

UNIVERSIDADE PAULISTA

A Rádio Nacional e a  
Produção de Radioteatro

JORGE MARCOS HENRIQUES  
FERNANDES

SÃO PAULO

2007

**UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP**

**PROGRAMA DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

**A RÁDIO NACIONAL E A  
PRODUÇÃO DE RADOTEATRO**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Paulista – Unip, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Antonio Adami.

**JORGE MARCOS HENRIQUES FERNANDES**

**SÃO PAULO**

**2007**

## **AGRADECIMENTOS:**

Ao prof. Dr. Antonio Adami, pela amizade e orientação durante a elaboração ao longo destes anos.

À prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Malena Segura Contrera pelas sugestões efervescedas na Qualificação.

À prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Jerusa Pires Ferreira pelas sugestões oferecidas quando da minha Qualificação.

Ao pessoal da Secretaria pela atenção dada durante os estudos.

## **Dedicatória**

À minha família e à Carla Ilkiu

## RESUMO

O propósito desta Dissertação é estudar a Rádio Nacional como pioneira na produção do radioteatro brasileiro. Capítulo I analisa a origem e o desenvolvimento do rádio no Brasil, sob aspectos históricos. Parte da premissa de que os caminhos do rádio se inter-relacionam com os caminhos político-econômicos e sócio-culturais do Brasil. Baseando-se na obra *La radio por dentro y por fuera*, de Jimmy Garcia Camargo, o autor enfatiza a descoberta da eletricidade como fator que proporcionou a invenção do aparelho capaz de transmitir sinais através de ondas eletromagnéticas, dispensando a conexão por meio de fios. As invenções do telégrafo e do telefone constituem a base da radiodifusão. Esses equipamentos permitiam a transmissão de sinais, com o uso de fios. Os militares foram os pioneiros a utilizarem a teleradiodifusão pelo fato de ser um instrumento que facilitava comunicação entre os navios de uma frota. A paternidade do invento do rádio foi atribuída a Guilherme Marconi, graças aos interesses e apoio da Inglaterra. Porém, no Brasil, a figura do padre Landell de Moura que inventou construiu equipamentos para a radiodifusão sonora, começa ser apontado como precursor de Marconi. Contudo, não obteve apoio do governo brasileiro, apesar de ter suas invenções patenteadas nos Estados Unidos, como acentua Antonio Costella. A radiodifusão é implantada no Brasil, após a Primeira Guerra Mundial, em 1922. Nesse ano festejava-se o Centenário da Independência. Duas importantes indústrias de produtos eletrônicos, a Westinghouse e a General Electric, colaboraram nas instalações da primeira emissora brasileira que foi denominada mais tarde de Rádio Sociedade do Rio de Janeiro por iniciativa de Roquette Pinto e Henrique Moritze. Após destacar os fatos que marcaram o início da radiodifusão brasileira, incluindo as fases em que surgem as primeiras modificações da programação chega-se à conclusão, de que o Capítulo I enfatiza que o rádio tem uma importância fundamental graças ao seu alcance geográfico e a função de informar, formar, orientar, educar e entreter o seu público-alvo. O capítulo II enfatiza o radiodrama como veia artística da radiodifusão sonora.

