



Rádio, memória e indústria fonográfica: um estudo sobre a Continental AM, de Porto Alegre, a partir de 1971.¹

Sergio Francisco Endler - Unisinos -RS²

Resumo

O presente trabalho analisa aspectos históricos referentes à interação entre a Rádio Continental AM, de Porto Alegre, e a indústria fonográfica, a partir de 1971, até meados daquela década. No período, a Continental ergue estratégia própria de visibilidade e memória, pela ação de *djs* e técnicos de áudio. Criando programação radiofônica inovadora, porque destinada ao público estudantil-universitário pela primeira vez no mercado local, renova na produção-gravação e apresentação de música e cultura no contexto do radialismo gaúcho. A Continental, ali, oferece protagonismo fundamental para o surgimento de novos cantores, grupos musicais e compositores da música urbana contemporânea de Porto Alegre, com repercussão na indústria fonográfica.

Palavras-chave: indústria fonográfica e rádio; programação e memória; cultura urbana.

O som nosso de cada dia

Até 1971, a *Rádio Continental AM 1120*, de Porto Alegre, embora integrante do Sistema Globo de Rádio, está isolada não somente na posição do dial. Com programação inexpressiva, apenas sobrevive, como rádio e empresa, no extremo sul da rede. Naquele ano, entretanto, tem início a renovação radical.

Coordenada pelo radialista e publicitário Fernando Westphalen, a nova programação da Continental surpreenderá a cidade com programação inovadora, quer no radiojornalismo, quer na programação musical ou, ainda, na customização da publicidade. Na Continental, a nova música da cidade ganha microfone, estúdio e gravação, ainda que artesanal. Logo, os novos artistas terão audiência, sempre crescente, formada pela programação diária da Continental.

Em apenas 3 meses, sob slogan *o som nosso de cada dia*, ouvintes e agências de publicidade já prestigiam, com a liderança no segmento, a programação daquela equipe formada pela mescla de radialistas experientes oriundos da então hegemônica Radio Guaíba e jovens jornalistas, alguns ainda cursando Jornalismo.

Musicalidade atualizada pela inovação e radiojornalismo interpretativo, com defesa da democracia, formam os pilares da programação da *Continental*, cuja linguagem é

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Rádio e Mídia Sonora

² Jornalista(UFRGS). Doutor em Comunicação Social (Unisinos). Mestre em Teoria Literária (PUC/RS). Professor no Curso de Comunicação Social da Unisinos,RS. endler@unisinos.br



alinhavada com humor, com os sotaques da cidade, nos modos de fala do jovem porto-alegrense, agora, radiofonizados.

Embora não seja a primeira emissora porto-alegrense com programação segmentada, nem sequer seja a única a buscar o público jovem, a *Continental* inova ao selecionar o público estudantil e universitário, exclusivamente, como foco da programação. E inova, sobretudo, na linguagem e na oferta de cultura midiática ao público segmentado.

No contexto, a programação musical será o resultado otimizado de estratégia de comunicação de massa até ali inédita para a cidade. Com a *Continental*, o público estudantil e universitário sintoniza, ao mesmo tempo, com atualização aos padrões da música internacional, com a inovação oportunizada pela nascente denominada MPB e, de modo particular, pela organização e programação diária da emergente música popular gaúcha (MPG), urbana e contemporânea, até ali desconhecida do grande público e ignorada pelas demais emissoras concorrentes.

As limitações para a o pleno desenvolvimento da programação da *Continental* e publicização dos produtos gerados pela emissora eram de diferentes grandezas. Primeiro, a restrição geográfica, pela rádio estar distante do eixo Rio-São Paulo. Segundo, a restrição técnica, a *Continental* possuía, inicialmente, equipamento defasado e pequena potência de antena. Terceiro, a limitação física, embora a sede da rádio estivesse no centro de Porto Alegre, o espaço físico era restrito a um conjunto comercial e, depois, dois. A quarta restrição era política, pois a rádio, sendo de oposição, operava sob a censura da ditadura militar imposta ao país.

A utilização maximizada do material discográfico existente e, logo, a produção de gravações caseiras próprias serão alternativas importantes na estratégia da *Continental*. Era através dessa dupla articulação que a rádio conseguia, por exemplo, rodar lançamento de música de John Lennon apenas 24 horas após a música ter rodado na matriz. E, também, oferecer gravações exclusivas, inicialmente em fita magnética, de sucessos locais com Hermes Aquino, Almôndegas, Fernando Ribeiro, Nelson Coelho de Castro, Inconsciente Coletivo e Discocuecas, entre outros. A conseqüente contratação de gravadoras nacionais destes nomes surgidos na *Continental* contou com o trabalho de *Djs* como Mestre Julio e Cascalho e as gravações de Francisco Anele e Bertoldo Filho. As ações para garantir qualidade, criatividade e ineditismo ao som da *Continental* contavam, ainda, com arranjos como a colaboração do *Agente 1120*, na verdade, anônimo e amigo comissário de bordo da Varig, que garantia à emissora a colocação imediata de sucessos internacionais.

