



## XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação:

### **Das Ondas do Rádio à Tela da TV: O Som e a Imagem na Cidade das Alterosas\***

Wanir Campelo

Professora do Uni-BH (Centro Universitário de Belo Horizonte) e da Universo (Universidade Salgado de Oliveira)\*

#### **Resumo**

Conceber a cidade como espaço de história e cultura é uma das condições para se compreender as estratégias de programação utilizadas pelo rádio e pela televisão, em Belo Horizonte, até o início da década de 50. Nesse percurso, entrecortado pela diversidade das práticas sociais, pelos valores e tradições disseminados por seus habitantes, pela pluralidade de atividades no cotidiano de seus moradores, percebeu-se que o que a cidade viu e ouviu nesse período foi uma programação pautada na reprodução de valores sobre os quais a sociedade belorizontina se apoiou, além de expressar a necessidade de participação dos setores excluídos do sistema. O objetivo desse artigo foi mostrar, portanto, que, na cidade das Alterosas, as emissoras optaram por manter, em seus quadros, atrações alicerçadas em cinco pilares que privilegiaram o canto, o drama, o riso, a informação e o esporte.

**Palavras-chave:** HISTÓRIA; RÁDIO; TV; PROGRAMAÇÃO; BELO HORIZONTE

#### **INTRODUÇÃO**

Quando, na década de 50, a televisão se instalou no Brasil, já não havia qualquer alternativa: era chegada a hora de encontrar novos caminhos para a radiofonia. Tal como ocorreu durante a primeira transmissão radiofônica no Rio de Janeiro, o advento da TV despertou em todos um grande fascínio. Instalados os equipamentos que ofereciam ao público essa nova tecnologia, a televisão foi, aos poucos, conquistando toda uma audiência que, por quatro décadas, pertencera ao rádio. Isto bastou para que os anos dourados ameaçassem apagar a época de ouro do rádio brasileiro. O progresso experimentado pelas técnicas radiofônicas e televisivas tem representado, ao longo dos anos, uma inigualável conquista, mas viver numa era midiática, sujeitos à ideologia capitalista transmitida pela sociedade em rede, precisa ser visto com cautela, como alerta Fernando Henrique Cardoso, no prefácio do livro *a Sociedade em Rede*, de Manuel Castells.

---

\* Trabalho apresentado ao NP 06 – Rádio e Mídia Sonora, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

\* Jornalista, Mestre em Comunicação (Universidade São Marcos-SP), Coordenadora do Curso de Pós Graduação: Criação e Produção em Mídia Eletrônica: Rádio e TV do Uni-BH, professora dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Produção Editorial. E-mail.: [wanircampelo@uai.com.br](mailto:wanircampelo@uai.com.br) [wsiqueira@unibh.br](mailto:wsiqueira@unibh.br)



É preciso levar a sério as mudanças introduzidas no nosso padrão de sociabilidade em razão das transformações tecnológicas e econômicas que fazem com que a relação dos indivíduos e da própria sociedade com o processo de inovação técnica tenha sofrido alterações consideráveis [...] É a consequência da globalização dos padrões de interseção organizados em redes, que desconhecem fronteiras e nacionalidades, em favor da diversidade cultural. (CARDOSO *apud* CASTELLS, 1999)

Muitas foram as buscas no sentido de oferecer ao público uma programação que se tornasse cada vez mais próxima, mais fiel e mais adequada às necessidades dos ouvintes e telespectadores, pois ambos os veículos de comunicação podem ser avaliados como lugares de memória, capazes de construir e reconstruir a identidade de um povo.

A chegada da televisão em Belo Horizonte fez com que se estabelecessem na sociedade novos comportamentos, novas relações. As rodas de conversa cederam espaço para o recolhimento doméstico em torno da TV. Os compromissos passaram a ser marcados antes ou depois dos programas. As leituras e horas gastas para o trabalho criativo deixaram de ser prioridade, e assim a televisão foi, pouco a pouco, consumindo o dia-a-dia do brasileiro. Se no início da década de 50 a TV era considerada um sonho para a maioria da população, tal qual aconteceu com o rádio, ela foi paulatinamente se configurando no cotidiano das pessoas. Primeiro surgiu como um produto de elite, para depois se incorporar às diversas classes sociais, até se transformar em produto de consumo.

Ao rádio, não restou outro caminho. Seus pilares de programação foram retirados pela televisão e reconstruídos sobre alicerces mais seguros, porque ao som agregou-se a imagem. O que o rádio realizou com inegável competência até os anos 50 começou a desmoronar a partir da década de 60, e foi preciso buscar novas fórmulas. À televisão coube apenas aprimorar esses elementos descobertos pela radiofonia.

