

O PODER DAS ONDAS: AS RAINHAS DO RÁDIO

Wagner Tadeu Pietropoli Morais (*)¹

Luiz Eduardo Alves de Siqueira (**)

Resumo: A introdução da radiodifusão no Brasil, em 1922, revelou, progressivamente, o grande poder do rádio. Uma de suas expressões foram os concursos de Rainha do Rádio, realizados entre 1936 e 1958, estimularam o consumo de revistas, discos, bem como pela formação dos chamados fã-clubes. Seu declínio coincide com a própria urbanização e industrialização do Brasil, com a progressiva perda do prestígio da radiodifusão como divulgadora exclusiva dos sucessos musicais.

Palavras-chave: radiodifusão, indústria cultural, música.

Abstract: The introduction of broadcasting in Brazil, in 1922, showed the great power of radio. One of his expressions were the contests of “Queen of Radio”, conducted between 1936 and 1958, stimulated the consumption of magazines, discs, as well as the formation of the so-called fan-clubs. Its decline coincides with the urbanization and industrialization of Brazil, with the gradual loss of the prestige of broadcasting as promoting exclusive of musical successes.

Keywords: radio broadcasting, cultural industry, musics.

1. Introdução

O centenário da Independência do Brasil, em 1922, foi programado para ser um evento em que se pretendia demonstrar a pujança e o desenvolvimento de nosso País aos olhos do mundo. Manifestando interesse, vários países montaram pavilhões no Rio de Janeiro, então capital da República. A grande atração da festa, porém, foi a introdução da radiofonia no Brasil. Duas estações norte-americanas de pequena potência foram instaladas: a Westinghouse e Western Eletric. Alguns aparelhos receptores foram espalhados em praças públicas, a fim de que a população acompanhasse as transmissões. A novidade, segundo Roquette Pinto (1998), um dos pioneiros do rádio no Brasil, não surtiu maiores efeitos:

A verdade é que durante as solenidades comemorativas de 1922, muito pouca gente se interessou pelas demonstrações então realizadas pelas companhias Westinghouse (Estação do Corcovado) e Western Eletric (Estação da Praia Vermelha). Creio que a causa principal desse desinteresse foram os alto-falantes instalados nas torres do Serviço de Meteorologia (Pavilhão dos Estados). Eram discursos e músicas reproduzidos no meio de um barulho infernal, tudo

1 (*) Assistente de direção, coordenador pedagógico e professor da Faculdade Taboão da Serra.

(**) Professor da Faculdade Taboão da Serra.

roufenho, distorcido, arranhando os ouvidos. Era uma curiosidade sem maiores conseqüências. No começo de 1923, desmontava-se a estação do Corcovado e a da Praia Vermelha ia seguir o mesmo destino se o Governo não a comprasse. O Brasil ficaria sem rádio. Eu vivia angustiado porque já tinha a convicção profunda do valor informativo e cultural do sistema, desde que ouvira as transmissões que foram dirigidas na época pelos engenheiros J.C. Stroebel, J. Jonotskoff e Mario Liberalli. Uma andorinha só não faz verão; por isso resolvi interessar no problema a Academia de Ciências, presidida pelo nosso querido mestre Henrique Morize. E foi assim que nasceu a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a 20 de abril de 1923.

A partir daí, aconteceram iniciativas isoladas, principalmente no Rio de Janeiro. Eram os chamados rádios-clubes ou rádios-educadoras, cuja programação era custeada por seus sócios-ouvintes, consistindo, basicamente, em difusão de música erudita e conferências culturais. Recorde-se que até 1932 o governo não autorizava a veiculação de publicidade pelo rádio.

A própria Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, anos depois, teve sua concessão e bens devolvidos ao governo pelos fundadores, que não conseguiram mais mantê-la apenas com o apoio dos ouvintes (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. 20). Ela se transformaria, em 1936, na Rádio Ministério da Educação e Saúde, atualmente conhecida como Rádio MEC. Anos antes, em 1932, Getúlio Vargas já criara o Serviço de Radiodifusão Educativa, objetivando ordenar o surgimento de várias emissoras pelo País.