Sinaliza que existem poucos autores que tratam do gênero. No Brasil, Antonio Adami escreveu sobre o tema em livros e revistas. Para a redação deste texto recorreu-se a Fernando Curado Ribeiro (de Portugal) e à coletânea organizada por George Bernard SPERBER, (da Alemanha). A produção do radiodrama tem sua origem quase concomitante ao surgimento do próprio rádio. As primeiras peças surgiram na Europa, a partir de 1924, como assinala Fernando Curado Ribeiro. Para esse autor, a primeira peça que marca definitivamente foi francesa e era denominada de *Maremoto*, datada de maio de 1924. O texto do radiodrama possui peculiaridades em relação aos demais gêneros radiofônicos. Ribeiro indica uma estrutura para sua produção. Esse autor classifica as etapas de uma produção radiofônica, identifica os códigos da linguagem radiofônica aplicados ao radiodrama. De falar de "imagens sonoras", o autor ensina que "ruídos e trucagens" fazem parte da arte da dramaturgia no rádio. Os "elementos da peça radiofônica" são apresentados por Wemer Klippert, na coletânea de Sperber, destaca a função do microfone e da fita magnética na edição de peças. Tratava-se de uma tecnologia que colocava no ostracismo a apresentação ao vivo, como acontecia nos primeiros tempos do rádio. Depois de focalizar o rádio como instrumento de difusão da cultura popular, este capítulo traça um perfil da Era Vargas, em que o controle do Estado se fazia presente em toda programação nacional, com o objetivo de manipular a opinião pública para a manutenção do "status quo" do sistema vigente no Brasil. No capítulo III aborda-se a Rádio Nacional como fenômeno de vanguarda em se tratando da radiodifusão sonora no Rio de Janeiro e no Brasil. Analisa as fases pelas quais a emissora passou desde sua fundação, em 1936. Enfatiza seu papel no desenvolvimento da programação popular, principalmente na difusão de gêneros de produção de radioteatro. A Rádio Nacional deixou uma marca na história da radiodifusão sonora, mormente em se tratando de produções de radionovelas, antes do advento da Televisão, em 1950. A nova mídia fez com que o rádio buscasse novas alternativas de linguagens. A isso se deve o surgimento das emissoras de Freqüência Modulada (FM). As programações iniciais constavam mais de músicas dirigidas aos jovens. As emissoras em AM, conhecidas como Onda Média, diante da Televisão, também se adequaram à nova dimensão da cultura midiática no Brasil. Ressalte-se que a Rádio Nacional destacou-se, sobretudo, pela produção do radioteatro. Sua capacidade administrativa, descobriu que o radioteatro trazia para a emissora uma grande

audiência. O radioteatro começou na Rádio Nacional três meses após a sua inauguração, com a transmissão de diálogos humorísticos ou não, intercalando números musicais. Isso foi em dezembro de 1936. Mas só a agosto de 1937 é que estreou o "Teatro em Casa", com a irradiação de peças completas. A novela em capítulos teve início dia 5 de junho de 1941, às 10 e meia da manhã, com produção de "Em busca da felicidade". Às 20 horas da noite de 8 de janeiro de 1951 entrava no ar, pela pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, o primeiro capítulo de "O direito de nascer", do cubano Félix Caignet. A mais famosa novela da história do rádio brasileiro ficou em cartaz até setembro de 1952, perfazendo um total de 260 capítulos. No ano seguinte, a Nacional inaugurava um novo estúdio de radioteatro, com recursos tais que foi considerado na época o melhor do mundo. Sob o patrocínio de Melhoral e do Leite de Magnésia de Philips, também em 1953 estreou a série "Jerônimo, o herói do sertão", de Moysés Weltman, que ficaria no ar até 1967. Portanto, essa produção de radioteatro ficou no ar durante 14 anos. Foi retransmitida em centenas de emissoras em todo o território nacional. Durante toda a década de 1950 as dramatizações eram componentes-chaves da programação das principais emissoras do país. Do cast da Rádio Nacional faziam parte os artistas mais famosos, campeões dos concursos de "Melhores do Rádio", realizados periodicamente pelas revistas especializadas, como a *Revista do Rádio* e a *Radiolândia*. Até meados da década de 1950, o Radioteatro Nacional produziu e foram irradiadas 861 novelas, as mais ouvidas do rádio brasileiro, segundo as mais seguras pesquisas de audiência.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Rádio Nacional; Produção; Radioteatro; Audiência

