

SERGIO ENDLER

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS (BRASIL)

O DESAFIO DA PEQUENA RÁDIO SUCESSO, FRENTE ÀS PODEROSAS GAÚCHA E GUAÍBA, NO RÁDIO ESPORTIVO DE PORTO ALEGRE, EM 1984

Na década de 1980, o radiojornalismo gaúcho vive momentos cruciais a partir de marcantes modificações. O radiojornalismo esportivo, em específico, componente fundamental na grade de programação das grandes emissoras no AM, igualmente, segue a lógica geral de mudanças. A Rádio Gaúcha AM, empresa em curva ascendente, cresce em audiência, expansão da programação, faturamento comercial e contratação de renomados radialistas. Ao mesmo tempo, como consequência, a Rádio Guaíba decresce em prestígio, perde nomes importantes e famosos para a concorrência e passa a enfrentar ambiente corporativo hostil, inimaginável, para a até então rádio emissora hegemônica, sobretudo, no radiojornalismo e cobertura de esportes.

É neste cenário de mudanças importantes no dial do rádio gaúcho, em momento histórico nacional que vivenciará o movimento civil Diretas Já, a eleição e morte do presidente da República, Tancredo Neves, entre outros episódios marcantes, que surge a nova equipe de radiojornalismo e esportes na programação da, até ali, desconhecida Sucesso 1390 AM, de Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul.

As mudanças no radiojornalismo gaúcho, como já foi dito, comportam desde a migração de nomes de profissionais integrantes das equipes, como da própria programação das emissoras, até o posicionamento das rádios AM no ranking de audiências e anunciantes. Estas mudanças de nomes, de programação, com repercussões e melhoras nos índices de audiências e de faturamento das empresas terminarão por possibilitar o aparecimento de experiência inédita, através da estruturação do grupo de radialistas que organiza a nova programação da Rádio Sucesso.

O presente texto busca estabelecer apontamentos sobre esta experiência profissional e humana da Rádio Sucesso AM, que desde o

surgimento, encontra-se localizada entre duas potências, a saber, a Rádio Guaíba AM e Rádio Gaúcha AM.

Para tanto, precisamos retroceder no tempo, e encaminhar relato onde localizamos imponentes e históricas as referidas Rádio Guaíba AM, integrante da Empresa Jornalística Caldas Junior (EJCJ), atualmente adquirida pela Rede Record; e a Rádio Gaúcha AM, emissora líder do Grupo RBS, à época (anos 1980) denominado Rede Brasil Sul.

Naquela década de 1980, historicamente, a Empresa Jornalística Caldas Júnior (EJCJ), até então hegemônica no mercado de mídias gaúcho, a contar da segunda metade do século XX, em todos os suportes e audiências, começa a perder espaços estratégicos significativos para a Rede Brasil Sul (hoje, Grupo RBS). A EJCJ perde em audiência, em faturamento e, consequentemente, decresce na qualidade da programação e em atrações, com perda de nomes de radialistas famosos.

De qualquer modo, integram a EJCJ, a Rádio Guaíba AM, Guaíba FM, a TV Guaíba, o jornal *Correio do Povo*, o jornal *Folha da Manhã* e jornal *Folha da Tarde*. Integram a RBS a Rádio Gaúcha AM, Gaúcha FM, Rádio Farroupilha AM, jornal *Zero Hora* e TV Gaúcha, hoje, RBS TV.

O fenômeno maior da perda de hegemonia da EJCJ (e, logo, também, da Rádio Guaíba) é ocasionado por diferentes lógicas e episódios, ao mesmo tempo, mercadológicos, concorrenciais, tecnológicos, políticos e profissionais. E encontra variadas explicações, conforme – igualmente – o específico conjunto de adversidades enfrentado em cada mídia da empresa.

No mercado da televisão aberta, por exemplo, a TV Guaíba (Canal 2, no Rio Grande do Sul) optara por estratégia de autonomia e independência em relação às redes nacionais, em decisão política empresarial desastrosa, que provocava a inviabilização comercial e, logo, operacional do Canal 2. Logo, o peso e o volume de custos operacionais inviabilizam todo o projeto de telejornalismo local, em cenário de concorrência crescente, através, sobretudo do protagonismo da TV Gaúcha, desde então, afiliada da Rede Globo. O insucesso comercial e empresarial da TV Guaíba provoca abalos na infra-estrutura e sustentação econômica de toda a Empresa Jornalística Caldas Junior. Igualmente, os elevados empréstimos para aquisição e manutenção de equipamentos importados, a maioria ancorados em moeda estrangeira, acumulavam-se em dívida crescente e diária. A este conjunto de dificuldades, somavam-se a carência, por falta ou perda, de contratos junto ao mercado publicitário de anunciantes no Canal 2. Em consequência, obtendo baixa audiência, logo a própria programação perdia em qualidade, também, pelo desgaste de fraca exibição dos chamados valores e atrações locais.

