

## **No mais, Geraes: um sinal de vida inteligente? Dilemas e desafios da programação musical de uma rádio FM nos anos 1990<sup>1</sup>**

Nina Goulart PENA<sup>2</sup>

Nísio TEIXEIRA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, MG

### **Resumo**

O presente trabalho investigou a fundação e organização da Rádio Geraes FM em Belo Horizonte, com ênfase na sua programação musical. O objetivo geral foi o de entender a proposta, o funcionamento, a estruturação e programação da rádio em questão, dando atenção à contextualização em relação ao panorama do rádio na cidade e à indústria da música no início da década de 1990 do século XX. A metodologia utilizada foi qualitativa, com revisão bibliográfica e o emprego de entrevistas semi-estruturadas com a equipe fundadora. Recupera a existência e a experiência de rádio que marcou uma geração e que procurava resistir a estratégias mercadológicas dominantes no âmbito das FM musicais a partir de conceitos como “qualidade musical” e “música radiofônica”.

### **Palavras-chave:**

Rádio FM; programação musical; *Hot clock*; qualidade musical, música radiofônica.

### **Introdução**

Este texto aborda a fundação e organização da Rádio Geraes em Belo Horizonte (BH), emissora que permaneceu no ar entre 12 de junho de 1991 e 30 de janeiro de 2006, na frequência 91,7 FM - com ênfase no debate em torno da estruturação da sua programação musical. O mote da rádio - “tocar música de qualidade” - levanta vários questionamentos, começando pelo próprio conceito de qualidade na perspectiva dos idealizadores e de manter uma proposta sustentável financeiramente, em moldes comerciais, sem ceder a pressões impostas pela indústria fonográfica.

Emissoras e gravadoras estavam imersas, há décadas, em evidente proximidade econômico-política que marcava a ocupação da FM. Mas, sobretudo naqueles anos 1990, havia um contexto histórico e cultural singular no qual o rádio experimentava talvez o auge de seu aspecto de segmentação. Ao mesmo tempo, sofria - de forma então especialmente concentrada - mudanças técnicas em curso para a convergência do horizonte *on line* que então se avizinhava na ocupação e exploração e comercial da FM (v. FERRARETO, 2014 e KISCHINHEVSKY, 2016). Incluindo-se aí, gradativamente, é bom lembrar, o papel de *softwares* automáticos na confecção da programação musical.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP 12, Rádio e Mídia Sonora, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Publicitária e jornalista, graduada pelo curso de Comunicação Social da UFMG. E-mail: [ninagpena@gmail.com](mailto:ninagpena@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho, professor do Depto. de Comunicação Social da UFMG. E-mail: [nisiotei@gmail.com](mailto:nisiotei@gmail.com)

O conteúdo deste artigo deriva de trabalho de conclusão de curso (TCC) da co-autora (PENA, 2017), a qual, por sua vez, considerou a própria trajetória acadêmica universitária e da vivência profissional (três anos no setor de programação musical de duas emissoras, Rádio UFMG Educativa e Rádio Inconfidência), sendo fomentada por discussões e leituras promovidas pelo grupo de pesquisa e extensão GRISsom –ruidos, sonoridades e canções<sup>4</sup>. Através dessa experiência pessoal, surgiram, então, dúvidas a respeito do embasamento de tais padrões e critérios, assim como a intuição - que logo se tornou hipótese – do forte caráter subjetivo que permeia as decisões desta atividade radiofônica. Partindo destas observações empíricas à pesquisa bibliográfica, nela destacamos a constatação da ausência de satisfatória teorização acerca da lógica (regras, pressões, gosto musical) que orienta a estruturação da programação musical e a composição de acervos em rádios FM no país (KISCHINHEVSKY, 2011).

A intenção é verificar como a conceituação de termos como “qualidade”; “música radiofônica” e “bom gosto” emergem no âmbito da construção da Rádio Geraes, contribuindo para a história da radiofonia e da fonografia em Minas Gerais. Por essa razão, as informações que compõem este artigo foram fruto de entrevistas semi-estruturadas, focalizadas “em um assunto sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista.”(MANZINI, 2004, p.2). Aplicamos este método a cinco profissionais que estiveram diretamente ligados à concepção, fundação e programação da Geraes FM: João Guimarães (proprietário e idealizador); Inácio Neves (diretor administrativo); Kiko Ferreira (diretor artístico); Dênio Albertini e Carlos Ivan (programadores musicais).

A ideia da rádio partiu do fundador, João Guimarães, que convidou Inácio Neves para participar. Ambos concordaram em agregar Kiko Ferreira, que trouxe o colega programador Dênio Albertini. Carlos Ivan entrou a convite de João Guimarães, posteriormente. O critério principal aqui foi o da indicação mútua de quem seriam as melhores fontes para o começo da história da Geraes. Apresentaremos os relatos de forma sintética entendendo que a mera transcrição é já um ato interpretativo.