## ABSTRACT

The intention of this Dissertação is to study the National Radio as pioneering in the production of the Brazilian radio theater. Chapter I analyzes the origin and the development of the radio in Brazil, under historical aspects. Part of the premise of that the ways of the radio if interrelate with the politician-economic and partner-cultural ways of Brazil. Being based on the La workmanship radio on the inside y for fuera, of Jimmy Garci'a Camargo, the author emphasizes the discovery of the electricity as factor that provided the invention of the device capable to transmit signals through electromagnetic waves, excusing the connection by means of wires. The inventions of the telegraph and the telephone constitute the base of the broadcasting. These equipment allowed the transmission of signals, with the wire use. The military had been the pioneers to use the teleradiodifusão for the fact of being an instrument that facilitated communication enters the ships of a fleet. The paternity of I invent it of the radio was attributed to Guillermo Marconi, thanks to the interests and support of England. However, in Brazil, the figure of the Landell priest de Moura who invented constructed equipment for the sonorous broadcasting, starts to be pointed as precursory of Marconi. However, it did not get support of the Brazilian government, although to have its inventions patented in the United States, as it accents Antonio Costella. The broadcasting is implanted in Brazil, after the World War I, in 1922. In this year the Centenarian of Independence festejava itself. Two important industries of electronic products, the Westinghouse and General Electric, had collaborated in the installations of the first Brazilian sender who was later called of Radio Society of Rio De Janeiro for initiative of Roquette Pinto and Enrique Moritze. After to detach the facts that had marked the beginning of the Brazilian broadcasting, including the phases where the first modifications appear of the programming arrives it the conclusion, of that Chapter I emphasizes that the radio has a basic importance thanks to its geographic reach and the function to inform, to form, to guide, to educate and to entertain its public-target. Chapter II it emphasizes radiodrama as artistic vein of the sonorous broadcasting. He signals that few authors exist who deal with the sort. In Brazil, Antonio Adami wrote on the subject in books and magazines. For the writing of this text Cured Fernando appealed itself to it Ribeiro (of Portugal) and to the coletânea organized for George Bernard SPERBER, (of Germany). The production of radiodrama has its almost concomitant origin to the sprouting of the proper radio. The first parts had appeared in the Europe, from 1924, as it designates Cured Fernando Ribeiro. For this author, the first part that it marks definitively she was French and she was called of Tidal wave, dated of May of 1924. The text of radiodrama possesss peculiarities in relation to the too much radiofônicos sorts. Ribeiro indicates a structure for its production. This author classifies the stages of a radiofônica production, identifies the applied codes of the radiofônica language radiodrama. Of speaking of "sonorous images", the author teaches that "noises and trucagens" are part of the art of the dramaturgia in the radio. The "elements of the radiofônica part" are presented by Wemer Klippert, in the coletânea of Sperber, detach the function of the microphone and the magnetic ribbon in the edition of parts. One was about a technology that placed in the ostracism the presentation to the living creature, as it happened in the first times of the radio. After After focusing the radio as instrument of diffusion of the popular culture, this chapter traces a profile of the Age Vargas, where the control of the State if made present in all national programming, with the objective to manipulate the public opinion for the maintenance of the "status quo" of the effective system in Brazil. In chapter III it is approached National Ray as phenomenon of vanguard in if treating to the sonorous broadcasting in Rio De Janeiro and Brazil. It analyzes the phases for which the sender passed since its foundation, in 1936. It emphasizes its paper in the development of the popular programming, mainly in the diffusion of sorts of radio theater production. The National Radio left a mark in the history of the sonorous broadcasting, mainly in if treating to productions of radionovelas, before the advent the Television, in 1950. The new media made with that the radio searched new alternatives of languages. To this if it must the sprouting of the senders of Freqüência Modulada (FM). The initial programmings more than consisted musics directed to the young. The senders in AM, known as

