

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

Gustavo Parodia Martinez

**RADAR: A PARTICIPAÇÃO DA TVE-RS NO CENÁRIO MUSICAL
INDEPENDENTE GAÚCHO**

Santa Maria, RS
2016

Gustavo Parodia Martinez

**RADAR: A PARTICIPAÇÃO DA TVE-RS NO CENÁRIO MUSICAL
INDEPENDENTE GAÚCHO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria(UFSM, RS), requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel** em Comunicação Social - Jornalismo

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª Clarissa Schwartz

Santa Maria, RS
2016

Gustavo Parodia Martinez

**RADAR: A PARTICIPAÇÃO DA TVE-RS NO CENÁRIO MUSICAL
INDEPENDENTE GAÚCHO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel** em Comunicação Social - Jornalismo.

Aprovado em 13 de dezembro de 2016:

Prof^a. Dr^a. Clarissa Schwartz(Presidenta/Orientadora)

Cássio Tomaim, Dr. (USFM)

Débora Flores Dalla Pozza, Mestranda(UFSM)

Santa Maria, RS
2016

AGRADECIMENTOS

Este trabalho só se fez possível por um milagroso golpe de sorte de um rapaz santa-mariense.

Sorte por ter uma família que, entre incertezas e tumultos pessoais nunca deixou de apoiá-lo.

Sorte por ter encontrado, às cegas, um curso e uma profissão que tem paixão em exercer e orgulho em defender.

Sorte por ter encontrado os melhores amigos, e amigas possíveis numa caminhada que foi, no mínimo, inesperada.

Sorte por ter encontrado uma companheira que nunca o deixou desviar de seu caminho e que o apoiou de todas as maneiras possíveis quando foi preciso.

Sorte por ter percebido que as distâncias não são tão grandes quanto parecem e que é só mais uma barreira a ser derrubada.

Sorte por ter encontrado uma orientadora de paciência colossal para com o que deve ter sido um dos orientandos mais improdutivos da história da FACOS.

Sorte por, desde 2011, ter encontrado com as pessoas certas na vida que o fizeram se tornar exatamente aquilo que ele gostaria de ser.

Portanto, agradeço:

À minha família, que me deixou decidir o que seria o melhor pra mim ao mesmo tempo que sempre esteve lá pra me segurar caso eu caísse;

Aos meus amigos e colegas: Artur, Carlos, Daniela, Eliza, Laura, Lucas, Jivago, Júlio, Marjorie, Mateus, Nicolás, William. Só cheguei até o fim por estar ao lado de vocês;

Aos meus companheiros e companheiras de dois anos de Multidão. Que me ensinaram muito sobre a vida e o mundo, mais do que qualquer aula;

A todos que formaram a equipe do Jukebox nesses anos todos e nos anos que virão. Se existe algum lugar que eu me encontrei, foi com esse programa;

Aos meus primos de outras famílias, que viveram comigo alguns dos melhores momentos de 2016 e provaram que realmente é um tempo lindo pra se estar vivo;

À minha orientadora, Clarissa, por ter me guiado todo o ano e acreditar no pesquisador que menos gosta de pesquisa que eu conheço;

E à minha namorada, Cassiane, por estar sempre ao meu lado, mesmo nos piores momentos, e jamais permitir que eu tropeçasse sem me levantar de novo.

RESUMO

RADAR: A PARTICIPAÇÃO DA TVE-RS NO CENÁRIO MUSICAL INDEPENDENTE GAÚCHO

Autor: Gustavo Parodia Martinez

Orientadora: Clarissa Schwartz

A presente monografia traz uma análise do papel da TVE-RS, através do programa Radar, ao auxiliar na construção do cenário musical independente gaúcho e sua atuação enquanto emissora pública. Através da análise de conteúdo, investigamos os programas exibidos nos meses de junho, julho e agosto de 2016, e que foram disponibilizados na internet, para, através dos indicadores escolhidos na pré-análise, identificarmos como o Radar impulsiona o cenário musical independente gaúcho. Entre os resultados, apontamos que o Radar apresenta limitações principalmente na questão geográfica, pois a maior parte das bandas convidadas são da região metropolitana de Porto Alegre. Também verificamos que as entrevistas carecem de aprofundamento, concentrando-se em promover os shows e eventos que os grupos convidados participam. Entretanto, o Radar se mostra um importante espaço de divulgação da produção musical independente no cenário gaúcho, tendo conquistado um público fiel, não só entre os telespectadores, mas também entre os músicos, justamente por ser um dos únicos programas de televisão, pública ou privada, que dá espaço para a produção independente e permite a divulgação desses trabalhos no Rio Grande do Sul.

Palavras-Chave: Produção Musical Independente. Televisão Pública. Jornalismo Cultural.

ABSTRACT

RADAR: THE PARTICIPATION OF TVE-RS IN THE GAÚCHO INDEPENDENT MUSICAL SCENE

Author: Gustavo Parodia Martinez
Adviser: Clarissa Schwartz

This paper presents an analysis of TVE-RS's role, through the show Radar, in helping the construction of the gaúcho independente musical scene and its role as a public station and as cultural journalism. Through the Content Analysis, we investigated the editions exhibited in June, July and August of 2016, and that were made available in the internet, to, through the indicators chosen in the pre-analysis, identify how Radar works with the gaúcho independent musical scene. Amongst the results, we point to the fact that Radar finds its limitations especially with the matters of geography, because most of the invited bands are from Porto Alegre and nearby cities. In regards to the interviews we find it in need of deepening, since it focus mostly around the tour dates and promoting the events in which the guests participate. However, Radar itself is still an important space in the gaúcho scene, having built a loyal public, not only amongst the telespectators as well with the musicians themselves, exactly because it is one of the few television shows, amongst public and private stations, to give any space to independent production and allows the divulgation of their work.

Keywords: Independent Musical Production. Public Television Stations. Cultural Journalism

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cristiano Sassá, apresentador do programa Radar	33
Figura 2 - O músico Nei Lisboa sendo entrevistado por Cristiano Sassá	34
Figura 3 - Telespectadores participam do programa via redes sociais	36
Figura 4 - Distribuição das bandas do programa Radar nos meses de junho, julho e agosto de 2016 por procedência	44
Figura 5 - Distribuição das bandas do programa Radar nos meses de junho, julho e agosto de 2016 por gênero musical	48
Figura 6 - Distribuição das razões para o comparecimento das bandas no programa Radar nos meses de junho, julho e agosto de 2016	51
Figura 7 - A banda Trombone de Frutas	54

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Programas Exibidos pela TVE-RS	22
Quadro 2 – Edições do programa Radar disponibilizadas no Youtube nos meses de junho, julho e agosto de 2016	37
Quadro 3 – <i>Corpus</i> de análise	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tempo destinado para a apresentação de bandas no programa Radar nos meses de junho, julho e agosto de 2016	43
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 A TELEVISÃO PÚBLICA E A PRODUÇÃO MUSICAL INDEPENDENTE	14
2.1 TELEVISÃO PÚBLICA OU ESTATAL?	14
2.2 A EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL DE TELEVISÃO PÚBLICA	16
2.3 A TELEVISÃO EDUCATIVA - RS	18
2.4 O JORNALISMO CULTURAL E A PRODUÇÃO MUSICAL INDEPENDENTE	23
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	32
3.1 O OBJETO DA PESQUISA	32
3.2 O <i>CORPUS</i> DA ANÁLISE	36
3.3 ASPECTOS METODOLÓGICOS	39
4 O RADAR TVE E O CENÁRIO MUSICAL INDEPENDENTE GAÚCHO	42
4.1 A ANÁLISE DAS ENTREVISTAS	52
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	61

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso pretende discutir o papel de emissoras públicas, em especial de televisão, na divulgação da produção musical independente. Considerando que a mídia privada não promove o espaço necessário para que a produção independente seja efetivamente divulgada, e, portanto, de que é necessário mais espaço na mídia para estas bandas, pergunta-se: a televisão pública cumpre esse papel?

A discussão se dará através de uma análise do programa Radar, produzido pela Televisão Educativa do Rio Grande do Sul, a TVE-RS. O Radar é um programa exibido de segunda à sexta pela TVE-RS que trata de diversos temas culturais com reportagens, entrevistas e quadros temáticos. Além disso, o programa sempre tem uma banda apresentando o seu trabalho ao vivo no estúdio. O Radar foi escolhido como objeto empírico de análise por dois motivos: pela proximidade, já que o programa é produzido e gravado em Porto Alegre, portanto, trabalhamos com um cenário local; segundo, pela própria definição do programa em relação aos seus objetivos. Sobre as bandas que se apresentam em estúdio, na página do *Facebook* o programa afirma que “o programa é voltado às bandas gaúchas (principalmente as independentes) e abre espaço para a divulgação de artistas e eventos de todo RS.” (RADAR, 2016). Portanto, o Radar trabalha justamente com o que procuramos analisar e, sendo produzido e veiculado por uma emissora pública, se encaixa em todos os critérios necessários para ser o objeto empírico da pesquisa. Além disso, o Radar é um programa consolidado no cenário local, sendo exibido desde 1992 (RADAR, 2016). A própria TVE também exerce há anos papel importante na divulgação da cultura local (BORBA, 2001).

Para isso, utilizamos, especialmente, os conceitos de Televisão Pública (e sua função social), Jornalismo Cultural e Produção Independente.

Elencamos como **objetivo geral** da pesquisa identificar o papel que o programa Radar tem no cenário musical independente do Rio Grande do Sul, partindo do princípio de que a mídia tradicional não oferece espaço o bastante para esse tipo de produção e de que é papel das emissoras públicas a difusão desse tipo de conteúdo. Tanto por uma questão de compromisso com os produtores - por ser

um canal público dando a seus contribuintes a possibilidade de difundir o seu trabalho - quanto com a audiência - dando a ela opções de conteúdos plurais, conforme ditado pela legislação brasileira.

Entre os **objetivos específicos** está avaliar o espaço que é dado para a produção musical independente no programa; identificar a procedência e os gêneros musicais das bandas que participam do programa e verificar os motivos que desencadeiam a participação dos músicos no Radar.

A relevância científica deste trabalho está contida, principalmente, no fato de que pouco se trabalha com o jornalismo cultural e a produção independente. Em pesquisas em repositórios de dissertações, teses, periódicos e similares, encontramos escassas pesquisas sobre o assunto. Desse modo, o jornalismo cultural e a produção musical independente se mostram áreas com muito a ser pesquisado, tendo ainda conceitos que são pouco estabelecidos, como o próprio conceito de produção independente. Sobre televisão pública já se encontram mais trabalhos, ainda que não sejam abundantes. O surgimento da TV Brasil em 2007 certamente contribuiu para que essa área fosse mais pesquisada. Entretanto, como apontado por OTONDO (2007) não existe, ainda, um conceito universal para televisão pública. Evidenciando a falta de consenso acadêmico e a necessidade de mais estudos, neste campo em particular.

Quanto às razões pessoais para fazer este trabalho, acompanho o cenário musical independente do país desde 2011. De lá pra cá, conheci inúmeros artistas, ouvi incontáveis álbuns e mergulhei de cabeça nesse universo. Em 2013, quando entrei para a faculdade de jornalismo, ingressei para a equipe do programa Jukebox 800 AM, da Rádio Universidade. No programa conheci o jornalismo cultural. Fiz entrevistas com bandas de diversas regiões do país e me aprofundei mais ainda no cenário nacional, conhecendo cada vez mais bandas, gravadoras, pessoas e até estilos musicais novos. Em 2015, a nossa equipe começou a produzir programas audiovisuais para a internet, o JukeTV, entrevistando bandas locais, a fim de impulsionar a produção da cidade que, sem dúvida, passa por um momento histórico, devido ao grande número de bandas e produções que temos visto, como a Guantánamo Groove, Vespertinos, San Diego, Geringonça, entre várias outras. A partir de 2016, o JukeTV passou a ser produzido em parceria com a TV Campus,

dando um novo padrão de qualidade e um alcance muito maior ao programa. O nascimento e evolução do JukeTV certamente foram determinantes na escolha final do tema deste trabalho. Além disso, em tempos recentes, produzi e organizei shows dos porto-alegrenses da banda “Não Ao Futebol Moderno”, e do mineiro “Jonathan Tadeu” em Santa Maria. É seguro dizer que a música independente faz parte do meu cotidiano, juntamente com o jornalismo cultural.

O trabalho está organizado em quatro capítulos: Introdução, A Televisão Pública e a Produção Musical Independente, Procedimentos Metodológicos e, por último, O Radar TVE e o Cenário Musical Independente Gaúcho.

O segundo capítulo trata do aporte teórico e dos conceitos utilizados durante o decorrer da monografia. Para entendermos o jornalismo cultural trabalhamos, principalmente, com o livro “Jornalismo Cultural”, de Daniel Piza (2004). Esta obra faz um resgate histórico do jornalismo cultural mundial, bem como o brasileiro, e aponta as problemáticas atuais da área e as mudanças necessárias para os profissionais do ramo. Além disso, o livro também é um guia para a iniciação no jornalismo cultural com, por exemplo, sugestões de outras obras a serem lidas, a fim de aprofundar o conhecimento do profissional que deseja se especializar na área.

No que diz respeito à televisão pública temos duas obras principais. A primeira é a tese de doutorado da Teresa Montero Otondo (2007), “Televisão Pública: Para quê e para quem?”. A obra levanta diversos conceitos de televisão pública e as problemáticas em torno dos mesmos, utilizando-se de diversas emissoras públicas pelo mundo como exemplo. A autora discute as questões de financiamento e relação com o poder público para trabalhar os conceitos definidores de televisão pública. Passando pela forma de financiamento, programação, relação com o Estado, e função social das emissoras. A outra obra essencial neste tópico é o livro “Televisão Pública” de José Carlos Torves (2007). Este livro traça um panorama histórico da TVE-RS e explica o funcionamento da direção da emissora, como a escolha da chefia e a relação com o Governo do Estado do Rio Grande do Sul.

A produção independente se mostrou mais difícil de conceituar. Trabalhamos, então, com fontes diversas. Usamos, por exemplo, o conceito que está incluso na Lei da EBC - a lei responsável pela criação da Empresa Brasileira de Comunicação,

em 2007 - para a produção independente, e o conceito de ideologia independente proposto por Roy Shuker (2001). Com estes conceitos, levantamos a discussão sobre a produção independente na música e o que significa, de fato, ser independente no campo artístico musical.

No terceiro capítulo, “Procedimentos Metodológicos”, utilizaremos a Análise de Conteúdo, como proposta por Laurence Bardin (1979). Segundo o autor, a metodologia alcança dois objetivos: a ultrapassagem da incerteza, ou seja, se a mensagem transmitida pelo produto analisado está, de fato, contida neste produto e, ainda, se esta mesma leitura pode ser compartilhada por outras pessoas (BARDIN, 1979). O segundo objetivo é o enriquecimento da leitura, que se refere ao seguinte questionamento: se uma primeira leitura, superficial, já oferece resultados valiosos, poderia uma leitura aprofundada oferecer resultados ainda mais valiosos e significativos? (BARDIN, 1979). Além disso, analisaremos as entrevistas para avaliar se elas detêm uma profundidade crítica das bandas, que ajudem o telespectador a formar uma opinião mais embasada da obra desses artistas, ou se são superficiais, tendo como base o conceito de jornalismo cultural, aprofundado mais adiante.

