



O papel das emissoras de rádio no desenvolvimento econômico de Blumenau (1960-1970)¹

Clóvis Reis²

FURB – Universidade Regional de Blumenau

Lorraine Beatrice Petters³

FURB – Universidade Regional de Blumenau

Resumo

Os anos dourados do rádio em Blumenau se situam entre as décadas de 1960 e 1970, período que registra uma grande atividade econômica no município. O presente trabalho busca identificar, descrever e analisar o impacto que, na época, o rádio causou no desenvolvimento de Blumenau. O método de pesquisa é a análise documental. Os resultados do estudo indicam que, entre os anos 60 e 70, a economia local se diversificou, a arrecadação de impostos cresceu, o processo de urbanização se acelerou e a execução de obras de infra-estrutura melhorou as condições de vida da população. Nesse sentido, se percebe que o advento do rádio coincide com um período de avanços econômicos, sociais e culturais. O rádio ajudou a superar obstáculos geográficos, sintonizando os blumenauenses com os eventos dos grandes centros do País, divulgando iniciativas da população local, fomentando a cultura do empreendedorismo e atraindo empresários de outras regiões para o município.

Palavras-chave: rádio; propaganda; publicidade; desenvolvimento econômico; Blumenau.

1 - Introdução

Ao contrário do que ocorreu nos grandes centros do Brasil, onde os anos dourados do rádio se situam entre as décadas de 30 e 60, em Blumenau o período áureo do meio foram os anos 60 e 70 (REIS; MARTINS, 2005, p. 151-166). Nesta época, a cidade contava com cinco emissoras de rádio. Eram elas: Clube, Difusora, Nereu Ramos, Alvorada e Blumenau.

A Rádio Clube de Blumenau foi a primeira emissora de rádio do Estado. Sua história começou em 1929, com um serviço de alto-falante instalado pelo radioamador João Medeiros Junior. A partir de 1931, tais experiências passaram a utilizar um

¹ Trabalho apresentado ao GT de História da Publicidade e Propaganda, do V Congresso Nacional de História da Mídia, Facaper e Ciee, São Paulo, 2007.

² Doutor em Comunicação Social, Professor da FURB – Universidade Regional de Blumenau.

³ Aluna do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FURB – Universidade Regional de Blumenau.



transmissor de 150 watts e Medeiros Júnior fundou então uma sociedade, para captação de recursos através de apólices que vendeu para amigos e conhecidos. Em 1935, a emissora entrou no ar em caráter definitivo.

No período das irradiações experimentais, Medeiros Júnior já havia conseguido junto ao governo federal a concessão do prefixo PRC-4. Com efeito, a Clube é a única emissora em Santa Catarina com o prefixo PR, característico das mais antigas estações de rádio do país (MEDEIROS; VIEIRA, 1999, p. 29). A licença oficial para o funcionamento definitivo da Clube saiu em 19 de março de 1936. Neste período a rádio já estava mais potente, utilizando um transmissor de 500 watts.

No final da década de 30, Medeiros Júnior vendeu suas cotas de participação na emissora para cuidar de assuntos pessoais. Wilson de Freitas Melro e Flavio Rosa compraram as cotas de participação, tornando-se então os acionistas majoritários de uma organização denominada Emissoras Coligadas de Santa Catarina, que posteriormente se tornaria uma grande rede multimidiática.

Em 1957, entrou em atividade a Rádio Difusora, afiliada do grupo Coligadas, que controlava – além da Rádio Difusora e da Rádio Clube de Blumenau – mais quatro emissoras: Clube de Indaial, Clube de Gaspar, Clube de Itajaí e Araguaia de Brusque. Anos mais tarde, o grupo fundaria em Blumenau o Jornal de Santa Catarina e a TV Coligadas, a primeira emissora de televisão de Santa Catarina.

A Difusora absorveu funcionários advindos da rede de emissoras. Com isso, já nasceu com profissionais que dominavam a linguagem do rádio, diferentemente do que ocorreu com a Rádio Clube de Blumenau, onde a improvisação e o experimentalismo marcaram as primeiras transmissões.

Por sua vez, a Rádio Nereu Ramos inaugurou as suas operações em 1958. Seu fundador foi Evelásio Vieira, popularmente conhecido como Lazinho. O empresário foi um grande jogador de futebol e posteriormente um dos políticos mais influentes de Santa Catarina.

A Nereu foi a responsável direta pelos anos dourados do rádio no mercado local, pois contratou profissionais experientes de Curitiba, no Paraná, e Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. A emissora inaugurou o uso da unidade móvel nas transmissões externas e desencadeou uma forte competitividade com as rádios Clube e a Difusora. O dinamismo de suas atividades obrigou uma reação das concorrentes, melhorando a programação e dando início a um período de grandes transformações no meio.

Já a Rádio Alvorada surgiu em 1962. Os pontos fortes da programação eram o jornalismo e as transmissões esportivas. Finalmente, a Rádio Blumenau entrou no ar em 1967. A emissora mudou o modo de se fazer rádio na cidade, transmitindo nos moldes de uma FM e oferecendo os serviços de agência de notícias para outras estações da região.