as Average Wave, ahead of the Television, had also adjusted themselves to the new dimension of the midiática culture in Brazil. She standes out myself that the National Radio was distinguished, over all, for the production of the radio theater. Its administrative capacity, discovered that the radio theater brought for the sender a great hearing. The radio theater after started in the National Radio three months its inauguration, with the transmission of humorísticos dialogues or not, intercalating musical numbers. This was in December of 1936. But the August of 1937 only is that the "Theater in House" estreou, with the irradiation of complete parts. The novel in chapters had beginning day 5 of June of 1941, to the 10 and stocking of the morning, with production of "In search of the happiness". To the 20 hours of the night of 8 of January of 1951 it entered in air, for the one for the National Radio of Rio De Janeiro, the first chapter of "the right of being born", of the Cuban Félix Caignet. The most famous novel of the history of the Brazilian radio was in poster until September of 1952, perfazendo a total of 260 chapters. In the following year, the National one inaugurated a new studio of radio theater, with resources such that were considered at the time optimum of the world. Under the sponsorship of Melhoral and the Magnesia Milk of Philips, also in 1953 "Hieronymite, the hero of the hinterland" estreou the series, of Moysés Weltman, that would be in air up to 1967. Therefore, this production of radio theater was in air during 14 years. It was relayed in hundreds of senders in all the domestic territory. During all to the decade of 1950 the dramatizações were component-keys of the programming of the main senders of the country Of cast of the National Radio the artists were part most famous, campeoníssimos of the competitions of "Better of the Radio", carried through periodically for the specialized magazines, as the *Magazine of the Radio* and the *Radiolandia*. Until middle of the decade of 1950, the National Radio theater produced and had been radiates 861 novels, the most heard of the Brazilian radio, according to safer research of hearing.

KEYWORDS: Communication; National radio; Production; Radio theater; Hearing

# SUMÁRIO

Introdução	7
Capítulo I	
Origem e desenvolvimento do rádio brasileiro	11
Capítulo II	
Radioteatro e Cultura popular	41
Capítulo III	
Rádio Nacional: a vanguarda da radionovela brasileira	67
Considerações finais	82
Referências Bibliográficas	89

# Introdução

Sete de setembro de 1922, além de ser a data referente ao primeiro centenário da Independência, é também simbólica para os meios de comunicação. Em especial, para a radiodifusão sonora brasileira. Foi neste dia que o público carioca ouviu, via rádio, o discurso do presidente Epitácio Pessoa.

Entretanto, muitos pesquisadores da área consideram que este fato fora somente uma demonstração porque não houvera a intenção de continuidade. De fato, terminada a exposição do centenário da independência, encerraram-se as transmissões. Desse modo, portanto, considera-se o dia 20 de abril de 1923 como o marco histórico no qual instala-se definitivamente o rádio no Brasil.

Foi nesse dia que os entusiastas e empreendedores Edgard Roquette Pinto e Henry Moritze criaram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. A primeira emissora brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, adota como *slogan* a síntese dos objetivos de seu idealizador: “Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”. A partir de então, houve uma evolução gradativa do rádio, principalmente até a chegada da televisão, em 18 de setembro de 1950.

A Rádio Nacional do Rio de Janeiro (PRE-8), fundada em 12 de setembro de 1936<sup>1</sup>, considerada um marco na história do rádio brasileiro. torna-se a mais importante emissora brasileira. Constitui-se de um gigantesco complexo, com um esquema comercial que lhe assegura respaldo econômico. Em 1940, juntamente com a empresa “A Noite”, a Rádio Nacional incorpora-se ao patrimônio da União. Cria-se o radioteatro.

---

<sup>1</sup> *Alô, alô, Brasil! Está no ar a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro.* Frase proferida pelo locutor Celso Guimarães às 21 horas deste dia, dando início à transmissão da Rádio Nacional.

A relevância da Rádio Nacional não se restringe tão-somente ao contexto criador de programas musicais de auditório, mas também aí se insere o rádio-teatro. Inova, sobremaneira, a linguagem do jornalismo radiofônico. O informativo “Repórter Esso”, inaugurado em 28 de agosto de 1941, atrai a atenção dos radiouvintes do território nacional.

Na década de 40, as empresas multinacionais passam a ter no rádio um aliado para sua entrada no mercado brasileiro - como já vinha ocorrendo em outros países das Américas. Em 1941, era lançada na Rádio Nacional a primeira radionovela no Brasil: *Em busca da Felicidade*, que foi ao ar durante cerca de três anos, pela PRE-8.

Segundo Renato Ortiz<sup>2</sup>, as radionovelas eram utilizadas nos Estados Unidos e em alguns países da América Latina como estratégia para o aumento na venda de produtos de higiene e de limpeza.