Na RBS, principal empresa concorrente, o acordo firmado com a Rede Globo tornava o Canal 12 rentável e atraente aos anunciantes locais e nacionais. E, em operação pela rede, ganhava também em audiências.

No jornalismo impresso, berço original do império hegemônico construído ao longo de décadas pela EJCJ, erros administrativos, políticos e gerenciais afetavam o cotidiano e futuro dos jornais. As dívidas da TV Guaíba, logo somaram-se as dívidas dos jornais impressos. As dívidas colocavam em risco, drasticamente, a sobrevivência de todos os produtos jornalísticos da empresa.

O primeiro jornal a ser atingido foi a *Folha da Manhã*, logo a criação mais recente e promissora da empresa, que sofre intervenção política no gerenciamento editorial, levando a demissão nomes importantes, que respaldavam a inovação do projeto gráfico e editorial da *Folha da Manhã*. E, logo, com a queda de qualidade do jornal, com a perda crescente de anunciantes e vendas em bancas, deixa de circular.

O ciclo de perdas, em processo contínuo de enxugamento, a seguir, atingirá a *Folha da Tarde*. Chegando, por fim, ao fechamento do até então todo-poderoso e tradicional *Correio do Povo*, antigo detentor do maior número de assinaturas diárias no Estado do RGS.

No polo oposto, a RBS não ficava restrita apenas ao crescimento da TV Gaúcha. E buscava, de modo incessante, crescimento também com o jornal *Zero Hora*. Apenas para apontar um fenômeno importante, neste intrincado tabuleiro gaúcho da indústria cultural, aponta-se o surgimento do caderno de anúncios classificados do jornal *Zero Hora*, a partir de 1979.

Classificados com melhor preço ao consumidor, inédita criação de pontos de vendas avulsas, política agressiva de oferta junto às agências de publicidade, associado a maior agilidade industrial de impressão e distribuição são fatores determinantes para o surgimento e, logo, para a supremacia do ZH Classificados.

O desbancar do concorrente classificados do *Correio do Povo* passa a ocorrer com a política de leitores e assinantes. O *Correio do Povo*, até então imbatível, perde milhares de leitores e assinantes para as estratégias comerciais e industriais modernizantes de *Zero Hora*.

Por diferentes motivos e lógicas, desde a crise gerencial, de infra-estrutura, econômica e operacional, até questões editoriais e de política jornalística específica, toda a Empresa Jornalística Caldas Junior passa a enfrentar percalços e perdas nunca antes existentes. A crise atinge, também, a Rádio Guaíba, até então, reconhecidamente, emissora de elevado padrão na produção jornalística. Hegemônica no radiojornalismo, em geral, a Guaíba também liderava no radiojornalismo esportivo.

A queda do império da Empresa Jornalística Caldas Junior está, intrinsecamente, relacionada às diversas motivações próprias, internas, como constatamos. Entretanto, a perda de hegemonia da EJCJ deve-se – decididamente – também ao surgimento de concorrente modernizante, dotado de políticas competitivas, empregadas pela Rede Brasil Sul nesta disputa.

No mercado do rádio porto-alegrense, as mudanças são logo traduzidas em importação de nomes e produções, pela Gaúcha/RBS, de radielistas consagrados – sobretudo – do radiojornalismo esportivo da Rádio Guaíba/EJCJ.

Logo, nomes e produtos do denominado e consagrado “padrão Guaíba” de qualidade, estabelecido a partir do rigor técnico de produção, são contratados mediante elevadas somas pela Rádio Gaúcha.

O marco histórico divisor de fronteiras, do momento crucial de ultrapassagem da programação da Rádio Gaúcha, em superação à antiga potência da Rádio Guaíba, ocorre na Copa do Mundo de 1982, realizada na Espanha.

Já para a Copa de 1974, após longa ausência no dial do radiojornalismo esportivo, a Rádio Gaúcha retomava sua trajetória histórica e passava a contar com equipe própria para a cobertura dos jogos na Alemanha. Enquanto isso, a Rádio Guaíba consagrava-se como a mais importante emissora gaúcha e uma de mais relevante protagonismo em todo o país.