## **I. SOM e IMAGEM**

Foi no dia sete de setembro de 1922, durante a exposição comemorativa do Centenário da Independência no Rio de Janeiro, que a primeira emissão radiofônica oficial do País se realizou. Ciente do valor informativo e cultural de tal iniciativa, o médico e professor Roquete Pinto idealizou uma estação educativa com fins científicos e sociais e fez nascer, em 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, ancorada no binômio “Informação e Cultura” (Jornal O ESTADO DE SÃO PAULO, 08 /09/1996, p. 4).

Durante a década de 20, as dezenas de estações de rádio fundadas no País nada mais eram do que empreendimentos não comerciais de grupos aficionados do rádio, que



cuidavam de fazer uma programação elitista. Para Madrid *apud* ORTRIWANO (1985), o veículo era uma diversão individualista, familiar ou particular, muito pouco extensivo. Como lembra Del Bianco (1996) na década seguinte, contudo, os interesses comerciais foram engolindo as sociedades e clubes ligados à radiodifusão. A preocupação educativa foi sendo deixada de lado, e em seu lugar começaram a se impor os interesses mercantis.

No início dos anos 30, com várias emissoras radiofônicas instaladas no País, o rádio começou a mudar, baseado em um decreto do governo que permitia a veiculação da publicidade. A autorização fez com que o erudito, o educativo e o cultural se transformassem em popular. Ortriwano (1985) relata que o rádio comercial e a popularização do veículo implicaram a criação de um elo entre o indivíduo e a coletividade, mostrando-se capaz não apenas vender produtos e ditar modas, como também de mobilizar massas, levando-as a uma participação ativa na vida nacional. Os progressos da industrialização ampliaram o mercado consumidor, criando as condições para a padronização de gostos, crenças e valores.

O rádio completou a maioridade e chegou, nos anos 40, consolidado e vivendo a sua “Época de Ouro”, com programas de auditório, de humor, com informativos e radionovelas. Iniciou-se, a partir de então, a briga pela audiência e, conseqüentemente, pela busca de um faturamento cada vez mais alto.

No entanto, como “enxergar longe” foi sempre uma das mais antigas e ambiciosas preocupações do ser humano, bastou que a televisão se instalasse no Brasil, para que muitos dos astros e estrelas que tantas emoções levaram ao público até a década de 50, deixassem de ser ouvidos pelas ondas do rádio e passassem a ser vistos pela tela da TV.

Desde 1948, Assis Chateaubriand já sonhava em implantar a TV no Brasil, que ele definia como sendo “a máquina que dá asas à fantasia mais caprichosa”. Em 18 de setembro de 1950 foi ao ar a primeira estação brasileira – a PRF – 3, TV Tupi de São Paulo, pertencente aos Diários Associados. Em discurso proferido naquela noite de inauguração, o radialista David Sarnoff chegou a afirmar que a televisão era capaz de dar asas à imaginação e que previa o dia em que ela nos permitiria percorrer com os olhos toda a Terra, de cidade em cidade, de nação em nação (MORAES, 1994). A fórmula do sucesso havia sido descoberta pelo rádio e bastou aliar o som à imagem. Desde então, a TV passou a ocupar papel importante na vida dos brasileiros, reforçando o sentimento de participação e criando assuntos para o debate no seio da família, no



trabalho, nos bares, nas ruas. Ela se modernizou, aprendeu a registrar, na diversidade dos fatos, as imagens de nosso tempo, e não demorou muito para que o novo veículo passasse a participar do bolo publicitário, em pé de igualdade com os outros veículos de comunicação.

### III. A CIDADE DAS ALTEROSAS

Quando a primeira emissora radiofônica foi instalada oficialmente em Belo Horizonte, a imagem do pequeno Arraial do Curral Del Rey já estava quase apagada. O chão de terra batida, a capela de adornos simples e os carros de bois que se arrastavam pelas ruas poeirentas já não mais faziam parte de um cenário que parecia tão longínquo, embora transcorridos apenas 34 anos da fundação da nova capital do Estado. A cidade fora planejada para refletir um traçado urbanístico rico em geometria, para ser, simbolicamente, a primeira grande obra da República brasileira. Por isso, Belo Horizonte nasceu com data marcada, 12 de dezembro de 1897, numa perspectiva futurista e dentro dos mais ousados padrões de construção e planejamento urbano. Dois anos depois de inaugurada e já contando com 18 mil habitantes, o escritor Eduardo Frieiro assim retratou a cidade:

Todas as repartições e serviços públicos se achavam em funcionamento. Havia força e luz elétrica, seis hotéis, cinco hospedarias, oito pensões, vinte e sete açougues, dezesseis padarias, duas confeitarias, cinco tipografias, carros de praça, bandas de música, um centro operário beneficente, duas papelarias e livrarias, uma biblioteca pública, seis tabacarias, quase uma centena de botequins, três fábricas de macarrão, cinco de cerveja (FRIEIRO *apud* CAMPOS, 1982).