No capítulo quatro, “O Radar TVE e o Cenário Musical Independente Gaúcho”, fazemos o detalhamento e avaliação de todos os dados coletados nas edições do programa analisadas. Além de nos utilizarmos da Análise de Conteúdo também retomamos os autores do segundo capítulo para embasar a nossa pesquisa e dar sustentação aos resultados inferidos.

2 A TELEVISÃO PÚBLICA E A PRODUÇÃO MUSICAL INDEPENDENTE

2.1 TELEVISÃO PÚBLICA OU ESTATAL?

Otondo (2008) contextualiza a relação entre o Estado e os serviços de radiodifusão, quando da criação das primeiras emissoras sob o controle do Estado.

No caso da televisão, a presença do Estado foi necessária, no início, por questões de ordem técnica e financeira, as chamadas barreiras de entrada. [...] Nesse ponto, o serviço público prestado é o da abrangência e do interesse coletivo. Cabe ao Estado garantir que todos os cidadãos tenham o acesso ao sinal, daí sua presença e ação regulamentadora num primeiro momento (OTONDO, 2008, p.45).

A autora alerta para a falta de uma definição para a televisão pública e atenta para a inexistência de um modelo que possa ser adaptado a qualquer país. “A discussão do modelo de televisão de serviço público a ser adotado é na realidade uma discussão sobre os valores e princípios que organizam uma determinada sociedade e governam a vida social “ (OTONDO, 2008, p. 44) .

O artigo 221 da Constituição Federal de 1988 estabelece que a produção das emissoras de radiofusão no Brasil devem atender aos seguintes princípios:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família (BRASIL, 1988).

Otondo também elenca pontos que devem reger o funcionamento de serviços públicos, incluindo os serviços de radiofusão, como a estabilidade financeira e de gestão e a universalidade do serviço. “O meio não pode ser parcial e tomar partido e deve ter condições de se adaptar aos novos tempos quando necessário” (OTONDO, 2008, p. 55). Segundo a autora foi, inclusive, a partir desses pontos que o governo francês alterou o seu modelo de televisão, acabando com o monopólio estatal e abrindo espaço para o surgimento da televisão comercial.

No Brasil, o maior expoente da televisão pública é a TV Brasil, criada pela Lei Nº 11.625/08, a chamada Lei da Empresa Brasil de Comunicação, a EBC¹. Subordinada e financiada pelo poder Executivo Federal, a TV Brasil se autodenomina como uma emissora pública de televisão que “veio atender à antiga aspiração da sociedade brasileira por uma televisão pública nacional, independente e democrática.” A Lei da EBC estabelece os princípios que devem ser seguidos por todas as emissoras de radiodifusão públicas do país:

- I - complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal;
- II - promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo;
- III - produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas;
- IV - promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente;
- V - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família;
- VI - não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual;
- VII - observância de preceitos éticos no exercício das atividades de radiodifusão;
- VIII - autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão; e
- IX - participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira. (BRASIL, 2008.)

Torves (2007, p.78) elenca “a democracia, a cidadania, a visibilidade dos atores sociais, a linguagem audiovisual e os gêneros e os discursos que esta televisão deve ter e experimentar” como alguns princípios que norteiam o conceito de televisão pública.

No entanto, Otundo (2008) observa que, quando a televisão se identifica com o Estado, a emissora não se caracteriza como pública, mas estatal. Sendo assim, a autora conclui que a classificação de televisão pública não pode ser aplicada à EBC e nem a qualquer emissora pública do país e da América Latina. Nazareno (2007), ao observar a TV Cultura, reitera esta concepção. Para o autor, como o Conselho Superior da TV Cultura é indicado de forma direta e indireta pelo Governo do Estado de São Paulo:

¹ Além da TV Brasil, estão também sob a jurisdição da EBC a Agência Brasil de Notícias, a Radioagência Nacional e as redes de rádio Nacional FM e MEC FM.

a emissora não detém autonomia administrativa e financeira semelhante à das demais congêneres estudadas [referindo-se a exemplos de televisões estatais de países como o Japão, Alemanha e do Reino Unido] o que impede seu enquadramento como emissora 'pública' do ponto de vista da independência do Estado (NAZARENO, 2007, p. 11)

Consideramos que a forma de financiamento estatal, estando impedido qualquer outro modo de financiamento, não é necessariamente um problema. Esse modelo, no entanto, traz algumas implicações como a necessidade de negociação política anual sobre o orçamento e a falta de informações prévias sobre os recursos destinados para as emissoras (OTONDO, 2008). Sendo assim, fatores como a "independência da emissora e a qualidade da programação ficam bem comprometidas" (OTONDO, 2008, p.61). Para além da questão financeira, as emissoras públicas também têm de pensar a sua programação enquanto um órgão público, a serviço da população.

A TV pública tem que procurar aumentar, cada vez mais, os padrões de exigências da sociedade, que assumir a responsabilidade do interesse público e tratar o telespectador como um cidadão (TORVES, 2007, p. 95).

O efeito colateral disto é um público mais crítico em relação às produções de outras emissoras que, com uma população mais exigente deverá elevar o nível de sua programação para conseguir atender a estes telespectadores. Portanto, as emissoras públicas deveriam ser a entidade balizadora da qualidade das produções audiovisuais no país, fazendo com que as emissoras privadas elevem a qualidade de seu conteúdo para manterem sua audiência.

2.2 A EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL DE TELEVISÃO PÚBLICA

Torves (2007) relata que o surgimento da televisão pública acontece na Europa, na época do período pós Segunda Guerra Mundial, com a finalidade de recuperar a unidade nacional, em especial na França, Inglaterra e Alemanha e, na América Latina, elas nascem com finalidades estatais (TORVES, 2007). Alguns anos antes, surgiu nos Estados Unidos a emissora com finalidade pública, uma televisão

“de serviço público, educativa e local” (TORVES, 2007, p. 78) e, portanto, com uma identidade e finalidade diferentes das emissoras europeias.

A BBC, *British Broadcasting Company*, é apontada como um modelo mundial de emissora pública. “É no sentido de atender a uma demanda social básica que se funda a missão da britânica BBC de informar, educar e entreter” (OTONDO, 2008, p.47). A autora explica ainda que essa tríade de atribuições precisa estar inserida em um contexto social e político mais amplo “que dê sentido às funções que deve exercer.” (OTONDO, 2008, p. 50).

Fundada em 1922 - sendo, inicialmente, apenas uma emissora de rádio - sediada na Inglaterra e com a programação transmitida para todo o Reino Unido, a emissora é financiada por taxas cobradas por Licenças de TV. Cada residência que consome programas de televisão, através de aparelhos televisores ou até mesmo pela internet, deve pagar uma taxa mensal. Porém, o relatório do ano fiscal de 2014/2015 mostra que a maior fonte de renda da emissora, uma fatia de 36 por cento do orçamento total desses anos, foi proveniente do Departamento de Desenvolvimento Internacional (BBC, 2014), um órgão do governo do Reino Unido que se identifica como “a liderança do Reino Unido para acabar com a pobreza extrema, construindo um mundo mais seguro, próspero para todos nós que seja firmado nos interesses nacionais do Reino Unido” (DFID, 2016).

Nazareno aponta outros exemplos de televisões estatais e seus modelos de financiamento. A *Nippon Hōsō Kyōkai* (Emissora Pública Japonesa) é financiada de maneira similar à BBC, porém a taxa é cobrada dos telespectadores que utilizam o sinal aberto de TV, ou seja, “assinantes de televisão a cabo não são obrigados a contribuir” (NAZARENO, 2007, p. 8). As taxas mensais também são uma forma de financiamento utilizada por outros países como África do Sul, França e Itália.

Nos Estados Unidos existe a *Public Broadcasting System*, a PBS, que é mantida pela Fundação PBS, uma instituição privada, sem fins lucrativos, que desde 2004 busca financiamento através de doações filantrópicas - cujos valores podem ser abatidos de impostos (PBS, 2016). O sistema americano se mostra descentralizado, com 354 emissoras locais, entre estaduais, municipais, educativas, não-comerciais e universitárias. Além do financiamento da Fundação PBS, as

emissoras contam com financiamento de um fundo público federal, que responde a maior parte de seu orçamento (NAZARENO, 2007).

No Canadá, a CBC, *Canadian Broadcasting Corporation*, é financiada de modo similar à PBS. Entretanto, no lugar de uma fundação que busca fundos, ela conta com a possibilidade de captação através de outros métodos, como a publicidade, porém sua programação é concentrada em menos canais - de alcance nacional - e conta com uma lei que proíbe a interferência do poder público em sua programação (NAZARENO, 2007).

O caso alemão mostra uma diferença curiosa. Enquanto o país adota uma taxa para cada domicílio que possua um aparelho televisivo, e esta compreende a maior parte do orçamento de suas duas emissoras estatais, as emissoras também podem ter a publicidade como fonte de renda. A publicidade, porém, é limitada a um total de 20 minutos diários (NAZARENO, 2007). O que, naturalmente, é inviável para manter uma emissora no ar, não por acaso que a sua receita seja em grande parte advinda das taxas televisivas, que mantém as duas emissoras públicas no ar: a ARD (*Arbeitsgemeinschaft der Rundfunkanstalten Deutschlands*, Agrupamento de Emissoras de Direito Público da Alemanha) e a ZDR (*Zweites Deutsches Fernsehen*, Segunda Emissora Alemã de Televisão).

As experiências internacionais de televisões estatais e públicas mostram que a cobrança de taxas por domicílios que consomem o sinal de tais canais revela-se como uma das formas de financiamento mais utilizadas, ainda que, por vezes, recorra-se também a outros modos de custeio. Em meio a tantas possibilidades diferentes de manter uma emissora, compreendemos que a televisão pública se define, sobretudo, a partir do compromisso do veículo com o interesse público.

2.3 A TELEVISÃO EDUCATIVA - RS

Em 1961, o governo federal deu início a um projeto de criação de emissoras de televisão educativas. Torves (2007) resgata o contexto de surgimento dessas emissoras:

Todas as emissoras educativas começaram como uma linha auxiliar no campo da educação, e a programação era constituída por filmes educacionais de nível médio de Linguagem, de Educação Moral e Cívica, de Conhecimentos Gerais, de Matemática e de Ciências. Após um primeiro momento de expectativa sobre os resultados do ensino pela TV, se comprovou que, além de ineficiente o modelo, era extremamente oneroso para o estado. A TV Cultura de São Paulo foi a primeira a se afastar desta linha tv-aula e a buscar como eixo de sua programação a cultura (TORVES, 2007, p. 67).

No Rio Grande do Sul, esse projeto foi coordenado pela Secretaria Estadual da Educação e Cultura e, em 1968 foi criada a Televisão Educativa Rio Grande do Sul, a TVE-RS. Porém, a emissora só foi ao ar em 1974, numa parceria do governo do Estado com a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) para que a sede da emissora se localizasse no campus da universidade e servisse como laboratório para os alunos de jornalismo da PUCRS (PIRATINI, 2011).

Em 1981, um incêndio atingiu o prédio onde a TVE operava e forçou a relocação para novas instalações. A TVE então foi transferida para a sede da já extinta TV Piratini, no Bairro Santa Tereza em Porto Alegre, onde permanece até hoje. Em paralelo, foi criada uma fundação autárquica para gerenciar a emissora, a Fundação Televisão Educativa do Rio Grande do Sul, ligada à Secretaria de Educação do Estado. Nos anos seguintes, iniciou um processo de modernização da TVE, que passou a transmitir sua programação a cores e para o interior do estado (PIRATINI, 2011).

Já em 1985, a fundação que gerencia a emissora passou a chamar-se Fundação Televisão Educativa Piratini, que, apesar do nome, agora tinha também sob sua responsabilidade a retransmissão de conteúdo educativo para rádios. Segundo Lobato (2004 apud TORVES, 2007) no caso da TVE-RS, a mudança de uma televisão educativa para um veículo que prioriza a cultura ocorreu oficialmente em 1989, porém em 1987 eram registradas as primeiras tentativas de desvincular a emissora da Secretaria Estadual de Educação e ligá-la à Secretaria Estadual de Cultura.

O nome foi modificado novamente para Fundação Piratini - Rádio e Televisão Educativa em 1987, subordinada à Secretaria Estadual de Cultura, Turismo e Desporto, e mais uma vez em 1995, para Fundação Cultural Piratini - Rádio e Televisão (PIRATINI, 2011).

Desde 1981, a TVE-RS mudou de nome cinco vezes. A cada alternância de Governo (de quatro em quatro anos), as modificações vão desde o logotipo à alteração do nome. O fato mais significativo foi a mudança da linha editorial e, conseqüentemente, [sic] da grade de programação, causando, com isso, um prejuízo para a identidade da televisão e a construção de um verdadeiro espaço público.(TORVES, 2007, p.99)

A FM Cultura foi fundada em 1989, transmitindo na frequência de 107.7Mhz. Em 1995, foi aprovado o regimento interno do Conselho Deliberativo da Fundação que passou a contar com representação da sociedade civil. Em 2011, foi firmado acordo com a EBC que permite desde então a troca de conteúdos produzido pelos dois órgãos (PIRATINI, 2011).

A TVE-RS tem um agravante quando comparado ao então modelo de televisão pública brasileira, a TV Cultura, a escolha da direção executiva é feita pelo Governo do Estado, que, conseqüentemente, coloca nas chefias, que são Cargos em Comissão, “profissionais comprometidos com os partidos da base aliada que está no poder” (TORVES, 2007, p.99). Nazareno, ao dissertar sobre a criação de uma rede nacional de televisão pública, também se atenta ao mesmo ponto “que certas emissoras estatais são, na verdade, emissoras “chapa branca’ [...] e não conseguem dissociar os interesses dos governantes dos da sociedade.” (NAZARENO, 2007, p. 17), deixando clara a constante presença dessa preocupação, visto que ambos os textos, apesar de terem sido publicados no mesmo ano, não tem relação um com o outro.

Quanto ao financiamento, o modelo adotado pela TVE-RS é similar ao da EBC. A diferença, é que no lugar de uma empresa que controla diversos veículos de comunicação, a TVE-RS é parte da Fundação Piratini, que gerencia, além da TVE, a FM Cultura. Entretanto, a direção da Fundação Piratini é escolhida pelo governador e sancionada pelo Conselho Deliberativo, como determinado pelo artigo 13 do Estatuto da Fundação Cultural Piratini.

O Conselho Deliberativo estabeleceu diretrizes específicas para a programação da TVE-RS, a fim de que sejam preservados os compromissos próprios que uma emissora pública deve ter com a sociedade, mantendo a qualidade dos programas exibidos, sem se deixar levar pela lógica do mercado, a exemplo do que ocorre com as emissoras comerciais (TORVES, 2007, p.102).

O orçamento da TVE-RS é aprovado pela Assembleia Legislativa do Estado e, em tempos de crise econômica, “sempre recebe cortes para favorecer setores mais prementes, como a educação, a saúde, a infraestrutura de transportes e as emendas de parlamentares” (TORVES, 2007, p.101).