---

4 O GRISsom era então integrado ao GRIS – Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade. Gradativamente, como outros núcleos de pesquisa vinculados àquele importante grupo central, obteve autonomia e se tornou, em 2019, Escutas - Grupo de Pesquisa e Estudos em Sonoridades, Comunicação, Textualidades e Sociabilidade

## O início da Geraes FM

Quando a rádio Geraes foi fundada, em 1991, sob o slogan “um sinal de vida inteligente”, outras rádios FM de BH apresentavam formatos bastante especializados. Como explica Vianna (2004) já havia em Belo Horizonte rádios musicais com gêneros predominantes diversos: MPB (Inconfidência FM – Brasileiríssima); pop rock nacional e internacional (Rádio 98 FM) e rock internacional (Rádio Terra), além das noticiosas e religiosas. Em reportagem publicada pela revista *Veja-Minas Gerais* a 5 de junho de 1991, uma semana antes que a emissora entrasse no ar em caráter definitivo, Múcio Teixeira, diretor artístico da rádio Alvorada FM, aponta que a Geraes seria a primeira na cidade a disputar com a estação onde trabalhava (VEJA-MG, 1991). No entanto, a Geraes pretendia um nicho ainda mais específico. A emissora visava o que Prata (2010) define como “público adulto abastado”, semelhante à Inconfidência e Guarani.

Apesar de sutis divergências dos entrevistados quanto à idade almejada do público, pode-se dizer que se visava os adultos das classes A e B, com faixa etária em torno de 20 a 40 ou 50 anos - um pouco mais jovem que o visado pela rádio Guarani FM (25 a 50). “A Geraes era mais sofisticada. O que dava esse tom era a variedade de gêneros, a presença do jazz e da MPB”, lembrou Dênio Albertini, que também atribuía o diferencial ao jornalismo, predominantemente cultural, e aos programas noturnos da grade (ALBERTINI in PENA, 2017, f. 95). Kiko Ferreira compartilha da opinião e acrescenta que também a publicidade era “afinada” com a proposta, um “conjunto homogêneo em sua heterogeneidade”. (FERREIRA in PENA, 2017, f. 77)

Não por acaso, “91,7% de música”, era o principal jingle. Na referida reportagem, a produtora Cláudia Tanure apontava que a Geraes contemplava “um público que existe em Belo Horizonte e não estava sendo trabalhado” (VEJA MG, 1991, p.4). A matéria anunciava em tom promissor a proposta da rádio e a expectativa construída na cidade a partir da amostra de repertório em caráter experimental, veiculada por pouco mais de um mês. De ouvintes, empresários locais e concorrentes e divulgadores de gravadoras como EMI Odeon e Warner Music, havia um consenso acerca do seu pioneirismo e originalidade. Todavia, além da reportagem, algumas fotos antigas, uma compilação de vinhetas - e vários adesivos que dizem “No mais, Geraes”, outro bordão da emissora, são os poucos vestígios físicos remanescentes obtidos junto aos entrevistados desta pesquisa.



Inácio Neves morava em São Paulo e veio em 1985 para Belo Horizonte, onde começou com um estúdio de fotografia. Ao entregar um trabalho que havia realizado na agência do banco BMG, encontrou João Guimarães, amigo de longa data de seu irmão, o produtor musical Chico Neves. Guimarães, cuja família era proprietária do banco, trouxe à tona a ideia de montar uma rádio, a partir de uma concessão obtida através do governo estadual à época, de Newton Cardoso. Assim, convidou Inácio Neves para ser parceiro no projeto. “Nunca mexi com rádio, mas vou adorar” foi a resposta e Neves já se desdobrou para conhecer o funcionamento de uma emissora.

O que inspirou João Guimarães a montar a rádio Geraes foi, sobretudo, o seu envolvimento musical. Baterista conhecido no meio, Guimarães tocava na Kamikaze, banda da cena belo-horizontina dos anos 1980-1990. Era também proprietário do JG Estúdio, um dos primeiros dedicados ao rock e, em especial, ao *heavy metal*. Lançava trabalhos pelo Cogumelo Records, selo conhecido por lançar Sepultura, Overdose etc.

Determinado a se envolver com o projeto, Inácio Neves fez um estágio na 98 FM e, com João, viajaram para conhecer rádios em outros estados cujas propostas pareciam interessantes a ambos. Foram a São Paulo, na rádio Eldorado, e ao Rio de Janeiro, na Fluminense. Guimarães lembra como ainda ressoava um momento cultural interessante do Rio de Janeiro com o Circo Voador e artistas como Cazusa e a Blitz.

João Guimarães e Inácio Neves compartilhavam o mesmo anseio, cujo cerne era desafiar o conceito de “música radiofônica” e apenas tocar “música boa” que não se ouvia em outras emissoras em Belo Horizonte. Embora nunca tivesse exercido a profissão, o tecladista Carlos Ivan foi convidado como programador musical pelo amigo e parceiro João Guimarães, e também foi adepto da filosofia de não trazer à rádio padrões já arraigados: a maior parte possível dos funcionários seria jovem, com um bom currículo profissional, mas sem experiência em rádio.