Dessa fase pioneira são originárias a Rádio Sociedade (1923), a Rádio Clube do Brasil (1924), a Educadora do Brasil (1926), Mayrink Veiga (1926), Rádio Cruzeiro do Sul (1933) e a Rádio Transmissora Brasileira (1936). Acrescente-se ao grupo a Rádio Philips, de 1930, que “representava os interesses da empresa holandesa fabricante de discos, receptores e transmissores radiofônicos, disposta a entrar no mercado sul-americano” (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. 22). Tal emissora tem especial importância, pois foi por sua compra, por meio da Sociedade Civil Brasileira Rádio Nacional, em 1936, que ela viria a apresentar papel quase monopolístico nas transmissões radiofônicas, de forma mais ou menos parecida com a atuação da Rede Globo na televisão.

Num tempo de um Brasil com boa parte de sua população ainda analfabeta² e dado o alcance das então chamadas “ondas hertzianas”, que moldavam a opinião pública em seus vários aspectos, a Rádio Nacional viria, por seu longo alcance – abrangia todo o território nacional e vários países estrangeiros, por meio das ondas curtas – trazer para quase todos os lares as últimas notícias, moldando a opinião pública, vendendo produtos, lançando modas,

² Conforme o recenseamento de 1920, havia 71,2% de analfabetos, taxa que decresceu para 61,2% no censo seguinte, ocorrido em 1940 (FERRARO, 2002).

além de alimentar os sonhos dos ouvintes com a voz de atores e atrizes, astros e estrelas (NOSSO SÉCULO, p. 61).

2. “Está no ar a PRE-8, Rádio Nacional do Rio de Janeiro”

Ao som da conhecida canção Luar do Sertão, de Catulo da Paixão Cearense, o locutor anunciava estar no ar a Rádio Nacional. Eram 21h de 12 de setembro de 1936, um sábado. Já mesmo neste ano começou a se diferenciar de suas concorrentes. Reunia alguns dos maiores nomes da música nacional, tais como Orlando Silva, Araci de Almeida e Francisco Alves. Abrigava também os melhores maestros em seu corpo de profissionais, tais como Radamés Gnattali e Romeu Ghipsman. Praticamente introduziu os programas de auditório, com Adhemar Casé e Almirante. Reunia também os melhores locutores³, tais como Oduvaldo Cozzi e Heron Domingues⁴. E, finalmente, investia no rádio-teatro, precursor das novelas de rádio, com nomes como Ismênia dos Santos e Rodolfo Mayer.

Pouco depois, a 10 de novembro de 1937, Getúlio Vargas criava o Estado Novo, outorgando uma nova Constituição ao País. Algumas das conseqüências imediatas foram fechar o Poder Legislativo e amordaçar o Judiciário e a imprensa, por meio de severa censura. Não passara despercebido ao ditador o imenso poder que o rádio poderia desempenhar, e, particularmente, o que a Rádio Nacional já vinha exercendo no País todo⁵. Foi assim que, a 8 de março de 1940 editou o Decreto-lei n. 2.073, que criou as chamadas “Empresas Incorporadas ao Patrimônio da União” (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. 53). Por tal norma, em virtude de dívidas, era incorporado⁶ ao patrimônio da União o acervo da Rede Ferroviária São Paulo-Rio Grande e os bens das sociedades “A Noite”, “Rio Editora” e “Rádio Nacional”. Essas últimas, sem passivos que justificassem a medida, eram trazidas para a área do governo por representarem instrumento poderoso de manipulação social, presente, inclusive, na atuação da Rádio Nacional.

³ Então chamados *speakers*.

⁴ Que imortalizou o Repórter Esso, no ar entre 1941 e 1968.

