até porque a Lee me dava o apoio e eu já tinha armado o apoio de botar esses caras em cima do palco. Que esse era o grand finale da história toda. O contato

ao vivo com seu público. Então, eu lançava no programa da Lee, e aquelas que iam dando mais resultado entravam na programação. Elas já passavam pra programação diária. Tocava de manhã, de tarde, de noite. E aí foi super rápido. Coisa de um mês já estava caracterizado que a música local já estava fazendo sucesso, que as pessoas queriam ouvir, ligavam, e era o maior diferencial da rádio Continental. E daí, só cresceu.

CM — Eu percebo que tu fala, com toda razão, com muita satisfação de tudo isso que aconteceu. Isso eu queria te perguntar. O que mudou pra ti a tua passagem pela Continental? O que mudou pessoal e profissionalmente? Pra onde te encaminhou? Por exemplo, essa parte de eventos. Era uma coisa que não era um trabalho que tu fazia, e passou depois a trabalhar, enfim...

JF — A produtora foi uma consequência dessa história toda que eu comecei a armar. Na verdade, ela foi pra efeito legal. Eu tive que fazer ela porque eu precisava liberar algumas coisas. E até pra contratos com teatro, contratos com a prefeitura, eu precisava ter um CNPJ, uma razão social pra poder fazer esses contratos e linkar eles com os concertos. Então eu acabei fazendo essa produtora e convidei essa pessoa que já trabalhava comigo, que me ajudava nos concertos, a nos estabelecer como pessoa jurídica também. Aí nós fizemos a Studio 2. Alugamos um escritorzinho, pequenininho, no Centro, na Andrade Neves, onde a gente tinha um telefone, uma mesa de trabalho, o arquivo de todas as coisas, de endereços, agenda. E aí começamos a trabalhar como uma produtora artística pra dar apoio aos concertos. Mas, na verdade, toda a questão sempre esteve envolvida essencialmente na questão artístico-musical. Eu me realizava estando com os músicos. Até tocava, abria os concertos tocando bateria. Com alguns já tocava junto. Mas eu tinha essa realização também, né. Eu me incluía ali como... aproveitando

uma oportunidade de estar no palco mostrando o trabalho. Eu comecei a tocar bateria com 14 anos. Na década de 1960 eu tinha tido um conjunto que era um conjunto de bairro. A gente chegou a tocar em alguns lugares, tocamos na Sogipa, tocamos no Caixeiros Viajantes. Mas era super amador. Um conjuntinho que estava sendo formado. E eu sempre tive essa coisa de músico e tal. Depois eu parei pela questão do serviço militar. Com 18 anos eu fui fazer o serviço militar, saí do grupo. Aí depois quando eu voltei eu coloquei essa... comecei a trabalhar nessa lojinha de discos. E tocando assim, esporadicamente. Fizemos um trio de bossa nova e tal. Mas foi uma coisa meio rápida, uns seis meses, dez meses durou aquilo. E surgiu essa coisa do rádio. E eu achei que eu trabalhar em uma rádio musical, fazer uma programação musical, ouvindo, executando, programando, aquilo também era uma operação com a música. Aquilo, claro, evidente, ia me satisfazer. E foi o que aconteceu. Ela me preencheu uma carência que eu tinha de não estar tocando num grupo profissional, de não ser profissional.

[...]

JF — Quando eu peguei a oportunidade da rádio Pampa eu me atirei de cabeça. Aí eu morava praticamente na rádio. Passava, assim, de manhã, pra organizar a discoteca, até porque quando eu cheguei não tinha nada do perfil que a gente estava planejando. Os discos eram populares, de uma rádio antiga. Coisas bem populares. Aí tinha que fazer uma limpeza, sair e buscar, pesquisar, levar conteúdo pra lá. Levar material. Começar a compor... fiz uma grade toda de programação. Eu e o Beto sentamos e fizemos: “vamos tocar isso, vamos tocar aquilo, pra fazer uma frente, precisamos de uma rádio um pouco diferente”. Porque a Continental já operava. Nós entramos com a Pampa em 1972 e a Continental explodiu em 1971. A Continental já existia há um ano, já tinha tomado conta do

mercado. Porque a Continental trouxe o formato da rádio Mundial do Rio, que era uma rádio jovem que foi case, que é case. E que foi uma das melhores rádios da história do Brasil, das rádios jovens, até hoje. Até porque era do sistema Globo de Rádio também. E ela trouxe esse formato da Mundial, 860, do Rio pra cá, e explodiu. Como depois aconteceu mais tarde em 1979 com a rádio Cidade. Que também veio o formato da Rede Cidade. A primeira rede de FM. Com o pessoal batendo papo, e abrindo o microfone, um passando o horário pra outro, coisa que não se fazia em rádio na época. E aí foi aquela explosão da Rede Cidade pro Brasil inteiro. Inclusive aqui. E aí nós começamos a trabalhar a Atlântida exatamente pra isso. Pra fazer essa frente pra uma rádio que tinha vindo do Rio. E, no fim acabou essa rede toda que está aí. Hoje tem 16, 17 emissoras da Rede Atlântida.

CM — Como é que tu acha que esse trabalho iniciado por ti, pela Continental, como tu acha que influenciou a cena musical em todos os aspectos: público, bandas, produção dos shows? Como influenciou e isso se desenvolveu ao longo do tempo? Como você vê hoje o reflexo desse trabalho que vocês fizeram na década de 1970?

JF — Como um grande incentivo para os músicos cada vez criarem mais e cada vez mais. E como veículo, né, essa ponte que existe, que é necessária até hoje entre o trabalho de um músico, de um artista. Cada artista tem que ter seu veículo para chegar no seu público. E eu acho que a Continental abriu essa porta que não tinha até naquela época. A porta era fechada. Não passava pela cabeça, por exemplo, tu toques uma música que não fosse de um disco. Porque era vinil na época. Então, basicamente vinil. E os vinis vinham todos do centro do país, das grandes gravadoras. Da gravadora Philips, da gravadora Odeon, da gravadora Warner. E se tocava numa rádio em discos. Não se passava pela cabeça, primeiro, tocar música em

fita. E segundo, música local. Produzida, gravada artesanalmente. A gente tinha medo de que aquilo não funcionasse, que não tivesse qualidade suficiente. Porque... o que acontecia? Num trabalho artesanal, como a gente tinha o recurso pra fazer aqui, quando ele entrava na programação ele entrava lado a lado a um disco da Elis, por exemplo. Super bem produzido pela gravadora Philips. Ou um disco do Chico Buarque, ou um disco de uma gravadora grande. Já pronto, gravado num grande estúdio. Então esse medo que a gente tinha dessa queda de qualidade, que não fosse funcionar.

CM — Existia uma diferença de qualidade muito grande?

JF — Mais ou menos. Porque o FM veio mostrar mais isso. Abriu mais a qualidade. Até ele camuflava um pouquinho. Mas é claro que tinha uma diferença. Mas aí a gente usava, passava pela “mesa dos venenos”. Tinha o Francisco Anele, que era um cara também fissurado, o operador principal nessa questão. Foi um cara que me deu uma baita de uma mão também. Sempre assim, 24 horas por dia disponível. Porque a gente também tinha que disponibilizar... a gente não podia gravar durante o dia, porque a rádio tinha os compromissos dela. Aí tinha que pegar os músicos de noite. Aí o cara tinha trabalhado o dia todo. Aí, pô, os caras podem vir gravar 23h. Nós começávamos a gravar às 23h. Entrava 1h30, 2h, 2h30, 3h da manhã, muitas vezes, várias vezes, nós entramos madrugada adentro pra aproveitar o estúdio, a capacidade ociosa do estúdio e fazer esse trabalho que era por fora praticamente. Fora da grade de produção toda da rádio Continental. Ela tinha seus programas pra gravar, seus comerciais pra montar. Então muito se fez isso ao longo das madrugadas. Então o Anele foi um cara que se propôs a isso. Às vezes, saíam ruídos e aí tinha que gravar tudo de novo porque não tinha como regravar. Não tinham aqueles canais diferentes, que tu tira um, apaga e faz só aquilo.

Não tinha playback, não tinha nada. Começou, início, meio e fim, terminou a música, e canta de uma vez só, numa largada só, o pessoal ensaiava direitinho e tocava ali. A gente fazia o melhor possível e tocava no ar. É claro que aquilo tinha uma... eu ancorava aquilo. Tinha uma introdução toda que eu fazia, “e agora começa a parte vocal”. Porque o programa, na verdade, eu comecei a colocar na segunda metade. A primeira metade eu conservei ainda, até pra não fazer uma mudança muito radical. E a gente não sabia se ia funcionar ou não. Então, a primeira parte do programa, no início, era música country e, na segunda parte, música local. Pra tu ver que, assim, foi questão de um mês e tomou conta. No fim, ele se transformou num programa de música local.

CM — Sim, era uma necessidade do público tão grande...

JF — Era uma necessidade do público. E ali, dentro do sucesso, depois do primeiro concerto né... Aí, eu disse bom, agora está tudo contigo. Então ele se transformou num programa de música local, era uma hora de música local.

[...]

CM — Tem algum aspecto que você ache importante e que talvez eu não tenha abordado?

JF — Eu acho que basicamente foi isso. Ela teve uma questão de... como eu vou te dizer? De certa forma foi pequena, mas não deixou de acontecer. Os concertos também exerceram uma certa pressãozinha nesse segmento artístico com a censura. Porque a grande incógnita do primeiro concerto era nós... até porque a censura tinha um ranço com a Continental. A Continental era muito fiscalizada pela censura pelo conteúdo jornalístico dela. A Continental no fim acabou criando uma linguagem própria exatamente pra driblar a censura. Tinha uma escuta de 24 horas com a rádio Continental. Com as outras rádios também, mas especialmente com a Continental. Tanto é que a Continental

culminou saindo do ar, tomando um gancho da censura por três dias. E ainda esse era um produto da Continental também. E um produto que ia colocar, eles achavam que umas 100, 200, 300 pessoas. Eles não tiveram a dimensão exata do tamanho que ia acontecer aquilo. E eu fui modestamente dizer pra eles que eu ia fazer..

CM — Um showzinho [risos]...

JF — Um showzinho de músicas locais e tal. Eles também musicalmente não sabiam o que era. Aí, pá! Deram o carimbo na primeira e foi aquela coisa. Então eu acho que depois eles viram o sucesso de público e foram abrindo, assim. Sempre presentes. Eu tive que fazer a passagem de som, por exemplo, do primeiro concerto. Tinha gente lá pra fazer a checagem de que realmente eram aqueles grupos e aquelas músicas. No Araújo Vianna a mesma coisa. E era uma liberação relativa, era uma coisa gozada, meio com medo. Tanto é que no terceiro eles me bloquearam, né. Aí eles acharam que eu estava dando um passo muito grande. Aí era demais eles liberarem a praia. Aí me bloquearam. Mas aí eu acho que também exerceu de uma certa forma um papel..

CM — Um papel de esquerda...

JF — De esquerda, de reunião da garotada. Eles sempre alegavam que... O segundo concerto eles me encheram o saco. Não queriam liberar, e Araújo Vianna, problema de maconha. Eles partiam pra esse lado. Problema de droga, de fumo, que a gurizada vai lá pra puxar fumo. Mas na verdade não era isso. Eles queriam evitar exatamente a questão política. A reunião de muita gente. Mas esse foi um aspecto interessante também. Os próprios músicos tinham medo, né. Eles não sabiam o que ia acontecer. Vários me falaram: “Será que não vão bloquear isso? Vão chegar no meio e vão interferir? Vão terminar com o concerto no meio do caminho?”. Mas no fim acabou acontecendo. E a questão

fundamental do aproveitamento da Ipanema, do que migrou, foi o FM. Porque a Continental não conseguiu dar continuidade àquele trabalho todo, foi uma pena. Todo aquele trabalho, daqueles anos todos, ao longo de toda década de 1970 ela não conseguiu dar continuidade na década de 1980.

CM — Mas tu credita o fim da Continental à essa falta de migração?

JF — Totalmente.

CM — Ela perdeu uma boa parte do mercado.

JF — Totalmente. Era uma rádio essencialmente musical. E a música migrou toda pro FM. E a questão é a seguinte: ela era comandada pela Globo, lá por cima. E a Globo se preocupou com a Globo do Rio, se preocupou com São Paulo, achou que ia demorar muito. “Não, em Porto Alegre...”. Aquela coisa, “província”. “Lá no Sul, vai demorar pra chegar, ainda vai ter que chegar os receptores”. E acabou que os receptores vieram rápido. Questão de um ano, dois. E aí o pessoal não queria ouvir música em AM. A música morreu. Só música bem popularesca, assim, continuou em AM. Música gauchesca, isso ficou. E está até hoje em AM. Ainda tem parte no AM, por causa da distância, né. De atingir as zonas fronteiriças e tudo, as zonas de interior. Porque ela tem muito mais alcance. Mas a Continental não conseguiu sobreviver dois anos.

CM — Depois que entrou o FM?

JF — Não deu. Ela terminou praticamente... de 1979 pra 1980 foi o fim da Continental. [...]

Entrevista pessoal concedida em 14 de julho de 2008.

MAURO BORBA

Começou a carreira na rádio Cachoeira. Quando jovem, acompanhava o pai radialista e observava atentamente o trabalho. Aos 15 anos, quando uma vaga de estágio foi aberta, começou a trabalhar na rádio definitivamente. Em 1978, veio para Porto Alegre fazer vestibular. Em 1980, foi contratado pela Bandeirantes FM, gênese da Ipanema FM, e não saiu mais do rádio. Da Ipanema, Mauro migrou para a então Felusp FM que, sob seu comando, viraria Pop Rock e hoje faz parte da Rede Mix.