No esboço artístico inicial da rádio, Inácio Neves contou com um auxílio do cunhado André Midani, presidente da Warner Brothers no Brasil, e com o departamento de marketing da mesma. Ele conta com orgulho que as sugestões feitas estavam em perfeita congruência com seu intuito, o que conferiu a confiabilidade necessária à proposta, como tocar “lado B” e colocar programas ainda não pensados para rádio FM.

Contudo, sabia-se que conhecimento técnico era indispensável na formatação da rádio. Para a direção artística, João Guimarães apostou na experiência do radialista,

produtor e crítico de música Kiko Ferreira, que trouxe consigo o colega programador musical Dênio Albertini. O método de Kiko Ferreira era reconhecido pelos colegas e gerava uma certa simpatia extra por ser muito pautado em conhecimento pessoal, não correspondendo a uma lógica estritamente mercadológica. Oriundo da mesma “escola prática”, Dênio Albertini, todavia, já seguia à risca preceitos radiofônicos. A principal fonte de aprendizado para ambos fora Claudinê Albertini, fundador da Inconfidência FM e irmão mais velho de Dênio. A equipe toda ingressou no projeto Geraes três ou quatro meses antes que a rádio entrasse no ar - em caráter experimental.

Antes disso, o processo foi protelado por quase um ano devido aos obstáculos financeiros advindos do plano Collor (1990). Isso trouxe dificuldades cotidianas para Neves, que estava morando novamente na casa dos pais, desempregado. João Guimarães comprou o local da rádio, uma casa na rua Montes Claros, bairro Sion, e foi reformando aos poucos. As entrevistas para montar a equipe aconteceram todas no apartamento dos pais do Inácio Neves, “disfarçado para parecer um escritório. [...] A maioria era gente que nunca esteve dentro de uma rádio.” (NEVES in PENA, f.67) Ele e Guimarães acompanharam todas as dimensões do processo, inclusive a montagem da torre de transmissão: pesquisavam, aprendiam e resolviam problemas técnicos.

Com equipe inicial já reunida, a primeira dúvida foi acerca do nome “Geraes”. Inácio Neves fez uma lista de nomes, João Guimarães não gostou especialmente de nenhum, mas acabou por eleger este como o mais aceitável. De acordo com Kiko Ferreira, na área eram comuns os casos mal sucedidos de nomes. Contrataram o publicitário Ganso para fazer a marca e o design das camisas, nas quais a frequência de 91,7 era muito maior que o nome. A escolha ilustrava a preocupação de Kiko Ferreira: se o nome não caísse no gosto popular, a frequência tomaria o seu lugar. Não obstante, o “Geraes” funcionou e os artigos de divulgação logo se popularizaram na cidade.

### **A “música radiofônica”**

A Geraes surge em um momento de transição da indústria fonográfica – e por isso recorreu a diversos tipos de suporte, como LPs, CDs, fitas cassete (K7) e o recém-lançado DAT (*Digital audio tape*). A princípio, os programadores fizeram fitas cassete “piloto” com sequências de uma hora que procuravam condensar a atmosfera da futura Geraes. Toda a etapa inicial de curadoria foi feita na casa de Kiko Ferreira, começando com seu acervo de mais de 7 mil vinis e com as coleções pessoais dos outros quatro.

O material selecionado de cada disco era regravado em DAT, lançado em 1990 com pretensões de que fosse o sucessor digital da fita cassete. Mas o que se verificou foi que o DAT “jamais se firmou como equipamento de uso doméstico, tornando-se padrão durante alguns anos apenas em áreas profissionais, como a de produção musical” (VICENTE, 2012, p. 204-205). Foi uma aposta arriscada que ao longo do tempo viria a ocasionar diversos problemas técnicos na rádio. Afinal, ao longo de sua trajetória, a Geraes também passaria a substituir os LPs por CDs, seguindo a tendência da indústria fonográfica, iniciada em 1982, com a comercialização dos compact discs. Por fim, e já em seus últimos anos, a rádio chegou a ter todo o acervo em mp3 e a programação musical feita através de *softwares*.

Mas naquele início, toda a programação era feita a partir de cadernos que indexavam as músicas em ordem alfabética, indicando algumas características e sua localização no acervo, por número da faixa e número da fita. Cada DAT podia assimilar cerca de 20 músicas. As faixas eram ouvidas e registradas no papel, codificadas a partir de andamento (lento, médio e rápido) e gênero musical (rock, *blues*, *country*, MPB etc). Carlos Ivan conta que não eram utilizados parâmetros mensuráveis, no caso de BPM (batidas por minuto) para o andamento, ou referenciados academicamente, no âmbito dos gêneros musicais. “Era feita a classificação pelo [bom] senso e experiência profissional: seja como radialistas (Kiko Ferreira e Dênio Albertini), ou como músicos (João Guimarães e Carlos Ivan).” (IVAN in PENA, 2017, f. 98)

Mas dissonâncias maiores se davam quanto a critérios de seleção. A principal delas dava-se pelas diferentes perspectivas originadas na experiência profissional dos músicos e radialistas envolvidos naquele núcleo fundador. Os atritos cresceram silenciosa e paulatinamente, contribuindo adiante para a dissolução da equipe fundadora. As discussões denotavam diferentes posturas em relação ao público e tinham como cerne a ideia de “música radiofônica”.