*Em busca da felicidade* era um original cubano de Leandro Blanco adaptado por Gilberto Martins a pedido da Standart Propaganda, que além de patrocinar o programa escolheu o horário matinal para seu lançamento. A experiência parecia ousada. O horário escolhido era de baixa audiência. Entretanto o patrocinador criou uma estratégia para avaliar a receptividade do novo gênero oferecendo um brinde a cada ouvinte que enviasse um rótulo do creme dental Colgate.

Logo no primeiro mês de promoção chegaram 48.000 pedidos comprovando a eficácia comercial da nova programação. Com o sucesso do gênero logo surgem novas radionovelas em outras faixas de horários. A Nacional se transformou em uma verdadeira fábrica de ilusões, pois, suas novelas marcaram época, forjaram hábitos e atitudes, despertaram polêmicas e fizeram muito sucesso junto ao público ouvinte. As mudanças de estilo na linguagem do radiojornalismo ocorrem após 1940, quando o rádio brasileiro vive

---

<sup>2</sup> (Renato Ortiz. *A moderna tradição brasileira - Cultura Brasileira e Indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988, p. 44 e 45).

seu apogeu como espetáculo. Período este que se estende por quinze anos, de 1940 a 1955.

É dentro desse cenário espetacular de produção radiofônica que é transmitida a primeira radionovela brasileira *Em busca da felicidade*. Esse fato marca o início do gênero radioteatro no Brasil.

Durante esse período, o núcleo de radiodramaturgia foi a coqueluche de então. Porém, a área carece de um estudo histórico que destaque a importância desse tipo de programação no cenário dos meios de comunicação de massa no Brasil. Porém, para obter esse êxito, a radiodramaturgia deve seguir um roteiro, minuciosamente, elaborado<sup>3</sup>. Depender somente de meios auditivos, dentro de uma aldeia global em que prevalece meio visual, requer apreço.

Esse gênero de radiodifusão sonora também é capaz de adaptar obras literárias ao cerne da comunicação oral, o que para Alceu Amoroso Lima é de compreensão imediata. Para o jornalista, “a palavra impressa não tem a repercussão imediata que tem a palavra oral” (LIMA, 1990, p.23). Sobre esse prisma, Adami observa que:

O rádio e a literatura têm proporcionado momentos de extrema beleza história afora, inclusive sendo cúmplices um do outro. É esta cumplicidade e ‘invasão’ de uma linguagem na outra – a transmutação de linguagem –, uma reinterpretação dos enunciados literários como enunciados radiofônicos, as fraturas e fragmentações deste processo, que dão importância científica e necessidades de pesquisas aprofundadas ao tema (ADAMI, 2002, p. 89).

Para a implementação deste Projeto, é imprescindível a realização de uma pesquisa que contemple as fontes existentes desde o início da Radiodifusão no Brasil (1923) sem perder de vista a Rádio Nacional.

É bom salientar que a Rádio Difusora de São Paulo (PRF-3 inaugurada em 24 de novembro de 1924 no bairro do Sumaré, em São Paulo) teve um papel

---

<sup>3</sup> Para Antônio Adami, a edição da radiodramaturgia deve focar, entre outros aspectos: interpretação dos autores e processos de produção respeitando as especificidades do veículo. (p. 164-165).

importante na radiodramaturgia. Em 30 de agosto de 1943, Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados, comprou a emissora e a transformou numa estação especializada na produção de radionovelas. Oduvaldo Viana era responsável pela direção desse departamento. De lá surgiram nomes como Ivani Ribeiro, Lucília Freire, Gessy Fonseca, Isaura Marques, Iara Aguiar, Diva Camargo, Darcio Ferreira, Rui Lemos, Armando Peixoto, Geraldo Blota, Wilson Roberto, Walter Durst, Bruno Sobrinho, Lauro D'Avila.

Não obstante, o presente trabalho está delimitado à Rádio Nacional, como criadora, produtora e promovedora do gênero radiofônico identificado como radioteatro.

**Capítulo I**

**Origens e  
desenvolvimento  
do rádio brasileiro**

A dissertação será estruturada sobre a história do radioteatro na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, consequentemente, descobrir-se-á o significado do gênero em uma das mais importantes emissoras do país. Também destacar o modo como a emissora chegou a obter tamanho êxito com este tipo de produção midiática. Ou seja, esta pesquisa tem como objetivo principal o estudo exploratório do tema. Desse modo, os objetivos e objeto de estudo dessa pesquisa servirão para identificar a importância do radioteatro e sua repercussão no contexto da comunicação social.