Para a Copa seguinte, em 1978, na Argentina, a Rádio Gaúcha está mais fortalecida, com a contratação de novos nomes, muitos ex-universitários surgidos dos recentes Cursos de Jornalismo. O fortalecimento da Gaúcha passava, igualmente, pela contratação de novos nomes emergentes em emissoras do interior do Estado. Já contava, igualmente, com o programa *Sala de Redação*, criado por Candido Norberto, hoje consagrado como o mais antigo programa de debates esportivos do rádio gaúcho, no ar, atualmente, com renovada equipe. A Copa de 1978, também, assinala o início da “política de importação” de nomes da Guaíba pela Gaúcha.

Naquele ano, a começar pelo comentarista Rui Carlos Osterman, equipe completa oriunda da Rádio Guaíba ocuparia os microfones da Rádio Gaúcha.

Igualmente decisiva, será a transferência de Flávio Alcaraz Gomes, figura estelar da Rádio Guaíba, que após cumprir pena por homicídio, e após atuar na Rádio Farroupilha, passa a ocupar gerência estratégica na Rádio Gaúcha.

A “política de importação” crescente incluirá, a seguir, na década de 1980, os nomes consagrados do plantão esportivo Antonio Augusto, do narrador e ex-diretor de esportes e chefe Armindo Ranzolin, do repórter

João Carlos Belmonte e, ainda, do comentarista Lauro Quadros, que após curto período na Rádio Pampa, atuava somente como colunista do Jornal do Comércio, quando da contratação.

A Rádio Gaúcha, também motivada pela ascensão do jornal *Zero Hora* e da RBS TV, como resultado de ações de mídias integradas, começa a obter – continuamente – melhores índices de audiências em diferentes horários, superando a programação esportiva da Rádio Guaíba.

A Rádio Guaíba, da EJC, vivencia crise lacunar pela saída de nomes consagrados e, logo, com o conseqüente desgaste do seu renomado padrão de qualidade. A queda de audiência e de faturamento da Rádio Guaíba deve-se, igualmente, à crise profunda vivenciada pela Empresa Jornalística Caldas Junior a qual pertence.

Já a Gaúcha, em crescimento contante de audiências e anunciantes, passa a vivenciar crise inédita de relacionamento profissional entre os antigos colaboradores funcionários históricos da emissora e os novos integrantes da equipe esportiva, os “guaibeiros”. Alguns dos antigos adversários no dial tornam-se adversários internos, todos em disputa de espaço, agora, nos microfones e estúdios da Rádio Gaúcha.

Esta acirrada disputa interna por espaço profissional na Rádio Gaúcha, assim como o declínio acentuado da qualidade de produção na Rádio Guaíba, alimentam o sonho de uma nova e terceira via de trabalho para os radialistas em atuação em Porto Alegre. Ou seja, almeja-se a criação de novo espaço profissional, em outra emissora de rádio, que comporte o trabalho de profissionais saídos da inflacionada Gaúcha e da Guaíba, em descendência.

De resto, com a intensa migração de profissionais da Rádio Guaíba para a Gaúcha, outro fenômeno apontava para a oportunidade de surgimento de nova equipe, como nova programação, no radiojornalismo esportivo em Porto Alegre.

Inquestionavelmente, as rádios Gaúcha e Guaíba passavam a exibir duas grades de programações praticamente idênticas, ambas rivalizando no melhor desenvolvimento do modelo *talk and news*. Se a Rádio Guaíba perdia nomes importantes, decrescia em poderio, mas apostava ainda na força da tradição e da audiência fidelizada, já a Rádio Gaúcha ganhava em prestígio com as novas contratações de famosos e, igualmente, retirava da grade de programação as produções mais populares/popularescas, também, na reprodução musical.

Se cresciam as disputas entre as duas emissoras rivais quase idênticas, aumentavam os descontentamentos, sobretudo, no ambiente

profissional dos antigos colaboradores da Rádio Gaúcha. Estes radialistas, historicamente, foram os principais responsáveis pelo desenvolvimento, crescimento e atual apogeu da programação da Gaúcha diante da rival Rádio Guaíba. E vivenciavam, diante da migração prestigiadíssima dos “ex-guaibeiros”, posição estanque, quando não de perda de espaços na emissora. Por isso, alguns destes radialistas, integrantes da Equipe de Esportes da Rádio Gaúcha, passam a realizar reuniões de planejamento, em busca de novo espaço e alternativa profissional.