A cidade das Alterosas construiu o seu ideal tendo a Rua da Bahia como vitrine. Ali se concentravam as principais atividades culturais, os intelectuais e estudantes. Dotada de bares, cafés, hotel, restaurantes, tipografias, papelarias, teatro e casas comerciais, a Rua da Bahia acolhia a sociedade belo-horizontina que encontrava, ali, o palco privilegiado para seu convívio. Na crônica *Subir e descer a Rua da Bahia*, o escritor Paulo Mendes Campos afirmava:

Quem sentisse um súbito desejo de sorvete, uma tentação de chope, um alvoroço de empadinha quente, um arrepio de moça bonita, um abismo de mulher casada, uma nostalgia de livro francês, ia tudo para lá. Todos iam para a Rua da Bahia (CAMPOS *apud* ANDRADE, 1967).

Passado o período pós-guerra, a capital cresceu com a retomada dos investimentos do poder público. A cidade, que se queria moderna e cosmopolita, ampliou seus belos horizontes e foi sendo construída como um dos principais espaços



do encontro e da sociabilidade de sua população. A comunicação diversificou-se com a inauguração, em 1931, da Rádio Mineira e, cinco anos depois, com o surgimento da Guarani e Inconfidência.

O decênio de 30 foi marcado pela Revolução. Ainda assim, Belo Horizonte cresceu tanto, a ponto de ficar conhecida como a cidade da picareta e dos andaimes. Em artigo publicado pela Folha de Minas, em Dezembro de 1940, o escritor Mário de Andrade afirmava:

Belo Horizonte já não tem mais aquele ar de coisa inaugurada, o tempo já patinou a cidade. [...] Belo Horizonte é hoje uma cidade intensamente humana, sem ar exclusivo de festa, onde a vida se processa sem preparos artificiais: tristezas e alegrias, dores e aventuras se misturam nessa fraternidade esquecida com que cada qual disputa o seu destino.

Na década de 1940, a visão desenvolvimentista do prefeito Juscelino Kubitschek aliada à genialidade de Oscar Niemeyer fez surgir o complexo arquitetônico da Pampulha. Enquanto o projeto era traçado, a cidade via a sua rotina alterada em razão dos reflexos decorrentes da Segunda Guerra. O lazer e as opções culturais se diversificaram. Os bares, cafés e cabarés se multiplicaram. O cinema era festejado como diversão popular e o *footing* espalhou-se por ruas, parques e praças.

Foi em novembro de 1955 que a cidade ganhou a sua primeira emissora de televisão: a TV Itacolomi. Nove dias antes, o jornal Estado de Minas já publicava matéria de primeira página afirmando que Minas teria “a melhor estação da América do Sul”. O veículo era inovador: um rádio provido de imagens; imagens que colocaram os mineiros de frente para o espelho, permitindo que cada um pudesse se ver e se identificar. Além de se fazer espelho, a TV Itacolomi também se fez janela, possibilitando a quem dela se utilizasse, enxergar o mundo à sua volta. Assim, ao ver as imagens captadas pela câmara, o telespectador, de frente para o espelho, ou debruçado na janela, acabou por enxergar a si mesmo e o que se passa lá fora.

Os anos dourados por pouco não tiveram o seu brilho ofuscado diante dos problemas que se avolumaram, entre eles o aumento da população provocado pelo êxodo rural e o conseqüente aumento dos níveis de marginalidade. Anos mais tarde, o poeta Carlos Drummond de Andrade, inconformado com as conseqüências desse desenfreado crescimento da cidade protestava em *Tristes Horizontes*.

Não voltarei para ver o que não merece ser visto o que merece ser esquecido, se revogado não pode ser. Não o passado cor-de-cores fantásticas, Belo Horizonte sorrindo púbere, núbil, sensual, sem malícia, lugar de ler os clássicos e amar as artes novas, lugar muito especial pela



graça do clima e pelo gosto, que não tem preço, de falar mal do Governo no lendário Bar do Ponto (ANDRADE, 1986).

#### IV. ESTAÇÕES DO DIAL

##### IV. 1. Rádio Mineira - A pioneira.

A primeira emissora de Belo Horizonte entrou no ar, oficialmente, em seis de fevereiro de 1931, instalada em poucos metros quadrados de um porão. Era daquele pequenino espaço que a fantasia se agigantava por intermédio dos microfones e ganhava vida para embalar os sonhos dos ouvintes da cidade.

Rua da Bahia com Augusto de Lima. Oito horas da noite. Belo Horizonte em peso está no local. A Orquestra Sinfônica da capital inicia o toque, com seus músicos de uniformes brilhantes e com instrumentos refletindo as luzes. BH vai ganhar sua primeira estação oficial de rádio (Jornal DIÁRIO DA TARDE, 26/9/72, p.06).