A estratégia da Continental incluía o lançamento de nomes emergentes e não rodados em outras emissoras de nomes nacionais da MPB, como Milton Nascimento, Sergio Sampaio, Sá & Guarabira, Gonzaguinha e Sidnei Miller, entre outros. A programação contemplava, ainda, o Lado B de inúmeros artistas cujo sucesso obliterara a rodagem de segunda canção.

Enquanto a atualização do som internacional chegava, igualmente, pela assinatura de listas *top ten*, como *Billboard* e *Clashbox*, a emissora alimentava a memória recente, rodando músicas no espaço *Flash Back*, sob o slogan *jovem também tem saudade*.

Mas foi pela ação dos *Djs* e pelas gravações na máquina de dois canais do chamado estúdio B que o grupo de radialistas e músicas inscreveram a Continental como marco fundamental para a divulgação e memória da música popular gaúcha contemporânea. O quadro *“Pedi, rodou, ganhou”*, por exemplo, garantia ao ouvinte que tivesse sua carta sorteada, a programação da música preferida e o recebimento em casa daquela gravação exclusiva, em “fitinha” K-7.

Machu Pichu e Vento Negro

O modelo de programação da *Continental* pôde consolidar-se livre de concorrência antes do surgimento da primeira rádio em FM de Porto Alegre, que ocorre em 1975, com a estréia da *Itaí FM*. Aquele ano, também é a data chave para início da avalanche *Continental*, que se desenvolve, em audiência e comercialização, programando a música local, com sucesso.

Em 1975, surge, como expressão de acordo comercial operacional com a *Lee*, o personagem protagonizado por Julio Fürst, na condição de “Mr. Lee” que, em breve tempo, reunirá músicos locais de diferentes tendências, que passam a aparecer na programação diária da Rádio. Antes disto, numa articulação que envolve Francisco Anele, Hermes Aquino, grupo “Almôndegas”, entre outros, algumas músicas foram gravadas, em experimentação, utilizando-se gravadora de rolos, nos estúdios da própria *Continental*, em condições técnicas “heróicas”, dando início ao ciclo de músicas aqui produzidas, gravadas e lançadas pela emissora. O mestre artífice destas gravações é Francisco Anele, com supervisão técnica de Bertoldo Lauer Filho.

No ano de 1974, segundo entrevista de Anele para o Autor, ele precisará dispor os instrumentos em diferentes distâncias dos microfones, para poder garantir efeitos de sonoridades desejadas para efetiva equalização dos instrumentos nos arranjos musicais.



O arranjo dos instrumentos musicais, assim, nasce pela disposição física dos mesmos em estúdio. O trabalho é particularmente difícil para gravar, em apenas dois canais, o grupo Almôndegas. O resultado, entretanto, junto ao público, recompensa músicos e técnico. O mesmo ocorre com Hermes Aquino, à época, músico e compositor trabalhando como produtor de “Casalho Time”. “Machu Pichu”, de Aquino, em que o músico consegue simular o som de um charango, utilizando uma viola de doze cordas, *Vento Negro* e *Até não mais*, com os Almôndegas, inscrevem-se, então, entre as mais solicitadas músicas da *Continental*.

Na cidade de Porto Alegre, a juventude local contava, a partir daquele ano de 1974, com uma articulação, com uma experiência de construção de identidade, que ofertava música, rádio e, logo, *shows*, num espaço compartilhado, onde as significações de ser urbano, porto-alegrense, gaúcho, universitário e cosmopolita ganhavam corpo para milhares de jovens participantes, a partir da articulação empreendida pela *Rádio Continental*.

Na Rádio, aquele trabalho das gravações, segundo relatos do produtor musical Beto Roncaferro, era feito após o horário normal de trabalho, altas horas da noite, em ritmo de mutirão. As produções ocorriam utilizando-se mesa de dois canais, gravadas em fitas rolos, no espírito de “vamos gravar para ouvir como é que fica”. E foi um sucesso inesperado.

Inicialmente, as gravações rodam apenas no programa de Julio Fürst. daquelas exposições em poucos minutos, nos próximos meses, Julio aumentará o espaço para trinta minutos de apresentação e, logo, precisará de uma hora exclusiva para a música local. O sucesso alcançado garantiria, depois, espaço para as mesmas músicas dentro da programação normal de toda a emissora.

