



## ZÉ DO PITO: NA ÉPOCA EM QUE O RÁDIO FALAVA PARA O CAPIRIRA

**Néli Alves Pereira**

Faculdade Opet, PR

*“ Para ser universal, canta a tua aldeia”  
Tolstoi*

O rádio no Paraná teve início em 1942 com a pioneira Rádio Clube Paranaense, famosa pelo prefixo PRB-2. Terceira emissora a atuar no país, a B2 foi decisiva para a implantação de outras rádios no Estado e principalmente, na capital.

Em meados da década de 60, o Paraná atravessou, ao lado de outros estados brasileiros, um processo de planificação e urbanismo. Nesta mesma época, desponta em Curitiba um grupo de comunicação que viria a se tornar um dos mais importantes do Estado: o Grupo Paulo Pimentel. O conglomerado implantou no Paraná as rádios Iguaçu, em Curitiba e Tibagi, em Apucarana.

A Rádio Iguaçu, no entanto, sofreu com o processo da ditadura e também com alguns desentendimentos entre o líder do grupo, Paulo Pimentel e o então ministro da Educação e ex-governador do Paraná, Ney Braga. A rivalidade entre os dois fez com que a emissora tivesse sua concessão caçada, ou como se diz no linguajar radiofônico, perempta.

Na mesma época, a Rádio Curitiba é comprada por Paulo Ferraz de Campos e João Lídio Bettega que mantém a programação sertaneja da antiga diretoria. Esse grupo passa a concessão da emissora para outro encabeçado por Mario Petrelli e João Saad, que compram o equipamento da extinta Rádio Iguaçu e transformam a Curitiba em Rádio Cidade de Curitiba, mantendo os mesmos funcionários e estilo de programação.

Em 1979, o empresário Miguel Nasser adquire a concessão e os equipamentos da Cidade e nomeia Euclides Cardoso como novo diretor. Mas é em 1980 que a Cidade muda os rumos da radiodifusão paranaense, quando Jair de Brito é convidado a dirigir a emissora. Ele, Luis Ernesto, Cláudio Ribeiro e Claudia Paciornik integram a nova equipe.



Com o slogan “ Rádio Cidade 670 Khz – em ritmo de cidade grande” e a visão empreendedora e empresarial do proprietário, a emissora busca concorrência com as outras rádios que atuavam na época. No dial AM de Curitiba, estavam instaladas as seguintes emissoras: Ouro Verde, Marumbi, Estadual, Cultura, Colombo, Panorama, Clube, Universo, Cruzeiro do Sul, Independência, Santa Felicidade, Capital e a 670Khz.

## **EM RITMO DE CIDADE GRANDE**

Curitiba passava por um rigoroso processo de urbanização na gestão do prefeito Jaime Lerner. O êxodo rural se intensifica e Jair de Brito decide que todos os programas veiculados pela rádio teriam a palavra “ cidade” no nome. No processo de elaboração da nova grade de programação que ficaria 24 horas no ar, os dirigentes decidem focar o radiojornalismo, a prestação de serviço e o entretenimento. E neste último não poderia faltar a programação musical sertaneja, auge da época em todas as emissoras do Estado.

Naquele tempo, o cancionista sertanejo passava por transformações bastante significativas. Era um segundo movimento, considerando os primórdios com Cornélio Pires. A indústria cultural se mostrava mais acentuada, substituindo a tradicional viola por instrumentos eletrificados com sofisticada tecnologia e som eletrônico. Os temas das canções consistia sempre em explorar a violência, fugindo dos temas tradicionais da música caipira como a terra do campo, o amor e a amizade. Já então, a imagem do cowboy americano viria mudar os rumos da música e dos programas sertanejos desde a indumentária até o texto das canções e dos programas radiofônicos. Era a chegada da country music para espantar o caboclo e sufocar a tradicional cultura caipira.

Surge então a idéia do programa “ A Cidade de Pito Aceso”, que teria veiculação de madrugada, das 04 às 06 da manhã, logo depois do programa “ Cidade de Olhos Abertos”, de Cláudio Ribeiro . Em reunião na emissora, os radialistas Jair de Brito, Luis Ernesto, Cláudio Ribeiro e Claudia Paciornik criam o personagem “ Zé do Pito” , nome de uma antiga praça de Lodrina que Cláudio Ribeiro costumava freqüentar, e convidam Paulo Gonçalves para a apresentação.