De acordo com Lauro de Souza Barros, o primeiro supervisor da emissora, “até o surgimento da Guarani e da Inconfidência, ambas em 1936, a Mineira manteve uma programação muito simples e fragmentada”.

Eles começavam a transmitir às nove horas, encerravam às 14 e voltavam das 17 às 22 horas. Tocavam disco o tempo todo, só eventualmente acontecia alguma coisa diferente (Jornal MINAS GERAIS, 29/9/87, Caderno Cultura e Arte, p. 11).

Os grandes cartazes do mundo artístico brasileiro sempre que vinham a Belo Horizonte tinham passagem obrigatória pelos estúdios da Mineira. Assim é que lá se apresentaram Carmem Miranda, Orlando Silva e tantos outros, entre eles Noel Rosa, que desembarcou na cidade em janeiro de 1935 para uma temporada que lhe permitisse curar uma tuberculose. Durante quatro meses, o “Poeta da Vila” ficou por aqui, bebendo, tocando, cantando, compondo, sem abrir mão, um instante sequer, da boemia oferecida pela jovem cidade. Em abril, retornou ao Rio de Janeiro, morrendo dois anos depois (MARTINS, 1999).

Além do radioteatro, a Mineira foi uma das primeiras a lançar os programas de calouros, com a *Hora da Pelega*, que dava ao vencedor um prêmio de dez mil réis. Foi também a primeira a transmitir uma partida de futebol: um jogo entre Vila e Atlético, e a primeira a noticiar o início da Segunda Guerra Mundial. Às sete horas da manhã do dia 1<sup>o</sup> de setembro de 1939, o locutor Afonso de Castro, em voz grave, depois de um prefixo solene, anunciou: “Os quatro cavaleiros do Apocalipse estão soltos na Europa. Começou a Segunda Grande Guerra.” Só depois do meio-dia as outras rádios começaram a noticiar o que estava acontecendo no velho mundo.



#### **IV. 2. Rádio Guarani – A voz do povo.**

Bastou que a orquestra do maestro Pastore entoasse os primeiros acordes da ópera *O Guarani*, de Carlos Gomes, para que todos se certificassem da concretização de um novo sonho. No dia 10 de agosto de 1936, Belo Horizonte ganhava sua segunda emissora de rádio: a Guarani, uma estação de serviços, reconhecida pelo seu slogan “a voz do povo”, e que chegou a ser considerada a maior do gênero no Brasil. Muitas foram as atrações apresentadas, entre elas o programa *Roda da Vida*, que focalizava o dia-a-dia da cidade, buscando junto às autoridades soluções para os mais variados problemas nas áreas da saúde, da educação, do trânsito, do saneamento, da moradia. Mas como as demais emissoras já existentes no País, a Guarani não abriu mão de ferramentas que garantiam sucesso junto ao público, e investiu também em outros formatos, tentando atingir tanto o público adulto, com programas como *Alma Portenha*, quanto o público infantil, com o programa *Gurilândia*. Além de informar os seus ouvintes e realizar prestação de serviços, a Guarani também se preocupava em oferecer-lhes diversão.

Quem não possuía rádio, mas tinha interesse e curiosidade em saber como toda aquela indústria de sonhos funcionava, não hesitava em comparecer aos programas que se realizavam ao vivo no auditório da própria emissora, com capacidade para cem pessoas. Os ingressos eram distribuídos durante a semana, nos pontos de bonde, espalhados pelo centro da cidade.

Uma das atrações favoritas do público era *A Hora do Recruta*, comandada por Rômulo Paes. A novidade estava na presença de um carrasco no palco para castigar os calouros que não cantassem ou se apresentassem bem. Também as histórias de vida, recheadas de alegria, problemas e sofrimento, muitas vezes se transformaram em peças para o radioteatro.

Em 1945, a cidade viveu um momento histórico: um avião de passageiros perdeu contato com a torre do aeroporto da Pampulha e o piloto só conseguia captar o sinal da Rádio Guarani. Na tentativa de evitar um acidente de grandes proporções, o repórter Álvaro Celso da Trindade, o Babaró, organizou uma das mais brilhantes coberturas jornalísticas. Pelas ondas da Guarani, ele pedia ao povo para acender as luzes de suas casas e, aos que tivessem carros, que fossem imediatamente para o aeroporto, a fim de iluminar a pista que, naquela ocasião, ainda não possuía sinalizadores de demarcação.



Num tempo em que nenhuma emissora do Brasil transmitia depois da meia noite, Babaró continuou seu trabalho durante a madrugada, até que o avião aterrissasse na Pampulha, com seus tripulantes e passageiros sãos e salvos (Jornal DIÁRIO DA TARDE, 20/9/72, p. 05).