Depois deste sucesso local e regional, o próximo passo significou a assinatura de contratos com gravadoras do centro do país. No mesmo ano de 1974, as citadas “Machu Pichu”, de Hermes Aquino, e *Vento Negro* e *Até não mais*, com os Almôndegas, garantem contratos para gravações, respectivamente, pela Tapeçar e pela *Continental*. Esta última gravadora contava com a coincidência de ser homônima à Rádio como fator de atratividade, embora fossem empresas diferentes, sem vínculos formais. Os artistas lançados pela *Rádio Continental*, a partir de 1975, ganham exposição nacional, através de programas massivos de televisão, como o “Fantástico”, na Globo, e igualmente, se transformam em sucesso nacional de vendas de discos.



O ex-diretor Fernando Westphalen, até hoje, orgulha-se pelo fato de ter a *Continental* “apresentado os músicos gaúchos para o seu público”. Logo, entretanto, aqueles artistas serão cooptados pela rede maior da indústria cultural nacional e, assim, no ano de 1976, tanto “Almôndegas” quanto Hermes Aquino conseguem furar o bloqueio centro-sul, colocando diferentes músicas em discos de telenovelas produzidas pela Rede Globo.

Hermes Aquino conta com o sucesso do disco compacto simples, que reúne *Nuvem Passageira* e *Machu Pichu*, pela Tapeçar. Em 1976, a Som Livre inclui a primeira música no LP da trilha sonora da novela “Casarão”, de Lauro César Muniz.

Naquele mesmo ano, os Almôndegas têm a gravação da música *Canção da Meia-Noite*, composição de Zé Flávio de Oliveira, instrumentista integrante do grupo, incluída no LP da trilha musical da telenovela “Saramandaia”, de Dias Gomes, na TV Globo. O grupo, a contar pela própria designação, que indica uma espécie de alimento compacto e reprocessado, na prática, mescla a riqueza de sons regionais gaúchos com a influência *pop* e *rock*, sem abrir mão do diálogo com a MPB da atualidade, desenvolvendo acurada sonoridade musical.

A *Continental* já dispõe de inúmeras fontes musicais que alimentariam, de modo distinguido, sua programação ao longo dos anos. O manancial está por toda a Porto Alegre que, além do Musipuc, conta, desde o início de 1975, com as chamadas “Rodas de Som”, organizadas pelo músico e compositor Carlinhos Hartlieb. Naquele espaço do Teatro de Arena, Carlinhos convidaria, a cada sexta-feira, a partir da meia-noite, nomes como Nelson Coelho de Castro, Bebeto Alves, Mauro Kwitko, Mutuca, a banda Bixo da Seda (com alguns integrantes do antigo Liverpool), entre outros. Para todos os movimentos, para todas as tendências musicais, para todos os apreciadores de música, entretanto, ainda faltava mestre Julio Fürst lançar, ironicamente, dia 1º de abril, o aparecimento de “*Mr. Lee in Concert*”.

“Vivendo a Vida de Lee”

Julio César Fürst sempre apreciou muito a música e, por isso, desde menino, esteve com ela, primeiro, por prazer e, logo, para trabalho. Fará breve carreira como músico, chegando a atuar, profissionalmente, antes do rádio, e, mesmo já profissional, como comunicador e DJ, terá carreira eclética, passando pela música jovem internacional, fará incursões pela *black music and soul*, investido no personagem “Julius Brown”. No ano de 1973, sempre a partir das 22 horas, na voz de Beto Roncaferro, a vinheta anunciava

Mr. Julius com “O som é uma viagem pra toda magrinhagem”. Depois, na cronologia, seria a vez de “Mr. Lee” e, em seguida, Mestre Júlio.

Em 1972, Júlio iniciou carreira radialística, estreando na *Rádio Pampa*, no mesmo período em que dirigia a loja Mozart Discos, na rua 24 de Outubro, que iniciava descentralização da oferta de vendas de disco na cidade, até ali restrita ao centro de Porto Alegre, através da King’s.

Julio Fürst, na época, gerenciava a loja e gravava fitas cassetes especiais para amigos. Indicado por amigo comum, será contratado por Otávio Dumit Gadret que, após enorme sucesso da programação segmentada na popularesca *Rádio Caiçara*, pretendia investir, também, no segmento jovem, através da recém adquirida *Rádio Pampa*. Em 1972, Julio Fürst era contratado para ser o programador da primeira concorrente no mercado da *Continental*. Fürst, apaixonado por rádio, desde os tempos em que tocava bateria no conjunto “The Rockets”, iniciava, ali, carreira como radialista. Com ele, estava o parceiro dos tempos de escola e da loja de discos, George Gilberto Dorsch, o Beto Roncaferro.