O grupo é formado pela maioria dos integrantes do programa *Show dos Esportes*, criação da equipe de repórteres da emissora, na década de 1970, e líder de audiência a partir da década seguinte. À época de surgimento, o *Show dos Esportes* passa a ocupar, com sucesso imediato, o espaço ocioso na grade de programação, das 20h00 até 23h00, diariamente, apresentando notícias, comentários e longas entrevistas, num formato que, igualmente, unia muito humor e opinião livre, não somente sobre temas dos esportes. Estas características principais do *Show dos Esportes*, após a Copa do Mundo de 1982, passam a ser questionadas, censuradas ou suspensas, em consequência do processo geral de transformação da Gaúcha, que busca implantar uma linha editorial cada vez mais semelhante à da Rádio Guaíba.

Do descontentamento inicial, os integrantes do *Show dos Esportes*, passam para reuniões informais, organização de reuniões planejadas e, logo, para a decisão de criação efetiva de uma empresa, objetivando novo local, novo dial e antena, para atuação. Nasce, assim, a Nosso Time Promoções Ltda.

A Nosso Time, originária do *Show dos Esportes*, será corresponsável – nos meses que seguem, pela contratação de cerca de 55 profissionais, então, em parceria com os proprietários da Rádio Sucesso, durante experiência que dura cerca de um ano, a contar de junho de 1984.

São sócios-fundadores da Nosso Time: Pedro Ernesto (narrador e repórter), Wianey Carlet (comentarista e repórter), João Garcia (repórter), Newton Azambuja (repórter), Paulo Mesquita (repórter e apresentador). De todos os cinco, somente o último não é originário da equipe do *Show dos Esportes*, mas ex-integrante da equipe de esportes da Rádio Guaíba e redator, no departamento de jornalismo da Gaúcha, quando da associação para criação da Nosso Time.

A *Rádio Sucesso* é criada, originalmente, em 1981. E são seus proprietários o funcionário público aposentado Nóe Cardoso, o comunicador Antonio Carlos Contursi e o técnico em eletrônica Bertoldo Lauer Filho. Os três amigos e sócios adquirem a concessão da então Rádio Porto Alegre, propriedade da RBS. A Rádio Porto Alegre funcionava como mera repetidora, em

rede, com a transmissor Phillips de 250 watts de potência, que operava em apenas um kilowatt. A opção pela troca de nome para Rádio Sucesso ocorre em função do desejo dos novos proprietários em rodar somente as músicas mais ouvidas, 24 horas por dia. E desta forma sobreviverá a Rádio Sucesso, em 1984, quando nasce a parceria com os radialistas da Nosso Time.

Naquele ano de 1984, quando lança nova programação radiojornalística e de esportes, a Sucesso inaugura também novos transmissores, localizados na Ilha Grande dos Marinheiros e passa a operar em até 20 kilowatts de potência.

Os estúdios estão localizados em conjunto no 14º andar do Edifício Piratini, no Centro de Porto Alegre, na rua Uruguai, 240, esquina com a rua Sete de Setembro, em frente à Prefeitura Municipal. Problemática, mesmo, é a localização da Rádio Sucesso no dial, à direita, no 1390. Historicamente, as emissoras gaúchas tradicionais do AM localizam-se no extremo oposto, à esquerda no dial.

No lançamento da nova programação da Sucesso é realizada pequena campanha publicitária, com cerca de 20 postos em *outdoors*, panfletos distribuídos de mão em mão e anúncios de divulgação da nova equipe estampados no *Jornal do Comércio*, mantidos também nos dias de jogos, e que convidam o ouvinte a migrar para o 1390 da Sucesso.

São também contratados para a nova programação os repórteres Alfredo Possas, Luis Fernando Siqueira, João Manuel Machado e Sergio Moraes; os narradores e locutores Carlos Moacir e Marco Antonio Pereira; as apresentadoras Maria Luíza Benitez e Alda Souza, ambas saídas da Rádio Guaíba; os produtores/editores Vitor Hugo Paz e Sergio Endler.