#### **IV. 3. Rádio Inconfidência – A Emissora - padrão do Estado.**

A impossibilidade de comunicação entre a capital e o interior foi a alavanca propulsora que serviu para justificar a criação de uma estação de rádio do governo que pudesse unir todo o Estado, ainda carente de estradas asfaltadas, de linhas aéreas e de telefonia.

A sua criação obedeceu ao pensamento e ao propósito de dotar Minas Gerais de um poderoso instrumento de aproximação entre os mineiros, ao mesmo tempo um órgão capaz de divulgar para todo o país as realizações da vida mineira em seus múltiplos aspectos (RUBIÃO, 1947).

Assim, surgiu a Inconfidência, uma emissora ligando campo e cidade, povo e governo, por meio de uma programação baseada em notícia, música, folhetim e reclame. Inaugurada no dia 3 de setembro de 1936, pelo governador Benedito Valadares, a rádio já nasceu como a melhor e mais sofisticada de Minas. Já no início dos anos 40, a Inconfidência apresentava programas musicais tais como *Ao Compasso da Saudade*; *Hora de Antigas Melodias*; e *No Mundo do Jazz*; os programas de calouros *A Procura de Talentos* e *Revoada de Novos*; programas infantis, como *Pinduca e a Escola de Rádio*; e programas apresentados por astros e estrelas da emissora, com convidados nacionais e internacionais: *Só Para Mulheres* e *Minas Canta Para o Brasil* (DOLABELA, 1993). O destaque cultural era atribuído ao programa *Nos Domínios da Música*, cujo objetivo era o de difundir peças sinfônicas, precedidas de comentários e dados biográficos de Bach, Beethoven, Chopin, entre outros. Havia também *Os Poetas e Prosadores do Brasil*, cartaz literário em que, a cada audição, eram tecidos comentários sobre um grande vulto das nossas letras. A Inconfidência mantinha ainda, em sua programação, cursos de inglês e francês, com gravações especiais fornecidas pelas embaixadas.

O Plano de Recuperação do Estado de Minas Gerais e os assuntos econômicos e financeiros eram sempre debatidos e comentados em *Momento Econômico*. *O Dia de Hoje na Assembléia* noticiava os trabalhos da Casa Legislativa em crônica de Olavo Drummond. O *Programa do Trabalhador* tratava de assuntos referentes às associações de classe, palestras e conferências de líderes trabalhistas. Já o *Programa de*



*Departamento Estadual de Saúde*, apresentado por um cientista, ministrava conceitos de higiene, de profilaxia e de combate aos males que afetavam a população.

Também a cobertura esportiva foi, durante as décadas de 40 e 50, digna dos maiores elogios. As transmissões de futebol, natação, basquete, vôlei, remo, pugilismo, ciclismo, atletismo podiam ser feitas de qualquer parte do país. Onde houvesse uma prova do interesse dos mineiros, lá estavam os microfones da Rádio Inconfidência.

*A Hora do Fazendeiro\**, um dos programas de maior audiência da emissora é destinado aos agricultores de todo o Brasil, se propondo a desfazer as dúvidas dos ouvintes, abordando questões variadas, como tratamento de animais doentes, sugestões para a compra de sementes e ferramentas, além de instruções sobre drenagem, reflorestamento e fertilização do solo.

## V. A ESTAÇÃO DA LUZ

Foi com certa dose de desconfiança que a população de Belo Horizonte passou a acompanhar, a partir do segundo semestre de 1954, o vaivém dos técnicos responsáveis pelo transporte e instalação dos equipamentos no alto do 24º andar do edifício Acaiaca, local escolhido para funcionar a primeira estação de TV da cidade, e a quinta do país. Sem incidentes que colocassem em risco os cerca de 500 mil habitantes de Belo Horizonte, os trabalhos foram concluídos e, às 19h30m do dia 8 de novembro de 1955, com a presença do presidente da República, Juscelino Kubitschek, a TV Itacolomi entrou oficialmente no ar, sob as bênçãos do arcebispo metropolitano, D. Antônio dos Santos Cabral, e as palavras emocionadas do então governador de Minas, Clóvis Salgado:

A inauguração da TV Itacolomi, que hoje se faz, representa um passo decisivo para o nosso Estado. Nesse momento em que Minas retoma a sua posição de estrela de primeira grandeza da constelação nacional (aqui ele se refere à eleição de Juscelino Kubstichek para a Presidência da República), obra de tal vulto é bem uma demonstração da capacidade de nosso povo para as realizações de maior significação (VAZ, 1995).

