

## 89, A Rádio do Rock<sup>1</sup>

Tatiana Aparecida dos SANTOS<sup>2</sup>

Alan AZEVEDO<sup>3</sup>

Beatriz Naiara ALONSO<sup>4</sup>

Marcelo MACHADO<sup>5</sup>

Marco Aurelio BRITO<sup>6</sup>

Luís Carlos SOARES<sup>7</sup>

Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo, SP

### RESUMO

O roteiro do vídeo documentário *89, A Rádio do Rock* é o resultado do nosso projeto de conclusão do curso de Rádio, Tv e Internet e tem por intuito contar a história da rádio 89FM, enquanto Rádio Rock. Desde seu nascimento em 1985, até a mudança de segmentação de gênero musical em 2006, mudando do *rock* para o estilo *pop*. E seu retorno em dezembro de 2012, de volta ao estilo *rock*. O roteiro visa analisar se de fato a rádio 89FM influenciou o cenário *rock* dos anos 1980 e 1990, e como essa influência contribuiu para o crescimento do estilo na cidade de São Paulo, contando com a participação de 14 entrevistados, sendo eles diretores, coordenadores, locutores, jornalista e músicos que contribuíram de forma significativa para a trajetória da emissora.

**PALAVRAS-CHAVE:** Documentário; Rádio; FM; História; Rock.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Premio Expocom 2014 na categoria cinema e audiovisual, modalidade roteiro de não ficção.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 8º Semestre do Curso de Rádio, TV e Internet, email: [tatycorgan2@hotmail.com](mailto:tatycorgan2@hotmail.com)

<sup>3</sup> Aluno do 8º Semestre do Curso de Rádio, TV e Internet, email: [Alan-since1990@bol.com.br](mailto:Alan-since1990@bol.com.br)

<sup>4</sup> Aluno do 8º Semestre do Curso de Rádio, TV e Internet, email: [bianaiara@gmail.com](mailto:bianaiara@gmail.com)

<sup>5</sup> Aluno do 8º Semestre do Curso de Rádio, TV e Internet, email: [Marcelo.machadojr@hotmail.com](mailto:Marcelo.machadojr@hotmail.com)

<sup>6</sup> Aluno do 8º Semestre do Curso de Rádio, TV e Internet, email: [marcobbtito@hotmail.com](mailto:marcobbtito@hotmail.com)

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Rádio, TV e Internet, email: [lucsoares@gmail.com](mailto:lucsoares@gmail.com)

## 1. INTRODUÇÃO

A ideia inicial para este roteiro teve início em 2006 quando a rádio deixou de tocar rock, mudou grande parte de sua equipe e adotou o estilo musical pop em sua programação, se desfazendo naquele momento de 20 anos de história. Desde então surgiu o desejo de contar esta história, primeiro para entender o ocorrido, e também para deixar um legado sobre uma emissora que teve um impacto profundo na cultura jovem da cidade de São Paulo.

O tempo passou e o projeto saiu da gaveta em 21 de dezembro de 2012, no dia em a 89FM voltou a assumir o dial de São Paulo em seu antigo formato rock, coincidindo com o prazo que tínhamos para a escolha do tema da tese de conclusão do curso, o tcc.

A abordagem principal do roteiro é o trabalho desenvolvido por cada um dos profissionais escolhidos, que fizeram parte da emissora, esse foi e continua sendo o diferencial da 89FM.

1

### 1.2 O TRABALHO HUMANO POR TRÁS DA MÍDIA

Segundo o radialista Luís Fernando Magliocca, no ano de 1985, ele, então coordenador da Rádio Cidade, que pertencia ao grupo JB de Rádio, foi convocado a coordenar uma nova frequência que o grupo havia arrendado. A nova frequência era a 89.1 no *dial* da FM de São Paulo e se chamava, até então, Pool FM cujo estilo musical era *disco music* e *funk*.

Magliocca conta que o objetivo do grupo JB era transformar a Pool FM em uma retransmissora da rádio JB de notícias do Rio de Janeiro. Mas o radialista considerava essa ação um desperdício. De acordo com Magliocca<sup>8</sup> em uma semana ele desenvolveu uma proposta inovadora: fazer uma rádio de *rock*, que fosse diferente de todas as rádios até então existentes, em suas palavras, fazer uma “antirrádio”.

A rádio 89 FM é pioneira na segmentação *rock* no *dial* paulistano, abrangendo todos os estilos de *rock*: *classic rock*, *hard rock*, *punk rock*, *hard core*, *heavy metal*, *metal*, *death metal*, *grunge*, *gótico*, *pós-punk*, *rock* alternativo e outros subgêneros do estilo.

---

<sup>8</sup> Trecho da entrevista cedida a nós para a realização do documentário: 89, A Rádio do Rock em Outubro de 2013.