A idéia era justamente sair do senso comum do que era veiculado em outras emissoras, que traziam apresentadores pouco autênticos para a veiculação de programas de música



sertaneja. O linguajar caipira, abusivo nos erros de português, buscado por estes radialistas soava falso aos ouvintes e a Cidade não queria cometer o mesmo erro.

Em 1980 entrava no ar pela primeira vez o programa “ A Cidade de Pito Aceso”. O apresentador, no entanto, não conseguiu ficar mais de um mês no ar porque achava o horário muito puxado e por não conseguir manter o pique esperado pelos diretores. Foi então que Luis Ernesto chama seu cunhado e quase irmão Antonio Augusto Fiorenzano, recém chegado do Mato Grosso, onde atuava como locutor na Rede Matogrossense de Televisão e Rádio, para incorporar e encarnar o personagem do “ Zé do Pito”, figura que acompanharia Antonio Augusto como uma espécie de alter ego até o fim da vida.

### **ANTONIO AUGUSTO ZÉ DO PITO FIORENZANO**

Paranaense nascido em Curitiba, no tradicional bairro de Santa Felicidade. Caçula de uma família de cinco irmãos, filho de Izaura e Felício Fiorenzano, Antonio Augusto inicia a carreira na extinta Rádio Curitiba, conhecido como “Toninho da Hora do Feijão”. Durante a trajetória, atuou também na Rádio Colombo e Rádio Nossa Senhora da Luz de Crevelandia (onde se torna conhecido como Tio Tônico) , Rádio Cultura de Foz do Iguaçu, como locutor comercial e de noticiários, Rádio Jornal A Verdade, de Florianópolis, como repórter esportivo, Rede Matogrossense de Rádio e Televisão como locutor e apresentador de programas jornalísticos.

De volta a cidade natal, ingressa na Rádio Estadual e na Rádio Cidade de Curitiba com o personagem Zé do Pito. Em 1982 passou para a Rádio Atalaia na qual manteve líder de audiência o programa Canta Viola. Com o sucesso, inicia a carreira na televisão no canal 2 em Curitiba incorporando ainda o personagem que o consagrou. A televisão e o rádio e o personagem o acompanhariam até o final. Antonio Augusto morre em 12 de outubro de 1990 em um acidente de automóvel quando iria realizar o sonho de sua vida: comprar um imóvel na pequena cidade de Antonina.



## ENCARACOLADO DE BONITO

Jair de Brito e Luis Ernesto delegam para Cláudio Ribeiro e Claudia Paciornik a tarefa de produzir todas as vinhetas de abertura dos programas da emissora. Para o programa “Cidade de Pito Aceso”, a proposta, lembra bem Cláudio Ribeiro, é que o texto de abertura pudesse ser ao mesmo tempo uma chamada saudosista que buscasse manter os elementos formais da música sertaneja com letra e música passando pelo rasqueado, cururu, catira, xote, cana-verde, moda de viola, guarania e que mantivesse apresentador e ouvintes ligados e unidos pelos ritmos melódicos do cancioneiro sertanejo.

O texto de abertura reproduzia fala e reflexão do homem rural, imerso em sua cultura simples e jeito humilde de viver, que foi expulso de suas terras pelos grandes latifúndios ( tudo muito subliminar pois a época era de ditadura!) e vivente das periferias das grandes cidades. O texto era o seguinte:

“ Vou me embora, vou pra longe vou pras bandas do riachao.  
Quero afoga esta danada no cabo de uma enxada inté due minha mão.  
Mas vou leva comigo meu rádio , meu amigo, cumpanheiro de solidão!  
A Rádio Cidade 670 – em ritmo de cidade grande apresenta:  
Cidade de Pito Aceso”

Depois da vinheta, entrava a música que antecedia ao apresentador: “ De que me adianta, viver na cidade, se a felicidade não me acompanhar”. A escolha desta música traduzia também o ideal sertanejo que englobava o conceito do programa. A seguir, sempre muito bem humorado, entrava no ar Zé do Pito de maneira singular: “ *Bom dia, gentarada do meu coração lado esquerdo canhoto*”. Desta maneira Zé do Pito iniciava o programa “ Cidade de Pito Aceso” todas as madrugadas.