Comum no vocabulário de profissionais da área de rádio e da indústria fonográfica em geral, a música radiofônica remete à indústria fonográfica dos anos 1940, com a prática da produção dos *singles*. De acordo com Vicente (2012) a inovação tecnológica do microsulco foi a oportunidade para a definição de novos padrões de suportes, e o *single* persistiu (até hoje) como parâmetro de duração para a música popular. A legitimação como modelo comercial deveu-se ao enorme sucesso de vendas

nas décadas de 1950 e 1960 com a explosão comercial do rock, que também consolidou ali o início de uma relação simbiótica entre a indústria fonográfica e o rádio. A música radiofônica seria a do *single*, pois se vincula historicamente “a uma produção simbólica mais descartável” (VICENTE, 2012, p.201), em contraposição à então emergente lógica do álbum - que sugere uma qualidade superior - apreciada por especialistas ou pessoas do meio, como João Guimarães e Carlos Ivan.

Kiko Ferreira pontua, todavia, que assim como todos do gênero, mesmo os grupos de progressivo dentro de um novo álbum lançavam sempre a tal “balada”, uma canção lenta e comercial, de mais fácil absorção pelo público. Também lembra que era comum o *radio edit*: faixa editada para se adequar ao formato radiofônico. A duração era sempre preocupação.

De suas visitas exploratórias a outras emissoras, João Guimarães e Inácio Neves ouviam o termo “música radiofônica” sempre dentro de um discurso que para eles parecia subestimar o gosto do ouvinte - o tipo de música que os profissionais do rádio ouviam em suas casas, por lazer, era claramente diferente do que era selecionado por eles para serem veiculados no rádio. Apesar de entender que música radiofônica dizia respeito a um maior apelo comercial, Guimarães considerava a atitude arrogante, pois o contraponto sempre recorria a frases do tipo: “o ouvinte não vai entender isso” .

Também sabia que uma formatação voltada para o aspecto comercial estava presente desde o processo de criação, no controle das gravadoras sobre a composição e gravação do álbum - o que segundo ele consistia numa limitação da criatividade do artista. Com a sua nova rádio, João Guimarães pretendia subverter esta fórmula. Nessa perspectiva, a Geraes assume-se ser criada por um músico para outros músicos.

Apesar disso, havia uma divergência na forma como pensavam este ouvinte. Para Ferreira, a “magia da programação” era atingir ao mesmo tempo o especialista e o leigo. Ou seja, obter o reconhecimento dos mais cultos no gênero em questão e também atrair o interesse para o mesmo, criando novos adeptos. Segundo ele, na rádio se trabalhava “com ouvinte médio, mesmo sendo classe A. Os músicos não entendiam porque a gente não era a favor de colocar certas músicas no acervo. É sempre numa média. Não pode também ser muito comercial. Tem que ter sucesso, mas não muito popular.” (FERREIRA in PENA, 2017, f.83) Enquanto diretor artístico, Kiko Ferreira

acredita que é importante evitar excessos que afastem pessoas não acostumadas ou mesmo que não gostem de gênero específico, seja rock, funk, blues, soul etc.

Para ele, música radiofônica não pode ser muito longa (acima de 6 ou 7 minutos), com solos extensos, ou de sonoridade pesada, agressiva ou estridente. Às vezes também tinham problemas porque João Guimarães e Carlos Ivan defendiam a incorporação de muitas faixas de um mesmo disco - em vez de no máximo três, que seria o ideal defendido pelos programadores. Por vezes, mesmo de álbuns considerados clássicos, acabava-se por selecionar apenas uma música.

### **Programação musical e *hot clock* da Geraes FM**

A programação musical da Geraes FM era dividida entre Dênio Albertini e Carlos Ivan. Dênio Albertini tinha bastante experiência: havia trabalhado em algumas FM musicais, além das rádios AM América, Metrópole, e depois Inconfidência FM, a qual deixou para se dedicar exclusivamente à Geraes. Ele era responsável por conferir o viés mais comercial, dentro do que define como seu “instinto de programação”. “Rádio experimental qualquer um faz, colocar só o que você gosta, de qualquer jeito. Sou competitivo, gosto de dar resultado. A FM comercial é feita para funcionar dando audiência.” (ALBERTINI in PENA, 2017, f.93). Carlos Ivan, por outro lado, se descreveu como “um simples roqueiro caindo de paraquedas”. (IVAN in PENA, 2017, f.97). Ele disse não conhecer bem “os meandros” e não se preocupar muito com audiência. Reconhecia que a programação de Dênio Albertini era mais “palatável”.