A concorrência entre tais emissoras de rádio desencadeou, nas décadas de 60 e 70, uma grande disputa pela contratação de espaços publicitários na grade de programação. As emissoras necessitavam da veiculação de propaganda para viabilizar-se economicamente, posto que, em geral, 90% do faturamento dos veículos de comunicação advêm da venda de anúncios. (SÁNCHEZ-TABERNERO, 2000, p. 221)

Com efeito, o período registrou grande atividade econômica em Blumenau. Na década de 1960, o município tornou-se o décimo pólo têxtil do Brasil e o maior de Santa Catarina (THEIS, 2000, p. 175), constituindo-se num dos principais parques industriais do Estado até os anos 80. De acordo com Tomio (2000, p. 76), até então somente Joinville tinha uma produção industrial em valores financeiros próximos aos de Blumenau.

Nesse contexto, não se pode desconsiderar a importância que a propaganda veiculada pelas emissoras de rádio exerceu no desenvolvimento econômico de Blumenau. Lage e Milone (1994, p. 9) afirmam que a variedade de bens e serviços à disposição dos indivíduos torna necessária a existência da propaganda para facilitar o desenvolvimento de hábitos, modelar comportamentos, estimular a elevação das vendas e aumentar a produção, o que contribui para o crescimento econômico.

Tais postulados indicam a existência de uma relação intrínseca entre veículos de comunicação, propaganda e economia. Porém, não esclarecem se é a instalação dos meios de comunicação e a captação de investimentos em propaganda que favorecem o crescimento econômico ou se são as condições econômicas anteriores que propiciam o surgimento dos meios de comunicação.

De fato, a presente pesquisa parte da seguinte pergunta: o pioneirismo de Blumenau na área de radiodifusão influenciou o processo de desenvolvimento local ou o município tornou-se um precursor neste setor de atividade devido a uma condição econômica, tecnológica e social que propiciava o investimento em novos negócios, especialmente a instalação de emissoras de rádio de âmbito comercial?

Nossa investigação parte da hipótese que a liderança do município no cenário econômico de Santa Catarina, as demandas sociais da população (hábitos,



comportamentos, etc.) e a infra-estrutura tecnológica já instalada (energia elétrica, telefonia, etc.) lançaram as bases para que Blumenau assumisse a vanguarda estadual na área de radiodifusão. Entretanto, não se pode desconsiderar que o pioneirismo do município na instalação de emissoras de rádio certamente produziu benefícios à expansão da sua economia, estimulando o consumo e gerando diretamente empregos e renda.

A pesquisa é relevante porque, embora Blumenau seja pioneira na área de comunicação em nível estadual, até a presente data são escassos os estudos com o enfoque proposto neste projeto. Em oposição à lacuna observada em âmbito local, em nível nacional e internacional avançam os estudos sobre a economia e políticas de comunicação, o que constitui uma oportunidade para inclusão da experiência local neste campo de investigação. Nesse sentido, a realização desta pesquisa permite uma primeira reflexão sobre o surgimento e o papel das emissoras de rádio no processo de desenvolvimento econômico de Blumenau, contribuindo para a compreensão do processo histórico-social que se desenvolveu na região a partir do impulso da comunicação.

Os resultados expostos a seguir são uma síntese da pesquisa realizada pela acadêmica Lorreine Beatrice Petters, aluna do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FURB – Universidade Regional de Blumenau, sob a orientação do professor Clóvis Reis. O projeto recebeu uma bolsa de iniciação científica do programa denominado PIBIC/FURB.

A iniciativa integra um programa de pesquisa mais amplo, que tem o objetivo de traçar um mapa analítico da mídia de Blumenau, estudando a sua história, analisando as tendências da programação e da propaganda, e descrevendo a organização empresarial do setor. Tais pesquisas permitiram a produção de artigos e comunicações científicas publicados em periódicos e congressos de âmbito nacional e internacional.

2 – Metodologia

Esta pesquisa estudou as origens das emissoras de rádio em Blumenau e o seu papel no desenvolvimento econômico do município entre os anos de 1960 e 1970, período em que o meio se consolidou em âmbito local.

O método de investigação foi a análise documental, utilizada pelos estudiosos do campo da Comunicação que realizam o resgate da história de veículos, personagens



ou períodos a partir da identificação, verificação e apreciação de documentos. De acordo com Moreira (2005, p. 272), a análise documental é, ao mesmo tempo, método e técnica: “Método porque pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação. Técnica porque é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados, como a entrevista e o questionário”. A análise documental é, na maioria das vezes, qualitativa e emprega fontes de origem secundária, isto é, dados e informações já reunidos e/ou organizados.

3 – Resultados e discussão

A seguir, são apresentados e confrontados entre si alguns dos principais índices sobre o aumento da população, a arrecadação de impostos, a diversificação da economia, o surgimento de novos negócios, a realização de obras de infra-estrutura, os investimentos publicitários e os impactos da instalação das primeiras emissoras de rádio de Blumenau, entre as décadas de 1960 e 1970.