Nota dos autores: A primeira parte da entrevista foi perdida. Nela, está a declaração sobre a iniciativa da criação da rádio — “Na verdade a gente fez por ideologia. Se desse certo, melhor” —, utilizada neste livro. A gravação começa com a resposta à pergunta: “Você credita o sucesso da Ipanema à explosão do rock brasileiro dos anos 1980?”.

Mauro Borba — Eu diria que isso ajudou, mas não foi só isso. Foi uma coisa mais de mercado mesmo. Primeiro porque a gente já tinha levado um susto. A troca da equipe da Bandeirantes FM para a nova Ipanema já era um aviso. Do tipo assim: se não der certo, não vai continuar rolando. Porque o que os caras querem é isso: resultado. Tu não vai conseguir ficar anos e anos numa coisa porque tu gosta se não dá resultado. Aí a gente já tinha isso em mente e quando a gente aderiu ao rock na Ipanema já foi com uma visão mais de mercado. Porque a gente viu que ali era a nossa chance de sobreviver. E também porque o rock não fugia tanto assim da nossa ideia, da nossa filosofia.

Cristiane Marçal — Na verdade, não era muito diferente...

MB — Não era muito. Era só uma questão de diminuir a parte

de MPB, a parte muito “viajante”, muito progressiva. A gente tocava Egberto Gismonti, Jimi Hendrix, tocava Hermeto Pascoal... sabe? Umas coisas assim, que eram umas viagens. E aí a gente: “não, vamos centralizar mais no rock e vamos unir”. E, de vez em quando, claro, fazia umas “loucuras”. E aí foi já com uma visão de mercado. E o fato do rock brasileiro estar estourando nos ajudou porque nós tínhamos o rock no nosso DNA, então foi fácil a nossa aderência ao novo rock do Paralamas, Legião, Kid Abelha e etc. E isso nos ajudou porque saímos na frente.

CM — Quando vocês sentiram que “agora deu certo, agora a gente tá mais garantido”?

MB — Foi assim nos primeiros meses de Ipanema. Porque a Ipanema foi uma coisa muito rápida, porque tudo isso aconteceu ao mesmo tempo. Em seis meses a rádio já aparecia bem nas pesquisas. E, na verdade, já havia uma base constituída na Bandeirantes. Ocorre que na Ipanema a coisa realmente engrenou.

CM — Deixa eu só fazer um parêntese: essa mudança de dial, na verdade, não foi planejada, né? Por acaso vocês foram parar no lado esquerdo... [A pergunta remete ao comentário anterior do entrevistado, que não foi gravado, em que ele afirma que a mudança para o “lado esquerdo” do dial beneficiou a rádio por ser próximo às demais rádios jovens da época.]

MB — Foi por acaso, foi porque a Difusora era lá. Nós fomos para a frequência da antiga Difusora, que era ao lado da Atlântida e próxima das outras rádios jovens. Naquele momento as rádios jovens ficavam todas à esquerda do dial, e as adultas no lado direito. E não tinha ainda o digital. Pra trocar de rádio tinha que girar o botão da sintonia até chegar no outro lado. Isso hoje parece irrelevante, mas não, na época não era. As pessoas diziam isso pra gente. “Agora eu tô ouvindo a Atlântida, daí quero trocar e faço só um pequeno

movimento e já estou na Ipanema”. [O que depois acabou virando uma normalidade com o sistema digital.] A Atlântida já era uma rádio consagrada na audiência e pelo fato da gente passar a atuar ao lado deles no dial fazia muita gente parar ali na nossa frequência por descuido também e descobrir uma rádio nova.

CM — Foi por causa da Difusora. Mas não foi uma coisa pensada, tipo, “vamos mudar o dial porque...”.

MB — Não. A gente se deu conta depois da mudança que isso estava nos beneficiando. O nosso novo dial era o mesmo da Difusora. O número era 94.9. A Atlântida era no 94.3 e nós fomos para o 94.9. Isso ajudou muito. Mas não foi premeditado, a gente se deu conta disso depois. No andamento do trabalho.

CM — Tá, e o da Bandeirantes?

MB — E o da Bandeirantes 99.3, lá no lado direito [de quem olha o dial do rádio FM].

CM — Sim, então essa mudança beneficiou vocês...

MB — Sim, beneficiou. Mas é porque a Difusora já era lá. E a Difusora havia sido comprada pela Rede Bandeirantes, que ficou com duas emissoras de FM em Porto Alegre. Então eles pegaram a rádio que a gente estava, que era a 99.3 [Band], mais nova, mais potente, e foram fazer uma rádio com mais possibilidades de mercado (na visão deles), pra ganhar dinheiro mesmo e nos deram a Difusora de prêmio consolação. E até hoje são as mesmas frequências, a Ipanema continua no 94.9 e a Bandeirantes continua no 99.3. Isso é muito difícil de mudar. É uma questão técnica que é coordenada pelo Ministério das Comunicações. Tudo aconteceu muito rápido. Quando a gente entrou no ar com a Ipanema, mesmo que a gente não tivesse gostado do nome e tal, o nome Ipanema — isso eu conto no livro, o Prezados Ouvintes. Em seis meses a Ipanema já estava entre as mais ouvidas do FM. Foi um furacão. Aí

a gente viu que ali tinha futuro. Que era nessa aí que a gente tinha que trabalhar. E assim foi. No final das contas, a Ipanema subiu e fez muito mais sucesso que a Bandeirantes.

CM — Na verdade, mais ou menos você respondeu essa pergunta no início [gravação perdida]. Tu disse que vocês criaram a rádio por uma questão mais ideológica e menos de mercado. Se der certo, maravilha. Mas vocês pensaram que, talvez, ela pudesse dar tão certo? Ela tá aí até hoje, e com a mesma estrutura, diferente das outras rádios. Vocês acharam que isso poderia ir tão longe assim?

MB — Não, não. A gente acreditava que tinha possibilidades. Mas não que ela fosse se tornar um fenômeno. De ter a audiência que alcançou. A gente só queria ter uma audiência boa que permitisse a sobrevivência da rádio. Não esperávamos que fosse subir tanto. Achávamos que nem tínhamos habilidade pra fazer isso do jeito que foi. Mas, depois, ela foi perdendo um pouco de audiência, mas conseguiu se manter por muito tempo. E é curioso isso porque quando começou a Ipanema... primeiro o nome. O nome da rádio a gente detestou. A gente ficou realmente deprimido quando os caras disseram “vai ser Ipanema”. Nós: “Pô, mas Ipanema??”. Durou, olha, um bom tempo pra gente assimilar e levar isso como uma coisa natural tipo “ah, não é um problema”. Mas pra nós era duro. A gente queria um nome que se identificasse com a cidade de Porto Alegre. Sugerimos Redenção, Gasômetro, Bom Fim. E os executivos da Rede Bandeirantes pensaram: “ah, vocês querem um bairro de Porto Alegre? Então Ipanema é legal”. Só que nós achávamos que Ipanema era mais Rio de Janeiro do que Porto Alegre. Mas eles determinaram e pronto. Tanto é que no primeiro dia da Ipanema eu não falava o nome da rádio. De raiva.

CM — Só de brabo...

MB — É, sob protesto mesmo. E depois a coisa foi assimilando, foi dando certo, aí passou. Deixou de ser um problema. E depois a Ipanema, mesmo ela tendo dado certo, ela passou por algumas crises, alguns ciclos em que baixava a audiência, baixava o faturamento. Sempre havia um medo no ar, uma coisa de que a Ipanema poderia acabar. Porque ela sempre foi a rádio alternativa, diferente e tal. Ela sempre tinha que provar, a cada dia e a cada mês, que ela era viável. Isso acompanhou a rádio sempre. Acompanha todos nós. A gente está no mercado e tem que provar sempre que tu é eficiente, que tu dá lucro para a empresa.

CM — Não é exclusividade da Ipanema.

MB — Não é exclusividade da Ipanema. Mas a Ipanema tinha mais isso porque ela sempre foi a rádio que nasceu pra dar errado e que tava dando certo. Então eles: “ah, está dando certo, mas não vai longe”. Entendeu? Então isso a gente viveu lá na Ipanema. Eu vivi nove anos lá sempre com a perspectiva de que poderiam acabar com a rádio a qualquer momento. A tolerância com a rádio era menor do que as outras, porque ela era “diferente”. Os ouvintes também tinham esse medo. Porque como ela era uma rádio diferente, às vezes tocava uma música que não era muito o padrão da rádio e as pessoas protestavam enlouquecidamente achando que a rádio já estava mudando. “É hoje que vai mudar” [risos]. E não era. Às vezes era só uma brincadeira. Eu lembro de uma específica. A gente não tocava Madonna, né. Porque a rádio era mais roqueira...

CM — [Risos] Eu imaginei que vocês não tocassem.

MB — Ela não tocava música pop, mais comercial, música muito pop. A não ser depois que misturou tudo, né? Mas Madonna e Michael Jackson, coisas de muito sucesso a gente não tocava porque isso nos deixaria igual à rádio Cidade, à Atlântida. A gente tocava Depeche Mode, que era um pop um pouco mais underground.

Mas Madonna, Michael Jackson, nem pensar. Porque aquilo era o grande hit do mundo. E a Ipanema não tocava essas coisas. E aí, eu lembro que um dia eu toquei uma música da Madonna, eu não sei nem porquê. Porque não era nem do meu gosto pessoal, na época. Acho que foi pra causar polêmica mesmo (muito tempo depois eu entendi melhor a Madonna e passei a gostar). E, meu Deus, foi uma loucura. As pessoas protestando. “O que que é isso? A Ipanema tá mudando? Tá se rendendo ao sistema?”. E havia um medo também de que a Rede Bandeirantes... porque a Rede Bandeirantes, a diretoria ficava toda em São Paulo. Então eles ficavam lá, pirando, e resolviam coisas que a gente não participava. Então havia sempre aquele medo de que...

CM — Qual vai ser a próxima notícia?

MB — Exatamente. Cada vez que vinha um diretor da Rede Bandeirantes a Porto Alegre a gente ficava com aquele medo de que o cara ia chegar com uma mudança muito radical. E havia mesmo essa possibilidade.

CM — Sempre houve essa possibilidade.

MB — Sempre houve. Até hoje eu converso com o Eduardo Santos e as pessoas que trabalham lá na Ipanema e ainda existe isso. Ainda existe essa coisa: “a Band agora tá pensando em fazer tal coisa”. A Bandeirantes tem canal de satélite, quer dizer, pra eles era muito fácil colocar a programação da Band São Paulo aqui na frequência da Ipanema e acabar com a Ipanema, entendeu? Não custava nada pra eles. No fim, eles acabaram não fazendo isso, mas resolveram acabar com a rádio de outra forma, anos depois.

CM — Tem uma pergunta que é meio lógica, mas ela é necessária. O que representou pra ti a Ipanema, pessoal e profissionalmente?

MB — Bom, a Ipanema, pra mim, representou profissionalmente quase tudo porque eu era um jovem aspirante a comunicador e

jornalista. E ali eu me tornei um profissional. Porque no tempo da Band era mais uma tentativa. Claro, aquilo foi muito importante. Eu tenho recordações muito boas daquilo. Foi a primeira rádio que eu fiz assim valendo, fora a experiência de Cachoeira, que era uma coisa diferente. E a Ipanema significou a afirmação profissional de todos nós que trabalhávamos lá. Nós nos tornamos profissionais reconhecidos e conhecidos e tal... passamos a existir, entendeu? Eu deixei de ser guri que queria fazer rádio pra ser realmente um comunicador de rádio. E passamos a viver disso... enfim, acho que é isso aí. Fora a experiência pessoal, que foi um convívio intenso com várias pessoas, com muitas pessoas. Eu pude fazer muitas coisas legais, entrevistar gente que eu admirava e que eu nunca teria outra forma de contato. De repente eu me via jantando com o Caetano Veloso, sabe, entrevistando o Ian Gillan. Fora os músicos daqui que eu me tornei amigo de alguns, de conviver bastante, o Nei Lisboa, os caras das bandas, Engenheiros do Hawaii, De Falla, Nenhum de Nós, todas, enfim... Então isso tudo foi muito rico e tudo isso aconteceu ali na Ipanema. Formação profissional e pessoal. Eu ouço muito as pessoas dizerem que a Ipanema daquela época marcou a sua geração. Muita gente conheceu artistas, música, cinema, teatro e reconhece isso. Possivelmente tenha sido o maior legado que eu tenha. E eu cresci muito com isso também, porque ali aprendi a gostar de músicas, bandas e artistas que eu não conhecia bem ou apenas tinha ouvido falar.

CM — Focando no tema do trabalho, como é que tu acha que o trabalho que foi desenvolvido pela Ipanema influenciou a cena musical da época e, conseqüentemente, a que a gente tem hoje? Em todos os aspectos, de divulgação das bandas, de profissionalização delas...

MB — Eu acho que a Ipanema foi fundamental nisso. Porque se hoje existe um público em Porto Alegre pra rock e pra músicas

diferentes — porque Porto Alegre é considerada uma capital bem avançada porque tem shows de tudo que é estilo —, tu vai num show de qualidade musical diferente e sempre tem bastante gente, esses shows sempre lotam, não só aquilo que tá na moda, isso se deve muito à Ipanema. Por exemplo, a gente tocava a vanguarda paulista, Itamar Assumpção, Arrigo Barnabé, e outros artistas do jazz e do próprio rock alternativo e essas pessoas vinham fazer show em Porto Alegre porque tocava na Ipanema. A Ipanema abriu corações e mentes. Todo mundo que se formou ouvindo música naquela época... Muita gente que ouvia a Ipanema naquela época tem a minha idade. E as pessoas falam isso pra mim. Que “pô, conheci tal coisa na Ipanema”. E eu também. A minha formação musical era bem restrita ao que eu ouvia no rádio. Minha casa não tinha toca discos, sabe? Eu era muito de ouvir rádio.