Um exemplo disso é o ocorrido em 2015, quando o então novo governador do Rio Grande do Sul, José Ivo Sartori (PMDB), assumiu o cargo, o orçamento da TVE-RS foi reduzido em 60 por cento, restando apenas 400 mil reais para custear as transmissões durante o ano inteiro (KLEIN, 2015). Mais recentemente, no dia 21 de novembro de 2016, foi apresentado um plano de medidas do governo para a contenção de gastos que, entre outras medidas, prevê a extinção da Fundação Cultural Piratini e, por consequência, da TVE-RS e da FM Cultura (A RAZÃO, 2016). Entretanto, apenas neste ano, o governo do Estado já gastou mais de 3,5 milhões de reais apenas em publicidade institucional para a divulgação do que o governo chamou de “calamidade financeira”. Até novembro de 2016 foram gastos mais de seis milhões de reais em publicidade institucional (WESSHEIMER, 2016), levantando questionamentos sobre a real necessidade de extinção da TVE-RS².

Apesar dos recursos escassos, um caso recente envolvendo o jornalista da RBS, Daniel Scola, em uma transmissão na Rádio Gaúcha, questionou as verbas destinadas à TVE pelo Governo do Estado, elencando outras questões como prioridades, como o conserto de buracos nas estradas (SUL21, 2016). Na ocasião, houve um pedido ao direito de resposta por parte dos servidores da Fundação Piratini, representados pelo Movimento dos Servidores da TVE e FM Cultura (2016), mas eles não obtiveram resposta nem da Rádio Gaúcha e nem do jornalista. Nota-se a falta de compreensão, ou, pelo menos, a ideia de que as emissoras públicas de televisão são um gasto secundário, um luxo talvez.

Atualmente, a TVE-RS conta com 20 programas em sua grade (Quadro 1). A temática abrange programas esportivos, culturais (incluindo programas nativistas), infantis e noticiários, além da exibição de curtas-metragens e programas com a temática rural de exercício da cidadania. A maior parte da programação é produzida pela própria TVE. Alguns programas, porém, contam com produção externa. Os

² Na madrugada do dia 21 de dezembro de 2016 a Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul aprovou a extinção de, entre outras, a Fundação Piratini, extinguindo, portanto, a TVE-RS e a FM Cultura (CANOFRE; GOMES, 2016)

curtas-metragens exibidos, por exemplo, são, muitas vezes, produções sem relação com a TVE.

Quadro 1 - Programas Exibidos pela TVE-RS

Nome do Programa			
Canal Aberto	Cidadania	Curta TVE	Especiais TVE
Estação Cultura	Faces	Frente a Frente	Galpão Nativo
Histórias do Sul	Nação	Obra Prima	Pandorga
Plano de Jogo	Primeiro Passo	Radar	Rio Grande Rural
Segunda Edição	Singulares	TVE Esportes	TVE Repórter

Fonte: Elaborado pelo autor a partir do site da TVE-RS. Disponível em <<http://www.tve.com.br/programas/>>. Acessado em 14 nov. 2016.

O programa **Canal Aberto** é o programa primário de telejornalismo da TVE-RS. O **Cidadania** busca publicizar trabalhos que visam o bem comum e sustentabilidade. **Curta TVE** é voltado para a exibição de curta-metragens nacionais, destacando os gaúchos. **Especiais TVE** exibe uma série de conteúdos especiais se aprofundando em fatos históricos e movimentações culturais. **Estação Cultura** apresenta entrevistas e agenda cultural do RS. **Faces** apresenta um formato diferente de programa de televisão, com um programa sem apresentador, apenas entrevistados. **Frente a Frente** traz a opinião de especialistas em assuntos com consequências socioeconômicas na população gaúcha. **Galpão Nativo** resgata a arte e cultura tradicionalista gaúcha. **Histórias do Sul** apresenta minisséries e documentários gaúchos produzidos através de editais da Secretaria de Cultura do Estado do Rio Grande do Sul. **Nação** traz reportagens sobre a cultura negra no estado. **Obra Prima** exibe concertos de música erudita. **Pandorga** é um programa infantil, todo encenado por bonecos, com reportagens, músicas e brincadeiras para as crianças. **Plano de Jogo** é o programa de jornalismo esportivo da emissora. **Primeiro Passo** trata de doenças com causa emocionais, como a depressão,

buscando aumentar a consciência do público sobre o assunto. **Rio Grande Rural** busca promover conteúdo voltado para a população rural. **Segunda Edição** cumpre o papel de telejornal noturno da emissora. **Singulares** fala sobre personagens anônimos, porém icônicos, das cidades, como os artistas de rua. **TVE Esportes** é o segundo programa de jornalismo esportivo da emissora. Por fim, o **TVE Repórter** exhibe grandes reportagens sobre temas de alcance global, a partir do ponto de vista dos gaúchos.

2.4 O JORNALISMO CULTURAL E A PRODUÇÃO MUSICAL INDEPENDENTE

O jornalismo cultural surge em 1711, com dois ingleses que resolveram fundar uma revista diária com o nome de *The Spectator*, publicação que “falava de tudo - livros, óperas, costumes, festivais de música e teatro, política” (PIZA, 2004, p. 11). Pois, se essa revista é um dos marcos iniciais do jornalismo cultural, é apropriado presumir que seja ela que definiu, ao menos num momento inicial, do que tratava o jornalismo cultural. Esses assuntos, com exceção da política, são encontrados até hoje em publicações culturais, como o “segundo caderno” dos jornais impressos. É claro que, com o avanço tecnológico, também surgem outras áreas a serem trabalhadas pelo jornalismo cultural, como o cinema e televisão, por exemplo. O primeiro grande crítico cultural é Samuel Johnson (1709 - 1804), britânico que escreveu para uma revista chamada *The Rambler*, produzindo resenhas de prosa e poesia de grandes nomes da época, como Shakespeare (PIZA, 2004). Alguns grandes nomes da literatura inglesa foram, também, críticos de literatura, como Denis Diderot, Charles Baudelaire e Edgar Allan Poe (PIZA, 2004).

No século XIX o jornalismo cultural chega às Américas, em especial aos Estados Unidos e se prolifera de vez na segunda metade daquele século. Porém, só alcança o Brasil no final deste mesmo século (PIZA, 2004).

No Brasil, a história do jornalismo cultural tem particularidades. Como a independência financeira apenas com a produção literária no país era difícil, muitos escritores passaram pelo jornalismo e pela crítica literária em um primeiro momento de sua carreira, como Lima Barreto e Mario de Andrade e, talvez ainda mais notavelmente, Machado de Assis (PIZA, 2004). O ponto marcante foi a revista “O

Cruzeiro”, não só para o jornalismo como um todo, com o então inovador conceito de reportagem investigativa, mas também por ter publicado trabalhos de diversos artistas nacionais que depois marcaram época na história da arte brasileira como José Lins do Rego, Vinicius de Moraes, Di Calvalcanti e Millôr Fernandes (pelo pseudônimo de Vão Gogo), entre outros (PIZA, 2004). Sobretudo “O *Cruzeiro* seria a revista mais importante do Brasil por sua capacidade de falar a todo os tipos de público” (PIZA, 2004, p. 33, grifo do autor).

O próximo grande capítulo do jornalismo cultural brasileiro acontece nos anos 40 e vai até o começo dos anos 60. No jornal *Correio da Manhã*, notório então pelas suas seções de opinião, trabalharam Álvaro Lins e Otto Maria Carpeaux, dois críticos que “combinam o jornalismo e o enciclopedismo, aliando ainda visões políticas sensatas e apurado estilo ensaístico” (PIZA, 2004, p. 34), além de nomes notáveis da literatura brasileira como Graciliano Ramos e Carlos Drummond de Andrade (PIZA, 2004). No fim dos anos 50, o *Jornal do Brasil* estreou o Caderno B “o precursor do moderno jornalismo cultural brasileiro” (PIZA, 2004, p. 37), contando também com participações de importantes nomes da literatura brasileira como Clarice Lispector e Ferreira Gullar. Vários cadernos culturais surgiram e se tornaram importantes nos jornais brasileiros. Em 56, o Estado de São Paulo lança o Suplemento Literário, em 57, Paulo Francis se consagra como crítico de teatro no jornal *Diário Carioca* (PIZA, 2004). Porém, apenas nos anos 80 que a *Folha de São Paulo* e o Estado de São Paulo lançam cadernos voltados ao jornalismo cultural, a *Ilustrada* e o Caderno 2, respectivamente.

Os dois cadernos fizeram história dos anos 80 até o início dos anos 90, sintonizados com a efervescência cultural que a cidade vinha ganhando e com o espírito de abertura democrática no país (PIZA, 2004. p. 40)

Entretanto nos anos 90 começou o declínio do jornalismo cultural brasileiro com a diminuição da importância da opinião emitida pelos cadernos culturais e o aumento de publicação de agendas, entretanto na mesma época aconteceu a

inclusão de áreas além das chamadas sete artes³, com conteúdos de gastronomia, moda, etc. (PIZA, 2004).

Com as mídias de comunicação em massa, como o rádio e a televisão, o jornalismo cultural passa por uma crise de identidade, juntamente com o jornalismo como um todo, que vive com o questionamento de qual é seu papel no mundo nessa nova fase da comunicação. (PIZA, 2004).

Sobre a função do jornalismo cultural em meio ao crescimento da produção cultural (e de sua disseminação), Piza observa que:

O jornalismo, que faz parte dessa história de ampliação do acesso a produtos culturais, desprovidos de utilidade prática imediata, precisa saber observar esse mercado sem preconceitos ideológicos, sem parcialidade política. Por outro lado, como a função jornalística é selecionar aquilo que reporta (editar, hierarquizar, comentar, analisar), influir sobre os critérios de escolha dos leitores, fornecer elementos e argumentos para sua opinião, a imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as indústrias simbólicas e morais que o cidadão recebe (PIZA, 2004, p. 45).

Janotti Jr. e Nogueira (2010) apontam que antes de avaliar as obras culturais, o jornalista da área desempenha a função de selecionar o que é uma pauta cultural.

A base da crítica está em uma prática comum às teorias do jornalismo e da comunicação, que é a noção de *gatekeeper*. Antes de avaliar, criar reflexão ou orientar é função do jornalista de cultura selecionar o que merece ou não entrar como pauta nas revistas, jornais e sites (JANOTTI JR; NOGUEIRA, 2010, p. 4).

A crítica é, então, parte essencial do jornalismo cultural e, para todos os efeitos, o que dá forma para a sua função social: servir de curadoria para o que é, ou não, uma produção merecedora do tempo e da atenção do público. A partir disso, se consolida o jornalismo cultural de fato, o jornalismo cultural que exerce a sua função social. Para este trabalho, também se considera o que Janotti Jr. e Nogueira (2010) afirmam sobre o que é a crítica, qualificando-a como uma ferramenta julgadora das produções culturais capaz de:

³ As chamadas Sete Artes são literatura, teatro, pintura, escultura, música, arquitetura e cinema (PIZA, 2004).

[...] emitir opinião, aferindo valor a produtos culturais, através de critérios (implícitos ou explícitos), que acabam por posicionar tanto o objeto da crítica como aquele que julga no complexo jogo da cultura e comunicação contemporâneas (JANOTTI JR; NOGUEIRA, 2010, p.2).

Entretanto, o jornalismo cultural atravessa uma crise. Por exemplo, um problema é seu rebaixamento à mera agenda cultural, simplesmente fornecendo informações de datas de eventos, lançamentos, estreias e similares. Comentários sobre a qualidade de uma determinada produção depois de seu lançamento são raros segundo Piza (2004). Em síntese, muito se antecipa e se fala sobre os lançamentos e pouco é feito em relação à crítica e análise das obras depois que elas chegam ao público. Entende-se, com isso, que a pauta cultural restringe-se apenas ao lançamento e não abrange o produto em si. Nesse sentido, o trabalho de crítico e de curadoria do jornalista cultural raramente é feito de fato, o que mostra que o jornalismo cultural perdeu espaço e sua influência. Nos dias atuais, é pequeno o potencial que o jornalismo cultural tem sobre o que os leitores consomem quando comparado aos tempos dourados do estilo. Assim, Piza (2004) pontua: “Pequeno panorama histórico é suficiente para mostrar que grandes publicações e autores do passado têm hoje poucos equivalentes” (PIZA, 2004, p. 7).

Nos veículos privados, compreendemos que interesses financeiros também interferem nesse trabalho e podem inibir críticas negativas para as produções. Entretanto, isso também revela que são justamente os veículos públicos, sem fins lucrativos e sem a interferência de patrocinadores, que mais têm a oportunidade de abordar de forma crítica toda e qualquer produção cultural. O jornalismo cultural acaba se tornando mero entretenimento, deixando de lado o funcionamento como jornalismo de fato.

A estratégia por parte de veículos privados de dar espaço apenas para aquilo que já é popular é arriscado, segundo Ballerini (2016), pois, eventualmente, aquilo que é popular já não será mais novo e a audiência termina por se entender, escolhendo outra opção de programa para consumir. Entretanto, “há algo ainda mais perigoso em considerar o jornalismo cultural apenas entretenimento. A morte da crítica de arte,[...]” (BALLERINI, 2016, s.p.). O autor aponta que a crítica é considerada apenas como falar mal das produções culturais, e que isto é mal visto

pelas emissoras privadas, a TV Globo em especial. Nesse sentido, o autor diz que “falar mal”, ou a crítica, na verdade é:

[...] ir além do óbvio, refletir sobre sua própria existência, sobre as novidades e vanguardismos da arte, sobre suas oposições, ou mesmo explicitar uma obra que não acrescenta nada de novo. Se a TV prefere o termo “falar mal”, o jornalismo cultural prefere o termo “criticar” (BALLERINI, 2016, s.p)

Em uma análise mais otimista, nós vivemos em um tempo onde a própria produção da crítica não depende de grandes veículos, graças à internet. Na era das redes sociais e da produção musical intensa, a lógica da crítica musical também é alterada de modo que:

A internet favorece o contato direto entre quem produz/fornece música e quem está interessado em consumi-la, mas mesmo assim não o faz livre da opinião e filtro de processos de intermediação (JANOTTI JR; NOGUEIRA, 2010, p. 5).

Essa é uma realidade constante no cenário independente musical do país. O contato artista-consumidor é intenso a ponto de que foram realizadas turnês pelo país através de *posts* em mídias sociais. Os cariocas da “gorduratrans”⁴ e os mineiros da “Lupe de Lupe” viajaram, em ocasiões distintas, em turnês pelo nordeste após entrar em contato via internet com pessoas que ouviam suas músicas e tinham vontade de assistir a um show desses artistas. Existe uma grande rede virtual de contatos que se organizam para levar seus artistas preferidos a todos cantos do país, essas redes incluem produtores, fotógrafos, jornalistas (incluindo os culturais) e, é claro, músicos. Essas pessoas surgem como novidades “dentro de um mercado que se desenvolve à margem do discurso hegemônico, ocupam novos espaços e descobrem novos caminhos” (ROCK JOVEM, 2016,)

Uma das principais formas de organização de músicos e produtores independentes são as gravadoras. SHUKER (2001) trabalha o termo gravadora independente:

⁴ O nome da banda não se utiliza de caractere maiúsculo no início da palavra.