Em resumo, podem ser definidos os seguintes objetivos:

- 1) Objetivo geral – Elaborar um estudo exploratório da gênese do radioteatro na Rádio Nacional do Rio de Janeiro nos seus aspectos qualitativos de produção e emissão.
- 2) Objetivos específicos
  - a) Analisar o significado do gênero radioteatro no Brasil;
  - b) Compreender o modo como a Rádio Nacional chegou à obtenção do grande êxito nesse tipo de produção midiática.

No presente trabalho há também uma preocupação no sentido de compreender as transformações impostas pela evolução tecnológica na estética radiofônica. Por essa razão, ao mesmo tempo em que se buscará retratar a historiografia do rádio brasileiro, procurar-se-á descrever os avanços tecnológicos de cada uma das seis fases – segundo Luiz Artur Ferrareto – do mais versátil meio de comunicação de massa, o rádio. Ou seja, explicar quais os mecanismos e ferramentas de que dispunham os produtores de peças radiofônicas para atrair e prender a atenção dos ouvintes? Que gênero radiofônico foi esse capaz de transportar o(s) ouvinte(s) para um universo de fantasias e imaginações mediante imagens sonoras?

A história da radiodifusão sonora do Brasil é equivalente em riqueza e em detalhes à própria natureza brasileira em si. Além disso, os caminhos do rádio

entrelaçam-se com os caminhos político-econômicos e socioculturais do Brasil. Cada período radiofônico, em suas seis fases, conforme aponta Luiz Artur Ferraretto, em seu livro *Rádio – o veículo, a história e a técnica* (FERRARETTO, 2001), estão atrelados ao cotidiano do povo brasileiro.

Por tal importância na historiografia do país, considera-se importante dissertar, idiossincraticamente, acerca da trajetória da radiodifusão sonora no Brasil. Apesar de não ser o norte desta dissertação, a história do rádio é focalizada em território nacional e internacional.

O ser humano é um desafiador de limitações. Sempre buscou, busca e sempre buscará, romper as próprias barreiras baseando-se e acreditando, principalmente, em objetivos. Os séculos XVIII, XIX e XX configuraram-se como a fase embrionária da radiodifusão sonora, de acordo com o livro *La radio por dentro y por fuera*, de Jimmy Garcia Camargo que sustenta o entusiasmo como fator primordial de descobertas e pesquisas. “El espíritu investigativo, la paciencia y el tezón por lograr una meta, han sido los ingredientes que le han dado a la humanidad los grandes inventos y descubrimientos. Como en todos los campos de la ciencia, son muchas las personas que han puesto su “granito de arena” para el logro de los mayores éxitos” (CAMARGO, 1980, p.11).

De fato, o surgimento da transmissão e recepção de ondas radiofônicas, não se concretizou de maneira abrupta e fortuita. Para Camargo, uma miscelânea de fatores convergiu para consolidar o processo da difusão radiofônica. “El descubrimiento de la energía de naturaleza eléctrica y que la tierra estaba cubierta por una capa que es portadora de esa energía, permitió el de la propagación, a través del espacio, de las ondas portadoras de señales eléctricas” (CAMARGO, 1980, p.11).

Além dessas descobertas que alicerçaram e consolidaram o sistema de radiodifusão, o crescimento da telegrafia com fio e da telegrafia sem fio, a partir da segunda metade do século XIX, proporcionaram o que Maria Elvira Bonavita

Federico caracteriza como “iniciativas da institucionalização da invenção do rádio”<sup>4</sup>.

Portanto, sob essa perspectiva, sustenta-se o argumento de Camargo, exposto no parágrafo anterior, acerca da relação intrínseca dessa descoberta com o processo e difusão de *mass media*. Evidencia-se, portanto, a miscelânea de descobrimentos e aperfeiçoamentos que construíram e pavimentaram a estrada, que conduz à invenção do aparelho radiofônico tal qual se conhece, popularmente, hoje.