Em 1973, Fürst é contratado pela *Continental*, junto com Roncaferro, e leva consigo o personagem Julius Brown, com o qual apresentava, na Pampa, programa de *black music* e *soul*. A experiência dura até 1975, quando Brown será “exportado para o Nepal”, dando lugar ao novo personagem “Mr. Lee”, a partir do momento em que aquela marca de *jeans* recém-chegava ao Brasil, oficialmente.

Como profissional do rádio, Fürst, sobretudo, atuará movido pelo enorme talento pessoal, associado à curiosidade musical e pelo senso de oportunidade. Estas qualidades ensejam a oportunidade de ser contratado como DJ patrocinado por marca de *jeans* internacional. Inicialmente, embalado pela *country music*, Fürst será a nova voz radiofônica que, definitivamente, reunirá, no mesmo espaço radiofônico, a maior amostragem da música jovem urbana gaúcha, a partir de 1975.

Aquele movimento de aproximação e consagração entre o artista local e o público representava uma imensa novidade para o rádio porto-alegrense. Até ali, o dial do rádio mostrara-se descuidado com o público jovem universitário, embora existissem opções mais popularescas.

Através da *Continental*, esta primeira parte daquele feito, responsável pela música local em microfone de emissora de Porto Alegre, devia-se às ações de Julio Fürst. A outra



parte, mais ampla e, igualmente, significativa, ficou com o público e suas construções simbólicas e identitárias de audiência, no acolhimento da programação diária e, depois, na aceitação das exposições em concertos públicos, reunindo milhares de ouvintes.

Entretanto, na origem do surgimento de “Mr. Lee”, existe uma campanha publicitária bem articulada e um contrato comercial, selando uma associação entre os fabricantes de *jeans Lee* e o grupo *Renner*, de indústria e comércio de confecções. A agência de publicidade contratada é a MPM, a mídia escolhida é a *Rádio Continental* e o DJ selecionado para viver o personagem “Mr. Lee” é Julio Fürst. No dia 1º de abril de 1975, o primeiro programa entra no ar pela *Continental*, revelando o “cowboy do rádio”, o “mocinho da Porto City”.

Os fabricantes da calça *Lee*, segundo entrevista para o Autor de Julio Fürst, escolheram iniciar campanha nacional, a partir de Porto Alegre. Certamente, contavam, nesta escolha, com a presença, aqui, do grupo *Renner*, tradicional no ramo do vestuário, atuando desde a fábrica até a oferta no balcão de lojas próprias, e, também, com a presença da MPM Propaganda, a maior do Estado e entre as detentoras de maiores contas no País. A *Continental* e Julio Fürst pegavam carona neste *pool*.

O projeto tivera protagonismo direto de Américo Bender, que percebera oportunidade de realização de negócio de representação da *Lee*, diante da demanda pelo vestuário *jeans* e pelo fato de não existir, a não ser através de contrabando, possibilidade de oferta daquele tipo de roupa para jovens.

Interpretamos que o fator regional possa ter auxiliado bastante para aquela aposta da *Lee* no solo gaúcho como porta de entrada no País. A tradição agropastorial do Estado e o mito do gaúcho foram, talvez, dados considerados relevantes pelos investidores, estrangeiros e locais, quando da opção. Nos Estados Unidos, a *Lee* estava associada à figura do *cowboy* e, aqui no Brasil, trabalharia a mesma idéia, a partir de um Estado que construíra a figura do gaúcho. De resto, conforme localizamos na pesquisa, em passado recente, outra iniciativa semelhante havia sido realizada com boa eficácia empresarial, associando rádio, programa musical e roupa de brim.

Referimos, no caso, a associação entre programa de música e cultura regionalista da *Rádio Farroupilha AM*, de Porto Alegre, criado em 1955 e outro patrocinador fabricante de *jeans*. O programa “Grande Rodeio”, espaço para música, poesia e trova gauchesca, tornaria conhecida a linha de produtos denominada de “Brim Coringa”, sobretudo

calças, produzidas, no Brasil, pela São Paulo Alpargatas. Ao longo da década iniciada em 1960, os apresentadores Darci Fagundes e Luiz Meneses consagraram aquele espaço radiofônico, que passa a ser denominado “Grande Rodeio Coringa”, levado ao ar todos os domingos à noite.

No projeto da *Continental*, o “Vivendo a vida de Lee” será programa diário, sempre a partir das 22 horas. A emissora, antes, chega a divulgar *teaser*, onde anunciava: “Não banque o bobo, não perca o 1º de abril”. Na data indicada, em 1º de abril de 1975, o programa entrava no ar, pela primeira vez, conforme vinheta histórica, recuperada pelo acervo de Francisco Aniele, tal como transcrevemos a seguir³:

TEC – RODA TRILHA INSTRUMENTAL EM B.G. E FICA.