O que difere a 89 FM de outros veículos segmentados em São Paulo é a linguagem despojada, descontraída e genuinamente paulistana, contendo gírias e jargões originários da cidade.

O roteiro *89, a Rádio do Rock* visa mostrar como esse veículo de comunicação influenciou o cenário do *rock* em São Paulo, abrindo espaço em sua grade de programação para bandas novas divulgarem seus trabalhos, desde 1985 por meio da memória das pessoas que, com o desenvolvimento de suas funções com maestria e criatividade, contribuíram para a emissora se tornar um *case* de sucesso no segmento jovem da FM de São Paulo.

## **1. TÍTULO**

O primeiro *slogan* da rádio 89FM foi: *89, A Rádio do Rock*, e como o roteiro deste documentário é um resgate da história da rádio, o nome mostrou-se apropriado, mesmo porque ele ainda é muito utilizado para dar referência à emissora.

O título: *89, A rádio do Rock* sintetiza essa relação do músico brasileiro, ou melhor, do *rock* nacional com a rádio 89 FM.

## **3. OBJETIVO**

### **3.1 OBJETIVO GERAL**

- Roteirizar um projeto de vídeo documentário não linear que conte a história da rádio 89FM.

### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Entender como funcionavam as negociações, como o “jabá”, nos anos 1980 e 1990, e qual era o posicionamento da 89 FM sobre o assunto;
- Mostrar como a rádio 89 FM contribuiu para a difusão do gênero musical *rock* em São Paulo;

- Levantar possíveis causas para a mudança de segmentação musical ocorrida em 2006.

#### 4. JUSTIFICATIVA

Nas últimas décadas, pôde-se observar um forte crescimento do mercado de documentários no Brasil. Pode-se afirmar que as novas tecnologias foram o pontapé inicial para este crescimento. A digitalização do mercado diminuiu os custos de produção, captação de imagem e som, e de edição do produto final.

Segundo a Agência Nacional de cinema – ANCINE<sup>9</sup>:

[...] a digitalização representa, sobretudo, uma oportunidade de desenvolver a economia audiovisual e de ampliar ainda mais o acesso dos brasileiros ao cinema. As novas tecnologias permitem ampliar a oferta de serviços audiovisuais nas salas de cinema, com conteúdos alternativos e filmes 3D. Os pequenos complexos se tornam mais viáveis e sustentáveis tanto pela maior facilidade de multiprogramação, como pela possibilidade de integração ao circuito de lançamento de filmes, com a consequente expansão das receitas.

Outro fator fundamental para esse crescimento foi o surgimento do Fundo Setorial do Audiovisual, criado pela ANCINE em 2006, destinado ao desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil.

Segundo o *site* do BNDES<sup>10</sup>, que apoia o Fundo Setorial do Audiovisual:

Para a execução do Fundo, foram criadas seis ações orçamentárias, sendo quatro de foment<sup>2</sup>o e duas ações de administração dos recursos aplicados. As ações de fomento são: 1. Apoio a projetos audiovisuais específicos; 2. Equalização de encargos financeiros incidentes nas operações de financiamento; 3. Investimentos em empresas e projetos; e 4. Financiamento ao setor audiovisual.

---

<sup>9</sup> Digitalização do mercado exibidor - <http://cinemapertodevoce.ancine.gov.br/digitalizacao>

<sup>10</sup> Fundo setorial do audiovisual:

[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Institucional/BNDES\\_Transparente/Fundos/FSa](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/BNDES_Transparente/Fundos/FSa).

---

Analisando o informe de acompanhamento de mercado do ano passado, fornecido pela Agência Nacional de Cinema, pode-se destacar que, entre as oitenta e três produções cinematográficas do ano de 2012, foram distribuídos trinta e quatro documentários em todo território nacional. Dentre eles estão as três produções com maior índice de público: Raul, o Início, o Fim e o Meio, A Música Segundo Tom Jobim e Tropicália. O primeiro atingiu um público de 170.471 pessoas e rendeu cerca de R\$ 1.883.285,00. O segundo com maior índice de público, A Música Segundo Tom Jobim, levou 74.901 pessoas às salas de cinema, e rendeu R\$ 863.590,25. E 70.775 pessoas foram aos cinemas assistir ao documentário Tropicália, que rendeu R\$ 792.063,49.

Isso demonstra certo aumento no interesse do público e detecta também que o gênero pode ser viável e lucrativo.

Percebe-se também que documentários e ficções com temáticas voltadas ao *rock* estão sobressaindo-se no mercado audiovisual brasileiro. Dentre eles estão: Raul, o Início o Fim e o Meio, supracitado; e Rock Brasília, documentário de 2011, que atingiu um público de 34.183 pessoas e cuja bilheteria rendeu R\$ 336.514,72, lançado em mais de 60 salas no Brasil, retrata o cenário *rock'n roll* de Brasília.