3.1 – Empresas

Quando se observa o aumento da população em Blumenau, vê-se também o fenômeno da urbanização ocorrido, principalmente, entre as décadas de 1960 e 1970. Em 1950, a população de Blumenau era formada por 48.108 habitantes. (IBGE, Censo Demográfico, 1950)

Em 1960, percebe-se uma urbanização acentuada em Blumenau, já que a população rural somava 19.038 habitantes, uma diminuição de mais de 20% em comparação com a década anterior. Já a população da área urbana somava 47.740 moradores, totalizando uma população de 66.778 habitantes (IBGE, Censo Demográfico, 1960). Tal resultado guindava Blumenau ao quarto lugar em população de Santa Catarina, ficando atrás de Lages, Florianópolis e Joinville. (RELATÓRIO DOS NEGÓCIOS ADMINISTRATIVOS DO MUNICÍPIO DE BLUMENAU, 1961, p. 104)

Em 1970, a população blumenauense alcançou mais de 100 mil habitantes, um marco para a história do município. Oitenta e seis por cento dos habitantes localizavam-se na zona urbana (IBGE, Censo Demográfico, 1970). A cidade contava com 17.841



domicílios na área urbana e 1.245 domicílios na área rural (ACIB, 1989), ou seja, a região urbana da cidade possuía 93,5% do total de domicílios.

Destaca-se ainda que, no decorrer de cinquenta anos (1950-2000), a maior taxa de crescimento populacional Blumenauense ocorreu entre as décadas de 1960 e 1980. No primeiro decênio, de 1960 a 1970, a taxa de crescimento foi de 4,15%. De 1970 a 1980, o índice foi de 4,6%. (SECRETARIA DE PLANEJAMENTO URBANO DE BLUMENAU, 2000)

Percebe-se que o período de maior crescimento populacional, especialmente na zona urbana de Blumenau, corresponde às décadas de 1960 e 1970. O aumento populacional, como se sabe, traz uma maior disponibilidade de mão-de-obra e, conseqüentemente, uma ampliação no mercado consumidor, o que facilita o crescimento da economia.

O aumento da população gerou um acréscimo na arrecadação de impostos entre as décadas de 1960 e 1970. A arrecadação pública no ano de 1961 ultrapassou a cifra de 1 bilhão de cruzeiros, moeda vigente na época. (RELATÓRIO DOS NEGÓCIOS ADMINISTRATIVOS DO MUNICÍPIO DE BLUMENAU, 1961, p. 110)

De acordo com o Relatório Municipal de Blumenau, a partir de 1970, o imposto mais expressivo para a administração municipal passou a ser o ICM – Imposto sobre a Circulação de Mercadorias (1972, p.134). No ano de 1971, a participação do município no ICM estadual chegou a Cr\$ 10.314.933,72. Segundo avaliação realizada na época pelo prefeito Evelásio Vieira, o ano de 1970 não apresentou aumento na arrecadação de impostos. Em compensação, em 1971 e 1972 o crescimento alcançou 20%. (RELATÓRIO DO MUNICÍPIO DE BLUMENAU, 1972, p. 135)

Em 1980, a participação de Blumenau na arrecadação de ICM em Santa Catarina atingiu 15% de um total de Cr\$ 22 bilhões. O retorno do ICM para o município atingiu Cr\$ 710 milhões, correspondente a 55% da receita de Blumenau. (REVISTA GOVERNO VIANNA, 1982, p. 22)

Apesar da dificuldade para se mensurar o real crescimento da arrecadação de impostos entre as décadas de 1960 e 1970, devido a diferentes métodos de classificação e à moeda em desuso, percebe-se que o período foi próspero para a cidade, o que se reflete nas décadas seguintes.

Observando a geração de empregos, em 1951, um total de 7.708 operários trabalhava nas 328 indústrias situadas em Blumenau (RELATÓRIO DOS NEGÓCIOS ADMINISTRATIVOS DO MUNICÍPIO DE BLUMENAU, 1951, p. 110). Dez anos



depois, em 1961, durante o governo de Hercílio Deeke, o número de indústrias aumentou para 336, atuantes em diversos setores, como os segmentos agrícola, têxtil, alimentício e de artigos diversos. (RELATÓRIO DOS NEGÓCIOS ADMINISTRATIVOS DO MUNICÍPIO DE BLUMENAU, 1961, p. 106-107)

Na década de 1970, o terceiro turno das indústrias têxteis da cidade passou a aceitar o trabalho feminino, aproveitando uma nova frente de mão-de-obra local. (SANTIAGO; PETRY; FERREIRA, 2001, p. 145)

Em 1981, 42% dos 157 mil habitantes possuíam emprego, formando uma população economicamente ativa de 63 mil trabalhadores. No mesmo ano, sob comando do prefeito Renato Vianna, Blumenau contava com 489 estabelecimentos industriais, empregando 39.142 pessoas. Percebe-se um aumento de mais de 400% em 30 anos. A área de prestação de serviços empregava 9.660 pessoas; o comércio, 7.934; e havia 7 mil autônomos em atividade. (REVISTA GOVERNO VIANNA, 1981, p. 23)