LOC 1 – Primeiro de abril de mil 975./ Um primeiro de abril diferente./ Sem dúvida, uma data histórica para a descontraída moda da Brazuca./ A M.P.M. Propaganda e a Rádio Continental anunciam o início de uma nova vida para você./ A partir de hoje, você estará realmente vivendo com total autenticidade e liberdade, a Vida de LEE./

TEC – RODA MÚSICA “Living the Life of LEE”. (TEMPO: 20 segundos). DESCE PARA BG e FICA.

LOC 1 – Com vocês, o enviado especial da H. D. LEE Company./ MISTER LEE./

TEC – SOBE TRILHA SONORA em CHICOTE. (ouvem-se efeitos de sons de tropel de cavalos, de tiros de revólver, de relinchos)

LOC 2 – YAHOOO./ YAHOOO./ IORULEÍÍÍÍ./ IORULEÍÍÍÍ./ Respire fundo, Chará./ O Cowboy da LEE chegou./ Cheio de som e comunicação nos cartuchos./

LEE, a marca registrada na totalmente transistorizada./ MISTER LEE, o Disk Jóquei batizado pela H. D. LEE Company./ Trazendo um mundo novo todo azul pra você./ Equipe técnica com MISTER LEE, o Cowboy do Rádio, o Mocinho da Porto City./ MISSIÊ ANELE, AUGUSTO ALMEIDA, e BERTOLDO LAUER FILHO./ É a estréia nacional de MISTER LEE in Concert.////

A voz do Locutor 1 é de Marcus Aurélio Wesendonk, e a do Locutor 2 de Julio Fürst, que imitava, caricatamente, um falar de *cowboy*. Os efeitos de sonoplastia estão embutidos na trilha musical original, produzida sob encomenda para a Lee, na campanha original nos Estados Unidos. A melodia é fortemente marcada pelo som de banjos, em estilo *country music*, e a letra da música, em inglês, sugere, em resumo, que viver a vida de Lee significa fazer tudo aquilo que se quer. A gravação, no conjunto, é

³ No roteiro de rádio, Loc é abreviação para locutor, assim como Tec indica acionamento da técnica de áudio. No roteiro a seguir, procuramos manter grafia e modo para apresentação original:



uma amostra do estilo *Continental* de fazer chamadas, aberturas, peças institucionais e publicitárias, articulando gíria, língua estrangeira, certo humor e informalidade no trabalho de linguagem, em discurso marcado, também, pela auto-referência elogiosa (A peça tem cerca de 2 minutos e 20 segundos de tempo total).

Nos Estados Unidos, a estratégia da Lee estava organizada de modo a oferecer, uma vez por mês, *shows* ao vivo, com duas ou três bandas famosas, através de cadeia de rádio, *coast to coast*.

No Brasil, a idéia de formar rede nacional com “Mr. Lee” sempre existiu e, dessa forma, o programa “Vivendo a vida de Lee”, apresentado por Fürst, será também transmitido pela *Rádio Iguaçu*, de Curitiba. Naquele tempo, sem poder contar com serviços de satélites para transmissão, Fürst gravava todos os programas para Curitiba, que eram apresentados no mesmo horário da edição porto-alegrense. Tratativas com emissoras de São Paulo e Rio de Janeiro chegaram a ser firmadas.

O acordo entre *Renner* e *Lee* baseava-se, do ponto de vista industrial, na fabricação de vestuário, utilizando a infra-estrutura da sócia gaúcha, instalada em Porto Alegre. O *marketing* da Lee, inicialmente, conforme sugestão do responsável brasileiro, Américo Bender, apoiava-se na figura do personagem que subiria o Brasil, através de rede de rádio, conforme os produtos Lee fossem ganhando mercado, rumo ao centro e norte do Brasil.

No mesmo ano de 1975, Julio Furst está sendo convidado para ser jurado do Musipuc, tradicional competição que reúne músicos e universitários gaúchos, já em terceira edição. Igualmente, são jurados João Batista Schuler, então, pela *Rádio Porto Alegre*; Alice De Lorenzi, do *Jornal Hoje*; e Fernando Vieira, da *TV Difusora*, entre outros. Das 52 composições escritas, foram selecionadas 24, divididas entre duas noites classificatórias, dias 5 e 6 de junho. A cada noite, seis músicas foram selecionadas para a finalíssima, dia 7. Segundo cronista do *Jornal Minuano*, na edição daquele mês, o público “soube aceitar e aplaudir o resultado final”, embora tenha chegado a vaiar o *show* de abertura do grupo “Em Palpos de Aranha”.