*Indies*⁵ são pequenas gravadoras que são independentes das grandes (pelo menos em termos de aquisição de artistas, gravação e publicidade), apesar de ainda serem dependentes das grandes para a distribuição (SHUKER, 2001, p. 144, tradução nossa).⁶

Esse cenário, porém, não se repete no Brasil. Aqui as gravadoras independentes não fazem contato com as gravadoras comerciais para a distribuição de seu material, pelo menos não em tempos recentes em que a internet possibilita a distribuição de forma autônoma. O independente tem também alcance no campo ideológico. Mais do que uma questão estrutural ou financeira, o independente surge como uma afirmação contra o controle das grandes gravadoras que, por vezes, impedem a liberdade criativa dos artistas.

A ideologia *Indie* percebe a música como crua e imediata, enquanto a música *mainstream*⁷ é processada e mediada pela 'super-produção'; bandas *indie* podem reproduzir a sua música em concertos e até aprimorá-las, enquanto bandas *mainstream* usam efeitos eletrônicos demais para reproduzir a sua música ao vivo (SHUKER, 2001, p. 144, tradução nossa).⁸

Portanto, o independente só se solidifica de fato como uma questão de ideologia, de identidade e autenticidade.

A Revista do Conselho Curador da EBC publicou, em sua primeira edição, lançada no primeiro semestre de 2013, uma reportagem intitulada “Caminhos da Produção Independente”. A professora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Dácia Ibiapina, afirma para a reportagem que não há um conceito definido para produção independente e os que existem são problemáticos. O conceito utilizado pela EBC é o que está descrito na lei que determinou a sua criação:

[...] conteúdo cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto

⁵ “Indie” é uma abreviação de “Independent”. Apesar do termo também ser utilizado para designar um estilo musical, o *indie rock* e suas vertentes, a sua origem é apenas como uma abreviação e o significado varia entre as duas possibilidades de acordo com o contexto.

⁶ No original: “*Indies are small record labels which are independent of the majors (at least in terms of the artist acquisition, recording, and promotion), though still reliant on a major for distribution*”.

⁷ *Mainstream* refere-se às produções dentro do fluxo principal da música, aquela que é popular, no sentido de ter uma grande audiência, e comercial.

⁸ Original do autor: “*Indie ideology views the music as raw and immediate, while mainstream music is processed and mediated by ‘overproduction’; indie bands can reproduce their music in concert and even improve upon it, while mainstream bands use too many electronic effects to reproduce their music live*”.

ou indireto, com empresas de serviço de radiodifusão de sons e imagens ou prestadoras de serviço de veiculação de conteúdo eletrônico (BRASIL, 2008, online).

Embora esta definição seja voltada para produções da área de radiofusão, ou seja, programas televisivos e radiofônicos, ela nos oferece uma base sob a qual trabalhar a produção musical independente. Acreditamos que podemos adequar o conceito para a produção musical. Se no audiovisual o conceito de independência é atrelado à relação da produção com uma empresa de serviço de radiofusão ou de prestadora de serviço de veiculação de conteúdo eletrônico, como diz a Lei da EBC, então adaptamos o conceito para a música da seguinte forma: a produção musical independente é aquela que não é atrelada a nenhuma das grandes gravadoras do país - que, não raro, são ligadas a grandes empresas, como a Som Livre, ligada ao grupo Globo, e a *Sony Music*, uma seção da multinacional *Sony Corporation*.

Entretanto, esse conceito se complica quando voltamos a falar de gravadoras que se denominam independentes. Alguns exemplos seriam a Balaclava Records, de São Paulo, a Bichano Records, do Rio de Janeiro, e a Umbaduba Records, de Porto Alegre. Essas gravadoras, porém, não são responsáveis por um grande giro de capital e frequentemente também não são responsáveis diretas pela produção e gravação dos discos, elas não possuem estúdio próprio ou o capital necessário para financiar grandes produções. Seu papel é muito mais voltado à divulgação e produção de apresentações para as bandas do que para a gravação do material em si – feita, muitas vezes, com dinheiro próprio das bandas ou em estúdios caseiros. Como exemplo, a já mencionada Bichano Records, quando lança uma banda se preocupa em levá-la para o máximo de pessoas possíveis através da internet, sendo as mídias sociais a grande ferramenta para tal (ROCK JOVEM, 2016).

Outro ponto necessário de se observar é o tipo de músicas produzidas por esses artistas e gravadoras independentes. Em sua maioria, esses artistas produzem músicas alternativas. A música alternativa deve, como o nome indica, ser aquilo que se distancia do que é comercial.

No âmago histórico da música alternativa estava uma estética que rejeitava a indústria da música comercial, e colocava ênfase no rock como arte ou

expressão ao invés de um produto a venda para o lucro econômico (SHUKER, 2004, p. 9, tradução nossa).⁹

Além disso, o alternativo também se refere a um gênero musical. No caso do rock, esse é um termo bastante amplo e usado de maneira bastante liberal e frequentemente intercambiável com o termo *indie* quando se fala de gêneros musicais (SHUKER, 2004).

Em uma rápida análise nas listas das músicas mais ouvidas na plataforma *Spotify*, serviço *online* de transmissão de músicas, por exemplo, logo se vê um padrão onde a maioria das músicas do *Brasil Top 50*¹⁰ são de Sertanejo Universitário, com algumas pouca exceções que variam entre o pop, pop-rock e até mesmo rap. As produções independentes viajam por inúmeras vertentes, incluindo estes gêneros que se mostram dominantes na música comercial. Isso não quer dizer, porém, que esses artistas também não busquem, em certa medida, sucesso comercial, mas fazem isso com a consciência de que seu trabalho não é um que atinge o grande público, seja por falta de verba para divulgação ou pelo próprio estilo ser algo que transite apenas nos espaços e públicos alternativos.

Portanto, definimos, finalmente, a produção musical independente como aquela que é realizada sem o apoio de grandes gravadoras detentoras de capital para não só a produção e gravação, mas também para a pós-produção, como divulgação em veículos de massa e similares. Além disso, observamos que essa produção é, sobretudo, de música alternativa, que fuja do fim comercial, mas que, caso atinja sucesso financeiro, também não deixa de se situar enquanto música alternativa. Entretanto, isso não é tudo:

Estar fora do fluxo principal - o mainstream - por vezes significava apenas gravar um gênero específico, como rock alternativo, que por sua vez seria embalado e vendido da mesma forma que grandes artistas, apenas direcionado para um nicho específico de público (NOGUEIRA, 2009, p.2).

⁹ No original: “*At the historical heart of alternative music was an aesthetic rejecting the commercial music industry, and placing an emphasis on rock music as art or expression rather than as a product for sale for economic profit*”.

¹⁰ O Top 50 é uma lista de músicas, organizada pela equipe do próprio *Spotify*, listando as 50 músicas mais ouvidas pelos usuários na última semana. Acesso em 21 de dezembro de 2016.

Como dito anteriormente, e reforçado por Nogueira, o alternativo e o independente não se restringem a uma questão de gênero ou de produção, mas uma questão de autenticidade e liberdade de criação. O financeiro é repensado como consequência, pois, em primeiro lugar vem a vontade de se produzir a música da maneira que se quer fazer. Por fim, Nogueira (2009) aponta que as bandas independentes também “encontraram um discurso de militância dentro de sua própria cadeia produtiva” (NOGUEIRA, 2009, p. 4).

Porém, o independente e o alternativo ainda devem ser separados enquanto conceitos. Mesmo partindo do princípio de que o independente se coloca como alternativa ao comercial e que, de fato, anda de mãos dadas com o alternativo, ambos precisam ser entendidas como duas coisas distintas. Shuker (2001) definiu o alternativo como gênero amplo, utilizado a partir dos anos 60 para músicas percebidas como “menos comerciais e *mainstream*, e mais autênticas e descompromissadas” (SHUKER, 2001, p. 8, tradução nossa)¹¹. Entretanto, com o tempo, o alternativo, enquanto gênero musical, foi ganhando espaço com o público e, eventualmente, apropriado pelas grandes gravadoras e assim:

[...] ser alternativo se caracterizava como uma postura de mercado porque as grandes gravadoras também exigiam a adequação de seus artistas com as tendências do que estava ou não vendendo e tocando nas rádios (NOGUEIRA, 2009).

Então, por mais que o independente seja alternativo, quando falamos de mercado nem sempre podemos colocar os dois juntos e, sendo assim, são dois conceitos distintos e que devem ser entendidos de maneiras diferentes.

¹¹Original do autor: “*less commercial and mainstream, and more authentic and ‘uncompromising’*”

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 O OBJETO DE PESQUISA

O “Radar” é um programa transmitido ao vivo de segunda a sexta-feira no canal TVE-RS das 18h30min até às 19h e reprisado às 00h30min. O tempo de produção do programa é, aproximadamente, entre 24 e 27 minutos. O Radar estreou em 11 de maio de 1992 e atualmente é apresentado pelo músico e produtor cultural Cristiano Sassá (Figura 1) (RADAR, 2016). Quanto ao sinal da emissora, este é aberto e pode ser sintonizado através de antena analógica, pelo sinal digital e via satélite em diversas regiões do Rio Grande do Sul. A emissora também é acessível através de operadoras a cabo (TVE, 2016). Em Santa Maria, a TVE é acessível através de antena analógica no canal 8 (recomenda-se apontar a antena para o Morro da Caturrita), pelo canal 3 da operadora de TV a cabo NET e no canal 7.1 em televisores compatíveis com o sinal digital (TVE, 2016). Além disso, a programação também é exibida 24 horas por dia via internet (TVE, 2016).

O Radar se classifica na categoria de Entretenimento¹² e dentro do gênero Revista (ARONCHI DE SOUZA, 2004). Os programas do tipo revista se utilizam da linguagem do “infortenimento”: “a informação unida ao entretenimento [...] A notícia torna-se espetáculo e faz parte de uma espécie de *show* de informações” (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 130, grifo do autor). No que diz respeito à estrutura:

Um ou dois apresentadores tem sido a fórmula mais utilizada nas revistas eletrônicas [...] normalmente formatado como um telejornal, com reportagens, prestação de serviços, entrevistas, comentaristas e, para descontrair, artes, espetáculos e lazer (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 130).

O Radar, ao contrário do que se poderia pensar em um primeiro momento, não se encaixa no gênero Música, pois este faz referência aos festivais musicais, um formato que foi bastante utilizado na televisão brasileira nas décadas de 60 e 70, e que caiu em desuso com o tempo. Em relação ao gênero Revista, este é norteado

¹² Aronchi de Souza (2004) categorizou os programas televisivos em cinco categorias - Entretenimento, Informação, Educação, Publicidade e Outros - cada uma dividida em várias subcategorias, chamadas de gêneros.

pelo programa Fantástico da Rede Globo por conseguir manter a audiência há décadas (ARONCHI DE SOUZA, 2004). Ainda sobre o gênero Revista, Aronchi de Souza (2004, p. 129) pontua que ele é uma tentativa em “desenvolver um programa com tudo que existe de formatos” e ressalta que isso é, na verdade, perigoso, pois o telespectador pode ficar confuso por não conseguir identificar o que é exatamente o programa que está assistindo e, então, trocar de canal,(ARONCHI DE SOUZA, 2004).

Figura 1 - Cristiano Sassá, apresentador do programa Radar



Fonte: Reprodução Radar, 13/06/2016

A equipe do programa conta, além de apresentador e equipe técnica, como operadores de câmera e de mesa de corte, com três produtores executivos e dois repórteres.

O programa convida, em cada edição, uma banda diferente que vai ao estúdio, localizado em Porto Alegre, apresentar o seu trabalho e também ser entrevistada pelo apresentador (Figura 2). No estúdio, além da banda convidada, também acontecem outras entrevistas ao vivo - que, para os fins deste trabalho, serão consideradas entrevistas secundárias - geralmente com produtores culturais que estejam organizando algum evento na cidade, e, por vezes, também com músicos de passagem na cidade, mas, no caso destes músicos, geralmente estas

entrevistas visam apenas divulgação de um show ou evento específico, sem focar no artista em si.

Figura 2 - O músico Nei Lisboa sendo entrevistado por Cristiano Sassá



Fonte: Reprodução Radar, 07/07/2016

Durante o programa, também são exibidas reportagens sobre eventos culturais na cidade, incluindo oficinas - como, por exemplo, de fotografia, técnica circense, produção de roteiros audiovisuais, entre outros - mutirões de caridade, festivais diversos, sendo que a temática das reportagens é sempre muito próxima à das entrevistas no estúdio. O programa também conta, na maioria das edições, com uma trilha sonora. Essa trilha varia, podendo ser um disco célebre em seu aniversário de lançamento, algum disco que seja relevante ao momento pelo contexto - como a morte de algum artista, ou seu aniversário de lançamento, por exemplo - mas, geralmente, é o trabalho mais recente dos artistas convidados.

Além das participações ao vivo no estúdio, o Radar conta com quadros gravados sobre música ou temas culturais. A “Agenda” expõe a agenda cultural de Porto Alegre e região para os dias seguintes, com apresentação de shows, espetáculos de dança e teatro. O “Dica do Radar” apresenta sugestões de pessoas

do cenário cultural porto-alegrense sobre uma variedade de assuntos, como jogos de *videogame*, filmes, livros, entre outros. O “5eleção” é uma lista com cinco itens de temática variada, muito parecida com o “Dica do Radar”, porém, frequentemente, é organizado pela própria equipe do programa. O quadro “Antenado” cobre as últimas novidades do mundo da música, com lançamentos de videoclipes, por exemplo. A “Discoteca Sentimental” trata sobre discos que marcaram a vida e carreira de artistas da cena local. Por último, temos o “Radar Apresenta”, voltado a apresentar novas bandas de qualquer lugar do país.

O programa não tem uma ordem específica das atrações em todas as edições. No entanto, o programa geralmente inicia com música da banda que está no estúdio ou com uma escalada¹³ seguida da apresentação da banda. Porém, a partir disso, não existe nenhum padrão seguido pelo programa. Pode ser tanto a continuidade da participação da banda, com a entrevista, como uma reportagem, uma entrevista secundária, um dos quadros do programa, etc. O mesmo vale para toda a sequência do programa, com nenhuma ordem específica das atrações da edição.

O programa tem a participação - ainda que tímida - dos telespectadores através das redes sociais *Twitter* (twitter.com/RadarTVE) e *Facebook* (facebook.com/RadarTVE), que enviam mensagens para as bandas que estão no estúdio. As mensagens são então reproduzidas na tela (Figura 3) para o telespectador e lidas pelo apresentador para os convidados no estúdio. As mensagens variam entre perguntas, observações e elogios às bandas e ao programa como um todo.

Para o trabalho nos focamos apenas nas apresentações das bandas e não no programa como um todo pois

¹³ A escalada é utilizada especialmente pelos telejornais. Consiste em apresentar as principais notícias (ou atrações) em forma de manchetes (SIQUEIRA; VIZEU, 2014) com a intenção de despertar a atenção dos telespectadores e manter a audiência.