Diferente desses documentários, o roteiro de *89, a Rádio do Rock* tem como objeto principal de pesquisa um veículo de comunicação forte nas décadas de 1980 e 1990, que adotou uma linha até então arriscada e pouco utilizada, que fugia da indústria monocultural da época.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Segundo Bill Nicholls (2005), o vídeo classificado como documentário deve reunir as muitas vozes do documentário em seis modos de representação - nos referimos a essas vozes como estilos, modos diferentes de se representar documentários - são como uma assinatura ou uma identidade visual.

Em seu livro, *Introdução ao Documentário*, Bill Nicholls comenta essa relação:

Cada documentário tem sua voz distinta. Como toda voz que fala, a voz fílmica tem um estilo ou uma natureza própria, que funciona como uma assinatura ou impressão

digital. Ela atesta a individualidade do cineasta ou diretor.  
(2005, p. 28).

Ainda segundo o autor, existem seis modos diferentes de representar a realidade em um documentário, são eles: o modo poético, o expositivo, o participativo, o observativo, o reflexivo e o performático; que foram surgindo conforme a necessidade de se apresentar a história sob um novo olhar, de maneira que aquele assunto parecesse mais atraente, dependendo de como representado.

O roteiro *89, a Rádio do Rock* classifica-se no modo expositivo, que segundo Nicholls, tem como característica principal a defesa dos argumentos e exposição de fatos históricos.













Este modo agrupa fragmentos do mundo histórico numa estrutura mais retórica ou argumentativa do que estética ou poética. O modo expositivo dirige-se ao espectador diretamente, com legendas ou vozes que propõem uma perspectiva, expõem um argumento ou recontam a história. (2005, p. 142).

É caracterizado por uma lógica na sua montagem, contando com entrevistas, imagens *inserts* e narrador, para dar ênfase ao argumento. Muitas vezes esse modo também é caracterizado por sua falta de preocupação com a estética do documentário. É adotada a forma mais simples de planos de imagens, de modo que o objetivo maior seja o registro da história.

Desse modo o roteiro foi se construindo conforme o projeto e a pesquisa avançavam, pois a cada depoimento colhido, uma nova informação era detectada, o que acabou tornando o processo um tanto quanto investigativo, já que a cada novo dado registrado, um novo personagem passava a fazer parte do roteiro.

## **4.2 PERFIL DOS ENTREVISTADOS**

Os entrevistados foram escolhidos de acordo com a importância para a história da emissora:

 <p><b>Jr. Camargo:</b> Dir. Executivo da 89FM</p>	 <p><b>Selma Boiron: 1º Locutora</b> da 89FM</p>	 <p><b>Roberto Hais: Ex</b> Locutor da 89FM</p>
 <p><b>Luka: Locutora da</b> 89FM</p>	 <p><b>PH Dragani: Locutor da</b> 89FM</p>	 <p><b>Tatola Godas: Locutor</b> da 89FM</p>
 <p><b>Digao: Vocalista da</b> banda: Raimundos</p>	 <p><b>Luiz Augusto Alper: Ex</b> Dir, Artístico da 89FM</p>	 <p><b>Banda: Violeta de</b> Outono</p>
 <p><b>Ricardo Alexandre:</b> Jornalista e Escritor</p>	 <p><b>Rodrigo Branco: Locutor</b> da Kiss FM</p>	 <p><b>Roberto Maia:</b> Jornalista e Locutor da 89FM</p>



**Ricardinho: Locutor da  
89FM**



**Everson Candido: Ex  
Locutor da 89**

## 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O roteiro *89, a Rádio do Rock* contém 17 páginas sendo montado com base do modelo do programa *Celtx*. Foram feitas de 10 a 15 perguntas por entrevistado igualmente elaboradas para que tivéssemos no momento da edição como contar a história em diferentes aspectos, diferenciando uma pergunta ou outra dependendo da função que o convidado exercia na 89FM ou no caso de ser um músico ou um convidado que não estivesse ligado diretamente com a emissora, mas que também tinha sua importância para o produto final.

Trata-se de um roteiro não linear pelo fato de começarmos pelo final da história e prosseguimos misturando as décadas de 1980, 1990 e 2000.

O projeto tem como estrutura principal as entrevistas com as pessoas que, por meio de depoimentos claros e objetivos, contam seu cotidiano junto ao da rádio e discorrem acerca de assuntos como a cena *rock* independente de São Paulo, a corrupção da indústria fonográfica e radiofônica, o chamado “jabá”; e como a 89FM se posicionava sobre essa questão.