João Guimarães esperava que o conhecimento técnico como radialistas de Dênio Albertini e Kiko Ferreira formatasse a rádio em relação aos horários: era importante saber a qual música, gênero, tipo de programa caberia em determinado momento do dia, e conhecer o perfil da audiência e seus hábitos como ouvintes de rádio. Dênio Albertini explica que não apenas o perfil muda ao longo do dia e da semana, mas também a leitura das pesquisas de Ibope deveriam ser feitas considerando-se tais variações pois em dado horário os rádios ligados na cidade poderiam ser em maior ou menor número. Em algumas circunstâncias, pode representar uma queda o Ibope se manter o mesmo entre programas ou crescer pouco.

Assim, defendia a existência de algumas regras para a audiência de rádio. Nos fins de semana, o público ouvinte de rádio é inferior ao dos dias úteis. A madrugada



(meia noite às seis da manhã) em geral tem a menor audiência, por isso também é referida como “cemitério”. O chamado “horário nobre” do rádio é de cinco da manhã até às 18 horas, o dia inteiro. Mas o período entre 10 horas da manhã e meio-dia costuma ser o momento de pico de audiência de rádio. A tarde, por sua vez, se caracteriza como momento mais ouvido pelos mais jovens, segundo ele, por estudarem de manhã. A faixa de horário às 22 ou 23 horas é chamada de “telhado”: são horários em que há menos ouvintes de rádio em geral, o que abre espaço para programas mais experimentais, com mais conversa, entrevistas. (ALBERTINI in PENA, 2017, f.93).

Kiko Ferreira definia estes programas musicais especiais - que geralmente iam ao ar às 22 horas - como o “momento de rebeldia”, nos quais a preocupação com as regras de programação eram momentaneamente suspensas. Vários amigos e ouvintes tornaram-se voluntários na apresentação e produção de programas, sobretudo nessa faixa noturna, como Marcos Kacowicz com o Kakofonia (rock clássico), Ed Motta e No Baú do Ed (*soul*) Marcos Corrêa com o *Free Time* (novidades de gêneros diversos), Paco Pigalle com o Nômade (músicas estrangeiras predominantemente não anglófonas); o trio Adriana Miranda, Leo Cunha e Nísio Teixeira com o Terceira Margem (um tema por programa que articulava poesia, cinema e músicas diversas), entre outros.

A formação de Albertini e Ferreira era bastante semelhante e apontava para a mesma lógica básica de programação musical, que consiste em estratégias para manter o ouvinte sintonizado. Especialmente, impedir que a pessoa mude de estação, ainda que ela não goste particularmente do que está tocando. Isso envolve a criação de uma certa expectativa e uma coerência em cumpri-la. Basicamente, a música conhecida, que já fez ou faz sucesso, é o que conquista quem está ouvindo e também prepara a pessoa para as novidades. Eles compartilham a noção de que “o ouvinte gosta de cantar a música”. Esta sensação de familiaridade é uma oportunidade de aproximação, de suscitar lembranças e produzir um efeito de “trilha sonora da vida”, metáfora empregada por Dênio Albertini. Inácio Neves também aborda a potencialidade da música em ativar memória afetiva, e a programação musical da Geraes acompanhava também o clima na cidade, estações, numa busca de sincronia: “Se o dia está chuvoso, se é verão, se é noite de lua cheia ou hora do rush, a programação procura acompanhar o ouvinte, colocando músicas que talvez possam acompanhar o sentimento das pessoas.” (NEVES in PENA, 2017, f.70)

O *hot clock* (Figura 1), ou relógio de programação, é uma forma bastante

utilizada para se planejar a programação de uma rádio, que indica um período de horas e é representado por um gráfico de setores, facilitando a visualização do conteúdo. O relógio ou a hora da Geraes era dividido em quatro grandes blocos musicais que contemplavam gêneros específicos, intercalados sempre por um comercial e um “miniprograma”, geralmente com a duração de uma música. O primeiro bloco era o de Pop rock, o segundo de country ou soul, o terceiro de funk ou reggae e o quarto de jazz ou MPB. Segundo Kiko Ferreira “começa mais comercial, no melhor sentido da palavra, e termina mais sofisticado.” (FERREIRA in PENA, 2017, f.80).

Dênio Albertini se refere ao primeiro como o “bloco vermelho”, o mais quente - caracterizado por um andamento mais acelerado (rápido ou médio). Ele acredita na importância de também alternar um bloco mais lento com um mais acelerado, “A rádio precisa respirar, o ouvinte pede.” (ALBERTINI in PENA, 2017, f.92). Dentro da sua lógica pessoal também procurava, dentro de uma hora, contemplar o máximo possível de diversidade de ritmos, timbres, e outras características: “colorir ao máximo a programação com variedade: acústico, eletrônico, grupo vocal, nordestina, samba, frevo, soul.” (Id. Ibid.). Também existia um cuidado em procurar intercalar vozes femininas e masculinas dentro de cada bloco.