O grande vencedor foi o conjunto “Status 4”, grupo vocal misto, que apresentou a composição “Violeiro cantador”, com música de Edson Santos e letra de Roberto Gonçalves da Silva. O segundo lugar ficou para “Em mar aberto”, de Arnaldo Sisson e Fernando Ribeiro (ganhadores do II Musipuc). A terceira colocada foi “Quem sabe?”,



de Mauro Rotemberg e Irineu Goldspan e, em quarto lugar, “Lar doce lar”, de Alexandre Vieira e José Antonio Araújo (que defenderam a canção acompanhados de Ângela Langaro, formando o “Inconsciente Coletivo”).

Julio Fürst relata que, em meio a todo o processo do Musipuc, ocorreu com ele uma conscientização de como articular toda aquela riqueza musical ali mostrada, com o poderio da *Rádio Continental* e o interesse do público universitário. A partir desta conscientização, primeiro transmite pelo programa a participação dos finalistas. O sucesso é imediato. Então, convida os participantes para realizarem gravações na *Continental*.

Segundo o técnico responsável pelas gravações, Francisco Anele, a *Continental* ganha uma identificação imediata ao valorizar os músicos daqui. “Havia naquilo uma coisa de porta a porta, porque, agora, era o vizinho, o amigo, o colega da universidade, o conhecido de alguém tocando sua música no rádio”, relata Anele.

Fürst recorda que o horário do programa, a partir das 22 horas, coincidia com o horário de saída dos estudantes, na Grande Porto Alegre, das universidades. “Era uma ligação direta, entre a Rádio, os músicos daqui e os universitários nos rádios dos carros e radinhos individuais”, conclui. O operador Anele refere que a *Continental* “cedia o estúdio para os grupos sem cobrar nada, à noite, quando o estúdio não estava sendo usado. A gravação era feita em dois canais para reproduzir somente em mono”.

Mesmo assim, o interesse crescente do público pelas gravações na programação da *Continental* levaria Júlio Fürst para novas iniciativas: a realização dos “concertos”, *shows* em teatros e, depois, a utilização de uma hora inteira de programa tocando, então, somente músicas e músicos locais. Para colocar esta idéia em prática, Julio Fürst reporta-se ao responsável pelo marketing do programa “Vivendo a vida de Lee” e grande idealizador do próprio personagem “Mr. Lee”, Américo Bender. “Fui falar com meu patrão imediato sobre as minhas idéias. Era muita novidade para fazer sozinho. A Lee com a idéia de *cowboy* e eu levando sugestão para fazer programa com música de Porto Alegre”. Após argumentar, Fürst recebe sinal verde de Bender, incluindo-se, a idéia de logo fazer os chamados concertos, *shows* ao vivo com as bandas e músicos locais. Bender concorda até onde houver sucesso da empreitada. Se falhasse, ele retiraria o patrocínio. Os contratos para patrocínio exclusivo de “Mr. Lee” eram iguais aos regularmente celebrados em campanhas de rádio, isto é, com três meses de vigência, renováveis ou não.



Aquela ponte iniciada entre *Rádio Continental*, música de Porto Alegre e público, sob patrocínio da Lee, entretanto, duraria três anos intensos e marcantes. O rádio, a música e a cultura porto-alegrense, entre 1975 e 1978, ficaram marcados pelas estratégias e ações do “Mocinho da Porto City” e seus parceiros, nos palcos e microfones.

Os Concertos e os “Discocuecas”

A estratégia de visibilidade pelo oferecimento de shows de bandas e artistas locais, na verdade, completava o conjunto de ações iniciadas com as aparições de Hermes Aquino, Fenando Ribeiro, Almôndegas, dentro da programação da *Continental*, anterior à organização do “Vivendo a vida de Lee”.

Pela ordem, primeiro fora necessário gravar as músicas, em mutirão. Depois, obter espaço mínimo e ir ampliando-o para apresentações aos ouvintes na programação da *Continental*. A aceitação dos ouvintes garantia mais espaço na programação. Nenhuma outra rádio realizava aquilo na cidade. Agora, tudo em rápido espaço de tempo, chegava a vez de aparições em *shows* ao vivo nos teatros da cidade. Julio Fürst, sempre acompanhado pelo parceiro Beto Roncaferro e equipe, estava erguendo o “Vivendo a vida de Lee”, nas versões *in concert*.

Dia 13 de agosto de 1975, “Mr. Lee” leva ao palco do Teatro Presidente, que estava inteiramente lotado, treze bandas. O segundo *in concert* ocorre dia 9 de novembro do mesmo ano, quando dezoito bandas se apresentam no Auditório Araújo Viana lotado, numa mostra de som que iniciou às 17 horas daquele domingo e terminou, aproximadamente, às 2h30min da segunda-feira.