As imagens *inserts* são aliadas às narrações e às entrevistas para sustentar a atenção do telespectador e construir uma ideia nítida dos acontecimentos ali narrados, de modo que as entrevistas representam o conteúdo histórico do documentário e as imagens *inserts* são a comprovação ou mesmo a demonstração daquilo que é dito e utilizamos também da técnica de videografismo para a marcação de época.



## 6. CONSIDERAÇÕES

Acreditamos que o mais interessante durante todo o processo foi o fato de nos envolvermos em diversas experiências de vida que se entrelaçam na trajetória da emissora. A história foi contada por meio da ótica das pessoas que trabalhavam na rádio e que se valeram de sua criatividade, força de vontade e paixão para que a emissora se consolidasse. Descobrimos então uma rádio que não conhecíamos, uma rádio de vanguarda, não só em música, mas também em atitude.

Fazer parte deste projeto talvez tenha sido a experiência mais exaustiva de nossas vidas, porém, com total certeza, a de maior valia em nosso repertório pessoal.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXANDRE, Ricardo. **Dias de luta: O rock e o Brasil dos anos 80**. Porto Alegre: Arquipélago editorial, 2013 – 2ª edição.

ANCINE. **Digitalização do parque exibidor**, disponível em:  
<http://cinemapertodevoce.ancine.gov.br/digitalizacao>. Acesso em: 06 de setembro de 2013.

ANCINE. **Fundo setorial do audiovisual: programas**, disponível em:  
<http://fsa.ancine.gov.br/programas/introducao>. Acesso em 05 de setembro de 2013.

ANCINE. **Informe de análise de mercado de 2011**, disponível em:  
[http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2011/Informe\\_Anuar\\_2011.pdf](http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2011/Informe_Anuar_2011.pdf). Acesso em: 06 de setembro de 2013.

ANCINE. **Informe de análise de mercado de 2012**, disponível em:  
<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2012/Informe-anual-2012-preliminar.pdf>. Acesso em: 06 de setembro de 2013.

ANCINE. **Mapa de projeção digital**, disponível em:  
[http://ancine.gov.br/sites/default/files/folhetos/Folder\\_Ancine\\_AltaFINAL.pdf](http://ancine.gov.br/sites/default/files/folhetos/Folder_Ancine_AltaFINAL.pdf). Acesso em 30 de agosto de 2013.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

AUTRAN, Arthur; TEIXEIRA, Francisco Elenado. **Documentário no Brasil: Tradição e Transformação**. São Paulo: Summus, 2004.

BNDES. **Fundo setorial do audiovisual**, disponível em:  
[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Institucional/BNDES\\_Transparente/Fundos/FSA/](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/BNDES_Transparente/Fundos/FSA/). Acesso em: 06 de setembro de 2013.

CHACON, Paulo. **O que é rock**. Brasília: Editora Brasiliense, 1968.

CURIOSIDADES DOS ANOS 80. **Artigo das melhores rádios dos anos 80**, disponível em: [http://www.anos80.com.br/curiosidades/89\\_top\\_20.html](http://www.anos80.com.br/curiosidades/89_top_20.html). Acesso em 28 de julho de 2013.

FINEP. **Fundo setorial do audiovisual**, disponível em:  
[http://www.finep.gov.br/pagina.asp?pag=fundos\\_audiovisual](http://www.finep.gov.br/pagina.asp?pag=fundos_audiovisual). Acesso em 06 de setembro de 2013.

FOLHA ILUSTRADA. **Notícia sobre a volta da 89 FM como rádio rock**, disponível em:  
<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1205000-radio-89-fm-volta-a-tocar- apenas-rock.shtml>. Acesso em: 02 de setembro de 2013.

JORNAL ESTADÃO. **A volta da rádio rock**, disponível em:  
[http://blogs.estadao.com.br/combate\\_rock/radio-89-fm-volta-ao-mercado-roqueira-come-nos-velhos-tempos/](http://blogs.estadao.com.br/combate_rock/radio-89-fm-volta-ao-mercado-roqueira-come-nos-velhos-tempos/). Acesso em: 14 de agosto de 2013.

KINOFORUM. **Mercado exibidor brasileiro**, disponível em:  
<http://www.kinoforum.org.br/guia/2013/circuito-de-festivais>. Acesso em: 03 de agosto de 2013.

LINS, Consuelo. **O Documentário de Eduardo Coutinho: Televisão, cinema e vídeo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 2007.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, **Manual de Classificação Indicativa**, disponível em:  
<http://www.fndc.org.br/arquivos/ManualClassificacaoIndicativa.pdf>. Acesso em: 17 de julho de 2013.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas SP. Papyrus, 2005.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... O que é mesmo documentário?** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.