O perfil dos contratados, além de ex-integrantes de Guaíba e Gaúcha, inclui: a) nomes vindos de emissoras do Interior do Estado, b) jovens universitários em formação no Jornalismo e c) nomes conhecidos ligados ao mundo do futebol, ex-dirigentes e um ex-treinador, Daltro Meneses. Entre os ex-dirigentes da Dupla Grenal, estão Luiz Carlos Silveira Martins (que chegará a presidir o Grêmio Porto-Alegrense), Rafael Bandeira (igualmente, ex-presidente do Grêmio), Hugo Amorim e Claudio Cabral (ex-dirigentes do Internacional).

A programação da Rádio Sucesso tenciona a utilização de formas tradicionais de fazer rádio, mesclando a isso novas produções, com programas e quadros inovadores.

Na direção da tradição, é retomada a programação destinada ao público infantil. E, assim, nas manhãs de sábado, é apresentado *Mundo Encantado*, programa do Palhaço Tampinha e equipe.

Igualmente tradicional, a música ao vivo ganha vitalidade através de *Brasileirinho*, produzido e apresentado por Newton Azambuja, sempre com convidados e músicas em estúdio, nas tardes de sábado.

Entretanto, é na inovação e no humor que a Rádio Sucesso investe com mais contundência, em busca de construção de identidade própria e de diferencial para audiência.

Humor e inovação estão, inclusive, sobretudo, nas jornadas esportivas. A transmissão de jogos – sem descuidar da atenção total à bola rolando – apresenta vinhetas, contação de piadas e causos, convidados especiais não vinculados ao futebol, em meio à narração, reportagens e comentários próprios de jornadas esportivas.

O ambiente masculino das transmissões de futebol, à época, vive uma surpresa bem-humorada, com a criação de uma figura de personificação, a *Bola*. Imaginada pela mente criativa de João Garcia, com roteiros de Vitor Hugo Paz, Wianey Carlet e Sergio Endler, a jovem Valena Valenzuela passa a dar vida, no ar, à personagem *Bola*. Com participação a partir do estúdio, ao vivo, nos espaços da pré-jornada e do pós-jogo, a *Bola* logo transforma-se em sinônimo de alegria e empolgação nas jornadas. Com voz sensual e ousada, a *Bola* dialoga, entrevista e – sobretudo – seduz jogadores de futebol, treinadores e dirigentes. Renato Portaluppi, entre outros craques, ficará encantado pela voz rouca e inesquecível da *Bola* da Sucesso.

Naquele momento, em 1984, vale lembrar, a Gaúcha e a Guaíba exibem padrões semelhantes de programação radiofônica, em busca de rigor pela informação, sobriedade e até sisudez, inclusive, nas transmissões esportivas. Cabe à Sucesso priorizar a construção de perfil de jornadas repletas de bom humor, em busca de sua audiência.

Na faixa de humor, além das narrações engraçadas protagonizadas pelo locutor Pedro Ernesto, nas tiradas criativas de Daltro Meneses e João Garcia, sobretudo, a Sucesso conta também com humoristas e até cartunistas profissionais.

São frequentes as participações do músico e humorista Paulo Silva, o *Bombachudo*, que canta e conta piadas gauchescas nas jornadas e na programação diária. Sem ser colaborador contratado, comparece e tem aparição frequente na programação o humorista André Damasceno, que no futuro será integrante da *Escolinha do Professor Raimundo*, com Chico Anysio, na Rede Globo.

Os consagrados cartunistas Iotti e Santiago, igualmente, participam com humor na programação com criações inéditas do *Cartum Falado*. Iotti, inclusive, chega a participar de jornadas esportivas, dando voz, ao vivo, ao seu personagem “gringo”, bebereão e desbocado, o *Radicci*.

Jornalisticamente, a Sucesso, também, definia pautas principais do cotidiano e que seriam abordadas, nos dias de jogos, com maior ou menor intensidade, ao longo das transmissões, transformando as jornadas esportivas em espaços de radiojornalismo opinativo.

As jornadas esportivas da Sucesso, no entanto, dispunham dos atrativos tradicionais em transmissão de jogos, isto é, a expressão completa como resultado de rotinas produtivas de toda a equipe, constituída por um narrador, um comentarista, dois a três repórteres e plantão de estúdio, além do coordenador de jornada e da equipe técnica.

O legado da Rádio Sucesso encontra-se, do ponto de vista formativo, na oportunidade dada e na revelação profissional de grupo de universitários, radiojornalistas em formação, que são contratados como estagiários e desempenham diferentes funções. O ambiente da nova emissora, com programação em implantação, oferecia inúmeros desafios, precariedade de recursos e dificuldades constantes. Mas, no mesmo ambiente, ofertava espaços generosos para atuação, clima de entusiasmo e enorme disposição colaborativa entre radialistas experientes e os jovens em iniciação.