Figura 3 – Telespectadores participam do programa via redes sociais



Fonte: Reprodução Programa Radar, 18/07/2016

Todos os programas são posteriormente postados no canal de vídeos da TVE-RS na plataforma *YouTube* ([YouTube.com/tvepublicars](https://www.youtube.com/tvepublicars)). Entretanto, alguns programas são removidos automaticamente da plataforma por reivindicações de direitos autorais.¹⁴

3.2 O CORPUS DE ANÁLISE

Para a pesquisa foram selecionados os programas exibidos durante os meses de junho, julho e agosto de 2016 e disponibilizados no canal de vídeos da TVE-RS no Youtube, totalizando 57 edições (Quadro 2).

¹⁴ Esta informação foi confirmada pela equipe do programa através de mensagens no Facebook ao responderem sobre a ausência de determinadas edições no YouTube.

Quadro 2 – Edições do programa Radar disponibilizadas no Youtube nos meses de junho, julho e agosto de 2016:

Mês de exibição	Data de Exibição	Número de Edições
Junho	2, 3, 6, 7, 9, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 24, 28, 29, 30	19
Julho	1, 4, 5, 6, 7, 8, 12, 13, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 25, 26, 27, 28, 29	19
Agosto	1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 25, 26	19
Total		57

Fonte: elaboração do autor

Foi feito o *download* de todos os programas para a seleção do *corpus* de análise¹⁵ composto pela participação ao vivo de 57 bandas (Quadro 3). Os quadros, entrevistas secundárias e reportagens não integram a análise. Esse período foi escolhido por acreditarmos ser grande o bastante para verificarmos os padrões do programa e pois as edições já estavam disponíveis *online* para consultarmos livremente.

Quadro 3 – *Corpus* de análise

(continua)

Data de exibição	Banda convidada	Data de exibição	Banda convidada
02/06/2016	Cartolas	19/07/2016	General BoniMores

¹⁵ Utilizamos o termo *corpus* e não amostra, uma vez que não tivemos a intenção de garantir a representatividade do universo em estudo (HERSCOVITZ, 2010).

03/06/2016	Draco	20/07/2016	Trio Mandê
06/06/2016	Carmen Corrêa	21/07/2016	Terminal 470
07/06/2016	Flores Por Favores	22/07/2016	Naddo Entre Gigantes
09/06/2016	DeFalla	25/07/2016	Acústico Reggae
10/06/2016	Be Livin	26/07/2016	Os Horácios
13/06/2016	3D	27/07/2016	Alexandre França
14/06/2016	Moldragon	28/07/2016	Stereosound
15/06/2016	Saulo Fietz	29/07/2016	Preserve Reggae
16/06/2016	Good Samaritans	01/08/2016	Infuria
17/06/2016	Arrasa Quarterão	02/08/2016	Walverdes
20/06/2016	Poty Burch	03/08/2016	Negroide MC
21/06/2016	Adriano Trindade	04/08/2016	Os Flutuantes
22/06/2016	DJ Jorge Cuts	05/08/2016	Rosa de Vênus
23/06/2016	Cão Sem Dono	08/08/2016	SuperAntis
24/06/2016	Hibria	09/08/2016	Revolution
28/06/2016	Electric Fire	11/08/2016	Trombone de Frutas
29/06/2016	DJ CoraZonDeLLoco	12/08/2016	Love Chaleira
30/06/2016	Chimarruts	15/08/2016	Vivendo do Ócio
01/07/2016	Pablo Dias e a Goiabanda	16/08/2016	Tielo
04/07/2016	Missing Takes	17/08/2016	Histórias do Rock
05/07/2016	Hierofantes de Marte	18/08/2016	Vírgula
06/07/2016	Doris Encrenqueira	19/08/2016	The Dirty Coal Train
07/07/2016	Nei Lisboa	22/08/2016	RevoluSol
08/07/2016	Faichecleres	23/08/2016	Hempadura
12/07/2016	Roadhouse Band	24/08/2016	NEC
13/07/2016	Moby Dick	25/08/2016	Scelerata
15/07/2016	Bleach	26/08/2016	Trem Imperial
18/07/2016	Gritos de Paz		

Fonte: elaboração do autor

3.3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

A metodologia de pesquisa escolhida para o trabalho é a análise de conteúdo. Bardin (1979, p. 31) define-a como “[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações”, ou seja, para atingir o resultado, a análise de conteúdo se utiliza de várias ferramentas.

O autor explica que a análise de conteúdo ocorre em três fases. A primeira é a **pré-análise**, “fase da organização propriamente dita. [...] tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais” (BARDIN, 1979, p. 95). Esta pré-análise é também dividida em etapas, a fim de organizar a pesquisa e preparar a base sobre a qual ela será feita.

Geralmente, esta primeira fase possui três missões: a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final (BARDIN, 1979, p. 95).

Os documentos escolhidos, no nosso caso, são todas as edições do programa Radar exibidas entre os dias primeiro de junho e 31 de agosto de 2016 e disponibilizadas no canal de vídeos da TVE-RS no Youtube.

Para a análise, elencamos seis indicadores:

a) o primeiro indicador é o **tempo** total de música destinado para as bandas. Com isso, buscamos identificar o espaço do programa voltado exclusivamente para o trabalho do artista no estúdio;

b) o segundo indicador é a **procedência** da banda, a fim de identificar as cidades e regiões do estado que participam do espaço musical do programa Radar;

c) o **motivo** da participação será avaliado como forma de identificar os critérios de escolha das bandas que participam do programa;

d) os **gêneros musicais** das bandas serão usados como indicador da diversidade musical do programa e;

e) avaliando a **autoria** das composições buscamos identificar se as músicas apresentadas são autorais ou *cover*¹⁶ e;

¹⁶ Bandas *cover* são aquelas que não tocam músicas próprias, mas sim músicas de outros artistas, geralmente consagrados, seja numa versão que pretende ser idêntica à original ou em releituras das composições. Estas bandas geralmente são também independentes. Não-raro são grupos em início de carreira que se utilizam do *cover* como forma de arrecadar fundos, visto que tocam músicas conhecidas,

f) a **forma de inserção no mercado** é o último item indicador que elencamos. Com isso, buscamos identificar se as bandas presentes no estúdio são independentes ou comerciais.

Após essa fase quantitativa, partiremos para uma etapa qualitativa através da análise das entrevistas. Aqui, o objetivo é saber se as entrevistas servem para que o telespectador tenha, de fato, as ferramentas necessárias para desenvolver uma visão crítica da produção dos convidados.

A segunda fase da análise de conteúdo é a **exploração do material**, em outras palavras, corresponde justamente a fase da análise em si que “[...] não é mais do que a administração sistemática das decisões tomadas.” (BARDIN, 1977, p. 101). Em suma, essa fase consiste em se debruçar sobre o material selecionado e, a partir disso, recolher todas as informações categorizadas na fase da pré-análise. Para este trabalho será necessário assistir as edições escolhidas do Radar para extrair deles todas as informações que a pré-análise determinou como necessária, além de qualquer informação inesperada que parece ser relevante. É um processo, antes de tudo, mecânico.

Quer se trate de procedimentos aplicados manualmente ou de operações aplicadas pelo ordenador, o decorrer do programa completa-se mecanicamente (BARDIN, 1977, p. 101)

Por último acontece a **interpretação e tratamento dos resultados obtidos**. Nessa fase que se trabalha com os dados coletados a fim de conseguir inferir as informações necessárias para alcançar o objetivo da pesquisa.

O analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos, ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas (BARDIN, 1979, p. 101).

É aqui onde se verifica as respostas para os questionamentos levantados na pré-análise. Para o nosso trabalho será necessário um levantamento quantitativo e qualitativo das informações extraídas na análise do material. Na análise quantitativa, por exemplo, será necessário registrar quantos gêneros musicais, e quantas cidades de origem diferentes se fizeram presentes nas edições analisadas do Radar, a

o que garante um público maior. Porém grupos *cover* com a finalidade de ser apenas um grupo *cover* também são bastante comuns.

média do tempo que as bandas tocaram no programa, juntamente com a média de duração das edições, qual o percentual das bandas que se apresentaram são autorais e o percentual de grupos independentes. Já a análise qualitativa diz respeito às entrevistas, que, para serem consideradas aprofundadas, deverão ter um aspecto crítico à obra da banda. Para que fique claro, neste contexto, crítico não quer dizer necessariamente que se falará mal do que está sendo apresentado, mas sim que a entrevista questione o trabalho do ponto de vista crítico, ou seja, que se faça uma avaliação da obra em si, para além de, por exemplo, o processo de criação das produções apresentadas. A crítica pode ser definida como:

Criticar é pôr a obra em crise. E pôr em crise a relação da obra com outras obras. A relação do autor com a obra. A relação do espectador com a obra. A relação do crítico com a obra. E criar em torno de uma obra uma rede de palavras incertas, inseguras, hipotéticas, sem a menor esperança nem o menor desejo de chegar ao certo ou a qualquer verdade ou conclusão. Mas com a esperança e o desejo de que essa constelação possa detonar significações potenciais na obra e nas suas relações múltiplas. E sem o menor desejo de convencer, nem o diretor, nem o espectador. Mas problematizar.(BERNADET, apud BALLERINI, 2016, s.p)

Além disso, sobre a função da crítica, Piza(2004) afirma que é a de “formar o leitor, fazê-lo pensar em coisas que não tinha pensado(ou que não tinha pensado naqueles termos), além de lhe dar informações”(PIZA, 2004, p. 77).

Para além da análise de conteúdo também entramos em contato com a produção do Radar através de sua página do *Facebook* e fizemos alguns questionamentos acerca da produção do programa, formulados a partir das observações resultantes da própria análise de conteúdo. A partir das nossas análises formulamos possíveis teses que responderiam estes questionamentos, portanto precisávamos comprovar, ou descomprovar, essas teses para tecer as conclusões da maneira mais precisa possível. Perguntamos à respeito do tempo dado para as bandas, a presença de bandas do interior do estado e sobre o critério de seleção para participação das bandas.

4 O RADAR TVE E O CENÁRIO MUSICAL INDEPENDENTE GAÚCHO

Utilizando-se dos indicadores apontados no capítulo anterior, avaliaremos a participação do Radar no cenário musical independente gaúcho. Mais especificamente, buscaremos avaliar se o Radar cumpre o papel de promover a cultura regional e a produção musical independente, e se o jornalismo cultural praticado pelo programa atinge a profundidade proposta por Piza (2004). Além disso, entramos em contato com a produção do programa através de sua página no *Facebook* para obter respostas de algumas dúvidas que surgiram durante a análise. O autor das respostas não se identificou nominalmente e, portanto, nos referiremos a este apenas como o próprio programa, ou seja, o Radar.

No total, foram analisadas 57 edições do programa, exibidas nos meses de junho, julho e agosto de 2016. Sendo 19 programas em junho, 19 em julho e outros 19 em agosto.

A média de tempo de produção dos programas analisados variou entre 26 e 28 minutos (53 programas). Apenas quatro programas ultrapassaram esta duração, porém nenhum ultrapassou os 30 minutos. Três dos programas analisados, apesar de acessíveis via internet, estavam defeituosos (24 de junho, 1º e 15 de julho). Estes programas se encerram durante a fala do apresentador, ou acontecem cortes e repetições sem motivos aparentes. Considerando que alguns programas tiveram algumas partes removidas, que pelo contexto deduzimos serem videoclipes, provavelmente a fim de evitar a remoção do vídeo do *YouTube*, é possível que estes defeitos tenham sido falhas na hora destes cortes.

No que diz respeito ao **tempo** destinado para as bandas apresentarem as suas músicas, no período analisado o indicador variou entre 7 e 11 minutos para a maior parte dos grupos convidados. Com um tempo de produção entre 26 e 28 minutos, o programa tem, no geral, um pouco mais de um terço do espaço dedicado apenas às músicas ao vivo das bandas convidadas. Dentre as 57 apresentações, cinco bandas tiveram 12 minutos ou mais de apresentação e seis ficaram abaixo dos 7 minutos (ver Tabela 1). Dois desses artistas eram de música eletrônica sem vocais, e outro de *Punk Rock*, gênero conhecido por ter músicas geralmente curtas. Dos últimos dois, um era uma banda cover, cujo programa no *YouTube* estava defeituoso, faltando a parte final em que, possivelmente, tocavam mais uma música.

O último artista abaixo dos 7 minutos foi Nei Lisboa, no dia 7 de julho, sem um motivo aparente por esse tempo menor.

Tabela 1 – Tempo destinado para a apresentação de bandas no programa Radar nos meses de junho, julho e agosto de 2016:

Tempo	Nº de Bandas	Valor Percentual
Menos de 7'	6	10,5
Entre 7' e 8'59''	10	17,5
De 9' a 10'59''	28	49,2
Igual ou maior à 11'	13	22,8
Total	57	100

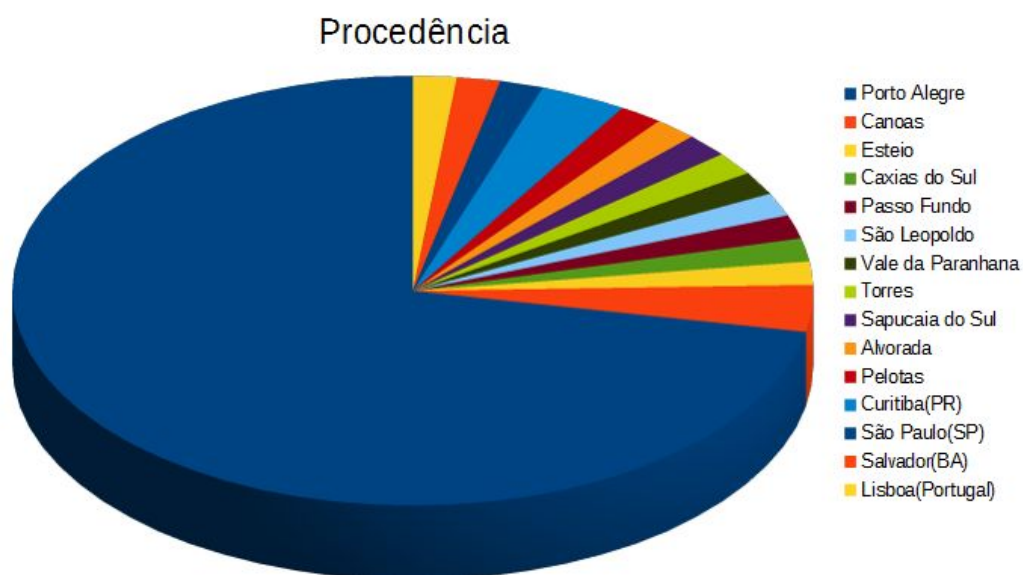
Fonte: Elaboração do autor

Nota-se, portanto, que no geral as bandas ficam na faixa de tempo entre os 9 minutos e os 10 minutos e 59 segundos de tempo de execução de músicas. Esta faixa por si só representa quase metade do total dos programas exibidos. Presume-se que esta seja a duração estimada pela produção e repassada para as bandas, que escolhem as músicas que irão apresentar de modo que se encaixem nesse tempo. Porém, observa-se também que o tempo disponível é bastante flexível, como apresentado na tabela. O que se infere disto é que o programa tenta manter as bandas com aproximadamente o mesmo tempo de apresentação e, portanto, com a mesma exposição para os seus trabalhos. Porém, o programa também é aberto à exceções, dando um espaço maior do que o previsto sem nenhum ônus aparente para os grupos, as entrevistas são conduzidas da mesma forma, as redes sociais divulgadas normalmente, ou seja, o tratamento dado não é diferente. Em mensagens trocadas com a produção do programa através do *Facebook* eles afirmam que, no geral, pedem três músicas para as bandas convidadas. Entretanto, essa regra é flexível. Se as bandas têm músicas muito longas, ou se a banda foi ao programa para o lançamento de um clipe, então apenas duas são apresentadas ao vivo durante aquela edição do Radar. No caso do

lançamento do videoclipe, uma das músicas é substituída pela exibição deste. A produção também afirma que, em certos casos, quando as outras atrações do programa, como entrevistas e reportagens, forem maiores que a média, o número de músicas executadas pela banda convidada pode ser reduzida¹⁷.