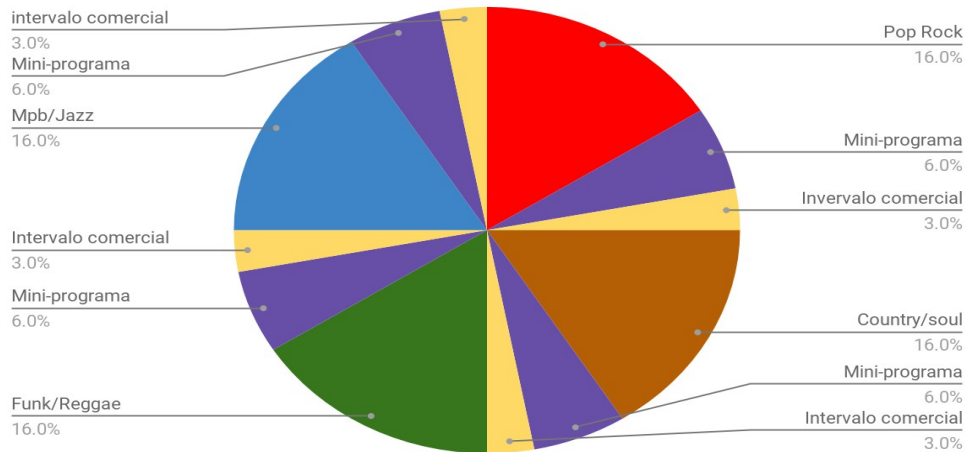
Cada um dos quatro blocos é constituído por três músicas, que também respeitam uma estrutura. A primeira faixa de cada bloco deve ser um “sucesso”, algo conhecido e mais comercial. No segundo lugar da sequência, figura o que Kiko Ferreira chama de “vencida”, algo que fez sucesso há dois, três anos. A terceira faixa pode ser uma novidade, uma música ainda desconhecida.

Todavia, a ideia do que seria um sucesso adequado à programação da Geraes apresentou algumas discrepâncias. Do ponto de vista de Dênio Albertini, sempre focado na audiência, o que deve abrir um bloco é sempre o sucesso comercial, não o sucesso de crítica (terceiro lugar). Para Kiko Ferreira seria algo *entre* o sucesso comercial e o de crítica. O profissional que se mostrou mais hesitante em relação à definição foi Carlos Ivan. Segundo ele, não necessariamente o que na época consideravam como sucesso poderia ser recebido da forma desejada. “Às vezes no mundo da pessoa é bem conhecido, mas no de outra não é” (IVAN in PENA, 2017, f. 100). Um exemplo que usou foi o do músico Tom Petty, que havia acabado de falecer. Segundo Ivan, o artista chegou a vender mais de 80 milhões de discos, mas no Brasil era conhecido por poucos.

Figura 1

*Hot-clock* Rádio Geraes FM. Fonte: acervo entrevistados

HOT CLOCK - Rádio Geraes FM 91,7



Na Geraes os blocos deveriam sempre começar com música brasileira, o que segundo Kiko Ferreira era motivado em parte por questões técnicas, pois a qualidade dos vinis e, conseqüentemente, do som, era perceptivelmente inferior à do material estrangeiro. Como geralmente o volume era mais baixo, essa estrutura permite uma transição mais suave, de intensidade crescente, da faixa para a seguinte.

Albertini explica que na dinâmica radiofônica é importante escolher bem as músicas do disco que serão trabalhadas, mesmo com o *single* definido, e apostar na repetição. Por vezes colocava a mesma faixa três vezes por dia, em horários distintos - já que o público também varia. “Para construir sucesso, artista novo, tem que repetir. Para 'fazer' a música. Depois de um tempo, passa do terceiro lugar [novidade] para o segundo [já mais assimilada]. Você acaba influenciando a concorrência e começam a tocar também.” (ALBERTINI in PENA, 2017, f. 95)

Seguindo o relógio de programação, os micro-programas ou programetes no final de cada bloco geralmente introduziam uma música aliada à informação, ou que ao menos era contextualizada pela vinheta específica. Alguns dos lembrados foram os que traziam trilhas de cinema, o de lançamentos, o *Top 1 hit* (com primeiros colocados na Billboard), o Túnel do tempo (clássicos) e Um nome em dois tempos (o mesmo artista em fases diferentes da carreira).

## O fim

A equipe responsável pela concepção da Geraes foi se dissolvendo ao longo dos anos. O primeiro a sair foi Kiko Ferreira, por volta de 1993. Dois ou três anos depois, foi a vez de Dênio Albertini. Inácio Neves estima que esteve na rádio até 1998, aproximadamente. Carlos Ivan chegou a ocupar a direção artística, saiu por um período e depois voltou, permanecendo na Geraes até a o fim da emissora, em 2006, quando foi substituída no *dial* e se incorporou à rede da Mix FM. Os entrevistados apresentam algumas divergências e assinalam também pontos comuns para explicar esse epílogo.