As edições do “Vivendo a vida de Lee *in concert*”, sempre transmitidas ao vivo pela *Continental*, logo, ganhavam platéias em Caxias do Sul, Pelotas, Santa Maria e Passo Fundo, no interior gaúcho, e chegavam até Curitiba, onde a produção mesclou bandas gaúchas e paranaenses no *show* para cerca de seis mil pessoas.

Os esforços para movimentar a parafernália inteira levaram Julio Fürst a constituir uma produtora, associando-se a Bayard Steigger. “A empresa de sonorização contratada era a Cotempo, e os iluminadores eram o Oscar, da equipe do Teatro Leopoldina e o Jerry”, relembra Fürst. Segundo Júlio, a “Lee dava apoio de mídia não somente ao programa, mas dentro da Rádio e na mídia impressa e, ainda, alcançava algum recurso para custeio

básico inicial. Depois, tínhamos o rateio das bilheterias para divisão entre todos os músicos, artistas e técnicos participantes”, segundo “Mr. Lee”.

O imenso prazer de reunir, no palco, artistas, bandas e grupos como “Mantra”, “Bobo da Corte”, “Byzzarro”, “Palpos de Aranha”, Fernando Ribeiro, “Utopia”, Gilberto Travi e “Cálculo 4”, “Almôndegas”, Hermes Aquino, “Status 4”, “Mercado Livre”, Nelson Coelho de Castro, “Inconsciente Coletivo”, “Halai Halai” não excluía tarefas tão enfadonhas quanto delicadas como submeter todo roteiro de cada *show* à Censura Federal: “Submetíamos cada tomada de som, cada fala de artista ou minha no palco, cada letra de música. Tudo parava na Censura e ganhava carimbo de autorização, folha por folha”. Segundo Fürst, ele foi chamado, mais de uma vez, à sede da Polícia Federal, porque “o pessoal se entusiasmava no palco, ou para extravasar, ou por vontade de se manifestar mesmo, e terminava falando coisas que não estavam no roteiro”, lembra “Mr. Lee”. Segundo ele, músicos como Fernando Ribeiro e Gilerto Travi, este último pelas músicas de humor e ironia, estiveram, também, explicando eventuais manifestações junto aos censores.

Quando chega o verão de 1978, os *shows* já não mais acontecem e o programa, na *Continental*, igualmente, teria carreira encerrada. Por questões comerciais e mercadológicas, segundo depoimento de Julio Fürst, a Lee decide retirar o patrocínio exclusivo e encerrar aquela campanha. No ar, morria “Mr. Lee” e nascia Mestre Júlio, que levaria para novo horário, a partir das 18 até 19 horas, onde antes estivera “Cascalho Time”, novo programa somente de música popular brasileira, que continuaria a programar, também, músicos de Porto Alegre.

Segundo depoimento de Beto Roncaferro, a maioria dos artistas que participava do “Vivendo a vida de Lee” estava satisfeita. Havia boa exposição na mídia, alguns já estavam com discos gravados, mas havia muito trabalho, muita produção e esforços para deslocamentos e ensaios e o rateio de bilheteria não era milionário. No contexto, dois ou três grupos passaram a reclamar, pedindo melhor remuneração e, com o descontentamento de alguns chegando a aparecer em jornais da época, teria desgostado gestores da Lee que decidiram encerrar com o patrocínio e, em consequência, com os *shows*.

Enquanto durou o patrocínio exclusivo, entretanto, “Mr. Lee”, com ajuda na produção de Beto Roncaferro, e nas gravações com Francisco Anale e nas transmissões, com auxílio fundamental de Bertoldo Lauer Filho, todos eles associados a grande elenco de



artistas locais, haviam construído uma ponte musical, até então, absurda de realizar, antes de existir a ação radiofônica da *Continental*, como afirmava o músico e compositor Kledir Ramil, em depoimento para o Autor. “A música de Porto Alegre até existiria sem a *Continental*, mas não seria aquilo que foi, nem seria aquilo que veio a ser, se não houvesse aquele espaço da Rádio”, disse Kledir.

No mesmo ano de 1978, Beto e Julio serão escolhidos, respectivamente, melhor discotecário programador e melhor apresentador de programas musicais, ambos recebendo troféu Negrinho do Pastoreio, na promoção “Melhores do Rádio”, da Secretaria de Turismo do Estado. Os dois amigos, em parceria com Gilberto Travi e João Antônio, davam início, ainda, à carreira do grupo musical e humorístico “Discocuecas”. O grupo ocupava os quinze minutos finais, diariamente, do novo programa de Mestre Júlio e, em 1978, ainda, lançava o primeiro LP pela gravadora gaúcha ISAEC.