A geração de postos de emprego indica o surgimento de novos negócios. Em 1951, Blumenau possuía 328 indústrias, 349 oficinas, 328 estabelecimentos comerciais e sete agências bancárias. (RELATÓRIO DOS NEGÓCIOS ADMINISTRATIVOS DO MUNICÍPIO DE BLUMENAU, 1951, p. 110 – 111)

A família Hering investia constantemente em novos negócios na cidade. Em 1951, a empresária Alice Hering fundou a empresa Cristais Hering, a primeira fábrica do gênero no Brasil. (ACIB, 1989)

Em 1961, nota-se um aumento expressivo do comércio blumenauense, que viu surgir, no período de dez anos, 310 novos postos para a venda de mercadorias. Entre eles, estava o primeiro supermercado da cidade, o Supermercado Blumenau, inaugurado em 15 de março de 1961. (SANTIAGO; PETRY; FERREIRA; 2001, p. 127)

Os anos seguintes da década de 1960 também foram pródigos na abertura de novos negócios no município. Um exemplo foi a construção do Grande Hotel Blumenau, com 14 andares, que possuíam, além dos apartamentos, restaurante, bar, boate, salão de festas, terraço, garagem e farmácia. Na mesma época, instalou-se a Confeitaria Aquarium, levando ao fechamento da antiga Confeitaria Socher. (ACIB, 1989)

Ainda na década de 1960, dois importantes negócios são inaugurados em Blumenau. A concessionária de automóveis Blusa, revendedora Volkswagen, instala-se na Rua Itajaí, em 1967 (ACIB, 1989). Representando um marco para a área de tecnologia do município, é fundado o CETIL – Centro de Eletrônica da Indústria Têxtil,



através do capital de 16 empresas regionais, doze delas blumenauenses (ACIB, 1989). Dava-se início à era dos computadores em Blumenau.

De acordo com Santiago, Petry e Ferreira (2001, p. 135), o ano de 1970 marcou, mais uma vez, o potencial de desenvolvimento econômico, não apenas para a cidade de Blumenau, mas para todo o Estado. Em 1970, Santa Catarina possuía 8.895 estabelecimentos industriais, enquanto 20 anos antes havia apenas cerca de 2 mil fábricas.

A prefeitura passou a oferecer benefícios fiscais para empresas que desejavam se instalar no município. Aproveitando as facilidades, a Alufer do Sul S/A, empresa especializada em estruturas metálicas, é inaugurada em Blumenau, no ano de 1970 (ACIB, 1989). O maior supermercado de Santa Catarina foi inaugurado em Blumenau, em 1972, por Rudolfo Pfuetzenreiter, despertando novos hábitos de consumo na população. (ACIB, 1989)

Novas indústrias se instalaram durante a década de 1970, como a Fiovale, a Albany e a Johnson & Johnson (SANTIAGO; PETRY; FERREIRA, 2001, p. 147). Segundo a Revista Governo Vianna (1981, p. 22), de 1977 a 1980, a prefeitura de Blumenau concedeu isenções tributárias, doou terras e ofereceu serviços de infraestrutura a 24 empresas, dos mais variados ramos de atuação, como de papel, embalagem, metalúrgico, têxtil, entre outros. No ano de 1980, Blumenau contabilizava 489 indústrias, 1.887 estabelecimentos prestadores de serviços e 1.380 comércios, entre eles, 22 farmácias e 23 supermercados.

A partir de tais informações, percebe-se que o período de 1960 a 1979 foi pródigo na abertura de novos negócios, especialmente no setor varejista da cidade. Apesar de não ser possível dimensionar com exatidão o número de postos de emprego abertos na época, pode-se notar o aumento da população economicamente ativa e o crescimento da economia local.

Os negócios situados no município encontraram, nas décadas de 1960 e 1970, uma fase próspera para a ampliação e diversificação. Em 1960, a filial da firma Hermes Macedo inaugurou uma nova loja na cidade, ampliando o espaço físico para 4.200 metros quadrados. Um exemplo de diversificação no processo de produção foi dado pela Sulfabril, em 1966. A malharia foi autorizada pela Rhodia a utilizar fios sintéticos para a fabricação das roupas da coleção de verão. (ACIB, 1989)

As exportações, especialmente da indústria têxtil, foram incentivadas pelo governo federal, estadual e municipal. Santiago, Petry e Ferreira (2001, p. 137) afirmam



que, na década de 1970, as indústrias têxteis já se consolidavam nas exportações e verticalizavam o processo fabril, preocupando-se desde a plantação do algodão até a fiação, tecelagem e confecção da roupa.