CM — Até porque na época não era uma coisa tão fácil como é hoje.

MB — Não era tão fácil, exatamente. E não era uma tradição na minha casa ter discos. Meu pai até tinha uma ligação com música, ele tocava violão e fazia programas de rádio onde tocavam ao vivo e teve até conjunto de baile, mas não com discos, com as coisas assim físicas. Então eu aprendi a gostar de muita coisa dentro da Ipanema. E se hoje Porto Alegre tem um campo pra outros tipos de músicas, vários tipos de música, pra música boa, de qualidade, pra rock, pra enfim, pra jazz, pro surgimento de artistas locais e tal... o Nei Lisboa. Eu tenho certeza que o Nei — ele é talentoso, claro, já provou isso —, mas ele surgiu muito em função dessa coisa que a Ipanema fazia de tocar a música dele. E eu falo nele representando várias outras pessoas. Então se hoje tem Vitor Ramil, se hoje tem, enfim, tantas outras pessoas, é porque a Ipanema deu muito espaço pra esse tipo de coisa. E hoje eu acho uma lástima que não tenha mais uma rádio assim na cidade.

CM — Eu falei com alguns produtores nacionais e uma coisa que eles sempre apontaram é que o Rio Grande do Sul tem um cenário muito diferente. Tem músicos que vivem só do público daqui e vivem bem. Sabe? Eles não têm necessidade de ir pra Rio e São Paulo e em outros estados isso é bem diferente. Em muitos estados isso é completamente diferente. Então, tu acha que a Ipanema provavelmente teve um papel muito importante nessa divulgação e nessa criação de público?

MB — Claro. O Nei é um exemplo disso. É um cara que vive aqui e vive bem. Hoje ele nem quer mais tentar a vida no centro do país. E várias bandas de rock vivem aqui e vivem do mercado local. Eu acho que isso, claro, a Ipanema teve influência muito forte nisso principalmente no início dessa cultura. Porque hoje as bandas gaúchas tocam em várias rádios. Mas porque alguém teve a coragem de tocar. De começar. Porque naquele momento, eu me lembro bem do início dos anos 1980, ninguém tocava um músico novo que fosse daqui e que não viesse com um disco pronto de uma gravadora. Da Warner, da Sony, da BMG, Ariola, sei lá as que existiam na época. Só tocava discos vindos de gravadora. Não existia essa política, que a Continental tinha, de tocar fita do artista que chega com uma fita na rádio. E que nós retomamos na Ipanema. A primeira gravação que eu toquei do Engenheiros do Hawaii foi uma fita de rolo. A gente tinha pilhas de fita de rolo, que hoje é coisa de museu. Mas era dessa forma que a coisa acontecia. As pessoas gravavam num estúdio, saíam com uma fita de rolo, levavam na rádio e a gente copiava numa outra fita. Pra devolver, não ficar com a fita matriz do cara. E tocava a música em fita, né, os gravadores de rolo grande... Até esse trabalho físico de botar numa fita daquele tamanho e tal. Isso até, eu acho, impedia um pouco. Tu precisava ter muita vontade pra fazer. E isso rompeu

uma barreira. Depois que essas bandas, que surgiram dessa forma, gravaram por gravadora e tal, as outras rádios passaram a tocar. E as rádios viram também que se não fizessem isso iam estar perdendo terreno.

CM — Até por causa da explosão do rock dos anos 1980. Mas quanto tempo elas demoram pra perceber isso, pra se encaixar...?

MB — Olha, não demorou muito assim. Foi uma questão de um ano, dois anos. Porque eu lembro quando o Paralamas fez o primeiro show em Porto Alegre, que foi um marco pra nós. A gente fez o primeiro show do Paralamas e tocava só na Ipanema. E foi uma loucura, encheu um circo ali no Parque Marinha e tal. Logo em seguida saiu o segundo disco do Paralamas. E aí já entrou em todas as rádios. E quando o Paralamas, um ano depois, veio fazer o show de lançamento do segundo disco, que é O Passo do Lui, a promoção já foi da RBS. Ou seja, os caras viram que aquilo ia ser um fenômeno de público e foram atrás com o poder, a estrutura da empresa e pegaram a promoção. Tanto é que teve um acontecimento clássico que o Herbert Vianna, quando chegou aqui para o segundo show, ele disse: “pô, mas por que não é a Ipanema se o outro foi e agora não é mais?”. E aí no show do Gigantinho, que era promoção da Atlântida e da RBS, ele dedicou uma música pra galera da Ipanema [risos].

CM — Isso deve ter sido sensacional.

MB — Foi uma vitória, entendeu?

CM — Que cara de pau dele.

MB — Ele foi corajoso. E pra nós foi uma vitória, como é que se diz, da guerrilha [risos].

CM — A principal hipótese do trabalho é que a Ipanema deu continuidade ao trabalho que a Continental fez de divulgação das bandas locais. Tu concorda com isso?

MB — Sim, claro. Porque a Continental era uma referência já pra mim e pro Nilton. A gente ouvia a Continental, bastante. E a Continental tinha isso. A Continental que tocou primeiro o Hermes Aquino, que fez sucesso com Nuvem Passageira. Os próprios irmãos Ramil, o Kleiton e Kledir, na época dos Almôndegas. Eles começaram tocando na Continental. E a Continental tinha um projeto chamado Vivendo a Vida de Lee, que era o Júlio Fürst, que até era legal tu falar com ele.

CM — É, eu já falei com ele

MB — Já falou? Ah, então tu já sabe como é que é...

CM — Sim, sim.

MB — E tem um livro que saiu há pouco sobre a história da Continental.

CM — Do Lucio.

MB — É, do Lucio. É bem legal, eu li. Ele teve aqui até quando saiu o livro e tal. E aí a gente já tinha essa referência. Eu ouvia a Continental muito quando eu vinha pra Porto Alegre, que eu morava em Cachoeira nessa época. Aí eu vinha a Porto Alegre passear, visitar meus primos aqui. E eu já era fissurado em rádio. Então eu chegava aqui e ficava ouvindo a Continental porque em Cachoeira eu não podia ouvir. Até o Lucio conta isso no livro, que em Santa Cruz ele pegava. Mas Cachoeira, não. Apesar das cidades não serem tão longe. Cachoeira é um pouquinho mais longe. E lá não chegava o sinal da Continental de jeito nenhum. E eu chegava aqui e ia direto ouvir, porque eu não tinha outra chance de ouvir.

CM — Tá, mas como é que tu sabia da Continental se não pegava em Cachoeira?

MB — Bom, aí é aquilo...

CM — Por boca a boca?

MB — Não, eu acho que eu conheci numa vinda pra cá, quando eu vim a primeira vez eu devo ter escutado e fiquei com aquela

referência. Depois, a cada vez que eu vinha, eu escutava. Eu acredito que tenha sido assim. Eu não lembro da primeira informação que eu recebi da Continental. Provavelmente tenha sido assim. Na primeira vez que eu vim a Porto Alegre eu ouvi e gostei.

CM — Mas a Continental não era a referência direta de vocês?

MB — Não era uma referência direta, única. Mas era uma inspiração, sim. Tinha algumas coisas que a gente dizia: “isso aqui era bem do estilo da Continental”. Tocar as fitas das bandas, músicas diferenciadas, diferentes estilos, isso era bem da Continental. O jornalismo meio irônico... Porque a Continental era super irônica. Teve vários problemas com a ditadura militar e tal. Eles usavam umas frases sarcásticas. E isso a gente usou muito. A linguagem mais solta, despojada, crítica. Tinha as “Notícias da Gang” na Ipanema com o ótimo texto da Mary Mezzari que era bem isso. Nas entrelinhas tinha muita ironia. E isso começou já na Bandeirantes FM, antes da Ipanema. Até porque, na Bandeirantes, em 1980, a redatora de notícias era da Continental.

CM — Que era a Beth Portugal...

MB — Sim, a Beth Portugal. E ali a gente, nesse ponto, em alguns pontos, a gente tinha noção de que estava copiando, ou se inspirando, numa coisa que a gente gostava, que era bem da Continental. Mas não que a gente tenha assim: “tá, vamos fazer uma coisa igual à Continental”. Algumas coisas até depois a gente se dava conta: “bah, mas isso é bem Continental”. Havia uma conjugação de ideias que eram comuns à Continental. Pra mim isso era muito claro. O Nilton Fernando uma vez falou algo assim. Eu estava dando uma entrevista sobre a rádio e falei nessa inspiração da Continental e aí ele falou: “só não te esquece a Continental lançou a disco music em Porto Alegre e nós não tocamos disco music”. É verdade, mas tirando essa questão, o restante tinha

muita relação. E a Beth Portugal, por exemplo, entrou na rádio não porque ela era da Continental, mas porque ela foi lá pedir emprego. Ela foi lá pedir emprego, e a gente estava precisando. O fato dela ter trabalhado na Continental ajudou na decisão. Mas não foi somente porque ela veio de lá.

CM — Bons tempos esses.

MB — É, e ela tinha uma voz muito bonita. E a gente queria uma jornalista que escrevesse as notícias, mas que também falasse no ar. E ela tinha uma voz incrível, né? A Beth tem uma voz muito bonita. Ela chegou lá, gravou um negócio e a gente ficou impressionado com a voz e o astral dela. E ao mesmo tempo ela vinha da Continental, quer dizer...

CM — Sim, então ela já tinha um...

MB — É, fechou todas. Depois ela trouxe a Mary Mezzari, que era colega...

CM — Eu achei que tivesse sido o contrário, que a Mary tivesse chegado antes e depois a Beth...

MB — Não, a Beth chegou antes. A Beth indicou a Mary, que trabalhava na época na rádio Gaúcha. E aí ela indicou a Mary. Elas eram amigas e tinham um estilo parecido. Gostavam de música, de shows. Eu conheci a Mary na casa da Beth, num aniversário. Ela me falou que tava a fim de sair da rádio Gaúcha. Daí comentamos o assunto, a Beth reforçou e acabamos contratando a Mary, que depois seguiu com a gente na Ipanema, se tornou uma das grandes locutoras da rádio e a Beth seguiu outros rumos e foi parar em São Paulo.

Entrevista pessoal concedida em 18 de agosto de 2008.

Revisada pelo entrevistado em 02 de janeiro de 2022.

J. B. SCHÜLER

João Batista Schüler ou J. B. Schüler ou Johnny Megaton começou a trabalhar com comunicação na década de 1970. J. B. tornou-se um dos locutores mais requisitados de seu tempo quando o assunto era interpretação, sobriedade, criatividade e elegância vocal. Foi locutor e gerente da Rede Atlântida e atuou nas rádios Cidade FM, Continental e *Jornal do Brasil*. Desde 2009, ele era o apresentador oficial dos shows do cantor Roberto Carlos. J. B. morreu no dia 22 de janeiro de 2018, em Florianópolis, aos 67 anos, por complicações após uma cirurgia.

Cristiane Marçal — Como foi a sua história com o veículo? Como e quando chegou, se saiu, quando e como foi, quais eram suas atividades?

J. B. Schüler — Era o ano de 1971, fevereiro. Eu tinha recém-entrado na Famecos, estava curtindo um descanso na praia, quando veio um recado da cidade, que o pessoal da rádio estava me chamando. Por ter meu passado ligado a boas seleções musicais, músicas pesquisadas, importadas e inéditas, fui convidado para começar a armar o que seria o esquema de programação da então nova rádio Continental — 1120, a superquente, o som nosso de cada dia. Eram meus diretores, o Marcus Aurélio Wesedonck e o Fernando Westphalen, o Judeu. O Marcus veio da rádio Guaíba. O Judeu veio da agência de publicidade MPM. Desde o início, fui o responsável pela escolha das músicas que faziam a programação e identidade da Continental. Eliminamos o que era brega e muito ruim — o Marca Diabo, apelido dado pelo apresentador Cascalho [Antonio Carlos Contursi], o Bier Boy, o Cascalho Time. Ordenava as músicas para exibição por hora, misturando sucessos, lançamentos e flashbacks, num balanceamento

bem legal. Escrevia as chamadas das músicas para o locutor falar na introdução... “Estrelíssima Continental” e apresentava Diana Ross; “Máximas de Johnny Megaton” — meu apelido. Apresentava músicas que eu pesquisava e lançava... E muitas outras chamadas. Fomos apresentando, ousando e ajeitando a personalidade da Continental no ar, dia a dia, com muita experimentação. Saí da Continental lá por outubro de 1972, num convite da RBS.

CM — O que te levou a trabalhar na rádio? Foi por identificação com a proposta ou mero acaso?

J. B. — Eu tinha mostrado algumas fitas que tinha gravado numas viagens que fazíamos para Santa Catarina. O Marcus, que estava armando o negócio da Continental, me deu um toque. Aí, veio o convite. Como tinha a ver com a música que eu gostava, gravava e curtia, tudo ficou mais fácil. Depois veio o desafio da montagem, do esquema, da criatividade solta, sem censura, do vamos fazer e ver o rolo que dá... Tudo isso fechou no momento que entrava para Famecos, aí...

CM — O que significou profissional e pessoalmente seu trabalho no veículo?

J. B. — Pessoalmente, aos 21 anos, participar de um esquema inovador, pioneiro, diferenciado, e com a liberdade e com o conseqüente sucesso alcançado, foi um encorajador impulso para novos desafios. E daí pra frente sempre foi isso. Trabalho dirigido para criação, desenvolvimento de programação e estratégias de programação para emissoras de rádio. Foram — depois da Continental — a rádio Porto Alegre da RBS, rádio Cultura AM — nem gritos, nem sussurros... — e FM Cultura Pop, logo transformada em rádio Cidade, e Rede Atlântida FM em RS, SC e BSB.

CM — Como você acha que o trabalho desenvolvido pela rádio influenciou o cenário musical de Porto Alegre?