⁵ Tanto assim que em fins de 1939 criou o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), nos moldes do Ministério da Propaganda da Alemanha nazista, visando controlar todos os canais de comunicação (rádio, imprensa e teatro), para que divulgassem apenas feitos laudatórios ao Estado Novo.

⁶ O termo jurídico para tal ato é reversão, a qual, segundo a doutrina da Professora Irene Patrícia Nohara, é “uma conseqüência da extinção da concessão e implica a incorporação, pelo poder concedente, dos bens do concessionário necessários à prestação do serviço público” (2006, p. 109).

O fato de pertencer à estrutura da União, isto é, de ser “rádio do governo”, fez com que a Nacional se tornasse, efetivamente, nas décadas de 40 e 50 do século passado, a principal emissora dos chamados “anos de ouro do rádio”.

A partir dessa injeção maciça de recursos, a programação sofreu incremento ainda maior, e, transmitida ao vivo, passou a operar uma espécie de integração cultural brasileira, ainda que extremamente massificada, criando audaciosos programas, como foi o caso de *Um Milhão de Melodias*.

De fato, o Dicionário Cravo Albin anota que:

Foi líder de audiência praticamente desde a fundação até que o aparecimento da TV ditasse novos rumos para a comunicação no país. Seus programas eram transmitidos diretamente dos muitos estúdios específicos, inclusive do auditório da Rádio, todos localizados nos três últimos andares do edifício "A Noite", Praça Mauá, 7, Rio de Janeiro. Se seus programas de humor, suas radionovelas, seus programas noticiários e os esportivos viraram modelo para muitas outras Rádios do país, foi fundamental também para o desenvolvimento da música popular brasileira.

Particularmente interessa a penetração que teve a Rádio Nacional no que diz respeito à música popular brasileira. Ao lado de poderosas gravadoras de então, tais como Odeon, Columbia, Pharlophon e RCA Victor, ser divulgado ou não poderia ser o sucesso ou o fracasso de muitas carreiras.

Não se pode esquecer, ainda, do cinema e de vários órgãos de imprensa, que faziam com o que cantar “ouvido” pudesse ser “visto” por todo o Brasil, corporificando a voz que já era transmitida por meio de discos e de programas radiofônicos.

Os fãs-clubes que então surgem são um reflexo popular e, organizados em pequenos grupos ou células, divulgavam material do ídolo, servindo como uma ponte interessante para as gravadoras e para o próprio intérprete, que, por essas agremiações, poderia ter exata noção da própria popularidade, servindo-se delas para a maior aquisição de seus discos. Essas entidades, observam Luiz Carlos Saroldi e Sonia Virgínia Moreira (2005, p. 122), “acompanhavam os seus ídolos em qualquer aparição pública. O auditório da Rádio Nacional era o ponto de encontro preferido dos fãs, mesmo porque era ali, no palco da emissora, que estavam as vozes mais cobiçadas do momento”.

3. Sua Majestade, a Rainha do Rádio

A primeira Rainha do Rádio foi indicada por um colégio eleitoral formado por diretores e representantes da direção das emissoras presentes ao baile pré-carnavalesco, na noite de 18 de fevereiro de 1936, Linda Batista⁷ (1919-1988) recebeu o cetro e coroa do que seria o mais longo reinado do rádio. Somente doze anos após, o concurso teria uma nova feição. E uma finalidade beneficente.



Linda Batista

Fonte: www.beakauffmann.com

A sucessão ficaria em família, com Dircinha Batista⁸ (1922-1999), sua irmã, sendo empossada em 1948.



Dircinha Batista

Fonte: www.beakauffmann.com

Já a eleição do ano seguinte seria bem menos tranqüila, pois envolveu Emilinha Borba⁹ (1923-2005) que já era a chamada Favorita da Marinha e com cinco anos dedicados à Nacional. Além disso, Emilinha havia emplacado em 1947 o seu primeiro grande sucesso, a rumba “*Escandalosa*” tendo por concorrente a recém-chegada Marlene¹⁰ (1924), que partiu sem temor rumo a disputa da Coroa de Rainha do Rádio.