Para Kiko Ferreira, o maior agravante foi o que ele refere como falta de autonomia profissional, citando uma analogia feita pelo próprio Albertini: “todo mundo é técnico [de time de futebol] e todo mundo é programador de rádio” (FERREIRA in PENA, 2017, p.100). Nos primeiros anos, a rádio fazia muito sucesso nos círculos sociais em que frequentavam, e as pessoas gostavam de opinar sobre a programação, o que não necessariamente se configura como um problema. Segundo ele, a situação estava ainda sob controle quando era de fato responsável pelo que tocava, mas aos poucos João Guimarães e Carlos Ivan começaram a interferir excessivamente. Dênio Albertini também se incomodava com a situação, mas parecia especialmente preocupado com as consequências em termos da sustentabilidade da rádio no mercado. Depois que saíram, a Geraes tocava cada vez menos MPB e jazz e mais rock, *blues*, pop, “foi ficando cada vez mais alternativa. Não existia uma preocupação grande em termos de audiência.” (ALBERTINI in PENA, 2017, p. 65). Apesar do caso Geraes, Ferreira chamou atenção para a pouca rentabilidade em geral das rádios de rock em Belo Horizonte, citando como exemplo a rádio Terra, nos anos 1980. A FM era o terceiro lugar segundo o Ibope, mas a décima quinta em faturamento.

Carlos Ivan reconhece que a Geraes FM ficou cada vez mais restrita, um tanto elitista. Ele confessa que tinha certo orgulho de ter um público qualificado, embora soubesse também que a rádio precisa se sustentar - o que era um dilema. Em alguns momentos ele procurou seguir a lógica referida por Dênio Albertini, repetir mais algumas faixas, “trabalhar mais as músicas”. No entanto, o volume de trabalho foi ficando difícil de administrar. Para ocupar a grade, ele às vezes selecionava faixas muito longas ou recorria à repetição de extensas sequências musicais inteiras, prática que pode ser rejeitada pelos ouvintes mais atentos. Para ele, o melhor período foram os últimos

anos, em que tinha liberdade total - podia tocar tudo o que gostava e achava interessante, independente de qualquer critério externo ou regulação da direção. Isso ele atribui à saída dos radialistas profissionais da equipe e ao nível de alheamento em que o dono da rádio havia ingressado.

Em certo momento, a maior parte dos locutores foi demitida, visando redução de custos. Não havia mais apresentações ao vivo, apenas vozes gravadas anunciando as faixas. Mencionada também por Carlos Ivan, esta mecanização das locuções foi mais um sintoma de desinteresse da direção geral. Inácio Neves indica esta como a maior motivadora para a sua saída, ou talvez o estopim. Já estava acontecendo há algum tempo, paulatinamente. “Deixou de ser coletivo. (...) João não queria acabar com a rádio, mas também não estava envolvido como antes.” (NEVES in PENA, 2017, p. 74)

João Guimarães reconhece que o número de ouvintes cresceu muito no começo e depois estabilizou, e que não era fácil “fechar as contas” da rádio. Conseguir anunciantes era difícil pela especificidade da proposta. Tinha contato com gravadora, o divulgador/representante ia na rádio, visitava o diretor artístico e os programadores, deixavam discos e Cds. A Geraes, no entanto, também não cedia às pressões e não deixava que houvesse interferência financeira na programação musical. Muitas ofertas eram feitas, dinheiro, eletrodoméstico e até outras mais peculiares, como num episódio em que Carlos Ivan recebeu uma proposta de reforma da sua casa. Guimarães comentou que já conhecia este tipo de transação pela sua inserção no meio musical, sabia que em geral era necessário pagar para que uma música tocasse no rádio. O jabá era visto por Neves como o “vírus” da programação musical, e todos disseram repudiar esta prática.

No começo da emissora, João alimentava planos de expansão do projeto por outros caminhos, que orbitavam em torno da proposta de uma rádio ao vivo - fazer um centro cultural com apresentações, que promovesse encontros. Mas, se de um lado reitera que a rádio fechou por questões financeiras, também é enfático ao dizer sobre a perda de sentido para ele do próprio veículo de comunicação. “Com a tecnologia, internet, mp3, rádio já não era mais tão valioso ou interessante como antes.” (GUIMARÃES in PENA, 2017, p. 65). O almejado diferencial que uma rádio ao vivo poderia ter oferecido havia sido frustrado por razões pragmáticas - ele não conseguiu o espaço adequado. Ironicamente, hoje Guimarães é dono do espaço Centoequatro, um dos locais visados para a realização do projeto, que na época não foi possível comprar.

Mas é interessante sublinhar esta percepção de que, para ele, a rádio estava perdendo lugar na vida das pessoas como um dos fatores centrais à derrocada do projeto. Para Guimarães, a rádio tinha uma característica especial de se aproximar do público na programação, adequando ao dia da semana, ao horário, até mesmo ao tempo. Mas hoje, diz só ouvir rádio *on line* e considera que isso não é mais necessário, pois cada pode escolher a música que quiser, de acordo com o próprio humor. Também situa que, naquele final dos anos 1990, internet, mp3 etc... impactavam as novas tecnologias. “Acabou que não foi bem assim, mas eu achei que o rádio estivesse acabando. Eu queria sair antes que acabasse”, finaliza. (GUIMARÃES in PENA, 2017, p. 65).