No ano de 1970, a Cia. Jensen instalou uma câmara frigorífica especial e lançou ao mercado de Blumenau, pela primeira vez, o leite embalado em pacote de plástico de um litro (ACIB, 1989). A partir de 1973, a cidade assistiu a uma série de associações e fusões de empresas. A Cia. Hering associou-se a um grupo italiano, dando origem a uma nova indústria: Omino Hering S/A. A empresa Artex S/A incorporou a Empresa Industrial Garcia, dando origem ao maior complexo industrial do mundo fora dos Estados Unidos, no ramo de artefatos têxteis. (ACIB, 1989)

Um dos grandes passos rumo à diversificação da economia, durante a década de 1970, foi a criação da Ceval – Cereais do Vale, vinculada ao grupo Hering. A empresa produzia óleos e margarinas (SANTIAGO; PETRY; FERREIRA, 2001, p. 145). Nesse período, o comércio também procurou diversificar os produtos vendidos, surgindo lojas especializadas em moda, eletrodomésticos e artigos de luxo.

3.2 – Infra-estrutura

Entre as décadas de 1960 e 1970, a administração de Blumenau, com o aporte de verbas estaduais e federais, viabilizou importantes obras de infra-estrutura e liderou o debate sobre a necessidade de investimentos no Vale do Itajaí.

Já em 1950, iniciou-se um movimento para a construção de obras de contenção das cheias do Rio Itajaí-Açu. No ano de 1962, devido à pressão do empresariado da cidade e dos meios de comunicação, o Ministro de Viação e Obras Públicas, Virgílio Távola, veio a Blumenau para definir as obras necessárias à proteção contra enchentes, incluindo a construção de barragens. (ACIB, 1989)

Entre os anos de 1953 e 1954, houve outros investimentos públicos relativos à infra-estrutura urbana de Blumenau: inaugurou-se a Ponte Irineu Bornhausen, entre a Itoupava Norte e a Itoupava Seca, e ficaram prontas as obras de implantação da ferrovia que liga Blumenau a Itajaí.

O ambiente urbano de Blumenau passou a contar com uma obra para facilitar o transporte intermunicipal: a estação rodoviária, localizada na Rua 7 de Setembro. Contudo, no mesmo ano de 1955, as concessionárias do transporte coletivo da cidade queixaram-se do mau estado de conservação das vias públicas (ACIB, 1989). Em 1980,



uma nova rodoviária seria construída, para evitar que os ônibus intermunicipais passassem pelo Centro.

O ano de 1960 revelou o resultado de uma ação simultânea de apoio do empresariado blumenauense e da aplicação da verba pública para a inauguração da Rodovia Jorge Lacerda, totalmente asfaltada, nos 49 quilômetros de ligação entre Blumenau e Itajaí. (SANTIAGO; PETRY; FERREIRA, 2001, p. 126)

Segundo o Relatório Oficial da Prefeitura (1969, p. 4-7), o aspecto central de Blumenau começou a se diferenciar em 1968, com a construção da Avenida Beira-Rio, ajudando a proteger as margens do Rio Itajaí-Açu.

A década de 1970 começou com uma Blumenau mais moderna, como afirmam Santiago, Petry e Ferreira (2001, p. 138): “O perfil urbano de Blumenau passou por uma verticalização, causada pela construção de diversos edifícios. A cidade viu surgir novas ruas e pontes e seu comércio acompanhou o crescimento da economia local através da diversificação dos produtos comercializados”.

O período ficou marcado pelo investimento em rodovias em Santa Catarina. Em 1971, houve a inauguração da BR-101 que corta o Estado no sentido norte-sul. Para a construção da rodovia, contou-se com o apoio dos empresários e a pressão dos meios de comunicação blumenauenses. Osmar Laschewitz (entrevista ao autor) afirma que a imprensa de Blumenau sempre se uniu em torno de iniciativas comunitárias, como ocorreu no caso da BR-101.

Outra causa que uniu os veículos de comunicação de Blumenau foi a instalação da primeira faculdade. Segundo Edélcio Vieira (entrevista ao autor), a Rádio Nereu Ramos liderou tal movimento. Com a pressão de outros veículos, em 2 de maio de 1964, realizou-se a aula magna da Faculdade de Ciências Econômicas de Blumenau. Em 1967, o prefeito Carlos Curt Zadrozny criou a Fundação Universitária de Blumenau, ampliando o número de cursos, com a Faculdade de Ciências Jurídicas e Filosofia, Letras e Ciências (ACIB, 1989). Hoje a Universidade oferece 39 cursos de graduação e seis programas de mestrado.

Através das informações obtidas, vê-se que importantes obras e estabelecimentos foram construídos entre as décadas de 1960 e 1970, melhorando a qualidade de vida e a infra-estrutura urbana de Blumenau. Mesmo sendo difícil dimensionar e diferenciar as obras que utilizaram apenas o dinheiro público ou o privado, já que na maioria das vezes os incentivos vinham de ambos, diversas

construções e negócios foram viabilizados e colaboraram para o desenvolvimento econômico do município.

3.3 – Propaganda

Se o período entre as décadas de 1960 e 1970 coincide com a consolidação das emissoras de rádio de Blumenau, é também nessa época que se percebe um incremento nos investimentos publicitários, firmando-se assim a era comercial dos meios de comunicação no município. Os principais anunciantes de Blumenau nas décadas de 1960 e 1970 eram, na sua maioria, comerciantes localizados na Rua XV de Novembro, cujas lojas atraíam consumidores até de municípios vizinhos.