J. B. — Como a matéria-prima da Continental era a música, claro que toda a alteração de comportamento gerado pela novidade e modernidade que a Continental representava logo chamou atenção de setores culturais de Porto Alegre. Lembro que a Continental começou a abrir espaço para a cultura local, primeiro divulgando apresentações e shows. Depois veio o movimento do MusiPuc, festival que lançou Cálculo 4, do Gilberto Travi, do Fernando Ribeiro, e tantos outros. E aí, a Continental passou a gravar e mostrar as músicas desses grupos. Começando com Almôndegas. Júlio Fürst, o Mr. Lee, organizou e apresentou na época diversos shows, abrindo mais a janela da divulgação da cultura musical de Porto Alegre.

Entrevista concedida por e-mail em 26 de agosto de 2008.

MARY MEZZARI

Mary Beatriz Silva Mezzari atuou como jornalista, radialista e atriz. Trabalhou na *Zero Hora*, rádio Gaúcha, rádio Cultura e rádio Bandeirantes, depois rebatizada de Ipanema. Mary ficou conhecida do público justamente em sua carreira na Ipanema. Começou a trabalhar lá a convite do diretor Nilton Fernando, no início dos anos 1980. “Excelente redatora vinda de *Zero Hora* e uma das mais belas vozes do rádio”, nas palavras de Nilton, Mary relutou no início em ser locutora cobrindo férias de Mauro Borba. Morreu vítima de infarto, aos 61 anos, no dia 29 de agosto de 2015.

Cristiane Marçal — Eu queria que tu me contasses mais ou menos como foi a tua história com a Ipanema. Como tu começou, por quem...

Mary Mezzari — Eu tô na Ipanema desde o começo, quando ela ainda era ali na José Bonifácio. Eu entrei lá convidada pela Beth Portugal, que estava fazendo jornalismo. A Beth que tinha feito jornalismo na Continental. No auge da Continental. O Nilton e o Mauro convidaram ela pro jornalismo e a rádio estava precisando de alguém pra fazer dicas de cinema. E foi assim que eu entrei lá, dando dicas de cinema.

CM — Tinha algum lance de identificação com a rádio, ou tu entrou por oportunidade de trabalho?

MM — Na verdade, por oportunidade de trabalho e pela afinidade com a Beth, que era minha colega de universidade. A gente é do mesmo ano da UFRGS, se formou na mesma turma e tínhamos uma afinidade. A rádio por enquanto ainda não tinha essa identidade. Era uma rádio que estava começando.

CM — Não tinha qual identidade?

MM — Essa identidade que a Ipanema tem hoje. De adesão a um projeto. Ela já tinha um certo diferencial, ela tocava música nativa, por exemplo. Já tocava música erudita. Era uma rádio com um diferencial. Mas o que me levou pra lá, inicialmente, foi a oportunidade de trabalhar com a Beth, que era uma pessoa que trabalhava na Continental, que era uma rádio que eu admirava muito.

CM — Quanto tempo tu ficou na Ipanema, nessa época? Porque tu saiu depois... né?

MM — Eu fiquei muito tempo na Ipanema, até a Ipanema virar Ipanema e subir pro morro. Daí eu saí uma vez nos anos 1990, lá em 1993, por aí, fui trabalhar na *Zero Hora*, mas depois eu voltei, logo depois eu voltei. Em 1996 eu já estava de volta à Ipanema.

CM — E aí ficou?

MM — Aí saí de novo no ano 2000. Fiz uma campanha eleitoral, apostei minhas fichas num candidato e me quebrei. E aí voltei, faz uns três anos que eu voltei de novo pra Ipanema.

CM — Tu disse que, e isso é uma coisa que até agora ninguém tinha me falado, que no início a Ipanema — quando era Bandeirantes, que pra mim é a mesma história, pelo menos eu estou tratando no trabalho como a mesma rádio —, tu disse que ela não tinha essa coisa da causa. De abraçar músicos que estão começando, é sobre isso que tu está se referindo?

MM — É mais ou menos isso. Eu conheci a Ipanema indo pra Ipanema, isso que eu quis dizer. Eu não ouvia a Ipanema e aí fui trabalhar nela. Mas a rádio sim, ela já tinha isso de...

CM — Desde o início?

MM — Desde o início ela tinha isso do músico local levar o trabalho dele lá. Já tinha assim. Não num volume muito grande. Mesmo porque não tinha uma produção muito grande.

CM — Não tinha estrutura também...

MM — Não tinha estrutura ainda.

CM — Bom, são muitos anos de Ipanema. O que tu acha que mudou pra ti, principalmente considerando o fato de tu ter entrado sem conhecer a rádio? Entrar por acaso. O que mudou pra ti profissionalmente e, de repente, até pessoalmente?

MM — Até então eu era uma jornalista iniciante. Experimentando várias mídias, vários locais de trabalho. Locais muito tradicionais, rádio Gaúcha, *Correio do Povo*, jornais da Caldas Júnior. E na Ipanema eu vi que as pessoas que trabalhavam lá tinham a liberdade de ajudar a formar. E, assim, eu tenho certeza, tenho consciência, de que na Ipanema com a Beth, com o pessoal, a gente começou a inventar uma nova maneira de fazer rádio. Rádio FM, rádio jovem. Na maneira de falar, na coisa mais coloquial. Pra mim mudou. A minha vida se direcionou pra...

CM — A carreira profissional se direcionou?

MM — Se direcionou nesse sentido. De saber que eu estava

trabalhando numa rádio que valorizava a produção local. Que ia ser um canal para os músicos, artistas... Não só os músicos, mas os cineastas, os artistas plásticos da cidade terem o seu canal de divulgação.

CM — A tua visão, no sentido musical, mudou depois que tu entrou na Ipanema? Ajudou ou tu já tinhas uma formação?

MM — Eu tinha uma formação. A minha família é muito musical, a gente sempre ouviu muita música dentro de casa. E eu tinha um gosto meio semelhante ao da Ipanema. E me identifiquei com aquilo dali. Mas logo que eu entrei eu ainda não fui ser DJ. Eu fazia dicas de cinema e depois fui fazer redação de notícias e bem mais tarde eu fui para o microfone.

CM — A Katia me falou uma coisa que eu achei bem interessante. Ela disse que a Ipanema é uma rádio autoral. Que o cara que assume o microfone, ele faz a programação, ele faz... ele dá a cara dele para aquele horário.

MM — Exatamente.

CM — Tu concordas com isso?

MM — Absolutamente.

CM — Não existe rádio que faça isso?

MM — Não. Mesmo porque a maioria das rádios trabalham com *playlist*. Que é um número xis de músicas que todos rodam independente do seu gosto musical. Mas na Ipanema conta muito o gosto musical, a cara do locutor que está no ar. Então tu sabe que se o Vitor Hugo está no ar, vai rodar mais rock n' roll, vai rodar mais banda local, vai rodar mais o rock tradicional mesmo. Tu sabe que se eu estou no ar vai rodar mais um Prince, vai rodar também rock n' roll, mas também vai rodar uma Madonna, eu vou poder surpreender o ouvinte. E mesmo as informações que são dadas por cada um são filtradas conforme sua visão de mundo.

CM — Tu acha que hoje, com toda essa liberdade que tu tem, tu acha que tu conseguiria trabalhar numa rádio com *playlist*, numa rádio jovem?

MM — Tu vê, eu já trabalhei numa rádio de *playlist*, mas não uma rádio jovem. Nessas saídas e voltas pra Ipanema eu trabalhei na FM Cultura. Quer dizer, a FM Cultura não é uma rádio de *playlist*. Eu inclusive fazia a programação, em determinado momento no jornalismo, depois na programação e na apresentação. Mas na Itapema, onde eu trabalhei um ano, um ano e pouco, era uma rádio de *playlist*. Não era uma rádio jovem, mas era uma rádio de *playlist*. E eu confesso que é um pouco difícil, porque tinha músicas que eu não suportava ouvir. Mas que eram músicas do universo da rádio. Nos primeiros tempos eu seguia à risca, e mais pro finalzinho eu começava a tirar aquela Celine Dion e largar uma outra coisinha [risos]... A Celine Dion no lixo. Mas eu não sei se eu conseguiria trabalhar numa rádio jovem como Atlântida, Pop Rock, não tanto pela *playlist*, mas pelo estilo de locução que é pedida. Porque a Ipanema é totalmente contra o [imitando] “Aí galera!! Vamos lá, cidade linda, aí Porto Alegre!! Fazendo aí, geente!!”. Nós, na Ipanema, a gente fala como a gente fala. Inclusive alguns ouvintes dizem que a gente é como uma segunda pessoa na sala, conversando.

CM — É uma locução coloquial.

MM — Uma locução coloquial. Exatamente isso.

CM — Essa linha de locução não foi assim desde o início, né?

MM — Desde o início foi a ideia do Nilton e do Mauro, que são os fundadores, da locução ser a mais coloquial possível.

CM — Foi a orientação que tu recebeu quando tu chegou?

MM — Sim.

CM — Tu estranhou isso? Ou achou legal?

MM — Achei legal. Mas, assim, que legal que eu não vou ter que fazer [imitando] “um vozeirão assim”.

CM — O tema do trabalho é a influência da Continental e da Ipanema no cenário musical da época e no de hoje. Como tu acha que o trabalho desenvolvido... vamos começar pelo que tu conhece — a Ipanema. Como tu acha que o trabalho desenvolvido pela Ipanema influenciou no cenário musical? Em aspectos de divulgação das bandas, profissionalização das bandas, porque a maioria chegava aqui com fitas, formação de público... como tu acha que influenciou?

MM — Eu posso começar pela Continental porque eu fui ouvinte da Continental. Então, a Continental, eu me lembro, que era um trabalho muito forte da Continental. Tinha o Vivendo a Vida de Lee, que era o Mr. Lee, o Júlio Fürst, hoje da Itapema (atual 102.3). A Continental muito batalhou nisso. Mas era a época do vinil, das gravadoras, não tinha toda essa facilidade de hoje que os músicos têm de fazer um trabalho independente. E a Continental fazia muitos shows, tinha um patrocínio forte que fazia bastante isso. A Ipanema hoje, agora, mais nessa maioridade da Ipanema, é que ela começa a fazer grandes shows como o show que teve lá no Anfiteatro Pôr do Sol nos 24 anos da rádio. Mas o que aconteceu? Aqui foi isso. As bandas traziam seus trabalhos. Chegou a ter um programa aqui que se chamava *A Hora do Demo*, que não é o demo demônio, mas o demo da fita demo, onde muita banda que está aí hoje começou. Era uma fitinha cassete, no começo, que vinha.

CM — Isso foi quando?

MM — *A Hora do Demo*? Anos 1980.

CM — E quais bandas, tu sabe?

MM — Não digo pela *Hora do Demo*. Eu te dou um exemplo que é *A Hora do Demo*. O cara pegava uma fitinha cassete e trazia. Bom, bandas que começaram na Ipanema? Bom, Replicantes, Bandaliera,

Júlio Reny, Jimi Joe. Mais recentemente, Cachorro Grande... todos. Cascavelletes, TNT, todas as bandas daqui que hoje têm um certo nome tocaram primeiro na Ipanema, com certeza. E bandas nacionais que hoje também estão aí consolidadas tocaram primeiro na Ipanema. Ira!, Barão Vermelho, Paralamas do Sucesso. Teve um show, acho que foi o primeiro show dos Paralamas aqui em Porto Alegre, que o Herbert Vianna foi ensinar o público a cantar uma música e o público já sabia. E ele ficou impressionado: “como o público já sabia?” Porque a Ipanema estava rodando.

[...]

CM — A hipótese do trabalho é a seguinte: é de que a Ipanema deu continuidade, não necessariamente intencional, ao trabalho da Continental. Tu concorda com isso?

MM — Absolutamente. Concordo com certeza. E mesmo porque eu sei que a inspiração do Nilton e do Mauro foi a Continental. A Continental era uma rádio AM, olha só, que marcou de uma maneira essa cidade e quando o Nilton e o Mauro foram fazer a Ipanema eles..., claro, certamente havia uma inspiração na Continental. Não totalmente, mas havia.

CM — Mas tinha uma linha...

MM — Sim, mas tinha aquela ideia da Ipanema ser uma rádio que tocasse música jovem, rock n’ roll, e tudo mais. Mas também desde o começo a Ipanema tinha espaço para música nativa, que era o *Enquanto a Chaleira Chia*. Hoje tem o Música da Boa, com os guris. E também a Ipanema tocava música erudita. Também, hoje, voltamos a tocar.

CM — Dentro desse tema, tu acha que tem algum aspecto que seja importante que eu não abordei, e que tu queira colocar?

MM — Sim. A interatividade com o ouvinte. E, hoje em dia, às vezes o ouvinte sugere. “Olha, ouvi uma banda, assim, assim,

assim...”. Já manda o link do Myspace da banda e aí... claro, algumas não, algumas sim. “Ah, boa banda”. Vai pra programação. Então, hoje, além da Ipanema oferecer para o seu ouvinte as bandas, já o ouvinte da Ipanema começa a alimentar a Ipanema também com sugestões.

CM — Então o papel que ela se propôs a fazer na década de 1980 ela continua fazendo.

MM — A mesma coisa. E também essa coisa assim de garimpar aqui, no Brasil e no mundo. Hoje, com a internet, a gente tem a possibilidade... tem um programa aqui que é o Ioiô.net. De repente está tocando uma banda da Ucrânia, que jamais chegaria pelos meios normais da indústria fonográfica aqui. Graças muito à internet, com certeza.

CM — Essa mudança dos caminhos da indústria fonográfica, tu acha que hoje facilita o trabalho da Ipanema, que a Ipanema se propôs no início e que era um pouco...