Embora a contratação por estágio, já na década de 1980, como ainda hoje, configurasse também sinônimo de precarização do trabalho, exploração de mão-de-obra qualificada, na experiência da Sucesso ocorreu um ciclo virtuoso de formação e oferta de oportunidades profissionais.

Entre os estagiários na Rádio Sucesso, estava Nando Gross, atualmente, jornalista multimídia da Rede Record e principal comentarista esportivo e maior salário atual da Rádio Guaíba. Também, Sergio Boaz, repórter esportivo da Rádio Gaúcha, hoje, com coberturas internacionais em Copa do Mundo. E foi estagiário, também, Ricardo Vidarte, hoje, comentarista esportivo e âncora do SBT Esportes, em Porto Alegre.

Entre os estagiários, também, estava Flavio Portella, posteriormente coordenador de Produção na Rádio Guaíba. E, também, Antonio Goulart, futuramente comentarista esportivo da TVE, Canal 7, em Porto Alegre. Além destes, também foram estagiários o hoje músico Beto Hermann e a cineasta Mariângela Grando.

As dificuldades de enfrentamento de mercado, sobretudo, diante do poder hegemônico da Rádio Gaúcha, associadas à frustração pela baixa arrecadação comercial, levaram a situação de desgaste fatal o relacionamento entre os proprietários da Rádio Sucesso e os integrantes da Nosso Time.

Embora obtivesse garantia mínima de sobrevivência comercial, o projeto da nova programação da Rádio Sucesso cansara a todos envolvidos e frustrava as expectativas de ganhos elevados dos dois grupos dirigentes, levando a rompimento precoce do contrato operacional entre os mesmos.

A infraestrutura precária para as operações diárias e – sobretudo – para a realização de jornadas esportivas, a péssima localização da emissora no dial, a fraca potência e a falta de tradição em radiojornalismo da marca Rádio Sucesso, foram fatores determinantes para o fim da aventura.

Todos estes fatores aliados às dificuldades inerentes à equipe de radiojornalismo e esportes em formação, associados com a inexperiência – em gestão e comercialização – determinaram o encerramento das atividades da equipe de esportes e jornalismo da jovem Rádio Sucesso, em junho de 1985.

Naquele mesmo inverno, a Rádio Sucesso voltava, nostalgicamente, a ser apenas uma emissora toca-discos. Já a Nosso Time terminava ciclo de vida empresarial e dava origem à Promark, empresa que logo faria associação e novo acordo operacional com a Rádio Difusora, que mudava antigo nome-fantasia para denominar-se Rádio Bandeirantes, de Porto Alegre. Iniciava, ali, novo ciclo de peripécias e de trabalho dos radiojornalistas esportivos e, também, uma nova história, em outro lugar e dial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aveline, J. (1999). *Macaco Preso para Interrogatório: retrato de uma época*. Porto Alegre: AGE.
- Caldas, B. & Pinheiro Machado, J. (1987). *Meio século de Correio do Povo: glória e agonia de um grande jornal*. Porto Alegre: L&PM.
- Carus, C. R. C. (1995). *A história da Rádio Sucesso*. Monografia de Graduação em Jornalismo, Unisinos, São Leopoldo, Brasil.
- Endler, S. F. (2004). *Radio Continental AM: história e narrativas, em Porto Alegre, de 1971 a 1981*. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação, Unisinos, São Leopoldo, Brasil.
- Ferraretto, L. A. (2002). *Rádio no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40): dos pioneiros às emissoras comerciais*. Canoas: Ulbra.
- Galvani, W. (1994). *Um século de poder: os bastidores da Caldas Jr*. Porto Alegre: Mercado Aberto.
- Klockner, L. (1997). *A notícia na Rádio Gaúcha: orientações básicas sobre texto, reportagem e produção*. Porto Alegre: Sulina.
- Lunardi, D. (2005). *1390 AM - De Sucesso à Esperança: páginas na história da radiodifusão gaúcha*. Monografia de Graduação em Jornalismo, Unisinos, São Leopoldo, Brasil.

- Meditsch, E. (2001). *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Editora Insular.
- Paixão, T. (2006). *Farroupilha 70: setenta anos de história no ar*. Porto Alegre: RBS Publicações.
- Schirmer, L. (2002). *RBS: Da Voz-do-Poste à multimídia*. Porto Alegre: L&PM.