Hans Schadrack (entrevista ao autor), ex-diretor das Lojas Moellmann, afirma que a empresa costumava investir de 1% a 2% do faturamento em publicidade. Ele lembra, contudo, que estar na mídia não era suficiente para o constante crescimento da venda. O atendimento e a qualidade dos produtos, que iam desde cristais a material de construção, eram fundamentais.

De acordo com Emílio Schramm (entrevista ao autor), a Loja Flamingo, especializada em produtos para cama, mesa e banho, anunciava em rádio e investia em folheteria desde a década de 1960, e ganhou credibilidade dentro e fora do município graças à propaganda.

Durante o período, algumas indústrias blumenauenses também anunciavam nas emissoras de rádio do município. Entretanto, o conteúdo dos anúncios possuía um caráter institucional, não diretamente voltado para a venda, mas para a fixação da marca. Segundo Flávio Coelho (entrevista ao autor), as empresas adotavam tal estratégia porque seu mercado consumidor situava-se em outros lugares do Brasil ou, até mesmo, no exterior.

Grandes marcas como Toddy, Kolynos, Melhoral e Gessy Lever tiveram expressiva participação nos espaços comerciais das emissoras de rádio entre os anos de 1960 e 1970. Algumas delas patrocinavam programas que levavam nomes como, por exemplo, o “Caixa de Pedidos Lever”, em que o ouvinte enviava à Rádio Clube de Blumenau uma embalagem do sabonete Lever e aproveitava para pedir uma música. (REIS; MARTINS, 2005, p. 160)

Segundo o empresário Edélcio Vieira (entrevista ao autor), nos anos de 1970, cerca de 60% do faturamento das emissoras de rádio de Blumenau provinha dos grandes



anunciantes e apenas 40% era do comércio local. Hoje, os anunciantes nacionais representam apenas 10% do faturamento das emissoras AM do município.

Entre as décadas de 1960 e 1970, as emissoras de rádio comercializavam seus espaços de diferentes modos. De acordo com Reis e Martins (2005, p. 165-166), havia a venda direta de balcão, feita nas dependências da própria emissora; a venda através da figura do contato comercial, funcionário da emissora responsável pela captação externa de anunciantes; a contratação de representantes, com escritórios nos grandes centros urbanos do Brasil; o aluguel ou compra de horário na grade de programação; e a intermediação das agências de publicidade.

Com efeito, as agências de publicidade representavam apenas uma pequena participação no faturamento das emissoras de Blumenau, entre os anos de 1960 e 1970. A SC Propaganda surgiu em 1969, por iniciativa de Wilson de Freitas Melro, Flávio Rosa e Caetano Deeke de Figueiredo. O grupo era dono da TV Coligadas, que entrou no ar no mesmo ano. Como afirma Flávio Coelho (entrevista ao autor), o paulista Marcos Pereira veio a Blumenau para gerenciar a agência e conquistou, a partir da inauguração, a conta da empresa Industrial Garcia.

A Magna Propaganda inaugurou as suas atividades na década de 1970. O publicitário José Geraldo Reis Pfau (entrevista ao autor), um dos sócios da empresa, afirma que a agência surgiu a partir de uma agência de notícias, criada pelo fundador da Rádio Blumenau, Airtton Rebello.

Horácio Braun (entrevista ao autor) lembra que a Scriba Propaganda, fundada por ele e Osmar Laschewitz, iniciou as suas operações em 1973. Osmar Laschewitz (entrevista ao autor) acrescenta que em 1976 a Scriba contratou um dos primeiros profissionais com curso superior em Publicidade e Propaganda a trabalhar numa agência em Santa Catarina. Era Cao Hering.

De acordo com Cao (entrevista ao autor), muitos publicitários da década de 1960 e 1970 eram advogados, pois tinham um conhecimento amplo sobre variados assuntos. Já os contatos publicitários, aqueles que faziam o atendimento, vinham para as agências com experiência na venda de outros tipos de produto. Os arte-finalistas vinham de gráficas, jornais ou eram artistas plásticos.

Na época, os anúncios de rádio eram produzidos com poucos recursos técnicos. A maioria dos comerciais era apresentada ao vivo, pelo próprio locutor. Segundo Siemann (2004, p. 57), os grandes anunciantes do eixo Rio-São Paulo enviavam seus comerciais gravados em discos compactos de vinil. Dessa forma, se percebe que a



implantação das agências de publicidade e o crescimento dos investimentos em propaganda em Blumenau, que assinalam o ingresso do rádio na era comercial, colaboraram para o aumento no número de postos de trabalho e incentivaram novas demandas de consumo no mercado local.