MM — Hoje fica mais fácil. Porque desde o começo, a Ipanema nunca foi... tinha época que a gravadora vinha com o artista novo, né. “Está aqui, está aqui o disco, a música que estamos tocando é a 3”. A Ipanema rodava a 10 [risos]. Sempre foi assim! Claro, a 3. É bacana a 3. Mas tem outras 15 músicas no disco. Vamos rodar as 15. Eu me lembro muito daquela *November Rain*, do Guns n’ Roses, é do mesmo disco do *Sweet Child O’ Mine*, eu acho. Mas todo mundo tocava aquela, e a Ipanema descobriu a *November Rain*, que foi ser descoberta um ano depois nas outras emissoras. Então é aquela inquietação, e muito mais agora com a internet na mão. Hoje a gente tem a chance, tem... e todas as rádios têm, mas é a Ipanema que faz. Ah, o Franz Ferdinand lançou no site dele a música nova. Tá hoje no site do Franz Ferdinand, hoje tá tocando na Ipanema. Então, é uma liberdade, assim... e sem depender da indicação da gravadora,

graças a Deus! Quando a gravadora, às vezes, chega com o disco, o disco já tá rodando a milhão na rádio.

Entrevista pessoal concedida em 29 de agosto de 2008.

NILTON FERNANDO

O início da trajetória de Nilton Fernando Pereira foi em Cachoeira do Sul. Nilton começou na Feira Intercolegial Estudantil do Livro (FIEL). Seu trabalho era anunciar os livros no alto-falante. O gerente da rádio Cachoeira gostou da voz e fez um convite. Com 17 anos, Nilton fazia o programa *Vanguarda Jovem*. Na hora de encarar o vestibular, mudou para Porto Alegre. Começou a fazer rádio e TV. Trabalhou na rádio Difusora AM e no *Portovisão Notícias*, na então TV Difusora, Canal 10. Nas férias, Nilton foi para São Paulo, fez um teste na Bandeirantes, passou e acabou ficando por lá. Voltou quando ofereceram uma rádio para ele comandar em Porto Alegre com total liberdade criativa. Surgiu a Bandeirantes FM 99.3, numa casa localizada na avenida José Bonifácio, a gênese da Ipanema FM, que Nilton comandou de 1983 a 1995.

Cristiane Marçal — A Ipanema sempre teve uma proposta diferenciada como programação desde o início? A ideia sempre foi essa?

Nilton Fernando — Vou te dar um briefing pra que tu possa fazer a ideia em cima. Nem eu sei bem. Esse paralelo que tu queres, rádio Continental e rádio Ipanema. Rádio Continental: eu era um gurizão, adolescente, em Cachoeira, 16, 17 anos. Surge o chamado rádio jovem. Porque até então o rádio não era veículo para jovens. O que era o rádio? O rádio era um móvel da família, e do pai, anos

1940, 1950 e 1960. Depois veio a vitrola, que a gurizada anos 1960 geração Beatles tinha uma vitrola portátil, mas eles não tinham o costume de ouvir rádio para escutar música. Olha que curioso, que bacana. No rádio o máximo que o jovem ouvia era futebol. Ou um programa ou outro. O rádio era um adulto. Programação AM e tal. Aí começou uma coisa que era o chamado rádio jovem em AM. Ainda não existia FM, isso lá nos anos 1974, 1975, em Cachoeira. Dessas tais rádios jovens surgiu uma rádio louca, estranha, bacana e diferente que a gurizada adorou, que era em Porto Alegre, que era a rádio Continental. Essa rádio Continental, que tu vai ver na história do livro do Ferraretto, pertencia à Rede Globo, sistema Globo de Rádio do Rio de Janeiro, e eles estavam implantando essas rádios jovens pelo Brasil afora em plena ditadura e tal. Aí, para burlar a ditadura, e pra provocar, ao mesmo tempo, coisa da gurizada... não tinham o que fazer com aquilo e resolveram fazer a tal de rádio aloprada, jovem, sei lá como era o termo na época. E aí eles criaram essas histórias que tu vê no livro, o Agente 1120, a locução conversada e falada sem ser assim aquela coisa de locutor vozeirão da rádio Guaíba. Isso tudo em AM. “Na Porto Alegre de Mario Quintana, 4 horas e 5 minutos”. Nossa, nunca disse isso assim. “Te liga aí magrão, o saco cuecão não sei o quê, a Boutique na Galeria Chaves”. Galeria era o auge, não existiam shoppings. Então o que é shopping hoje eram galerias. Final de tarde, todos nós, jovens de Porto Alegre, iam pra lá. Tava assim, todo mundo frequentando as galerias, passeando e andando e a rádio Continental a mil, porque era ali pertinho. As promoções da Continental. Aí eu vim morar em Porto Alegre. Eu ouvia muitíssimo pouco a Continental, porque era daqui e de noite ficava... tentava pegar. Aí eu entrei na rádio em Cachoeira, e tinha o Mauro, também, que veio depois. Aí na rádio em Cachoeira, às vezes eu vinha para Porto Alegre, aí alguma coisa que eu tentava

ouvir o que eles tocavam na Continental, eu comprava aqui e levava para tocar lá. Tinha um programa chamado *Vanguarda Jovem*. Mas a rádio Continental em si não me influenciou onde eu quero chegar.

[...]

NF — Bom, a Continental... Aí depois surgiu a rádio pop, não sei o quê.

CM — Cultura Pop.

NF — Cultura Pop, que era de uma turma da Continental, Megaton, J. B. Schüller, essa gurizada toda, que está tudo nos livros. Esse pessoal, e muitos eram funcionários inclusive do *Jornal do Brasil*, que era uma grande potência e era dono de uma rádio daqui, que ficou rádio *Jornal do Brasil* e depois virou rádio Cidade. Aí, onde eu quero chegar. As pessoas às vezes dizem “ah, que vocês faziam, se inspiravam pra fazer a Ipanema, no que se fazia na Continental?”. Não, por tudo isso que eu estou te explicando. Eu não ouvi muito a Continental. Sabia mais de ler do que de ouvir. Porque eu gostava do jornal do Rio e de São Paulo, eu comprava. Aqui ou em Cachoeira. Aqui esperava às vezes até 19h, 20h, lá na Praça da Alfândega para chegar o jornal. Ou, no domingo, a gente comprava, eu lia a coluna, assim, os favoritos, o Macalé, o Nelson Motta, porque era ali que a gente aprendia as novidades, os lançamentos. Tinha um cara chamado Tim Maia, às vezes um cara chamado [inaudível] com toda a dificuldade.

CM — É, outros tempos...

NF — E tentar comprar os discos de um amigo que trouxesse. Aí os grandes amigos acabavam sendo os caras de avião, comandante, os “bandejeiros”, comissários de bordo. A Continental fazia muito isso, então o Agente 1120 era um cara que trazia...

CM — Era um cara da Varig, né.

NF — Essas histórias todas que tu já sabe. E isso tudo é verdade.

[...]

NF — Como a gente tinha aqui Rádio Continental 1120, tinham as rádios jovens do Rio de Janeiro e uma que estourou e que tinha grande força e concorrente era rádio Excelsior de São Paulo — a “máquina do som”. Já era uma gíria jovem, que era o [inaudível] que fazia. Então, essa “máquina do som” marcou todos nós, gurizada, aí corríamos para comprar os discos da “máquina do som”, que ali que vinham as mais quentes, as favoritas. Tipo as 14 Mais, os hits. O Rio de Janeiro tinha a rádio Mundial AM. Excelsior e Mundial eram tudo AM ainda. E Continental. Excelsior, Mundial e Continental, rádios AM jovens, Big Boy. Que era o gordinho que acabou morrendo no auge. Era um gordinho até bem parecido com esse gordo da MTV. Fisicamente, assim, de chapéu. Aí a gente ficava ouvindo e de noite a gente conseguia pegar a rádio Mundial. Pegava legal. Aí a gente ouvia o programa do Big Boy, uns caras chamados Bee Gees, Beatles, umas coisas estranhas...

CM — Mas pegava aqui?

NF — Pegava aqui. Pegava a rádio Mundial, a rádio Globo, a rádio *Jornal do Brasil* que era uma “Guaibona” melhorada. Mais jovem, mas, assim, Guaíba. Linda a rádio. Há pouco tempo foi vendida para uma igreja. Durou até uns cinco anos atrás. Aí, Excelsior, Continental e Mundial, na Lagoa, aquelas vinhetas... [inaudível]. E a gente sabia recitar de cor as vinhetas. A gente adorava, que eles diziam: no portão, não sei o quê, restaurante Portão. A gente achava o máximo aquele vozeirão, aquele eco, aquela rádio bem jovem, aí entrava (cantando) *“killing me softly with his song ...”*. Que eram as baladas na época. Voltando ao tempo em São Paulo, aí começou a surgir uma onda de rádios jovens em FM. Aí nós criamos lá a rádio Bandeirantes FM. Essa gurizada que eu estava te falando, o Tavinho, o Dilson, eu, enfim. Logo que eu cheguei, um mês depois, um dia o Johnny [Saad], eram duas salinhas pequenininhas, sem o mínimo

glamour, só a gurizada trabalhando..., o Johnny chegou e disse: “gaúcho, estamos ganhando uma rádio lá em Porto Alegre, e vou te mandar pra lá”. Não dei muita bola.

[...]

NF — Aí um dia o Johnny entra e diz: “vou te mandar pra Porto Alegre, porque tem tal prazo para a rádio entrar no ar, no máximo 40 ou 50 dias. Você quer ou não quer? Se você não quer me diz, que tenho que tomar uma providência”. Aí entra o Caetano, que era irmão do Tavinho, que trabalhava lá. Aí eu olhei pro Caetano e disse: “Caetano, só diz sim ou não”. O Johnny, “hahaha”, aquele jeitão dele. Aí ele disse: “se for para o teu bem, gaúcho, eu digo sim”. Aí apertei a mão do Johnny e ele: “o que que é, gaúcho?”. E eu disse: “nós vamos montar uma rádio lá em Porto Alegre”. Aí o Johnny disse: “é você quem vai montar, é tudo com você”. Aí foi saindo, com aquele jeitão dele. Enfim, aí me demitiram lá. Aí, eu ainda brinquei: “e se eu chegar lá e não tem a rádio? Tô demitido”. Aí tinham alugado uma casinha que tinha um escritório chamado Cadeia Verde e Amarela. É uma central de escritórios que nem a RBS tem alguma coisa assim também em São Paulo e no Rio. E vender as rádios, a rádio Bandeirantes... E tinha um velhinho que tomava conta aqui. Fazia uns 10 ou 15 anos. E ele já tinha alugado uma casinha ali na José Bonifácio pra colocar a tal da rádio e ele achou que ia ser o cara, coitado, sei lá. E o Johnny me prevenia: “oh, assim, assim. Mas vai tocando, ele é um cara de confiança nossa, e tá, ta, ta, ta, ta. E tem a secretária dele, que é uma pessoa que está há uns 20 e tantos anos”. Duas figuras aqui que não sei como... Decerto ganhavam comissão e viviam.

[...]

NF — Chego aqui, que é o que me chama a atenção, um puta outdoor da rádio Cidade, que estava fazendo um ano. E era um

Cristo Redentor de braços abertos. Esses dias até achei na internet, não sei por que, essa imagem da propaganda da rádio Cidade. Acho que eles botaram onde tinha... Eles espalharam a Cidade pelo Brasil inteiro, nas capitais eles faziam convênio com as FMS. Aí pensei, “puta, eu tô fodido, como é que eu vou concorrer com uma rádio dessas?”. Mas aí como o Johnny me deu liberdade e a rádio ia ser pequena de potência e tudo... Aí eu fui pra casa e pensei, fiquei arriscando o que fazer. Porque eu queria fazer mais ou menos que a gente fazia lá, que era uma rádio jovem, alternativa...

CM — Lá em São Paulo?

NF — É. Não era uma coisa bicho grilo, mas também não era uma rádio rock. Mas era mais bicho grilo. Que a gente chamava geração poncho e conga. Que era o auge da geração poncho e conga: Mercedes Sosa, fim da ditadura, todo mundo cantando Los Hermanos, Elis Regina estourada com *Falso Brillhante*, que eu acabei não vendo.

[...]

NF — Aí eu... “tô fodido”. Aí já estava a mil a rádio Cidade FM. Já tinha a rádio Itáí FM. Essas coisas assim, incipientes. E que a gurizada ouvia. Então, o que era a rádio Cidade FM? Toda a turma que fazia a Continental. É onde eu queria chegar. Então quem foi, na verdade, um seguimento do que fazia a rádio Continental, inclusive o departamento comercial, pessoas que vendiam, que divulgavam, que faziam e principalmente os locutores e comunicadores da Continental, estavam na Cidade. Então eu acho que essa é a herdeira mesmo. Aí eu comecei a andar, pensar [inaudível]. Tava eu andando pela rua da Praia e encontro o Mauro, o Mauro Borba. O Maurinho era um menino, filho de um... do Sereninho, que tinha uma dupla sertaneja lá em Cachoeira e tinha um programa na rádio. E aí aquele guri ia pra lá de vez em quando, pequenininho. Depois virou operador. Um belo dia eu tô em São Paulo, ele, todo meu fã,

me mandou uma cartinha e tal, aí diz que ia pra São Paulo passar uns dias lá de férias. Tudo bem, foi, ficou lá em casa, queria ver os shows. Gurizinho muito legal. O Mauro tem uns 10 anos a menos que eu. Não, 5 anos. Ele fez 50.

CM — Ele fez 50.