A experiência do grupo “Discocuecas” possibilitou, no mesmo movimento, organizar, na *Continental*, espécie de grupo espontâneo de radiocomédia, já utilizado para gravação de peças publicitárias, e, posteriormente, com ação na linha de programa de entretenimento. Assim, o grupo fazia humor paródico, a começar pelo nome, alusão à onda de música *disco* e a continuar com a criação de personagens que ganharam memória, como Anacleto Batata, o repórter da colônia, em que Gilberto Travi vivia uma recriação do típico “colono” alemão, e, ainda, a dupla Rancheirinho e Mári Farmacinha que ironizava à famosa dupla Teixeira e Meiry Terezinha, músicos regionalistas com programas de rádio sempre patrocinados por diferentes marcas de remédios.

“Inconsciente Coletivo”

Ângela Lângaro, Alexandre Vieira e José Antônio Araújo são acadêmicos de Psicologia da UFRGS que decidem formar o grupo “Inconsciente Coletivo”, que ergue, na cidade, a trilha musical do grupo “Halai Halai”, investindo na criação local da música *country* e de protesto. Logo, Anginha, Xandi e Tonho conquistam o público pelos belos arranjos melódicos e pelas letras de inspiração sessentista, de linha aproximada, espelhada no proposto poético de Bob Dylan.

Naqueles dias, a pequena e brava sede do Diretório Acadêmico dos Institutos Unificados – DAIU, antigo Instituto de Filosofia, Ciências Sociais e Letras, fica ao lado do famoso Bar do Antônio e serve como local para os primeiros encontros musicais,



além de espaço para os debates políticos, discussões de conjunturas e realização de peças escritas, à base do velho mimeógrafo.

Logo, a participação na mostra do III Musipuc levaria o “Inconsciente” para palcos e públicos maiores, até a gravação de disco, pela Tapeçar, e novas excursões. Atualmente, Xandi continua a carreira como músico profissional, sendo também um dos sócios-proprietários, hoje, do *pub Sergeant. Pepper’s*. Tonho tornou-se profissional liberal, e Anginha é psicóloga clínica, tendo acrescentado sobrenome Becker do marido.

Além de peripécias, como acima apresentadas, o presente trabalho resgatou, parcialmente, a história da Rádio Continental e seu protagonismo diante da indústria fonográfica. O trabalho é recorte de capítulo de pesquisa mais ampla, que pode ser consultada, na íntegra, no texto final de minha tese de doutoramento.

Referências bibliográficas

ENDLER, Sergio Francisco. **Rádio Continental AM: história e narrativas, em Porto Alegre, de 1971 a 1981**. São Leopoldo: Unisinos. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2005.

FERRARETO, Luiz Artur. **O Rádio - Veículo e História**. Porto Alegre: Sagra, 2001.

_____. **Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30, 40) dos Pioneiros às Emissoras Comerciais**. Canoas: Editora da ULBRA, 2002.

HAUSSEN, Dóris. F. (org.). **Sistemas de Comunicação e Identidades na América Latina**. Porto Alegre: Edipucrs-Intercom, 1993.

_____. **Rádio e Política: Tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

MEDITSCH, E. (org.). **O Conhecimento do Jornalismo**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1992.

_____. **Rádio e Pânico**. Florianópolis: Insular, 1998.

_____. A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo como produto intelectual eletrônico. In: DEL BIANCO, Nélia; MOREIRA, Sonia V. (orgs.) **Rádios no Brasil: Tendências e Perspectivas**. Rio de Janeiro: UERJ; Brasília, DF: UnB, 1999.

_____. **O Rádio na Era da Informação**. Teoria e Técnica do novo Radiojornalismo. Florianópolis: Insular, UFSC, 2001.

_____. Fatiando o público: o rádio na vanguarda da segmentação da audiência. **Verso & Reverso**, São Leopoldo, ano XVI, n. 35, jul-dez 2002. Semestral.



MOREIRA, Sonia; Del BIANCO, Nélia R. (orgs.) **Desafios do Rádio no Século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

RÜDIGER, Francisco R. **Paradigmas do Estudo da História: Os Modelos de Compreensão da Ciência Histórica no Pensamento Contemporâneo**. Porto Alegre: IEL/IGEL, 1991.

_____. **Introdução à Teoria da Comunicação: Problemas, Correntes e Autores**. São Paulo: Edicon, 1998.

_____. **Tendências do Jornalismo**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1998. (Coleção Síntese Rio-Grandense, 14).

VAMPRÉ, O. A. **Raízes e Evolução do Rádio e da Televisão**. Porto Alegre: Feplan, 1979.

VEYNE, Paul. **Como se escreve a história e Foucault revoluciona a história**. Brasília: UnB, 1998.