A televisão invadiu as casas trazendo imagens do mundo para um consumidor de pijama, além de uma profunda mudança no sentido dos hábitos sociais. “As pessoas deixaram de descer tão amiúde à cidade, vão cada vez menos ao cinema e satisfazem-se com os contatos virtuais pela televisão” (PBH, 1995, p.10). Até completar um quarto de

---

\* O programa *A Hora do Fazendeiro* é apresentado até hoje pela *Inconfidência*, sendo considerado o mais antigo programa do rádio brasileiro



século, a Itacolomi incorporou-se ao “patrimônio espiritual da gente mineira” (Jornal ESTADO DE MINAS, 8/11/55, p. 03).

Jamais, na história dos veículos de comunicação e do intercâmbio de idéias, se terá visto coisa semelhante à qual a Itacolomi alcança, antes mesmo de atingir o seu primeiro mês de vida. Seus programas contam, em princípio, com o mais poderoso instrumento de convicção popular, que é a imagem visual, aquela que chega ao centro receptor do espectador com impacto virgem, sem o desgaste da palavra escrita e a restrição criadora da palavra falada. É a imagem levando a cada um a visão da realidade e sua representação, num impacto inescapável (Jornal ESTADO DE MINAS, 27/11/55, p. 05).

A Itacolomi não mediu esforços para permitir que suas produções fossem levadas ao ar sempre ao vivo, durante os seus primeiros anos de vida. E assim, somando o esforço de produção à competência de seu *cast*, o Canal 4 foi, aos poucos, deixando de lado o amadorismo, e buscando, a cada dia, novas experiências, que iam sendo plenamente aceitas pelo público. O *Grande Teatro Lourdes*, por exemplo, nasceu quatro meses após a inauguração do Canal 4. Patrocinado pela Perfumaria Lourdes, foi por muito tempo um dos destaques da programação, pela grandiosidade de sua produção, como atestou um dos atores daquela época, Ubaldino Guimarães:

Sob as luzes de 6.000 watts e dispondo de um guarda roupa de 6.000 peças bem detalhadas, os 45 atores e atrizes do primeiro escalão da Itacolomi realizaram programações teatrais populares no pequeno espaço de 72 metros quadrados dos estúdios do 24º andar do Edifício Acaiaca. E assim, com o aprendizado autodidata, a Itacolomi realizou grandes produções como *Romeu e Julieta*, com duas horas de duração (MALHEIROS, 1991, p.49)

*Otelo*, *Dona Xepa*, *Dama das Camélias*, *Os Três Mosqueteiros*, *Cyrano de Bergerac* foram algumas das muitas atrações apresentadas. Algumas montagens acabaram sendo veiculadas em forma de seriado, como se fossem um embrião das telenovelas. Uma delas foi a *Garrafa do Diabo*, que tinha na trama o envolvimento de personalidades históricas que eram influenciadas por um diabo aprisionado em uma garrafa. A cada uma dessas personalidades, o diabo concedia favores, como o gênio da lâmpada de Aladim, mas ao final de cada episódio, o personagem sofria uma desgraça, cuja origem estava na própria ganância do portador da garrafa. Entre eles estiveram Napoleão Bonaparte, Átila e Mussolini.

Eclética e inovadora, a Itacolomi, durante toda a sua existência, privilegiou públicos distintos. As crianças foram contempladas com uma vasta programação que incluía o *Gente Miúda*, *Gladys e os Bichinhos*, *No Reino do Faz de Conta* e *Teatrinho de Brinquedos*. Os adolescentes ganharam o *Sabatina Maizena*, que estreou em 1956,



ficou dez anos no ar e que dava ao vencedor uma bolsa de estudos em escola particular, ou o mesmo valor em material escolar para o aluno de escola pública.

O *Curso Itacolomi* talvez tenha sido um dos primeiros modelos de telecurso do Brasil e ficou no ar por seis meses. Outra experiência nos moldes educativos foi feita com o *Gotas de História*, um programa de conhecimentos gerais. A Produção Cultural da TV Itacolomi inovou com o programa *Adote uma Criança*, apresentado pela garota-propaganda Ana Lúcia Kattah e que atraiu pela novidade, pois estimulava os telespectadores a adotarem uma criança, como fez a própria apresentadora, que adotou um menino.

A Itacolomi apresentou revistas musicais em sua programação, como a *Revista de Bolso* e *Folias* e na linha de shows o *Noites Mineiras*, que enfocava os aspectos da família. O grande destaque desse segmento foi a série *Esta é a sua vida*. Toda a dinâmica do programa girava em torno da apresentação de professores, amigos, colegas e parentes que tinham exercido influência fundamental na vida da personalidade cuja existência estava sendo pesquisada.

Marcaram época na Itacolomi: *As Aventuras de Eva*, com Eva Todor; *Uma Voz ao Telefone*, com Rodolfo Mayer; *O Céu é o Limite*, com Oduvaldo Cozzi; *Bola na Cesta*, com César de Alencar e Wilma Rocha; e *Câmara Um*, com o grupo de Jacy Campos.