Quanto à **procedência**, das 57 bandas que se apresentaram no Radar no período analisado, 42 eram de Porto Alegre e seis eram de cidades da região metropolitana da capital. Apenas cinco grupos eram de fora do Rio Grande do Sul, sendo um deles estrangeiro, vindo de Portugal. As outras quatro eram de Curitiba/PR - com duas bandas representando a cidade - São Paulo, capital, e Salvador, na Bahia. As outras cidades que tiveram representantes no programa foram Passo Fundo, Caxias do Sul, e Pelotas. Houve também uma banda que se identificava como procedente da região do Vale do Paranhana, região ao nordeste de Porto Alegre (ver Figura 4).

Figura 4 – Distribuição das bandas do programa Radar nos meses de junho, julho e agosto de 2016 por procedência:



Fonte: Elaboração do autor

¹⁷ RADAR TVE. **Questionamentos acerca da produção do programa Radar.**[mensagem pessoal]. Recebida por Gustavo Martinez em 18 nov.

Os dados mostram que a maioria dos grupos era de Porto Alegre, cidade sede da TVE-RS, ou de cidades muito próximas. É clara a questão de falta de pluralidade neste aspecto. Entendemos que os motivos, provavelmente, se dão por uma questão financeira. O orçamento da TVE, como mencionado anteriormente, é parco, portanto, o deslocamento de grupos de outras cidades teria de ser custeado pela própria banda. Um investimento desses nem sempre está dentro do possível para bandas independentes, especialmente aquelas em início de carreira. Além disso, o programa é transmitido ao vivo no fim da tarde, ou seja, dependendo da cidade de origem do grupo é necessário um dia inteiro de viagem para chegar a Porto Alegre no horário do programa. Fato que se torna problemático ao levarmos em conta que a maior parte das bandas independentes não consegue manter financeiramente os seus integrantes apenas com o trabalho feito pelo grupo. A produção do Radar confirmou a tese. Ressaltando também a questão da dificuldade das bandas de conseguir transporte não só para seus integrantes, mas também para os equipamentos. Todavia, a produção aponta uma falha própria: as bandas do interior precisam de uma antecedência maior em seus convites, justamente pelos motivos apontados anteriormente, e, devido a mudanças na equipe que ocorreram este ano, esta antecedência nem sempre é possível. Porém, a equipe afirmou estar trabalhando para ajustar esta falha. De qualquer forma, a produção do programa também apontou que, de fato, a maior parte das bandas que procura o programa em busca de espaço para divulgação é de Porto Alegre e região metropolitana. Isso nos indica que o alcance do Radar é limitado¹⁸. De forma geral, apenas os músicos geograficamente próximos ao programa enxergam valor nele e o consideram uma divulgação valiosa. Claro, como apontado, o deslocamento a Porto Alegre é custoso para bandas do interior e as mesmas têm de avaliar se o gasto equivale à divulgação que a participação confere. Entretanto, entendemos que a falta de bandas do interior pode afetar a audiência do programa em outras regiões do estado e, sem audiência, cada vez menos bandas de cidades fora da região metropolitana irão investir nesse tipo de divulgação. Nesse sentido, reafirmamos a importância das emissoras públicas em promover o conteúdo regional, que no caso da TVE-RS, uma

¹⁸ RADAR TVE. **Questionamentos acerca da produção do programa Radar.**[mensagem pessoal]. Recebida por Gustavo Martinez em 18 nov.

emissora mantida pelo governo do Estado e, portanto, pelos contribuintes de todo o Rio Grande do Sul, não pode se limitar apenas a Porto Alegre e a região metropolitana.

Entendemos, ainda, que há outras formas de divulgar o trabalho de bandas do interior do estado. Durante os programas analisados houve, pelo menos, uma entrevista secundária realizada via internet, através do programa *Skype*¹⁹, o que poderia ser utilizado de maneira mais recorrente como alternativa para entrevistar estes grupos impossibilitados de comparecerem ao programa. Outra opção seria a exibição de videocliques desses conjuntos juntamente com a divulgação nas redes sociais. Com a maior popularização de câmeras de vídeos de boa qualidade, inclusive em celulares, as próprias bandas poderiam ser incentivadas a gravar e enviar, via internet, um vídeo para a produção do programa reproduzir durante a exibição, apresentando a banda seguida de uma música do grupo.

Quanto às bandas que se fizeram presentes no programa, não houve nenhum caso de um grupo comparecer mais de uma vez ao Radar no período analisado. Entretanto, em mais de uma vez as bandas e/ou o apresentador comentaram sobre o grupo estar voltando ao programa ou ainda alguns integrantes específicos das bandas que atuam em mais de um conjunto e foram ao programa representando outro grupo. O fato mais importante que esta ausência de repetição de bandas revela é que o programa não tem “bandas de estimação”, ou seja, não existem preferências por uma ou outra banda específica, ainda que, eventualmente as participações se repitam. Ainda assim, as eventuais repetições não se mostram um problema por serem claramente bastante espaçadas, visto que num período de três meses não houve nenhuma, e soam até mesmo naturais, pois é claro que nenhuma região consegue produzir uma quantidade infindável de bandas.

No que diz respeito aos **gêneros musicais**, identificamos que 15 gêneros diferentes passaram pelo palco do programa nesses três meses. Os gêneros incluem o Rock, Pop Rock, Indie Rock, Punk Rock, Hard Rock, Samba Rock,

¹⁹ *Software* para computadores que permite duas ou mais pessoas conversarem via texto, áudio e vídeo ao vivo.

Hardcore, Heavy Metal, Britpop²⁰, Reggae, Eletrônica, Rap, Música Africana²¹, Música Popular Brasileira (MPB) e Ska²². Para fazer essa identificação, quando não anunciados pela banda e nem pelo apresentador durante o programa, consultamos as páginas oficiais das bandas, como o site oficial do grupo ou as redes sociais. A maioria das bandas presentes, um total de 22, se classificou como Rock apenas, não incluindo nenhum subgênero. Reggae e MPB empatam na segunda posição, com cinco bandas cada uma. Heavy Metal, Punk Rock, e Pop Rock contam com três bandas cada. O Indie Rock e a Eletrônica somam duas para cada. Todos os outros gêneros tem um artista representante para cada um (ver Figura 5).

No Rio Grande do Sul, é comum ouvirmos a definição Rock Gaúcho. Essa definição é, por vezes, usada como um amplo gênero musical englobando diversas bandas, como “Engenheiros do Hawaii”, “TNT”, “Os Cascavelletes”, entre outras. Enquanto gênero é um conceito amplo, pois estas bandas têm estilos bem diferentes entre si e, ainda assim, são colocadas dentro da mesma categoria. Porém, também é utilizado apenas para indicar bandas de Rock oriundas do Rio Grande do Sul. Segundo BORBA (2001), 1985 foi o grande ano para o Rock Gaúcho com a realização da primeira edição do Festival do Rock Unificado.

Dez mil pessoas no Gigantinho consagram as dez bandas mais destacadas daquele efervescente movimento. Interessada no novo rock gaúcho, a gravadora BMG-Ariola, uma das maiores da indústria fonográfica, manda um “olheiro para o show”. Nesta noite saem contratados: Replicantes, Engenheiros do Hawaii, Garotos da Rua e TNT. O De Falla, apesar de estar fora do show, também entra na lista. (BORBA, 2001. p 48)

Não surpreendentemente, a ideia de Rock Gaúcho é oriunda do sentimento bairrista dos próprios gaúchos, porém, em todas as bandas analisadas, nenhuma se identificava como Rock Gaúcho. O caso a parte é do músico “Tielo”, que se apresentou no dia 16 de agosto. Ele se intitula como “Britpoa”: Rock britânico com

²⁰ “O rótulo amplamente aplicado à bandas de pop/rock britânicas baseada em guitarras dos anos 1990, inicialmente pela imprensa do Reino Unido, com uma estética distintamente britânica” (SHUKER, 2004, p. 33). Esse é um caso específico que será discutido mais adiante.

²¹ Neste caso estamos utilizando um rótulo genérico, uma vez que a banda não especificou nem no programa, nem nos seus perfis em redes sociais, de maneira mais específica. Além de não termos conhecimento o bastante sobre a música africana como um todo para poder delimitar o estilo do grupo, apenas que o gênero é oriundo da África, como deixado claro pela própria banda.

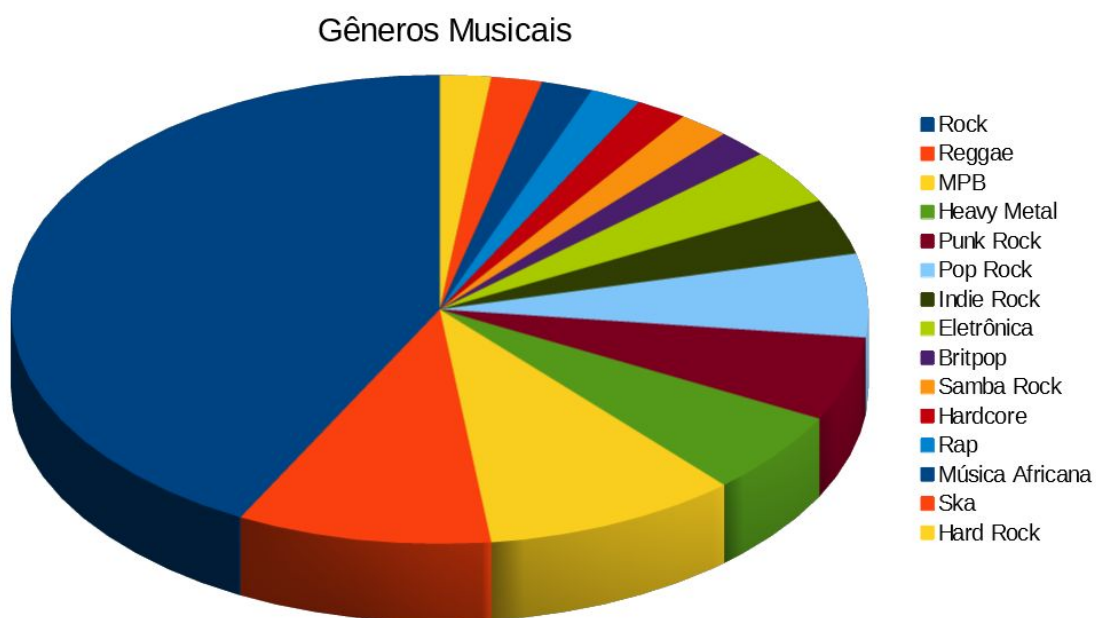
²² “[...] quando músicos jamaicanos combinaram música do folclore indígena com jazz, ritmos caribenhos e africanos, e o R&B de Nova Orleans. O híbrido resultante foi o Ska” (SHUKER, 2004, p. 228)

sotaque porto alegreense. Ou seja, uma mistura entre o Britpop e o Rock Gaúcho. Mesmo a banda DeFalla, citada por Borba, e que se fez presente no Radar no período analisado, não se categoriza como Rock Gaúcho. Inclusive, a banda é conhecida justamente por estar sempre se reinventando:

As mutações do De Falla sempre foram bem recebidas por uma parte da crítica musical, mas podem ter afastado a banda de um público mais numeroso. Quando a música *It's Fuckin...* era um sucesso de execução em rádio, em 1988, 1989, o De Falla fez um show no Teatro Presidente, lotado, com as pessoas ávidas para assistir àquela banda tão falada e que já tinha vários hits radiofônicos. Rocks e baladas escracho pornô. A surpresa foi total quando a banda pisou no palco fazendo hard rock, lembrando Guns'n roses e Motley Crüe até no visual. A banda foi pela contramão e quem não conhecia muito bem o De Falla saiu sem entender nada. (BORBA, 2001. p. 54).

Portanto, entende-se que Rock Gaúcho, no fim das contas, fala muito mais de uma regionalidade apenas, do que um estilo musical em si. Afinal, se mesmo uma banda cuja grande característica é justamente a de não se ater a um gênero específico é referência na história do Rock Gaúcho então este é um conceito que transcende gêneros e se firma forte na regionalidade.

Figura 5 – Distribuição das bandas do programa Radar nos meses de junho, julho e agosto de 2016 por gênero musical:



Fonte: Elaboração do autor

Dito isso, a pluralidade se faz presente no programa, pelo menos no que diz respeito aos gêneros musicais. A grande maioria eram bandas de Rock, entretanto, o programa pareceu não hesitar ao convidar bandas de gêneros diferentes. Isso faz crer que talvez o cenário musical independente mais proeminente em Porto Alegre seja justamente o de Rock, ou ainda que, por verem vários grupos de Rock participando do programa, as outras bandas do mesmo gênero se sentem mais à vontade de entrar em contato com a produção do programa para participar. As diferentes vertentes do Rock que aparecem no gráfico, juntamente com a própria denominação de Rock se deu pois registramos os gêneros musicais que as bandas em si se identificavam, o que inclui um grande número de bandas que se identificavam apenas como Rock e não necessariamente como uma de suas vertentes.

Quanto à **forma de inserção no mercado**, identificamos que todos os grupos que compareceram ao Radar nestes três meses se encaixam na categoria de músicos independentes. A maioria também apresentou músicas autorais. As exceções foram bandas *cover* que participaram da Semana do Rock, as três sendo bandas exclusivamente de *covers*. A quarta banda é, na verdade, um projeto musical chamado “Histórias do Rock” que, na ocasião, revisitou músicas clássicas do Rock Gaúcho interpretadas por vocalistas mulheres. Resgatam-se aqui de nossa teoria as afirmações da Lei da EBC (BRASIL, 2008), que destacam a importância da divulgação de conteúdo independente. Ainda que a lei refira-se muito mais a produção audiovisual, como filmes e curtas-metragens, a presença da produção musical também não pode ser ignorada e destaca-se a excelência do Radar em priorizar as produções independentes.