3.4 – Liderança

Ao se observar o impacto do rádio no desenvolvimento econômico, percebe-se que a história do meio em Santa Catarina iniciou-se, oficialmente, em Blumenau, com a fundação da Rádio Clube, outorgada em 1936. O publicitário José Geraldo Reis Pfau (entrevista ao autor) afirma que, a partir daí, Blumenau tornou-se líder em Santa Catarina, na área de comunicação. “Pode-se dizer, que no início, todo mundo copiou Blumenau. Tudo graças ao pioneirismo dos meios de comunicação”, analisa o publicitário.

Segundo Pereira (1992, p. 48), o pioneirismo do município se explica pelas características do Vale do Itajaí e suas origens germânicas, com espírito comunitário. Assim, a inauguração da emissora de rádio colaborou, a princípio, de forma comunitária, com a integração da população. Afinal, as outras formas de comunicação, como transportes e telefonia, viriam a se desenvolver apenas nas décadas seguintes, especialmente nos anos de 1960 e 1970.

A integração promovida pela Rádio Clube ficou evidente com o surgimento das Emissoras Coligadas de Santa Catarina, compostas por seis rádios situadas no Vale do Itajaí. O jornalista José Reinoldo Rosenbrock (entrevista ao autor) lembra que a rede ajudou a romper obstáculos geográficos, difundindo cultura e informação.

De um modo geral, o advento da Rádio Clube causou impactos não apenas econômicos, mas também culturais. Pelas ondas do rádio, os blumenauenses começaram a conhecer os eventos e notícias dos grandes centros do País. A partir da sua fase comercial, o rádio tornou-se parte integrante da economia blumenauense e, gradualmente, ajudou a fomentá-la, como prestador de serviços e com a oferta de postos de trabalho que atraíram profissionais de Curitiba, Porto Alegre e São Paulo.

O rádio influenciou e estimulou os investimentos publicitários no município, especialmente do comércio, situado ao longo da Rua XV de Novembro, e das indústrias têxteis, que promoviam campanhas institucionais. Segundo o publicitário Cao Hering



(entrevista ao autor), nem a inauguração da TV Coligadas, em 1969, fez com que o rádio perdesse os investimentos publicitários imediatamente.

De fato, ao longo dos anos, o rádio se tornou parte da agenda temática do município, presente no dia-a-dia da população. Grandes programas de entretenimento marcaram época na cidade, como Picape de Frigideira, apresentado por Nelson Rosenbrock na Rádio Clube, que trazia músicas e notícias da região. O Blu é uma parada dava o tom do sábado, desde meados da década de 1970, na Rádio Blumenau. Algumas emissoras promoviam eventos, como a Eleição da Rainha dos Operários de Blumenau, realizada pela Rádio Clube, reunindo cerca de 10 mil pessoas nos pavilhões da Proeb.

Já em 1950, percebeu-se a importância de construir obras para a prevenção de enchentes. do Rio Itajaí-Açu. Segundo Osmar Laschewitz (entrevista ao autor), o movimento só começou graças à iniciativa da Associação de Imprensa e Rádio do Vale do Itajaí. No ano de 1962, devido à pressão do empresariado da cidade e dos meios de comunicação, o Ministro de Viação e Obras Públicas, Virgílio Távola, veio a Blumenau para encontrar uma solução para o problema das cheias. (ACIB, 1989)

Outro exemplo do apoio do rádio a causas comunitárias ocorreu durante a implantação da Universidade Regional de Blumenau, na década de 1960. O radialista Edélcio Vieira (entrevista ao autor) conta que a Rádio Nereu Ramos desencadeou a mobilização para instalar uma faculdade em Blumenau. A partir daí, as emissoras de rádio adotaram uma postura fortemente vinculada às causas comunitárias, mobilizando o poder público para a execução de obras como a BR-101, a BR-470, a BR-280, entre outras.

Osmar Laschewitz (entrevista ao autor) acredita que os veículos de comunicação tiveram papel preponderante na divulgação das idéias e iniciativas da população blumenauense, fomentando a cultura do empreendedorismo e atraindo também empresários de outras regiões. Tais iniciativas produziram benefícios econômicos, sociais e culturais.

4 – Considerações finais

O desenvolvimento de Blumenau, nas décadas de 1960 e 1970, pode ser explicado por uma série de fatores, que vão desde o espírito cooperativo e empreendedor dos colonos germânicos fundadores do município até as importantes



obras de infra-estrutura realizadas já na segunda metade do século. Logo, não se pode afirmar que a implantação das primeiras emissoras de rádio foi a única responsável pelo processo de expansão da economia local, neste período.

Apesar de ser a iniciativa privada a principal responsável pelo crescimento econômico, o Estado continua tendo papel essencial na organização do esforço de desenvolvimento, como afirma Souza (1999). Para o autor, o termo “desenvolvimento” não significa apenas o aumento da economia de determinada localidade, sendo esta apenas mais uma etapa que envolve, inclusive, a melhoria das condições de vida da população.