O humor teve um de seus pilares fincados na cidade e programas desse gênero foram campeões de audiência (Jornal ESTADO DE MINAS, 09/11/85). Havia muita dificuldade para se fazer humor em Belo Horizonte devido à característica intimista do mineiro e também por causa da tradicional família mineira, sempre vigilante e que cobrava, muito mais que hoje, o respeito aos padrões de conduta moral. O humorismo, por exemplo, apenas explorava a crítica aos costumes, de maneira amena e ingênua. A *Escolinha de Dona Peteca* deu o que falar. Por considerarem incitante à indisciplina dos alunos, milhares de professores assinaram um documento exigindo a suspensão do programa. *É Proibido Sonhar* mostrava, em 15 minutos, o ator Carlito Cerezo interpretando Barnabé, um funcionário público que vivia dormindo na repartição e sonhando com personalidades importantes do cenário mundial. Um outro destaque na linha de humorismo foi o programa feito por Max Nunes no Rio de Janeiro, e adaptado em Belo Horizonte por Renê de Almeida: *Uma Pulga na Camisola*. Um de seus personagens, Sr Encenquinha, fez um enorme sucesso com o bordão “Que imbecil sô!”, e acabou sendo levado também ao público fluminense.



Foi no rádio que a televisão se inspirou para produzir o seu modelo de jornalismo. O primeiro noticiário permanente foi o *Repórter Real* e mais tarde o *Repórter Esso*.

Também o esporte atraiu os telespectadores. No início, os programas tal como acontecia com os jornalísticos, eram ilustrados com gravuras, fotos e slides. Alguns meses depois, os filmes dos jogos passaram a ser veiculados. O primeiro jogo transmitido pela Itacolomi foi Atlético e Vila Nova, em que o Galo precisou usar camisas e calções da mesma cor a pedido da emissora, para que o telespectador pudesse diferenciar os jogadores já que, pela tela preta e branca, os uniformes tradicionais das duas equipas pareciam idênticos. Muito sucesso fizeram também a *Resenha e a Jornada Esportiva*. As transmissões dos jogos passaram a contar com uma novidade quando Benedicto Adami de Carvalho, em meados de 1956, passou a atuar como “O juiz do juiz”, analisando e criticando as arbitragens. O sucesso foi tamanho que, ainda hoje, as principais emissoras do país destacam uma pessoa para desempenhar essa função em suas transmissões de futebol (VAZ, 1995).

## CONCLUSÃO

Até o final dos anos 50, tanto o rádio quanto a televisão ofereceram atrações que se incorporaram ao cotidiano da cidade. O que Belo Horizonte ouviu e viu pelas ondas do rádio ou pela tela da TV foram atrações que privilegiaram a música, a novela, o humor, a notícia e o esporte.

A música adquiriu uma enorme importância como produto. Ela se fez presente em todas as grades de programação das emissoras, aparecendo tanto na apresentação de artistas já consagrados quanto nos programas de calouros, que davam ao público a oportunidade de cantar diante do microfone, como faziam seus ídolos, símbolos de ascensão social e plena realização. Motivados pelo clima de intimidade gerado com artistas e locutores, muitos ouvintes e telespectadores passaram a fazer das rádios e das tevês não apenas um centro de diversão, mas um local a mais de reunião social. Para que se mantivesse a ilusão de que as oportunidades estão abertas para todos, era preciso que se acenasse com algumas válvulas de escape e realização, ainda que no plano meramente simbólico. O mundo das mercadorias deveria encontrar uma fórmula de participação no cotidiano das classes dele excluídas, através dos mecanismos acionados pelos meios de comunicação de massa (GOLDFELDER, 1980) Nesse sentido, poder-se-ia dizer que, durante todo esse período, a música foi um dos ancoradouros que



garantiram o sucesso de uma programação que atendeu com eficácia as exigências simbólicas de um público fiel.

Também as peças teatrais e as novelas produzidas pelo rádio e adotadas pela televisão, já a partir dos anos 50, encontraram espaço adequado de penetração na sociedade belorizontina. Sob uma visão idealizada do mundo, esses produtos, como alternativa de programação, caíram no gosto popular. As histórias dramatizadas promoveram a inter-relação de espaços, permitindo um processo de reconhecimento pessoal e criando laços afetivos entre público e personagens. Tornaram-se uma necessidade simbólica permanente de veiculação. As histórias em capítulos renovaram o interesse dos ouvintes e telespectadores, garantindo a audiência do dia seguinte. A novela assumiu um papel de mão dupla no cotidiano de seus ouvintes e telespectadores. De um lado, como espelho, uma vez que, por meio de suas experiências, ouviam e viam nestas produções, uma aproximação com as suas próprias histórias. Por outro lado, também se fez janela, já que permitia, por meio de laços emocionais, estabelecer relações com as histórias vividas pelos personagens criados pela Indústria Cultural.