⁷ Nome artístico de Florinda Grandino de Oliveira.

⁸ Nome artístico de Dirce Grandino de Oliveira.

⁹ Nome artístico de Emília Savana da Silva Borba.

¹⁰ Nome artístico de Vitória Bonaiutti De Martino.



Emilinha Borba

Fonte: www.beakauffmann.com

A massa extravasava seu delírio pelos fãs-clubes. Homens e principalmente mulheres, de aparência desleixada e pobre, acotovelavam-se nos corredores da Nacional e nos diversos teatros das cidades. A histeria era tanta que o jornalista Nestor de Holanda cunhou a expressão “macacas de auditório” – o que atingiu, é verdade que de forma preconceituosa, especialmente o contingente negro dessas formações. Mas, no fundo, o fenômeno trazia uma carga espontânea, sincera: a ansiosa necessidade de fruição do sucesso e de participação na glória artística, mesmo efêmera.

A votação se fazia por meio de cupons a serem recortados das revistas especializadas – como *Radiolândia* e, especialmente a *Revista do Rádio*. O resultado deixou surpreendido o mais ortodoxo ouvinte, pois o fã-clube de Marlene foi mais eficiente e elegeu a paulista, a Rainha do Rádio de 1949 e 1950. O título possibilitou que a estrela ganhasse um programa próprio na Rádio Nacional. Nesse ínterim, a disputa entre os dois grandes fãs-clubes (Marlene *versus* Emilinha) continuava acesa. Essa rivalidade, criada muito mais pelas gravadoras de discos, não atingia, ao que parece, as duas cantoras, em âmbito pessoal. Ficavam muito mais para estimular o consumo de seus fãs e a sua própria alienação.



Capa da Revista do Rádio

Fonte: www.beakauffmann.com

Na seqüência foram eleitas Dalva de Oliveira¹¹ (1917-1972) em 1951, Mary Gonçalves (1927)¹² em 1952, Emilinha Borba (1923-2005) em 1953, Ângela Maria (1928)¹³ em 1954, a portuguesa Vera Lucia em 1955, Doris Monteiro (1934)¹⁴ em 1956 e Julie Joy¹⁵ em 1958.

4. Declínio

A concretização dos conceitos modernos de manipulação publicitária de um ídolo dos auditórios chegou ao seu apogeu com Cauby Peixoto ao longo da década de 1950. Seu empresário, Di Veras, foi o baluarte dessa técnica, que consistia em seduzir as fãs, chegando a pagá-las para gritar, desmaiar e arrancar as roupas do ídolo, em suas passagens.

Aliás, a transição para a década de 1950 trouxera muitas novidades, nem todas cercadas de aprovação unânime, apesar do sucesso.

O centro das atenções musicais passava a ser ocupado pelo brasileiro cosmopolita, urbano, industrializado, pronto a gozar das delícias do litoral à beira do asfalto. A maior tradução desse novo personagem foi o cantor Dick Farney (1921-1987)¹⁶, transformado pela Nacional em novo ídolo, cantando “Copacabana”.

*Existem praias tão lindas, cheias de luz
Nenhuma tem o encanto que tu possuis
Tuas areias
Teu céu tão lindo
Tuas sereias sempre sorrindo
Copacabana princesinha do mar
Pelas manhãs tu és a vida a cantar
E a tardinha ao sol poente
Deixa sempre uma saudade
Na gente
Copacabana o mar eterno cantor
Ao te beijar ficou perdido de amor
E hoje vive a murmurar
Só a ti Copacabana¹⁷*

¹¹ Nome artístico de Vicentina de Paula Oliveira.

¹² Nome artístico de Nice Figueiredo Rocha.

¹³ Nome artístico de Abelina Maria da Cunha.

¹⁴ Nome artístico de Adelina Dóris Monteiro.