O **motivo** mais comum para a presença das bandas no estúdio do programa Radar foram lançamentos. Entre lançamentos de *singles*, compactos²³, discos e

²³ *Singles* e compactos eram originalmente discos de vinil de proporções específicas com poucas faixas, com *singles* contendo duas faixas e compactos com quatro (SHUKER, 2001). Atualmente, com o advento dos formatos digitais, *singles* costumam ser apenas uma música lançada na internet, normalmente para promover o lançamento próximo de um disco completo, por vezes acompanhado de um videoclipe. Já os compactos são lançamentos com menos músicas que um disco tradicional, normalmente feitos por uma questão financeira, ou seja, a banda não dispunha do capital necessário para a gravação de um disco completo.

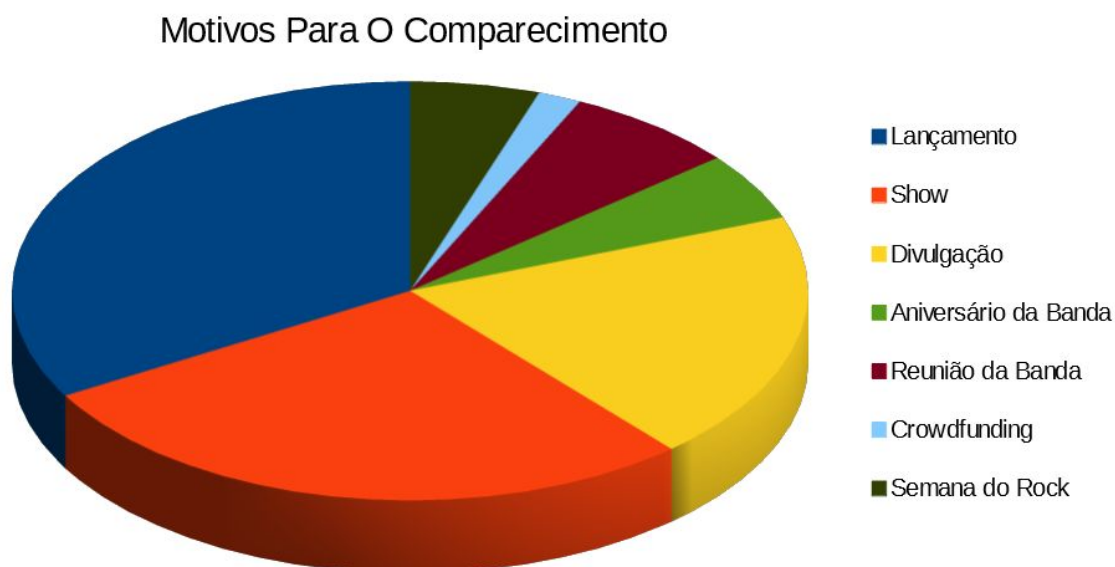
clipes, foram 18 bandas no estúdio para divulgar seus trabalhos recém lançados. Retomamos então a observação de Piza (2004), que fala justamente sobre o jornalismo cultural ser relegado meramente à agenda, sem nunca tocar no assunto da qualidade dos shows ou apresentar uma visão crítica dos trabalhos apresentados no palco. O segundo motivo mais comum para a aparição das bandas foram *shows* próximos. Um total de 16 das 57 bandas convidadas nesse período compareceu ao programa para divulgar um show ou turnê próximos. Um caso a parte foi a banda “Vivendo do Ócio”, que foi ao programa no dia 15 de agosto, uma segunda-feira, poucos dias após ter se apresentado em Porto Alegre, no fim de semana anterior, contrariando a movimentação de todas as outras bandas que foram ao programa antes de suas apresentações. Três bandas compareceram ao estúdio comemorando aniversário de sua fundação, duas para divulgar o retorno da banda à atividade e apenas uma para publicizar seu processo de financiamento coletivo para a gravação de um novo trabalho. Curiosamente, duas bandas compareceram para falar de seus novos discos que não eram nem lançamentos recentes e nem lançamentos futuros. Em um dos casos, da banda “NEC”, era um disco que já tinha um ano de existência. Já o outro caso, do cantor Tielo, era para falar de um disco que estava nas fases finais de produção, mas que ainda não havia uma data marcada para seu lançamento. Ainda houve o caso de três bandas que compareceram por causa da Semana do Rock, uma semana em que cada dia era voltado para uma década específica da história do *Rock’n’Roll*, em homenagem ao Dia Mundial do Rock, que acontece no dia 13 de julho. A semana comemorativa se iniciou na segunda-feira, homenageando a década de 50, e terminou na sexta-feira com a celebração da década de 90. As bandas que foram convidadas são *cover* de bandas icônicas da história do Rock, como “The Doors”, “Led Zeppelin” e “Nirvana”. Houveram cinco bandas participando desta semana no total, porém apenas três programas estavam disponíveis na internet.

Entretanto, 11 bandas compareceram ao estúdio por nenhum motivo aparente a não ser a divulgação da banda em si. Ou seja, elas não estavam lá para divulgar nenhuma apresentação que aconteceria em breve ou algum lançamento específico, e sim apenas pela oportunidade de apresentar o seu trabalho para o público da TVE.

A quantidade significativa de bandas (11 no total) que se apresentaram no programa sem nenhum motivo específico, além da própria divulgação que a presença no programa representava, também é um indicador do respeito que é cultivado pelo Radar no cenário musical. Isso também é reflexo de que o Radar aceita a participação das bandas por qualquer motivo - inclusive, como notado acima, apenas pela divulgação que a participação no programa proporciona - o que certamente dá mais conforto para os conjuntos que querem participar do programa, uma vez que não é necessária uma motivação imediata, como um lançamento ou um show, por exemplo, para justificar a participação no programa. Isto, inclusive, reforça a proposta do programa de divulgar o trabalho de artistas locais e independentes. Nas mensagens trocadas com a produção do programa, foi reforçado pela equipe a questão de agenda, apontado que as próprias bandas tentam marcar a participação do programa próximo aos seus *shows*, iniciativa que é apreciada pela produção do programa, pois esta também tem como objetivo fomentar o circuito de *shows* da cidade²⁴. Também nos mostra como o cenário enxerga o Radar, reafirmando o programa como referência no cenário local e seu potencial como divulgador dos trabalhos independentes.

²⁴ RADAR TVE. **Questionamentos acerca da produção do programa Radar.**[mensagem pessoal]. Recebida por Gustavo Martinez em 18 nov.

Figura 6 – Distribuição das razões para o comparecimento das bandas no programa Radar nos meses de junho, julho e agosto de 2016:



Fonte: Elaboração do autor

Os motivos, naturalmente, estão diretamente ligados às entrevistas. As bandas, como demonstrado no gráfico acima, vão ao programa para alguma divulgação específica. Assim as entrevistas giram em torno dessa divulgação e resta pouco espaço para se tocar em outro assunto, como veremos a seguir.

4.1 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

As entrevistas com as bandas que se apresentaram no programa Radar durante o período analisado se revelaram repetitivas e vinculadas, de forma geral, apenas ao fator que motivou a participação da banda no estúdio. 41 entrevistas tocaram no assunto da agenda das bandas, ou seja, sobre os próximos shows do grupo. Fator evidenciado pela produção do programa, como comentado anteriormente, uma vez que a própria equipe do Radar visa fomentar o circuito de shows na cidade.

Entre os outros assuntos abordados também estão os planos futuros da banda (lançamentos de discos, videoclipes, etc.), o processo de gravação dos

discos, projetos paralelos (da banda toda ou de seus integrantes) e sobre o cenário musical local.

Poucas vezes se falou sobre a criação das composições em si, o assunto apareceu em apenas oito programas. Seguem alguns exemplos:

“É um som bem pegado mesmo. Lembra o Queens of the Stone Age, o Muse, são referências pra vocês, né?”

(Cristiano Sassá, em entrevista com a banda Infúria em 01/08/2016)

“Cara, as letras, realmente, tocam lá no fundo né? E as bases lembra o Common, o Guru Jazzmatazz. Mais soul, mas tranquila, né?”

(Cristiano Sassá, em entrevista com Negroide MC em 03/08/2016)

“Tocando pra gente aqui, trazendo essa africanidade, que tá presente em tudo. E acho que é um pouquinho disso que vocês querem passar também, com o som da África, né?”

(Cristiano Sassá, em entrevista com a banda Trio Mandê em 20/07/2016)

“Vocês têm uma influência bem grande de Rage Against The Machine, né?”

(Cristiano Sassá em entrevista com a banda Hempadura em 23/08/2016)

Nota-se que as perguntas ainda são limitadas ao âmbito das influências musicais. Extremamente importantes para se conhecer uma banda de maneira mais profunda. O que se lamenta é a pequena frequência desses questionamentos no período analisado e o fato de que são as únicas perguntas que se aprofundam para além das histórias das bandas. Por outro lado, isto evidencia também o conhecimento musical do apresentador. As bandas citadas são de gêneros distintos, como o Hard Rock e o Rap, e o apresentador dominava o conhecimento sobre elas conseguindo manter a conversa no mesmo nível das bandas convidadas. Porém, sendo ele mesmo um músico, não é de se espantar que o apresentador, Cristiano Sassá, detenha esse conhecimento. O apresentador também demonstra intimidade com boa parte dos convidados do programa, conhecendo muitos por nome e até mesmo apontando outros projetos que esses músicos participam, revelando a integração que ele tem com o cenário local e que ele participa ativamente deste cenário para além da apresentação do programa.

Um caso particular deve ser apontado. Apenas uma vez, registramos um aprofundamento na questão da criação musical, que ocorreu no programa do dia 11

de agosto, com a banda curitibana “Trombone de Frutas”. Na ocasião, o apresentador teceu perguntas sobre os arranjos da música, que havia recém sido interpretada no palco, e a maneira como os dois discos lançados pelo grupo se conectam - no caso, a última música do primeiro disco, “Chanti, Charango?”, de 2014, termina da mesma maneira que começa a primeira música do segundo disco, “Chanti, Alpisti”, lançado em 2016, dando uma ideia de conexão e unidade. Fato corroborado pela banda.

Figura 7 - A banda Trombone de Frutas



Fonte: Reprodução Radar, 11/08/16

Sobre a relação das entrevistas e a questão do jornalismo cultural, as entrevistas no geral, são curtas (o tempo das entrevistas não foi medido mas, observando superficialmente, percebe-se que varia bastante), não permitindo um aprofundamento. A maior parte das entrevistas abordou os mesmos assuntos: a

história da banda, o modo como os integrantes se conheceram, os planos de lançamentos e novos trabalhos das bandas. Pouco se falou sobre como as composições foram feitas, sobre as letras, arranjos e influências, por exemplo. As opiniões emitidas pelo apresentador não iam além de dizer que gostava da música, nunca dizendo o porquê, além dos já observados palpites em relação às influências das bandas. Entendemos, desse modo, que não se forneceu ao telespectador as ferramentas necessárias para conhecer melhor as bandas que participaram do programa no período analisado e formar uma opinião embasada sobre os grupos e suas músicas. Esse ponto, entretanto, pode ser atribuído a dois fatores. Primeiro é a própria proposta do programa que se dispõe a ser um canal de divulgação das bandas, não um meio no qual se pode conhecer a fundo o trabalho de determinado artista. O programa, claramente, não tem a intenção de se aprofundar, mas apenas de tentar fazer com que os nomes desses músicos alcancem o maior número possível de pessoas. Um indicador disto é que grande parte das entrevistas falaram sobre a agenda das bandas. Ou seja, a vontade é de mostrar ao público onde ele deve ir para conhecer melhor aquela banda, e não ser a ferramenta utilizada para este aprofundamento. O segundo fator é o tempo de exibição do Radar. O programa dispõe de apenas 30 minutos diários na grade de horário da TVE-RS. Nesse tempo seria impossível contemplar tudo aquilo que o Radar se propõe a fazer junto a entrevistas mais longas e aprofundadas. Não haveria tempo hábil para a sua realização juntamente com as reportagens, quadros e entrevistas secundárias. Pensando assim, seria necessário um programa com maior tempo de produção para poder atender todas as propostas atuais do programa e ainda ter uma entrevista mais detalhada.

Todavia é importante ressaltar que em todos os programas a entrevista com a banda convidada acontecia. Isso é relevante, pois demonstra que o programa de fato dá espaço para as bandas participantes e que não as trata como um elemento secundário no programa e sim como protagonistas. Não raro, assistimos em emissoras de televisão comercial, as bandas se apresentando ao final dos programas, sem nenhum espaço reservado para entrevistas, atitude que apresenta a música como um adereço e não como um elemento importante. Nesse sentido, compreendemos que o Radar dá destaque às bandas e suas produções musicais,

ainda que com entrevistas curtas e repetitivas. Desse modo, entendemos que esse é um fator que contribui para aumentar o reconhecimento do programa no meio musical e entre os telespectadores.

Outro ponto que gostaríamos de destacar, apesar de não estar nos indicadores que elencamos no capítulo anterior, é que apenas oito das 57 bandas que compareceram ao programa nesse período, continham integrantes mulheres, das quais apenas uma era formada unicamente por mulheres, a banda de Punk Rock porto-alegrense “3D”, que se apresentou no dia 13 de junho. Um caso curioso é o da cantora Carmen Corrêa, que leva adiante um projeto solo, porém com uma banda de apoio formada exclusivamente por homens, sendo a própria Carmen Corrêa a única mulher no palco. Essa questão é, na verdade, um reflexo de como funciona o cenário musical - não só o independente, mas também o comercial - brasileiro. A jornalista Amanda Cavalcanti, em reportagem para o site Noissey, comentou que “é relativamente raro que eu veja uma mina subir no palco pra tocar, ou mesmo veja o som de alguma delas ser lançado por um selo popular entre a meninada.” (CAVALCANTI, 2016). Ela ainda aponta o fato de que a exclusão de mulheres acontece não só na música, mas em todas as áreas da arte (CAVALCANTI, 2016). Justamente por esta exclusão, que um grupo de mulheres resolveu fazer uma compilação de bandas que tenham pelo menos uma mulher em sua formação do Brasil. A lista foi publicada na internet para que fosse preenchida colaborativamente por qualquer pessoa disposta a ajudar. Nessa lista, que contém 317 bandas²⁵, encontramos 21 bandas gaúchas, das quais 13 são de Porto Alegre, das quais uma, inclusive, esteve no Radar no período do qual este trabalho trata, a banda “3D”. A lista ainda não é um compilado de todas as bandas existentes. Um exemplo disso é que, com exceção de apenas uma, todas as bandas com mulheres que se apresentaram no programa não estão na lista (com ressalva para a banda “The Dirty Coal Train” que é oriunda de Portugal e, portanto, não estaria na lista de qualquer forma). Existem bandas com mulheres no estado, o que não existe é a divulgação das mesmas e é este o papel que o Radar deveria assumir: o de dar

²⁵ A lista foi consultada pela última vez no dia 9 de novembro de 2016 e pode ter sido atualizada desde então. A lista pode ser conferida no endereço <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1XwQXpfVbp6B752YIC25Q7PibD0Y-XFAmAhoZnW8bPsc/edit#gid=0>

apoio à divulgação destas bandas e, por consequência, ajudar no combate ao preconceito de gênero na música independente. Além disso, esse tipo de exposição vai ao encontro do que a Lei da EBC estabelece sobre a pluralidade da programação das emissoras. Também resgatamos aqui Torves(2007) quando afirma que:

Ao contemplar índios, negros, mulheres, crianças, terceira idade, homossexuais, movimentos sociais, trabalhadores e guerrilheiros, a televisão pública atenderá nichos desprezados pelo mercado e, conseqüentemente [sic], pelas emissoras comerciais, cumprindo a sua missão de priorizar o público e não o privado.(TORVES, 2007, p. 85).