Convidado por uma emissora que trazia uma proposta de programação menos musical e que prezasse a oralidade , Antonio Augusto marcou o personagem pela autenticidade no jeito de falar . Zé do Pito mantinha a jocosidade do caipira e o respeito pelo homem do campo. Não transmitia um caipira ignorante, matuto, mas a esperteza ingênua dos contadores de “causos”, dos tocadores de viola. Transformava o bucolismo em novidade, em diferencial.



Zé do Pito tinha a veemente coragem de defender o homem do campo, lutando contra as desigualdades. O que interessava, e ele deixava transparecer nas brincadeiras e prosas, é que a sociedade se democratiza, e que a opressão política, econômica e principalmente cultural poderia ser eliminada mesmo através de latidos, uivos, berros dos animais, que lá de vez em quando ele soltava porteira afora pelas ondas do rádio.

A estrutura básica do programa diário era a seguinte: programação de música sertaneja de raiz como Tonico e Tinoco, Pedro Bento e Zé da estrada, Liu e Leo, João Pacífico; intercalada com causos, modas de viola, paródias cantadas, horóscopo escrito pelo próprio Antonio Augusto de maneira original e bem humorada. Ele produzia os horóscopos com rigor e não deixava que ninguém o fizesse por ele. Alguns exemplos da ingenuidade e humor de Zé do Pito: “ Leão – de fato quem compra gado e não paga o devogado. Mas não precisava dizer pra sua noiva que era bacharel. Veja bem a diferença: devogado e advogado. Cor: branco chega pra lá”, “ Capricórnio – seu filho foi mordido de cobra na sua própria casa e você foi reclamar na Prefeitura, é? Experimente passar uma enxada no quintal, aí não cria mais o bichinho. Cor: pintado cascavel”. O horóscopo também era momento de descontração. Não raro saiam de improviso, característica que Antonio Augusto dominava como poucos.

Apesar do conteúdo básico do programa, não havia roteiro. Zé falava sobre pescaria (paixão do personagem dentro e fora do rádio), bom contador de causos que era, Zé do Pito conseguia aguçar a imaginação do ouvinte de maneira surpreendente, fosse pelas imitações de bichos e personalidades ou pelo improviso malandro que sempre permeou o programa.

Zé do Pito criou alguns bordões que ficaram conhecidos não só no rádio mas que seriam incorporados no linguajar dos paranaenses. A Revista “ Rio Melodias ”, veiculada na década de 80, confirma a genialidade de Zé do Pito escrevendo: “ “ Zé do Pito já é ídolo das crianças, principalmente pela maneira de falar em seu programa, usando o linguajar autêntico do cabloco do sertão. As frases criadas por ele já estão na boca do povo. (RUI MELODIAS, Número 2).

Entre as expressões que lhe eram características, Zé do Pito, no espanto e admiração soltava um “ *azzulivre!*”, brincando com a expressão popular “ Deus o livre”. Para elogios usava “ *retorcido e encaracolado de bonito*”. Para algo muito bom “ *belezuério de bao*”. E segue um sem número de expressões que são faladas até hoje e que povoam o imaginário e a memória de muitos paranaenses.



Antonio Augusto diferenciou-se dos demais locutores da época por conseguir transformar a cultura do caipira em algo atraente para todo o público. A cultura de acender um cigarro palheiro, as técnicas de cuidar da terra, o modo de vestir, a malemolencia e os causos impossíveis e exagerados tornavam-se universais na voz de Zé do Pito. Amigos que trabalhavam com ele dizem que não era apenas um dom, mas um retrato da humildade de Antonio Augusto.

Ele se apropriou não só do personagem mas do universo que o personagem propunha e necessitava. Na rua, andava com a cara pintada como a de um caipira, sempre com o “ paiero” na mão. Um caipira da cidade grande. Um caipira no rádio.