NF — Fez 50, eu tenho 53, eu achei que o Mauro... enfim. Mas eu achava que era, porque ele sempre foi miudinho [risos]. É, eu com 17, eu tava [inaudível]. Agora que me caiu mesmo, o Mauro outro dia me ligou pra dizer que ia fazer 50... enfim. Tá, daí depois ele foi pra rádio lá, Cachoeira, redator, operador, programador, essas coisas que eu também passei em Cachoeira. Aí o Maurinho já estava morando em Porto Alegre, todo “intelectualizadozinho” de esquerda, ligado com esse povo, Olívio Dutra, que era do sindicato, porque o Olívio era presidente do Sindicato dos Bancários e o Mauro trabalhava no Banrisul. “Bah, tchê, o que é que tu tá fazendo aqui?”. “Mauro, vim montar uma rádio”. “Como, tá louco?”. “E tem outra coisa, quero colocar música gaudéria no FM”. “Tá louco”. “Não, vamos botar um programa de manhã cedo de música gaudéria. Vai ser uma salada a rádio”. Porque eu já tinha pensado, né, mais ou menos como queria fazer e escrevi, tudo isso eu tenho. Como eu queria, como dividir. No começo da rádio era só gravada. E aí nessa tal casinha nós montamos o estúdio e tudo. Aí era eu, o Maurinho, consegui também o Eliseu, ele gravava e dava as notícias ao vivo, o Eliseu Pacheco, um dos grandes locutores. O Eliseu também foi embora, foi para São Paulo uns oito anos depois, já faz uns 15 que está lá. [...] Dois, três anos depois a Rede Bandeirantes compra a Rede Difusora aqui em Porto Alegre, a turma toda ali do morro. Rádio AM e FM, que era a Difusora FM, e a televisão. Que a RBS, os executivos todos [inaudível] que queriam, claro que a gente subisse pra lá, porque aquele prédio enorme que tem três andares fechados

ainda que ninguém usa. Que eram os aposentos dos padres lá, tinha capela, tinha tudo. Aí quase morremos, a gurizada, porque aí a rádio estava super a mil tudo, né. Super alternativo e tal.

[...]

CM — O que eu queria saber é o seguinte: a decisão de fazer uma programação diferente... ela aconteceu porque a rádio Cidade tinha uma programação X e tu quis contrapor? Ou eu sonhei isso?

NF — Também. Mas outro grave motivo, o mais forte deles, era a nossa fragilidade. Nós não tínhamos som, não tínhamos dinheiro, não tínhamos equipamento, não tínhamos nada. E aí já estava surgindo a Gaúcha FM, e depois surgiu Atlântida FM, a Itapema FM, enfim. E nós coitadinhos, assim... A Bandeirantes de São Paulo me deu toda a liberdade, não sei se por irresponsabilidade ou por capacidade nossa, ou confiança, ou tipo assim: “deixa essa gurizada se virar e não vamos mais nos incomodar”. Como eu não pedia mais dinheiro pra eles, primeiro ano, seis meses, e ao mesmo tempo eu não incomodava, eu acho que pra eles tanto faz como tanto fez.

CM — Mas hoje em dia não é mais assim? Ou isso é um procedimento da Bandeirantes?

NF — É muito Bandeirantes.

CM — É mesmo?

NF — A Bandeirantes tem muito isso, infelizmente. Então eu ia lá, eu criava motivo para ir lá, porque não me chamavam. “Ah, gaúcho, você por aqui? E aí, como que está lá?”. O Johnny, com os diretores, lá. Que mudavam, às vezes, os diretores. Mudavam e eu nem sabia quem era o meu patrão, eles se preocupavam mais com a praça de São Paulo. Aí eu dizia “olha, criei um programa assim, assim, assim...”. E eles ouviam e diziam “ah, que legal, mas olha que interessante”. Mas mais para serem educados nas reuniões gerais, aquela coisa do bate-papo do coquetel contando como era o

dono da rádio aqui, o que a gente fazia. Porque a gente fazia coisas totalmente distintas, diferentes. Dentro dessa fragilidade, pobreza, a gente fazia uma espécie de... que eu chamava de rádio guerrilha. Te explico: era o auge dessa coisa de nativismo, por isso a gente criou o programa *Enquanto a Chaleira Chia*, que o nome já era estranho. Tudo eu queria que fosse estranho. De propósito. Eu pensava bem, acho que muita literatura, enfim. Então eu não queria um programa gaudério com o nome “Amanhecer no Rincão”. Aí eu peguei uma frase do Lupicínio Rodrigues “*Enquanto a chaleira chia, o amargo vou cevando*”. Aí essa música era a característica do programa e o programa fazia o maior sucesso. Depois, a gente teve que criar outro aos domingos, até por conta de patrocínio, que era Frequência Nativa. Eu lembro que eu passei dias tentando achar um FM com palavras gaudérias, mas não teve. Teve que ser com FN [risos]. Isso que é o bacana, sentar e ficar pensando como criar. Eu me sinto um privilegiado de poder ter... Todas essas bobagens, assim, que viraram histórias, a gente parava e pensava. Às vezes, o Mauro, a Mary. O pessoal todo, os mais antigos. A gente pensava. “Ah, Mary, Mauro, tem a Califórnia da Canção lá em Uruguaiana. Vamos lá?”. “Vamos, vamos”. Aí a gente comprava LP, linha privada, telefone que instalava lá em uma mesinha, coisinha de nada. E aí transmitia o boletim de lá e vendia aqui, e a gente vivia bem assim. E as músicas ainda eram meio assim bicho grilo. E a gente tocava muita música instrumental, que ainda não tocava nas rádios jovens. Que é também que a gente se sente gratificado porque a gurizada em Porto Alegre, essa geração, pode conhecer. Aí começamos a pegar os argentinos que ninguém nunca no Brasil soube quem era, como Fito Paez, todo esse povo. Sem contar Mercedes Sosa. Atahualpa Yupanqui. Esse povo vinha, e como não era muito bem a cara da RBS a gente corria lá e o pessoal que era amigo da gente, que era o Dody e o Cicão, que

hoje é uma potência. O Dody né, que hoje é empresário do Roberto Carlos. Aí eles botavam lá... 500 reais de mídia, eles compravam 10 comerciais por dia, mas como era nossa promoção a gente colocava 20 no ar. Aí surge a Atlântida e o pessoal todo começou a crescer o olho. A Cidade... mas a Cidade sempre teve um perfil mais pop, popular. Mas aquela coisa de querer ser pop rock era a Atlântida que nos incomodava. E aí a gente... fase Bandeirantes FM, que eu estava te dizendo. Surge essa mudança, da Bandeirantes de São Paulo comprar a Difusora. Lá subimos nós. Queria todo mundo morrer. Aí desce o novo diretor da Rede Bandeirantes de Rádios querendo mudar tudo...

CM — Como mudar? Mudar a rádio?

NF — Sim. Porque a Rede Rádio Bandeirantes de São Paulo, e em outras praças, tinha um estilo de música e programação, tipo Cidade hoje. E Deus me livre mexer... Aí o Johnny estava junto e “não, vamos fazer o seguinte: te dou o canal que era da rádio Difusora”. “Putz, a rádio Difusora, o nome mais velho, mais antigo”. Era a rádio mais antiga do FM. “Você muda o nome!”. Aquela coisa bem paulista. “O nome... você põe o nome que você quiser”. Fui me levantando, eu queria morrer. “Cria um nome aí, porra! Você não sabe criar um nome? Já criou tanta porcaria aí”. Porcaria ele não disse. “Tanta coisa, vocês são tão criativos”. Então tá, fazer o quê. Rádio Difusora. E perder um nome como Bandeirantes FM. Que é o máximo né. E ali já estava tocando essa gurizada que tava chegando, que levava a fitinha lá — Beбето Alves, Nei Lisboa, Taranatiriça. Toda essa geração de rock dos anos 1980. TNT, parará. Tudo começava ali por fitinhas. Tenho dezenas, caixas e caixas de fita. Também a gente não escrevia na fita. “Porque não escreve, fulano, ali”. Porque na época, era a época que a gente botava... “como é que vou saber? Alemão Ronaldo cantando”. Claro, os mais conhecidos sim. E outras

bandas que misturam, que trocaram. Duca Leindecker, Júlio Reny. Voltei para casa num beijo só. Aí eu disse: “ah, vamos fazer uma rádio com a cara de Porto Alegre”. Como a gente tinha aquela coisa de ser rádio paulista, Bandeirantes FM, tem essa coisa do gaúcho não aceitar. Vamos nos livrar disso. Vamos fazer uma coisa bem gaúcha. Dar o nome de um bairro de Porto Alegre. Rádio Bom Fim, rádio Guaíba. Opa, essa já tem! Tudo vinha assim. A gente ria, eu e o Mauro. Depois, eu sozinho de noite, em casa, ligo para o Mauro. Mauro, tive uma ideia! Aí fiz, fiz, fiz, escrevi, escrevi, escrevi. Acertei na mosca! Eu sou o cara! Resumindo: a rádio vai se chamar Quintana FM. Já ouviu essa história?

CM — Sim.

NF — Aí lá fomos nós para São Paulo com um projeto, o Quintais. Era [inaudível] onde todas as quintas-feiras ia ter show de música e bandas ao vivo tocando, à noite. O projeto Quintais nas escolas de 1º grau e 2º grau, daqui a 15 anos (tudo escrito), quando o poeta não for conhecido todo ano vamos estar lembrando o seu nome. Lá fomos, eu, falar com o Mario. No hotel.

[...]

NF — O Mario disse: “ai, que coisa mais linda poder acordar todos os dias e ouvindo o meu nome”. Aí em São Paulo, levei outros nomes de stand-by, mas o meu negócio era o Quintana. Que aí eu dizia uma coisa que eu achava legal. Pelo menos eu acho. Eles debocharam de mim, mas depois concordaram. Já que estamos expandindo a Bandeirantes Brasil afora, quando estivermos em Minas a rádio Drummond FM em homenagem à palavra, à poesia. No Rio de Janeiro, a rádio Vinicius FM, em homenagem a Vinicius de Moraes. No Ceará, a rádio Queiroz FM, em homenagem a Raquel de Queiroz. Aí riram, debocharam, “você está muito poeta”, não levaram muito a sério. “Não, vamos ver um nome mais popular”. “E

este nome aqui, Ipanema FM, o que é isso?”. “É um bairro de Porto Alegre, no fim de tarde muita gente vai pra lá, tem uma praia”. “Então é isso”. Decidiram por Ipanema FM. Eles ficaram de dizer sim ou não, depois já veio o registro com o nome fantasia Ipanema FM. Quase morremos! Não só nós, também os ouvintes. Porque daí começamos a transmitir simultaneamente a Bandeirante FM antiga e a tal nova que seria a antiga Difusora. Mesma programação. Acho que isso é inédito. Então a gente dizia na Bandeirantes “tudo o que você está ouvindo aqui, hoje, vai passar a ouvir na data tal na frequência tal”. E não dizia o nome. A 94.9. E meia-noite do 4 de outubro, de 25 anos atrás, cada uma andou sozinha. Aí a Bandeirantes FM começou a ser a tal rádio que não foi muito longe e virou uma rádio mais adulta, depois com o Camarão, que é uma outra história. E nós com a rádio Ipanema FM que, praticamente no mesmo dia, inaugurava a Itapema FM. Até hoje se recebe correspondência da rádio Itapema, e vice-versa. Mas a gente não dá bola e as pessoas confundem bastante porque elas nasceram praticamente juntas. E aí não teve como tirar, e foi um puro acaso. Que a Itapema ia homenagear a praia de Itapema (Santa Catarina), que o Pedrinho tinha casa lá. E nós aqui [inaudível]. Depois eu vim para Ipanema [referindo-se ao bairro onde mora atualmente]. Então é isso. Paralelo à Continental...

CM — Tá, mas aí no final eu vou pra isso. Mas agora assim: vocês criaram uma rádio com uma proposta completamente diferenciada...

NF — Não tinha vinheta... Todos os comerciais passavam por nós. Nós, geralmente, era eu ou o Mauro.

CM — Mas pelo perfil?

NF — Sim, pelo perfil. Então as agências diziam assim: “ah, nós criamos uma campanha e tal”. E nós: “Pô, cara, eu estou ouvindo isso na Guaíba”. O mesmo texto. Nós quebramos isso. Eles faziam texto para a Ipanema, depois faziam um texto mais com a cara da rádio.

[...]

NF — Então, nós também quebramos isso, que a Continental tinha quebrado muito isso, no texto. O nosso texto era um pouco parecido porque a gente já tava vivendo um começo de abertura, e mesmo assim a gente recebia sutis queixas. Não oficiais.

CM — Mas nada que fosse muito...

NF — Não, não. Queixas assim, tipo, começamos a falar mal do banco que estava falindo aqui, faliu depois, que era o Banco Maisonnave. A gente dava as notícias do Maisonnave. Aí o Roberto Maisonnave, amigo do Johnny lá em São Paulo, disse assim: “pô, aquela gurizada tua lá vive me detonando e não sei o quê”. Aí liga um cara lá do Johnny para dizer que era para a gente parar com aquilo.

CM — Com a chinelagem.

NF — Que que era? “Não, o Roberto falou que não sei o quê”. E a gente achava aquilo tudo ótimo.

[...]

NF — A Katia era a mesma coisa, “manda essa mulher embora”. Aí já era o Bira Valdez. Chegou fazendo uma faxina. Ele odiava a Katia. E a Katia de noite, um calor de 50 graus. Tinha um barzinho ali que vendia cerveja. Cervejinha. É assim, ela não tomava porre. Só que eles compravam num boteco perto da esquina, mas eu fazia que não sabia. Porque a rádio funcionava normal, porque implicar com umas coisas que não...? Aí me chama o Bira Valdez, com aquela pose dele. Puxa debaixo da mesa dele. “Nilton Fernando, o que é isso aqui?”. “Uma garrafa de cerveja, Bira”. “Porque aquela louca, tomando cerveja de noite [inaudível]”. “Não, porque a Katia é isso, porque a Katia é aquilo. Manda essa mulher embora!”. “Não, pára, isso eu não posso fazer”. 10, 15 dias depois, me chama ele. Senti um clima pesado na casa. O Bira, abraços e beijos... Fui eu que apresentei

ele para o Johnny. Depois ele virou meu patrão. “Infelizmente tem a Bandeirantes do Nilton, e tem a Bandeirantes que eu quero implantar” e não sei o quê. “Tu não quer passar a vida toda fazendo rádio jovem? Tu é cara pra muito mais. Tem que buscar outros caminhos”. Aquele papo. Me mandando embora. E aí me mandou embora. 15, 20 dias depois, quem era diretor da Ipanema? Katia Suman. Coitada da Katia, não queria. Depois já brigou também.