Portanto, compreendemos que abrir este espaço para as mulheres é um exercício de cidadania e de reafirmação da identidade de serviço público da TVE, distanciando-a cada vez mais das emissoras privadas, reforçando o seu compromisso com a população e dando espaço para a cultura de grupos ainda marginalizados na nossa sociedade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização da pesquisa nos possibilitou verificar que o Radar é um programa atraente para o cenário musical independente, pois é um meio de divulgação eficaz, enquanto um produto audiovisual, e de fácil propagação, uma vez que, além de ser transmitido pela TVE-RS, é publicado em um canal de vídeos no *YouTube* e facilmente compartilhável.

As próprias bandas que participam do programa destacam a importância. Uma das vocalistas do grupo “Hierofantes de Marte”, que foi ao programa no dia 5 de julho de 2016, agradeceu pelo convite e complementou dizendo “é um prazer a gente tá aqui no Radar que é um programa super tradicional da música.” (HIEROFANTES DE MARTE, 2016). O vocalista da banda “Arrasa Quarterão”, no dia 17 de junho, também agradeceu o convite e destacou: “não conheço outra emissora que abre as portas pra bandas independentes” (ARRASA QUARTERÃO, 2016). Os agradecimentos efusivos foram comuns durante as entrevistas que analisamos. Isso nos leva a entender que, pelo menos no que diz respeito ao meio porto-alegrense (ambas as bandas destacadas são de Porto Alegre), o Radar é

apreciado pelos grupos participantes e também demonstra que as emissoras comerciais da capital oferecem pouco espaço (ou nenhum) em sua grade de horários para a produção musical independente.

O programa se mostra dedicado a prover para os participantes um espaço igualitário, em se tratando de tempo de apresentação. O tempo dado para as bandas apresentarem suas músicas foi, na maior parte dos casos, muito similar. Em geral, as bandas tocaram duas músicas cada, tendo algumas que apresentam até três, porém o tempo médio continuou sendo o mesmo. As exceções na questão do tempo foram dois artistas de música eletrônica que, em ambos os casos, eram apenas instrumentais. Justamente por ser apenas instrumental e apresentar um menor apelo visual - uma vez que os músicos faziam a maior parte do som com aparelhos eletrônicos e não instrumentos - podendo então ser considerado menos atraente para o telespectador.

A participação massiva de grupos independentes e autorais corrobora a descrição do programa, citada anteriormente, sobre fortalecer o cenário musical e cultural do Rio Grande do Sul, e também nos mostra que o Radar vai ao encontro do que é proposto pela legislação para as emissoras públicas, no sentido de promover a pluralidade e a produção independente. Pluralidade que também verificamos estar presente nos gêneros musicais. Apesar de que a maior parte ainda são de rock e seus derivados. O próprio Rock é um gênero extremamente amplo e que deu origem a inúmeros outros gêneros musicais, sendo o próprio uma derivação do “Rock’n’Roll” (SHUKER, 2004), que é um gênero originado nos anos 50, surgindo de cantores afro-americanos de “R&B”, com influências da música “country” (SHUKER, 2004), como Elvis Presley por exemplo. Atualmente o Rock é usado como um rótulo genérico para todos os estilos derivados do *Rock’n’Roll* (SHUKER, 2004) e é frequentemente “entendido como tendo mais ‘peso’ que o pop, com conotações de maior integridade, sinceridade e autenticidade” (SHUKER, 2004, p. 235, tradução nossa)²⁶. Portanto, o próprio termo Rock é bastante vago, amplo e diverso dentro dele mesmo devido justamente a essa amplitude.

²⁶ Original do autor: “*is often considered to carry more ‘weight’ than pop, with connotations of greater integrity, sincerity, and authenticity.*”

Os pontos positivos do Radar são vários e devem ser ressaltados. Sua popularidade não só entre o público, mas também com os próprios artistas evidencia a existência de uma audiência que anseia por este tipo de conteúdo atual, focado em produções alternativas, que saiam da mesmice do *mainstream* e ofereçam espaço para coisas ligadas ao dia-a-dia deste público, como os shows que vão acontecer, os clipes que estão sendo lançados, a divulgação de eventos alternativos, entre outros.

Desse modo, compreendemos que o Radar exerce um papel importante não só no cenário musical, mas também no cenário cultural do Rio Grande do Sul. No que diz respeito à produção musical independente, entendemos que o principal papel do Radar é ser um canal de divulgação para as bandas. Um espaço limitado, de fato, mas um espaço importante e consolidado.

Identificamos que uma das principais falhas do Radar reside na falta de variedade regional no programa, sendo que registramos que a maioria dos participantes é oriunda de Porto Alegre e região metropolitana, sendo mínima a representação de bandas do restante do estado. Porém, ressaltamos novamente que isto se dá principalmente por uma questão financeira e logística, além de uma falha reconhecida pela própria equipe de produção que declarou estar trabalhando para saná-la.

Sobre a questão financeira, isto também nos aponta outro problema: o da valorização das emissoras públicas por parte do Estado do Rio Grande do Sul, que, em meio à crise financeira, reduziu drasticamente as verbas de suas emissoras, a TVE e a Cultura FM. Em nosso entendimento, isto acontece em função da falta de compreensão da finalidade de uma emissora pública de radiodifusão. Talvez por ficar fora das principais reivindicações da população (saúde, educação e segurança), a importância das emissoras públicas ainda não é reconhecida.

É importante notar ainda também a singularidade do Radar no cenário nacional. Existem poucos programas no país que exerçam função igual ou semelhante. Em âmbito nacional existem outros dois programas de emissoras públicas que se consagraram no papel da divulgação de música independente, tendo alcance em todo o país, sendo eles o “Auto-Falante”, da TV Minas e exibido também pela EBC - e portanto com maior facilidade para alcançar público do país

inteiro -, e o “Cultura Livre”, da TV Cultura, do Estado de São Paulo, que por se localizar numa cidade com um fluxo intenso de artistas de todo o país também atrai o público de outras regiões. Em território gaúcho, não encontramos outro programa similar, em emissoras públicas, além do “JukeTV”, mencionado na introdução deste trabalho. Fora das emissoras públicas encontramos mais alguns exemplos, porém ainda limitados. Na internet, o Estúdio Showlivre já se consagrou no país inteiro também, recebendo bandas de todos os gêneros durante seus mais de 10 anos de existência (SHOWLIVRE, 2016).

A falta de bandas com integrantes mulheres também se mostrou um problema, contribuindo para a perpetuação da invisibilidade feminina no meio. Dito isto, tanto o programa quando a audiência só têm a ganhar com a inserção de mais bandas com mulheres vocalistas e instrumentistas.

Desse modo, respondendo ao nosso problema de pesquisa, acreditamos que a televisão pública cumpre parcialmente o seu papel de promover e divulgar a produção musical independente. Ressaltamos a questão de cumprir o seu papel parcialmente justamente pelas falhas levantadas aqui. Em especial as questões da falta de diversidade regional, que negligencia o interior do estado, e a da falta de representatividade feminina no programa, que perpetua a invisibilização da produção cultural feita por mulheres.

Apesar das situações pontuais elencadas anteriormente, que tornam, em nosso entendimento, o Radar um programa mais voltado aos porto-alegrenses do que ao público gaúcho como um todo, o Radar, em seus 24 anos de vida, solidificou-se no cenário musical do Rio Grande do Sul. Cativou não só os telespectadores com sua proposta, mas também os próprios músicos que procuram a produção em busca de espaço de divulgação.

Um cenário musical nunca existe em um vácuo. Ele é um ecossistema que depende dos outros cenários para se manter e crescer. Ou seja, o Radar não pode limitar-se a Porto Alegre e à região metropolitana, deve expandir para alcançar cada vez mais o interior do estado, dois cenários só têm a ganhar ao estarem conectados, permitindo um intercâmbio criativo entre eles. Nesse sentido, entendemos que o Radar tem o potencial para ser esse grande ponto de convergência, se tornando uma peça central para o cenário musical independente gaúcho e uma referência

nacional para a produção musical, além de, possivelmente, incentivar outras emissoras a trabalhar com um formato similar, sejam elas públicas ou privadas.

REFERÊNCIAS

A RAZÃO. Pacote de medidas do Estado para combater a crise é apresentado. **A Razão**. Santa Maria, 21 nov. 2016. Disponível em: <<http://www.arazao.com.br/noticia/80450/pacote-de-medidas-do-estado-para-combater-a-crise-e-apresentado/>>. Acesso em 23 nov. 2016.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004. 196 p.

ARRASA QUARTERÃO. Programa Radar. **[Entrevista originalmente exibida no dia 7 de junho de 2016. Canal TVE-RS]**. <Disponível em: <https://youtu.be/gC-qYrEV4FY>>. Entrevista concedida a Cristiano Sassá. Acesso em 14 nov. 2016.

BALLERINI, Franthiesco. Quando o jornalismo cultural vira sinônimo de entretenimento. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 18 de nov. 2016. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/televisao/quando-o-jornalismo-cultural-vira-sinonimo-de-entretenimento/>>. Acesso em: 19 de nov. 2016.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979. 225 p.

BORBA, Mauro. **Prezados Ouvintes: Histórias do rádio e do Pop Rock**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2001. 141 p.

BRASIL. Constituição(1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em 19 nov. 2016.

BRASIL. Lei n. 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 7 de abril de 2008. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm>. Acesso em: 19 de nov. 2016.

BRITISH BROADCASTING COMPANY, **Funding**, Londres, 2015. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/mediaaction/about/funding>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

CANOFRE, Eduarda; GOMES, Luís Eduardo. Às vésperas do natal, AL-RS aprova a extinção de oito fundações e centenas de demissões. **Sul21**, Porto Alegre, 21 dez. 2016. Disponível em: <<http://www.sul21.com.br/jornal/as-vesperas-do-natal-al-rs-aprova-extincao-de-oito-fundacoes-e-centenas-de-demissoes/>>. Acesso em: 21 dez. 2016.

CAVALCANTI, Amanda. As bandas brasileiras de minas estão sendo compiladas numa só lista. **Noisey**, São Paulo, 19 jul. 2016. Disponível em: <https://noisey.vice.com/pt_br/article/bandas-de-minas-lista>. Acesso em: 14 nov. 2016.

FUNDAÇÃO CULTURAL PIRATINI, **Nossa História**, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<http://www.fcp.rs.gov.br/?model=conteudo&menu=144>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

HEMPADURA. **Radar**. Porto Alegre, TVE-RS, 23 ago. 2016. Programa de Televisão.

HERSCOVITZ, Heloiza Golpspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: Lago, Claudia; Benetti, Márcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010.

HIEROFANTES DE MARTE. Programa Radar. **[Entrevista originalmente exibida no dia 5 de julho de 2016. Canal TVE-RS]**. <Disponível em: <https://youtu.be/WwnMgxYoDy0>>. Entrevista concedida a Cristiano Sassá. Acesso em 14 nov. 2016.

INFURIA. **Radar**. Porto Alegre, TVE-RS, 01 ago. 2016. Programa de Televisão.

JANOTTI JR., Jeder; NOGUEIRA, Bruno. Um museu de grandes novidades: crítica e jornalismo musical em tempos de internet. In: **Rumos da Cultura da Música: Negócios, estéticas, linguagens e audibilidades**. Simone Pereira de Sá (Org.), Porto Alegre: Sulina, 2010.

KLEIN, Samantha. TVE sofre corte de 60% no orçamento e presidente da Fundação Piratini admite recorrer à 'criatividade'. **Rádio Guaíba**, Porto Alegre, 21 jan. 2015. Disponível em: <<http://www.radioguaiba.com.br/noticia/tve-sofre-corte-de-60-no-orcamento-e-presidente-da-fundacao-piratini-admite-recorrer-a-criatividade/>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

NEGROIDE MC. **Radar**. Porto Alegre, TVE-RS, 03 ago. 2016. Programa de Televisão.

NOGUEIRA, Bruno Pedrosa. A Nova Era dos Festivais: Cadeia Produtiva do Rock Independente no Brasil. **Ícone**, Pernambuco, v. 11, n. 1, jul., 2009. Disponível em <<http://revistaicone.hipermoderno.com.br/index.php/icone/article/view/22/34>> Acesso em: 19 nov. 2016.

OTONDO, Teresa Montero. **Televisão pública na América Latina: para quê e para quem?**. 2008. Tese (Doutorado em Integração da América Latina) - Integração da América Latina, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2004. 143 p.

PUBLIC BROADCASTING SYSTEM, **Who We Are**, Arlington, 2016. Disponível em: <<http://www.pbs.org/foundation/who-we-are/#frequently-asked-questions>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

RADAR, **Sobre**, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/radartve/about/?ref=page_internal>. Acesso em: 14 nov. 2016.

ROCK JOVEM, **Rock Jovem**, Recife, 2016. Disponível em: <<http://rockjovem.com.br/index.php/2016/06/23/77/>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

SHOWLIVRE, **O Showlivre**, São Paulo, 2016. Disponível em <<http://showlivre.com/pages/showlivre>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

SHUKER, Roy. **Popular Music: The Key Concepts**. Abingdon, Oxon: Routledge, 2005. 324 p.

SIQUEIRA, F. C. de; VIZEU, A. Jornalismo em transformação: as escolhas dos formatos das notícias na TV. In: VIZEU, A.; MELLO, E.; PORCELLO, F.; COUTINHO, I. (Orgs.) **Telejornalismo em questão**. V. 3. Florianópolis: Insular, 2014.

SUL21. Servidores pedem espaço na rádio Gaúcha para defender TVE de críticas. **SUL21**, Porto Alegre, 24 ago. 2016. Disponível em: <<http://www.sul21.com.br/jornal/servidores-pedem-espaco-na-radio-gaucha-para-defender-tve-de-criticas/>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

TORVES, José Carlos. **Televisão Pública**. 1. ed. Porto Alegre: Evangraf, 2007, 184 p.

TRIO MANDÊ. **Radar**. Porto Alegre, TVE-RS, 01 ago. 2016. Programa de Televisão.

TVE, **Sintonize a TVE na sua cidade**, Porto Alegre, 2016. Disponível em <<http://www.tve.com.br/sintonize-a-tve-em-sua-cidade/>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

WESSHEIMER, Marco. Governo Sartori gastou R\$ 3,5 milhões em campanha publicitária sobre a 'calamidade financeira'. **Sul21**. Porto Alegre, 23 nov. 2016. Disponível em: <<http://www.sul21.com.br/jornal/governo-sartori-gastou-rdollar-35-milhoes-em-campanha-publicitaria-sobre-a-calamidade-financeira/>>. Acesso em: 23 nov. 2016.