¹⁵ Nome artístico de Julie Joy Winniamin Farberow.

¹⁶ Nome artístico de Farnésio Dutra e Silva.

¹⁷ Letra da música: “Copacabana”, de Alberto Ribeiro e João de Barro. Samba Canção: Rio de Janeiro: RGE, 1989.

A nascente industrialização do Brasil gerava novos espaços urbanos destinados ao lazer das classes em ascensão, já então a influência da Nacional na canção brasileira não se limitava ao que era produzido em seus estúdios ou no palco-auditório. Também ali estava o celeiro de novas idéias e sons, de talentos capazes de saciar a fome de sucesso da demanda de um mercado interno exigente. Na Praça Mauá, n. 7 havia um elenco à disposição, uma constelação em que brilhavam astros e rainhas do rádio.

A essa altura, o *cast* da Nacional podia resistir até mesmo à perda do Rei da Voz (Francisco Alves), tragicamente desaparecido em desastre rodoviário em 1952. O patrocinador e a emissora se incumbiram de manter viva a memória desse cantor pela continuidade de seu programa (domingos, 12h). Na primeira transmissão sem a voz de Francisco Alves, Linda Batista interpreta emocionada a canção feita por Antonio Nássara e Wilson Batista, intitulada “*Chico Viola*”.

*Chora Estácio,
Salgueiro e Mangueira,
Todo o Brasil emudeceu,
Chora o mundo inteiro,
O Chico Viola morreu.*

*Chora Estácio,
Salgueiro e Mangueira,
Todo o Brasil emudeceu,
Chora o mundo inteiro,
O Chico Viola morreu.*

*Na voz do seu plangente violão,
Ele deixou, seu coração,
Partiu, disse adeus, foi pro céu,
Foi fazer, foi fazer,
Companhia a Noël.*

*Na voz do seu plangente violão,
Ele deixou, seu coração,
Partiu, disse adeus, foi pro céu,
Foi fazer, foi fazer,
Companhia a Noel...*

Mas ali estavam outros astros e estrelas de primeira grandeza. O rádio assumia a tarefa de estimular a produção carnavalesca, secundando pelos musicais da Atlântida, já que a urbanização crescente e as limitações da guerra estavam acabando com as “batalhas de confete”, os corsos e outras manifestações populares.

Em 31 de janeiro de 1951, voltava ao palácio do Catete um antigo ocupante, agora trazido pelos voto do povo: Getúlio Vargas.

Nem sempre a realidade social e política inspiravam os compositores carnavalescos. Mesmo assim, a produção musical do começo da década de 1950 já comportava o lirismo crítico da sociedade. Atento às modificações e influências sofridas pela nossa canção, os responsáveis providenciaram uma nova subdivisão para o Departamento Musical da Nacional, surgindo então o Departamento de Canção Brasileira, uma das atrações do então recém-criado Departamento foi o programa *Cancioneiro Royal*. Era a Nacional acompanhando os tempos e decretando praticamente a sua condição de veículo de comunicação subalterno.

Curiosamente, a primeira tentativa de transmissões de imagens por televisão no Brasil, foi feita na Nacional, numa noite de 1950, antes mesmo da inauguração da TV Difusora de São Paulo, empresa dos Diários Associados de Assis Chateaubriand. No ano seguinte surgia a primeira emissora carioca, a TV Tupi, também dos Diários Associados.

O poderio das empresas presididas por Assis Chateaubriand foi reforçado com a expansão da rede de televisão, que logo chegara a dezoito canais em todo o país, completando o império de comunicação formado por quarenta e três jornais, trinta e seis emissoras de rádio, uma agência de notícias, a revista semanal *O Cruzeiro*, dez revistas infantis e uma editora, além de laboratórios farmacêuticos e investimentos agropecuários.