### **Considerações finais**

“As frases e as manhãs são espontâneas, levantam do escuro e ninguém pode evitar.’ Mas as verdades vão mudando”. (FERREIRA in PENA, 2017, f. 65) A citação da canção “Amigos novos e antigos”, de Aldir Blanc e João Bosco, dada por Kiko Ferreira em uma das entrevistas, foi a epígrafe do TCC que levou a este artigo. Ferreira se referia à forma como as memórias se manifestam e completou: “Pode ser que alguma coisa que eu falei não seja correta; pode ser que a minha memória me traia.” (id.ibid.) Nessa incerteza, a melhor tentativa de produzir uma narrativa mais consistente foi a de concatenar relatos dos entrevistados. As divergências objetivas foram pequenas e mesmo as de caráter mais pessoal apresentavam um posicionamento consciente em relação ao próprio papel na rádio e às tomadas de decisão da programação musical e os mecanismos básicos de seu funcionamento, objetivo maior deste texto.

A tentativa de compreender o então contexto geral das indústrias fonográfica e radiofônicas está intrinsecamente ligada a isso e pareceu-nos essencial para quaisquer estudos em rádio comercial, sobretudo nos anos 1990. Ainda que, como no caso das Geraes, a emissora tenha procurado estratégias para não se render ao jabá, pagou um preço que, combinado com outros fatores internos aqui apontados, levou ao seu fim.

Revelar as regras da programação musical traz à tona essa discussão atual sobre o papel do programador musical como um “curador” dentro da rádio e mostra-se surpreendentemente próxima com os anseios daquela equipe que, quase 30 anos atrás, fundaria a rádio. Este último tópico, em especial, oferece perspectivas interessantes para desdobramentos da pesquisa em torno do gosto musical na lógica e concepção da música radiofônica e/ou programação em FM.

Outros desdobramentos recaem a partir de pontos que não puderam ser tratados aqui, como o debate em torno do Ibope e suas influências; o papel de outros integrantes da equipe Geraes, como os locutores Waleska Falci, Paulo César Toledo, Ediney Barbosa; os responsáveis pelos programas especiais e/ou experimentais do fim de noite (citados e não citados anteriormente aqui). E também o jornalismo cultural adotado pela emissora, capitaneado por Anemary Soares e Silvana Oliveira, que combinava desde o típico recorte de *gilette press* de pequenas notas culturais ao longo da semana a um programa de entrevista mais demorado, o “70 minutos”, que foi ao ar nos domingos e pelo qual passaram nomes como Ezequiel Neves, Neville D’almeida, Roberto Menescal, Rita Lee, Titãs, Tom Zé, Arnaldo Antunes, Cássia Eller, Milton Nascimento.

Esperamos que este breve resgate da experiência da rádio Geraes faça jus à memória dos entrevistados e de todos que fizeram parte de sua equipe, assim como dos ouvintes. E que também inspire radialistas e futuros profissionais na construção da memória radiofônica da mesma forma que inspirou a autora e o autor deste texto.

## Referências

FERRARETTO, L. A. Da segmentação à convergência: apontamentos a respeito do papel do comunicador de rádio. **C&S** – São Bernardo do Campo, v. 36, n. 1, p. 59-84 jul./dez. 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Por uma economia política do rádio musical – articulações entre as indústrias da música e da radiodifusão sonora. **Matrizes** - São Paulo - Ano 5 – nº 1 jul/dez 2011, p.247-258.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais** – mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MANZINI, E.J. **Entrevista semi-estruturada**: análise de objetivos e de roteiros. In: Seminário internacional sobre pesquisa e estudos qualitativos, 2, 2004, Bauru. A pesquisa qualitativa em debate. Anais... Bauru: USC, 2004.

PENA, N. G. **No mais, Geraes**: um sinal de vida inteligente? 102 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Comunicação Social/Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 28 de junho de 2017

PRATA, Nair. Panorama do rádio em Belo Horizonte. In: **O rádio entre as montanhas**: histórias, teorias e afetos de radiofonia mineira / Nair Prata (org.). Belo Horizonte: Fundac, 2010, p.129-153.

REVISTA VEJA – MINAS GERAIS. Uma nova onda no ar. Belo Horizonte, 5 de junho de 1991, n. 23, p.4-5.

VIANNA, G. V. G. de M. **Jingles e spots**: a moda nas ondas do rádio. Belo Horizonte: Newton Paiva, 2004.

VICENTE, Eduardo. “Indústria da música ou indústria do disco? A questão dos suportes e de sua desmaterialização no meio musical”. **Rumores**, v. 6, n. 12, 2012, p. 194-213.