CM — Sim, não ia dar certo.

NF — Não ia dar certo. Aí ele nomeou a Katia, a mesma que ele queria mandar embora. Olha, tem tanta história de bastidor que se eu contar no meu livro o povo não vai acreditar. Outro dia eles vieram aí, queriam que eu ajudasse com o livro. E eu disse: “não, se é pra dizer eu vou dizer tudo, não é assim”.

CM — Eu acho que, eu falei isso com o Edu, tinha que ter um livro sobre a história da Ipanema.

NF — O Edu começou como meu operador. Depois perdi contato. Ele é um cara legal, só que a rádio que ele faz hoje não é a Ipanema de antes. Hoje é uma rádio publicitês, como eu digo. Ele faz uma rádio pra publicitário, que é a paixão dele...

CM — Por isso tu achas que não é a mesma rádio?

NF — Não só por isso, mas pelo repertório, pela postura. E te digo mais, aquela rádio não tem um espaço hoje. Hoje o mundo hoje é outro. Porque tem umas pessoas inclusive lá dentro, ipanêmicos antigos que acham que “ah!”. Não é gente, sabe? Hoje, se eu fosse fazer uma rádio jovem, alternativa, que são palavras mais do que velhas), eu não ia querer fazer o que a gente fazia. São coisas de 25 anos atrás. Porque, infelizmente, eu ouvindo, e ouvindo coisas antigas que eu te falei, e outras que eu achei, por exemplo, rádio escuta que a gente fazia da rádio Guaíba, os noticiários e a rádio Gaúcha é exatamente há 25 anos atrás a mesma coisa que fazem

hoje. [Imitando] “Aqui fala o seu correspondente, pá, pá, pá”. O mundo não mudou nada, nada. [Imitando] “O presidente Emílio Garrastazu Médici inaugura essa semana...”. Só muda os nomes. Sabe? Não mudou a estética, não mudou nada, nada. A sonoridade é a mesma, a qualidade do som é a mesma. Tudo muito parecido. Então, eu não gostaria de... O que é o novo eu não sei, assim como foi na Ipanema. Nós só sabíamos o que a gente não queria. O que nós não queríamos? Os mesmos comerciais padrão, as mesmas vinhetas, todas as rádios jovens FM tinham mulher. Todas as rádios jovens FM, que aí surgiram umas 15 que concorriam com a gente. [Imitando] “Aí, você curtindo numa boa, alegre, feliz. Ah, todo mundo tem que ser alegre, feliz”. Entrava o Mauro com aquele jeitão dele, entrava a Katia, o Jimi, que jamais poderia falar em qualquer emissora de rádio do mundo que virava locutor, gravava vinheta, gravava comercial. A última coisa que me preocupava no mundo, ou nunca, era a voz do indivíduo. O que eu queria e falava para as pessoas é que elas se fizessem entender como uma pessoa normal do outro lado. “Ah, mas eu não falei, eu não sei, eu não faço”. Vai lá e fala como se fosse falar com um amigo. Esse é o segredo da linguagem da Ipanema.

CM — E de onde surgiu essa ideia? Você teve alguma referência ou foi da tua cabeça?

NF — Não. Por que o rádio tem que ter essa coisa diferente? Isso que eu venho dessa escola. Que eu tenho naturalmente essa voz de locutor. Não que eu queira. Aí tirei e aprendi um monte de coisas. Eu poderia fazer padrão rádio Guaíba.

[...]

NF — Bom, então Continental é isso. A Continental criou a linguagem essa, que não é só dela, não. Excelsior, principalmente Mundial. Então, se tu fores ouvir coisa da Mundial, que deve ter na

internet hoje, eu até me esqueço de ver. Eu sei que o Big Boy tem. Eu até tenho o disco dele falando. Que era o Cascalho. [Imitando] “Hello, crazy people”. O Cascalho também fazia na Continental a mesma coisa. Só que o Cascalho era magrinho. Mas a voz era a mesma, ele imitava igual. É que nem tu imitar o Chacrinha perfeito, ele fazia o Big Boy. Foi aí que ele estourou. Aí teve o Cascalho Time, as grandes festas. Aí o Júlio Fürst fazia o Mr. Lee, Mr. Soul. Era um tal de mister.

CM — É, o primeiro foi de música negra.

NF — Essas coisas todas tu sabe. Muito bom.

CM — Mas tem uma coisa que tu falou, que eu queria puxar, que é o seguinte: tu disse que dirigia a rádio com o coração. Por que o que acontece? Ao menos para a minha visão hoje, o que destoa muito. Foi criada uma rádio com uma proposta completamente alternativa do que se tinha. Tudo bem que tem uma referência lá no Rio, lá em São Paulo. Mas com uma proposta completamente diferente daquela usual que o comercial precisa vender. E sem nenhum embasamento mercadológico, até onde eu sei. Como é que tu conseguiu convencer..

NF — O charme e a chance que eu tive foi justamente esta. “O que estão fazendo? Então eu não vou fazer. Ah, a moda é preto e branco, e tu vê todo desfile, vai ser todo em preto e branco”. Aí eu digo: “vamos botar um floral bem colorido, pra chocar”. Que é a tal guerrilha, que eu estava tentando te explicar. Então, surgiu a Atlântida. A própria RBS cresceu em eventos e promoções. No Gigantinho! A gente trouxe, na inauguração no... Acho que foi antes do aniversário da rádio, o Barão Vermelho, numa danceteria que tinha sido inaugurada lá na Farrapos, que era dono de um cabaré famoso da Farrapos. Refez uma casa das que ele tinha e fez uma casa noturna muito legal e bacana com o nome... uma coisa assim:

[inaudível]. Mas não é. A gente trouxe Barão Vermelho, Cazusa, parará, parará. Aí estoura! Que era uma bandinha do Rio de Janeiro, que Caetano Veloso que era apaixonado. Aquele disco que era o primeiro deles, que era da Som Livre, que a gente conseguiu e ficou lá tocando. Aí começou a tocar umas bandinhas lá de Brasília, o pessoal mostrava e trazia. Legião Urbana, Paralamas do Sucesso. O primeiro aniversário da rádio a gente fez lá no União. Sorteamos uma moto, conseguimos uns patrocinadores. Show do Nelson Coelho de Castro, como é que era o nome do outro neguinho lá? Enfim. Taranatirica, e tem outras bandas, sorteamos a moto. Tem as fotos aí. Aí num outro aniversário alugamos um circo ali no terreno que estavam limpando e deixaram parelhinho pra fazer o Praia de Belas. Era um barral só. Alugamos um cirquinho pequeno do interior, um cirquinho bem bagaceiro. De lona, eles que montaram para nós. E trouxemos uma bandinha de Brasília, os guris vieram numa boa. Paralamas do Sucesso. Chovia [inaudível]. Enfim. Aí depois, no outro aniversário, estoura a Atlântida, grandes promoções, e a RBS televisão... Aí não tinha como a gente bancar os patrocinadores em mídia. E essa gente... estavam certos. E nós entendíamos isso. Aí eles botavam uma midiazinha pra nos agradecer lá. Tipo, gastavam 5 milhões com a televisão, e com a gente mil. Mas a gente gritava mais do que eles, para parecer que era nós. Aí que era a guerrilha. Também a gente não tinha compromisso de patrão. Hoje o cara diz: “mas como é que...”.

CM — Era uma coisa surreal.

NF — Surreal? Não, era muito mais que surreal. Aí, “Dody, arruma uns ingressos aí pra gente sortear”. “Ai meu Deus, faz o seguinte: eu vou conseguir para ti 30 ingressos”. “Mauro, [inaudível], todo mundo, 30 tem que valer como se fosse 3 mil”. Aí a gente falava o dia inteiro que estava dando ingresso e o pessoal passava o dia inteiro

pedindo ingresso, e o telefone tocando o dia inteiro. Era só telefone, e-mail não existia. Aquela loucurada, aquela função, aquele entra e sai de gente entrando e ganhando ingresso. Uma hora dá ingresso, outra hora dá camiseta. Que a gravadora já fazia camiseta. Aí eu dizia para o cara da gravadora: “ah, não...”.

CM — Isso era qual banda?

NF — Qualquer banda.

CM — Qualquer uma que vocês perdiam a promoção?

NF — Exatamente.

CM — E vocês faziam igual?

NF — Paralamas, que lotou o Gigantinho, nós fomos para o orelhão na frente fazer o boletim de orelhão antes de começar o show. Porque não existia celular. “Estamos aqui diretamente, blá, blá, blá, na fila aqui”.

CM — E aí foi nesse show do Gigantinho, do Paralamas, que o Herbert Vianna fez aquela história? Que ele agradeceu à Ipanema?

NF — Sim, e o Paulo Ricardo fez uma homenagem a mim. No auge do RPM, em pleno Gigantinho.

CM — [Risos] Eu não sabia disso. Eu tentei entrevistar o Herbert Vianna, mas não rolou.

NF — Bom, os caras da Atlântida queriam morrer, né.

CM — Bom, imagina. Que horror!

NF — Aí, do orelhão assim: “Estamos aqui”. Pegava quatro, cinco caras, que nem eles pegam na televisão hoje. “Ah, vamos falar aqui”. “É isso aí, estamos na fila, parará, parará”. O orelhão era a salvação, né. A Katia foi pra São Paulo fazer o Stray Cats, no auge do Stray Cats. [Inaudível] De noite, o último orelhão, que tinha dentro no hall de entrada, sei lá o que que ela conseguiu. E isso que era o bacana, que as pessoas gostavam. Eu entrevistei o B. B. King assim. Fui lá pra coletiva que a gravadora bancava — naquela época a gravadora

bancava, levava a gente, a gente ia seguido para Rio ou São Paulo, quando tinha um artista grande, assim, de linha. Ou um lançamento de um disco de peso. Iam um ou dois convidados. Aí, coletiva com B. B. King, eu estava sentado assim e tinha um telefone do meu lado. Aí eu peguei e disquei e deu! Deu! Liguei a cobrar e deu! Caiu no estúdio e eu: “e aí?”. Aí eu disse: “olha, estamos aqui ao vivo”. Fiz duas ou três perguntinhas: “Hello, B. B. King, ao vivo para Ipanema”. E ele: “oh, hello, hello”. Aquilo não durou 30 segundos, mas foi a consagração para a gurizada. E, assim, a gente ia fazer o Rock in Rio e o Hollywood Rock. Rock in Rio e o Hollywood Rock foi quase a mesma coisa. Teve três ou quatro edições, show da Madonna. E a gente fazia assim. Bom, esses também, as tais das guerrilhas que a gente fazia. Todo mundo queria ir. Os quatro, cinco comunicadores da rádio. Mauro, Mary, Katia, Nilo, eu. Aqueles beijos, né. Quem é que vai e quem não? “Vamos fazer o seguinte: vai todo mundo”. “Sim, e a rádio fica como?”. “Com o operador. O operador que vai virar locutor”.

CM — Quem era o operador?

NF — Ah, os guris. O Genésio, o Fernando Sorriso... Porque volta e meia eles já davam uns pitacos. O Mauro que começou com isso. O Mauro estava no ar à tarde e aí chamava: “vem cá, Fernando”. E aí o Fernando falava ali e tal. E aí ficou.

CM — Vocês foram pra qual? Todos?

NF — Uns dois. E aí os ouvintes ajudavam e curtiam. “Ô Fernando, roda aquela não sei o quê. Fernando, fala mais devagar”. Sei lá, tô dando um exemplo. “Não precisa falar muito, Fernando. Tá muito ruim. Bota só música”. Tem essa fragilidade que há horas eu digo, que era o charme da rádio. Entende? Por sermos poucos e pequenos, “ah, não vamos contratar alguém, ou chamar alguém, não temos como, nem grana...”.

CM — Foi usado como uma vantagem...

NF — Ah, com certeza. E com uma pose... que achava aquilo o máximo. E a gurizada, que era operador, ficava com o ego lá em cima, super valorizada. E aí para controlar o horário entrava toda hora de lá. Às vezes até do motel porque não tinha hotel. Uma vez a gravadora arrumou um motel. Era uma farrá. Eram dois ou três guris num quarto de motel com espelho no teto, eles dando risada e um ligando pro outro. “O que tá passando aí?”. Os vídeos pornô. Tu vê se eu posso? Isso, três ou quatro da manhã... [risos].

CM — Tá, mas espera aí, vocês foram todos? E para qual?

NF — A data eu não sei, mas foi um Hollywood Rock ou um Rock Rio.

CM — Mas é uma excursão.

NF — É, mas a gente fazia as excursões. Tinha o ônibus da rádio que ia. Geralmente era o Vitor Hugo que organizava. Tem até foto do David Bowie, outro dia achei uma foto do Alemão indo com a turma. A gente fazia essas excursões assim. Isso que dava o charme. Aí os outros, tudo certinho, RBS, Atlântida.

CM — Como se viabiliza uma situação dessas? Numa empresa...

NF — Numa empresa decente ou que tem alguém antenado não se consegue. Isso que é o bacana da coisa toda.

CM — Mas a coisa é assim sempre?