A atração do novo veículo preocupava e rondava a sede da Nacional, no prédio de *A Noite*. Para Saroldi & Moreira:

Enquanto alguns artistas e administradores se deslumbravam com a expectativa do novo veículo, os verdadeiros homens de rádio se preocupavam com o futuro impacto da telinha sobre o microfone, a quem tanto deviam. Algumas perguntas rondavam as conversas de bares ou os travesseiros dos produtores enquanto o sono não vinha: que problemas traria a vulgarização da TV entre as donas de casa, fiéis consumidoras de radionovelas? E até quando os patrocinadores continuariam a investir no rádio os anúncios que chegavam a 24% do volume total das verbas publicitárias? Sem recursos para manter elencos estáveis, como fazer um rádio criativo e atraente¹⁷

Ao lado disso, a competição entre os canais de TV (principalmente entre a Difusora de São Paulo e a Tupi do Rio de Janeiro) ampliaria rapidamente a opção de programas para o público, acarretando a venda de televisores e revolucionando a mídia das agências de publicidade e dos anunciantes diretos.

Tampouco estaria nas imediações da Nacional o principal vendedor de programas; depois de dezesseis anos dirigindo a Rádio Nacional, Victor Costa pediu exoneração e transferiu-se para São Paulo, em meio a uma das maiores crises políticas do Brasil e da própria Rádio Nacional.

Além de impor uma segunda derrota às pretensões presidenciais do brigadeiro Eduardo Gomes, sobrevivente da Revolta dos Tenentes em 1922, o trabalhismo de Vargas irritava o jornalista e líder da UDN (União Democrática Nacional) Carlos Lacerda, que iria combater o novo governo com o jornal *Tribuna da Imprensa* e as emissoras de rádio de empresas contrárias a Getúlio Vargas.

Quanto ao rádio, Vargas conhecia melhor que ninguém a penetração da emissora que ele mesmo incorporara à União em 1940 e a cobiça despertada pelo posto de diretor-geral da Nacional. Desde 1938 Victor Costa era o diretor-geral da Nacional, e sabia que com o suicídio de Vargas seria acusado pela oposição de pôr os microfones da emissora a serviço do getulismo. Ele não seria perdoado por Lacerda e pelos militares que compunham a chamada República do Galeão, e assim pediu sua exoneração em caráter irrevogável, tendo elogiado a indicação de Heron Domingues para substituí-lo na Nacional. Mas os dias de glória da Nacional estavam contados, governos se sucederam, privatizações aconteceram e o brilho se apagou.

No apagar das luzes do século XX e no limiar do século XXI, pode-se dizer que infelizmente a Era do Rádio perdeu lugar para o imediatismo dos acontecimentos e a sua direta proporcionalidade de divulgação para o mundo.

O rádio chegava ao final dos anos 50 e início dos anos 60 consolidado em sua posição de meio de comunicação de massa, como elemento fundamental na formação de hábitos e costumes da sociedade brasileira, mas sua importância vinha sendo eclipsada pela televisão.

BIBLIOGRAFIA

BEAKAUFFMANN. **Página eletrônica de Beatriz Kauffmann**. Disponível em www.beakauffman.com. Acesso em 10 mar.2007.

DICIONÁRIO CRAVO ALBIN DA MÚSICA POPULAR BRASILEIRA. Disponível em: http://www.dicionariompb.com.br/verbete.asp?tabela=T_FORM_C&nome=R%E1dio+Nacio nal. Acesso em 10 set.2006.

FERRARO, Alceu Ravello. Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos. In: **Revista Educação e Sociedade**, vol. 23, n. 81, p. 21-47, dez. 2002

NOHARA, Irene Patrícia. **Direito Administrativo**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

NOSSO SÉCULO. São Paulo: Nova Cultural, 1985, vol. 7 (1945-1960, 1ª parte).

ROQUETTE-PINTO, Edgard. Depoimento in TAVARES, Reinaldo. **Histórias que o rádio não contou**. 2. ed. São Paulo: Harbra, 1998.

SAROLDI, Luiz Carlos e MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio Nacional. O Brasil em sintonia**. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.