O riso, sob o aspecto de produto cultural, teve atuação representativa na mídia. Os programas humorísticos surgiram nas primeiras transmissões e se mantiveram, ao longo do tempo, como uma das opções de programação das emissoras de rádio e televisão. Caracterizaram-se pela diversidade de personagens, pelas situações caricaturadas, pela visão humorística do dia-a-dia das famílias, pelas sátiras sociais e políticas. Embora também tenha nascido no rádio, foi na televisão que esta alternativa de programação encontrou o ápice do sucesso, alavancando altos índices de audiência em todas as faixas etárias e classes sociais.

Foi também na notícia que o rádio e a TV se pautaram para garantir audiência. Investir na informação foi uma alternativa unânime adotada por todas as emissoras, desde o programa de estréia. Os resultados alcançados pelo rádio motivaram a Itacolomi a também adotar a informação como alternativa de programação. Mais uma vez ela se inspirou no trabalho radiofônico para produzir o seu modelo de jornalismo.

As transmissões esportivas, especialmente do futebol, vieram a reboque dos noticiários e transformaram-se em outra ferramenta para a garantia de audiência. Embora as rádios Mineira e Guarani também tivessem privilegiado esta alternativa de programação, foi a Inconfidência que alavancou o esporte no rádio. Durante as décadas de 40 e 50, a PRI-3 transmitiu informações ligadas ao meio esportivo, com irradiações dos mais longínquos pontos do País.



Ao rádio não restou outro caminho. Seus pilares de programação foram sendo retirados paulatinamente pela televisão e reconstruídos sobre alicerces mais seguros, porque ao som agregou-se a imagem. Os programas de auditório e de humorismo, as novelas, os informativos e as transmissões esportivas também foram as alternativas escolhidas pela TV como a fórmula mágica para garantir audiência. O que o rádio realizou com inegável competência até os anos 50 começou a desmoronar a partir da década de 60, e foi preciso buscar novas fórmulas. À televisão coube apenas aprimorar esses elementos descobertos pela radiofonia.

### **Fontes.**

\_\_\_\_\_. Belo Horizonte; de Curral d'el Rei à Pampulha. Coordenação de textos de Paulo Mendes Campos. Belo Horizonte: Centrais Elétricas de Minas Gerais, S. A. 1982.

\_\_\_\_\_. O fim das coisas. Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Cultura. Belo Horizonte: PBH, 1995.

ANDRADE, Carlos Drummond de. Triste Horizonte. In: Estado de Minas. Belo Horizonte, 15 de agosto de 1986.

DEL BIANCO, Nélia . Artigo – Tendências da Programação Radiofônica nos anos 90 sob o impacto das inovações tecnológicas. Comunicação e Espaço Público. Brasília: n.º1, dezembro, 1996.

DOLABELA, Marcelo. Breve História da música de Belo Horizonte. Coleção Minimemória. 1993.

JORNAL DIÁRIO DA TARDE, 26 de setembro de 1972.

\_\_\_\_\_ 20 de setembro de 1972.

JORNAL ESTADO DE MINAS, 08 de novembro de 1955.

\_\_\_\_\_ 27 de novembro de 1955.

\_\_\_\_\_ 09 de novembro de 1985.

JORNAL ESTADO DE S. PAULO, 8 de setembro de 1996.

JORNAL FOLHA DE MINAS, 12 de dezembro de 1940.

JORNAL MINAS GERAIS, 29 de setembro de 1987.

MALHEIROS, C.F. et al. A produção cultural da TV Itacolomi. Monografia. Belo Horizonte: Departamento de Comunicação Social da PUC-MG, 1991.

RUBIÃO, Murilo. Rádios Difusoras de Belo Horizonte. Apontamentos para a História do Rádio Mineiro Revista Social Trabalhista: Número comemorativo do cinquentenário de Belo Horizonte. Belo Horizonte, 1947.



## Referências bibliográficas

ANDRADE, Carlos Drummond de (org). *Brasil, Terra & Alma*. Minas Gerais. Editora do Autor, 1967.

CASTELLS. Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAMPOS, Paulo Mendes. Belo Horizonte; de Curral Del Rey à Pampulha. Belo Horizonte: editado pelas Centrais Elétricas de Minas Gerais, S.A: 1982.

GOLDFEDER, Myriam. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

MARTINS, Fábio. *Senhores ouvintes, no ar... a cidade e o rádio*. Belo Horizonte: C/Arte. 1999.

MORAES, Fernando. *Chatô, o rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.

VAZ, José de Oliveira. *TV Itacolomi, sempre na liderança. A história de uma teleemissora*. Belo Horizonte: Estado de Minas, 1995.