Nesse sentido, se percebe que as primeiras emissoras de rádio de Blumenau influenciaram o desenvolvimento não apenas no âmbito econômico, mas principalmente na área social e cultural. O pioneirismo da radiodifusão fez com que a população local entrasse em contato com acontecimentos e idéias de outras regiões do país; gerou uma maior integração de informações; estabeleceu apoio a causas comunitárias, mobilizando a sociedade e órgãos públicos; e ajudou a “divulgar” Blumenau para os catarinenses, atraindo moradores e novos negócios.

Entre 1960 e 1970, as emissoras de rádio colaboraram diretamente para a expansão da economia. Afinal, como empreendimentos comerciais, geravam novos postos de emprego e contribuía com o pagamento de impostos. Por veicularem mensagens publicitárias, as emissoras auxiliaram no estímulo e na criação de novas demandas de consumo, movimentando o mercado regional. Apesar da falta de experiência que envolvia a propaganda realizada em Blumenau, nas décadas de 1960 e 1970, percebe-se que a atividade publicitária acompanhou a consolidação dos meios de comunicação.

Assim, conclui-se que a resposta ao questionamento inicial desta pesquisa não se esgota em si mesma. A expansão econômica do período favoreceu a instalação das primeiras emissoras de rádio em Blumenau e, por sua vez, o pioneirismo do município na área de radiodifusão influenciou o desenvolvimento local. Não se distingue, portanto, causa e efeito. Percebe-se, sim, a conjunção de fatores que asseguraram a Blumenau diversos e importantes benefícios nas áreas econômica, social e cultural.



Referências

ACIB-ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE BLUMENAU. **ACIB Blumenau: 90 anos de memória**. Blumenau: Fundação Casa Dr. Blumenau, 1989.

AMMVI-ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DO MÉDIO VALE DO ITAJAÍ, 2004. Disponível em: <<http://www.ammvi.org.br/conteudo/?&item=1461&fa=824>>. Acesso em 13 de maio de 2006.

BRAGA MÜELLER, C. Entrevista concedida em Blumenau, 2006.

BRAUN, H. Entrevista concedida em Blumenau, 2006.

COELHO, F. Entrevista concedida em Blumenau, 2006.

HERING, C. Entrevista concedida em Blumenau, 2006.

IBGE, **Censo Demográfico**, 1950, 1960 e 1970.

LAGE, B.; MILONE, P. **Propaganda e economia para todos**. São Paulo: Summus, 1994.

LASCHEWITZ, O. Entrevista concedida em Blumenau, 2006.

MEDEIROS, R.; VIEIRA, L. H. **História do rádio em Santa Catarina**. Florianópolis: Insular: 1999.

MOREIRA, S. V. Análise Documental como método e como técnica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 269-279.

PEREIRA, M. **Imprensa e poder: a comunicação em Santa Catarina**. Florianópolis: Lunardelli, 1992.

PFAU, J. G. R. Entrevista concedida em Blumenau, 2006.

REIS, C.; MARTINS, C. A publicidade veiculada nas emissoras de rádio de Blumenau nas décadas de 60 e 70. In: QUEIROZ, A (org.). **Propaganda, história e modernidade**. Piracicaba: Degaspari, 2005, p. 151-168.



RELATÓRIO DO MUNICÍPIO DE BLUMENAU – 1970-1972, Prefeito Evelásio Vieira, 1972.

RELATÓRIO DOS NEGÓCIOS ADMINISTRATIVOS DO MUNICÍPIO DE BLUMENAU, Prefeito Hercílio Deeke, 1951 e 1961.

REVISTA GOVERNO VIANNA. 4 anos que fizeram de Blumenau uma cidade ainda mais humana e desenvolvida, 1981.

ROSENBROCK, J. R. Entrevista concedida em Blumenau, 2006.

SÁNCHEZ-TABERNERO, A. **Dirección estratégica de empresas de comunicación**. Madri: Cátedra, 2000.

SANTIAGO, N. M; PETRY, S. M. V.; FERREIRA, C. **ACIB: 100 anos construindo Blumenau**. Florianópolis: Expressão, 2001.

SCHADRACK, H. Entrevista concedida em Blumenau, 2006.

SCHRAMM, E. Entrevista concedida em Blumenau, 2006.

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO URBANO DE BLUMENAU. **Quantos Somos! Blumenau Ontem, Blumenau Hoje**, 2000.

SIEMANN, V. **Vivendo a história da comunicação**. Blumenau: Estúdio Criação, 2004.

SOUZA, N. J. **Desenvolvimento econômico**. São Paulo: Atlas, 1999.

THEIS, I. M. Processo de acumulação em Blumenau: uma interpretação crítica. In: THEIS, I. M.; MATTEDI, M. A.; TOMIO, F. R. L. (orgs.). **Nosso passado incomum**. Blumenau: Furb/Cultura em Movimento, 2000, p. 165-180.

TOMIO, F. R. L. Breve história da burguesia industrial têxtil blumenauense. In: THEIS, I. M.; MATTEDI, M. A.; TOMIO, F. R. L. (orgs.). **Nosso passado incomum**. Blumenau: Furb/Cultura em Movimento, 2000, p. 67-100.

VIEIRA, E. Entrevista concedida em Blumenau, 2006.