NF — Ainda é. Pelo que eu vejo, ainda é.

CM — Porque, na verdade, de todas as entrevistas que eu fiz é uma coisa que eu tentei entender. Como é que se viabiliza, e consegue, e se convencer...

NF — Só com liberdade...

CM — ... a se ter esse tipo de liberdade.

NF — E tem outra coisa, isso dava retorno. Eles não nos incomodavam porque dava dinheiro.

CM — Mas não era nada monstruoso?

NF — Não era nada monstruoso, mas, ao mesmo tempo, eles não precisavam cobrir como muitas grandes rádios, grandes redes, tinham que mandar verba para cobrir a folha de pagamento.

[...]

CM — Tu acha que essa repercussão que teve a Ipanema na década de 1980 e no final... a força que ela acaba tendo, tipo assim, te rotula de uma maneira que tu não consegue mais de livrar?

NF — Em parte, sim.

CM — Tu credits isso ao quê?

NF — À força da rádio.

CM — Porque o nome da Ipanema criou corpo próprio...?

NF — A história da Ipanema, só para concluir do nome que foi aprovado... Daí eu disse para gurizada: “vamos fazer o seguinte, não é o nome que vai fazer a rádio e sim a rádio que vai fazer o nome”. “Como assim?”. “Vamos fazer uma vinheta dessa frase?”. Aí colocamos no ar: “Não é o nome que vai fazer a rádio e sim a rádio que vai fazer o nome”. Porque as pessoas protestavam por causa desse nome, “isso é nome de boutique, esse nome carioca de uma rádio paulista aqui em Porto Alegre”. E ali vinha, porque a Ipanema não tem ouvintes, tem militantes. Isso também era um slogan que eu criei lá dentro da rádio e se espalhou essa história. E aí nós começamos a dizer isso no ar. Tinha uma vinheta, não sei, acho que não ficou arquivado isso. Porque é bacana ter ficado. Um ano depois a gente já não lembrava mais. E até hoje, o ano passado quando estive com o Johnny, ele disse: “É a tua Quintana FM?”. E eu digo: “olha, que um dia vai sair”. E ele: “não, é uma ideia boa”.

CM — Tu acha que essa repercussão está muito ligada à fidelidade à ideologia? Porque, na verdade, tudo que foi feito... eu tô perguntando isso porque destoa muito do mercado que eu

conheço. Eu nunca trabalhei na Ipanema, eu não sei. Mas tudo que se faz, a gente tem que convencer com números, com projeções. E [na Ipanema] se fazia o que queria. Uma das perguntas que eu fiz pro Mauro era: “como vocês criaram uma rádio alternativa sem nenhum embasamento mercadológico, nada?”. E ele disse assim: “Na verdade, a gente criou por ideologia. Se desse certo, melhor”.

NF — É, hoje, dificilmente vai acontecer isso. Nem num espontâneo compositor ou um jovem, menino ou menina, que quer compor. Ele vai ouvir Amy Winehouse, fulaninho, ciclano, e vai entrar alguma coisa. E aí ele vai ser segmento do fulano, ou está no casulo do ciclano. E, com a criação da rádio, acho que hoje seria quase praticamente impossível. Mas o sucesso dela, essa coisa de sucesso que ficou, era tão forte que não era uma rádio de sucesso numérico. O nosso máximo era o quinto lugar do Ibope. E não era uma rádio de estouro de vendas. Ela sobrevivia legal, bem. Mas até hoje qualquer gerente de comercial que chega lá diz: “não, vamos dar uma mexida nisso, isso não pode ficar assim”. Aqueles tais planos, metas, que a pensar como uma RBS, que faturou 5.380.000 agora, “ah não, no próximo mês tem que ser 8 milhões”. A gente não tinha isso. Isso não existia. Logo, isso nos beneficiou. Não sei se por ineficiência, talvez, de São Paulo, descrédito, sei lá o quê. Eles não se interessavam em fazer esse tipo de cobrança. Nunca fizeram. Então a gente tinha essa liberdade. É que nem tu largar uma gurizada num apartamento e todo mês ter uma... Eles mesmos se viram, ganham o dinheirinho deles e os pais nem se importam. E a gente ia criando e bolando. A gente pensando assim: “ah, tô vendo aqui que vai ter um show esta semana em São Paulo do fulaninho, mas a gente nem tem nem disco. Ah, mas o Paulinho sabe quem tem. Liga, traz aí e tal”. Aí ia lá já fazia um Clube do Ouvinte com a criatura. Botava no ar e tal. A gente passava a impressão pro ouvinte, tipo assim, “nossa, que lacuna na

minha cabeça. Nunca ouvi falar nesse cara. Como eu sou desligado”. No Clube do Ouvinte era a mesma coisa. O Clube do Ouvinte foi inspirado num programa que tinha na rádio Cachoeira. As pessoas escreviam suas cartinhas e tal. “Ah, quero ouvir Jerry Adriani, Wanderley Cardoso”. Escolhia, das 15, as pessoas mandavam cinco ou seis cartas e seis músicas e tocavam. Aí quando eu fazia lá, em Cachoeira, tinha tipo uma carteirinha que tinha um convênio com quatro ou cinco lojas de sapatos em Cachoeira. Quem era do Clube do Ouvinte tinha uma carteirinha e ganhava desconto no cachorro-quente da esquina, na loja tal, 5%. Era a ideia primeira de se fazer aqui. Mas aí aqui saiu outra coisa, que a Katia fazia, que ela deu a sugestão do ouvinte falar. Aí era o que era? Ah, eu gosto de Fito Páez e não sei o quê. Então traz, conta tua história, faz texto. Mas eu faço texto? Como é que eu faço? Faz o que tu quiser.

CM — Mas o ouvinte ia lá?

NF — Ia lá e fazia. Tinham uns que eram super organizadinhos, faziam o roteiro com a música. Outros iam lá bem perdidos e o operador dizia: “não, então vai lá e diz agora vamos ouvir a faixa tal”. Escolhe aí. Eles sempre queriam que a gente explicasse como é o programa. E a gente dizia: “o programa é do ouvinte, faz como tu quer”. Aí uns levavam uns amigos para ler junto. Dois ou três amigos da faculdade se reuniam e faziam o programa. O Thedy [Corrêa], que era um guri que não tinha banda ainda, que trouxe o Fito Páez. Fez com o Fito Páez, que ninguém sabia quem era. A Narinha Sarmiento, que era locutora da rádio, começou... fez uns dois Clube do Ouvinte também. Depois começou a fazer férias e levou um susto. “Não, gostei, vem, pode fazer as férias da Mary”. Eu acho. Ela fazia publicidade, nem era jornalismo, aí entrou na rádio assim. E outras pessoas ficaram assim... Ou a gente aprendia com elas, ou eles traziam discos novos...

CM — Era uma relação de troca?

NF — Ah, o ouvinte aí trouxe aí o Frank Zappa. Aí o operador, todo mundo pegava junto, “já copiei para nós três faixas”. Ah, que legal. Isso que era legal. Hoje é diferente, o cara não tá nem aí, ou não dão chance. Aí a gente estimula. “Olha aqui montei a música do fulano”. “Ah, legal, vamos colocar no ar”. Todo mundo era incentivado a criar, sabe? Ninguém ganhava bem, mas todo mundo tinha tesão de fazer. Aí era aquilo: “ah, fulaninho não quer trabalhar durante três dias”. “Mas o que foi?”. “Ah, eu arrumei uma namorada lá em Uruguaiana e quero ir para lá”. “E como tu vai solucionar esse problema?”. “Não, eu já falei com o Cláudio, ele faz pra mim o horário”. Aí ele chamava o Cláudio: “tu faz?”. “Faço”. Então vai ali, batam uma máquina vocês e se comprometam. Pronto, aí assumia o operador três ou quatro dias e o outro fazia o horário dele. Mas tinha isso também. “Ah, eu não queria te falar, mas o fulaninho tá chegando todo dia uma hora atrasado. Todo domingo é para ele chegar às 16h, ele chegou às 19h. Ficava engatado”. “Vem cá, fulaninho. Tal dia assim, assim, assim. Isso aqui deu 4 horas”. “Ah, é que eu não pude. Mas também fulano me deve e tal”. Então ninguém vai te dever mais nada. “Quatro horas, a partir de hoje tu vai dever pra ele oito horas”. Tudo era dobrado. “Vem cá fulano, ele te deve oito horas, então, dia tal tu não precisa vir trabalhar porque ele vai fazer o teu horário”. Então, eles tinham uma liberdade com responsabilidade, em diversas questões. Eu administrava com o coração. Era assim, sabe? Fazia doer no cara como trabalho, como responsabilidade. Chegou 15 minutos atrasado? Pode saber que deve meia hora. Para aquele coitado lá, comigo nada.

CM — E deu certo?

NF — Deu. Raramente saíram pessoas no meu período, assim. Eu nunca demiti ninguém.

[...]

CM — Pessoalmente e profissionalmente o que a Ipanema representou para ti?

NF — Olha, tem o lado bom e o lado ruim. O lado bom é esse privilégio de ter tido essa liberdade criativa que eu tive, que eu acho que é raro em qualquer profissão, principalmente em nosso meio e nos tempos atuais. E quando eu falo dos tempos atuais é dos últimos 20, 30 anos pra cá. Os grupos fortes de comunicação. Ao mesmo tempo, esse privilégio de estar presente na história brasileira da música. No meu quarto tenho foto do Cazuza com a gente, a gurizada toda da noite lá no Ocidente, o Renato Russo convivendo com a gente. Que depois viram mitos que... sabe? É muito difícil para a gente. A minha filha, que hoje tem 14 anos, “ah pai, tu estava com o fulano?”. “Ah, é mesmo”. Mas, ao mesmo tempo, eu tenho noção do peso. Mas isso é uma coisa legal, tranquila, não tem máscara. Até porque nunca teve. Eu me sinto o mesmo guri quando comecei lá em Cachoeira, com a mesma... e as pessoas que me conhecem. Claro que na hora de falar tudo isso eu até me entusiasmo, demais, me exalto contando mas...

[...]

CM — O que tu achas do trabalho que vocês fizeram? Influenciou na cena musical que a gente tem hoje?

NF — Bom, a Continental, anos 1970, ela é realmente um marco para o Rio Grande do Sul. Mas vamos ver, assim, universos. Continental e Ipanema. Anos 1970 é Continental. Rodas de Som, Viaduto da Borges e todos aqueles programas que tu já sabe da história da Continental. Ela deu essa alavanca a jovens compositores, Fogaça, toda essa geração, Nelson Coelho de Castro. Realmente, nos anos 1980, na Ipanema nós fizemos isso. De uma forma inconsciente. Geração Nei Lisboa, Bebeto Alves... Bebeto ainda um pouco lá na

Continental. Mas ali ainda como banda, Vitor Ramil, que era um guri de 17 anos e ia lá pra rádio. Adriana Calcanhoto. Então, 1970, Continental e Ipanema... Realmente, os mesmos papéis. Em outros mundos, outros universos, em outras alternativas, mas algumas até parecidas. Esse aspecto mambembe que a Continental fazia em clubes, shows, espetáculos, e os Discocuecas, que surgiram lá, essas coisas todas... E nós, que fazíamos os cirquinhos mambembes. Também fazia show em clube, o aniversário da rádio no União. E depois, lá no outro, um clube que eu não lembro o nome, que aí teve o grande show RPM, que lotou o Gigantinho no mesmo dia do nosso show. E nós estávamos trazendo uma banda nova, ainda não tão estourada, até porque era baratinha, quase de graça, que era o Legião Urbana. Que é uma coisa histórica que aí terminou o show no Gigantinho e eles foram para lá. E tocaram juntos e nós não temos a gravação. Aí eu acho que é uma coisa única, que eu nunca vi, que o RPM... tocaram Beatles, e tudo em plena festa da Ipanema. As duas bandas. Aí nesse show do RPM, no auge, o Paulo Ricardo diz: “ah, eu queria oferecer esta música para o Nilton Fernando, da Ipanema FM”. E entrou com *London, London*. Porque antes, de tarde, eu tinha entrevistado ele. O Paulinho, eu conhecia de São Paulo. Aí eu disse: “ah, *London, London*, aquela música que sempre me marcou desde o meu tempo de Cachoeira, que Caetano em Londres, que Paul McCartney, que o Caetano escrevia para Gal Costa, que depois ele musicou”. Eu sabia de tudo isso. E ele: “ah, eu não sabia que era isso”. Aí ele disse: “ah, eu tô cantando no show”. Que eu sabia que ele tinha cantado e aí eu perguntei, né. E aí, no cantar ele diz. E aí eu tava perto do Pedrinho Sirotsky, e eu corri no Pedrinho e disse: “ah, Pedrinho, tu vai ter que me dar esta gravação”. Tu acredita que, no outro dia, eu tô na rádio e chega um motoboy: “o senhor assina aqui”, recebendo a gravação. A música aí tocava: “numa cortesia

dos colegas da Atlântida FM, *London, London*". Coisas que eles não faziam. Citar os outros, a gente citava muito. A gente adorava citar os outros. "Não, porque ontem eu vinha vindo pra rádio ouvindo na rádio tal não sei o quê" [risos]. Era bem legal isso. Tá, esse paralelo existe sim. Mas uma não é herdeira ou é sequência da outra. O Juarez andou falando isso. O Juarez Fonseca, no livro da Continental. Encontrei ele um dia e ele me disse assim: "Ah, citei a Ipanema não sei o quê, que foi uma sequência e tal no livro da Continental". Não entendi direito se foi na matéria que ele fez, se foi na orelha do livro. E eu disse: "Olha, Juarez, não é bem isso".

Entrevista pessoal concedida em 02 de outubro de 2008.

Este livro sobreviveu aos anos,
assim como o rádio, e gritou pra
Porto Alegre ouvir em 2024.