## **UM PERSONAGEM BRASILEIRO**

Em uma perspectiva histórica, a figura do índio representou e continua a representar nossos descendentes mais autênticos, mas não limita a representatividade do brasileiro.

No cinema, na televisão e na literatura é, e sempre foi intensa a busca pelo personagem brasileiro. Monteiro Lobato escreveu sobre o Jeca, João Rubinato virou Adoniran Barbosa quando iniciou no rádio o personagem caipira das composições que se tornaram clássicos de nosso cancionário. Mazaroppi colocou nas telas dos cinemas uma importante empreitada rumo ao personagem brasileiro mostrando o personagem do caipira. Na televisão, várias produções buscaram o brasileiro, nas mais variadas personificações.

A tentativa transforma estes criadores - criaturas em manifestações autênticas da cultura brasileira. O caipira, além de ser um aspecto da própria antropologia do brasileiro, é responsável pela conexão com as verdadeiras raízes de nossa cultura.

A busca pelo personagem é o reflexo da busca pela identidade cultural. A identificação do público com figuras do rádio, da televisão e do cinema é fator determinante para o processo da comunicação e por isso estes criadores não raro tinham público cativo, porque representavam um grupo, porque resgatavam algo do inconsciente coletivo. O caipira representa o trabalhador brasileiro e uma fatia da formação do povo brasileiro.

E por isso a escolha do Zé do Pito para contar um pouco destes 80 anos do rádio no Brasil, pela urgência que o tema traz e pela importância cultural que representa. Zé do Pito foi o caipira do rádio. Representou de todas as maneiras um grupo que já na década de 80 havia



perdido muito da identidade, da caracterização. Zé , como todo bom caipira desconfiado, conseguiu espaço em meio a efervescência da indústria cultural para reforçar um importante processo: o de preservação da cultura nacional.

Hoje, quase 25 anos depois da estréia de Zé do Pito, o cenário da radiodifusão no país encontra-se ainda mais caótico. A chegada das FM's modificou a programação do AM de maneira decisiva. A Frequência Modulada tornou-se peça chave na divulgação da cultura estrangeira, em especial da música, homogeneizando o modo de falar, o discurso e muitas vezes, o timbre vocal padrão. Emissoras via satélite espalham-se pelo país em velocidade acelerada, sufocando e calando as vozes locais. A Rádio Cidade, citada aqui e que durante anos acolheu o programa de Zé foi vendida a um grande grupo de comunicação e hoje não transmite mais que duas horas de programação local. Em Curitiba, o rádio AM entrou no processo das grandes redes de comunicação com pouca produção local e foi invadido ainda pelas emissoras gospel, representantes da maior parte da radiodifusão AM na cidade.

Identidade regional hoje se busca, é discussão de nível nacional. Enquanto algumas manifestações culturais foram reforçadas no chamado advento da globalização justamente pela postura contra a esta de imposição, outras foram quase aniquiladas por este processo.

No Paraná, as produções radiofônicas que buscam um caminho paralelo ao do mercado, com ênfase a cultura nacional (quem dirá regional) estão reclusas a emissoras educativas ou batalham para manter-se através de leis de incentivo e patrocínios.

A música sertaneja importa cada vez mais o country americano, que tomou conta de boa parte da produção fonográfica do gênero. Surge a expressão “caipira de raiz” (!) , identificando a verdadeira música caipira, isenta de fusões mercadológicas. O sertanejo também pasteurizou, a exemplo do forró. Ritmos tradicionais também são alvo do mercado.

Inezita Barroso é representante única da divulgação da cultura caipira na televisão aberta no país. Tônico está sem Tinoco, Pena Branca sem Xavantinho, o cinema sem Mazaroppi, a identidade regional em extinção.

caipira não fala mais no rádio. O rádio não fala mais para o caipira. A despeito das segmentações, o genocídio cultural atingiu a cultura regional. A globalização unificou o discurso do rádio. No Brasil, o *dial* você pega no *tuner* , que você liga apertando o *play*, daí com sorte você ouve as *top ten* ou ainda os *hot hits* da sua preferida *radio station*, ou ouve



uma notícia sobre a última do presidente Bush numa *all news*. Com a paciência e esperteza de um caipira você diz, assustado: “azzulivre”!