No estudo a respeito da história da comunicação, contido no livro *Comunicação – do grito ao satélite*, Antonio F. Costella adverte os pesquisadores da disciplina de comunicação social que, para entender e arguir o processo de troca de mensagens, precisa, *en passant*, compreender a essência da eletricidade. “Hoje, o historiador da comunicação está obrigado a estudar a história da eletricidade ou, mais exatamente, a história do conhecimento humano a respeito da eletricidade” para que “saiba destacar, relacionar, tirar consequências [...] de algumas conquistas fundamentais do mundo científico” (COSTELLA, 2001, p.94).

É também interessante atentar-se, dentro do contexto historiográfico da radiodifusão sonora, como também para outros mídia eletrônicos, para o enorme poder simbólico circunscrito, ao se perscrutar o recôndito dos sentidos da eletricidade. A eletricidade, desse modo, é um ponto importante, um divisor de águas, da literatura das mídias eletrônicas.

Também conhecida como “a voz dos deuses”, dentro do contexto mitológico grego, a eletricidade conduz, intrinsecamente, o sentido de credibilidade e também, conforme aponta Junito de Souza Brandão<sup>5</sup>, uma arma, no caso o raio, utilizada por Zeus. Afinal, advinda dos deuses, essas duas

<sup>4</sup> Ver FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **História da Comunicação: Rádio e TV no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1982, p 14.

<sup>5</sup> Estudioso da mitologia grega e autor, dentre outros, do *Dicionário Mítico-Etimológico da mitologia grega*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1991.

palavras – eletricidade e credibilidade – encontram-se no cerne do ambiente comunicacional.

É salutar, portanto, o que escreve Norval Baitello Júnior<sup>6</sup> a respeito do poder simbólico atrelado à eletricidade. À mídia eletrônica – ou terciária para o coordenador do CISC –, a eletricidade proporciona dimensão inimaginável, até então, para a comunicação. Além disso, Norval Baitello Júnior afirma, em seu artigo *Comunicação, Mídia e Cultura*<sup>7</sup>, que a “a eletricidade possibilita nascimento da mídia terciária” (*Perspectiva*, p.13).

Antes, porém, de reportar o papel de Benjamin Franklin (1706-1790), Samuel Finley Breese Morse (1791-1872), Heinrich Rudolf Hertz (1857-1894), Guglielmo Marconi (1874-1937) e Roberto Landell de Moura (1861-1928) como antecessores da eletricidade e, consequentemente, como percursores da radiodifusão, faz-se necessário perscrutar a relação homem/eletrocidade.

Essa relação, para Costella, está intrínseca aos homens primitivos a partir do momento em que eles assistiram à execução de um fenômeno natural conhecido como raio. O autor de *Comunicação – do grito ao satélite*, porém, esclarece que o período crucial da relação homem/eletrocidade dá-se a partir do instante em que o primeiro produz o segundo. Portanto, de acordo com o referido autor, o registro reporta-se ao século VI a.C. Mais precisamente, remete-se à cidade de Mileto, localizada na Ásia Menor, e a um dos mais expoentes filósofos daquele período: Tales (624-548 a.C.). Eis o relato de Costella a respeito da façanha de Tales de Mileto:

Ora, a acreditar-se nos relatos disponíveis, foi Tales de Mileto quem por primeiro provocou artificialmente um fenômeno elétrico. Trata-se da célebre experiência com o âmbar amarelo, uma resina fóssil freqüente no litoral do mar Báltico, e com a qual se faziam objetos de adorno. Tales demonstrou que essa substância, quando

<sup>6</sup> Norval Baitello Júnior é coordenador do Centro Interdisciplinar de Pesquisas em Semiótica da Cultura e da Mídia (CISC) da PUC-SP.

<sup>7</sup> Artigo publicado na revista *Perspectiva* – volume 12/nº4.

friccionada, adquiria a estranha propriedade de atrair pequeninos fragmentos de palha ou fios de lã. (É a mesma experiência que os escolares de hoje realizam, usualmente, ao friccionar uma régua de plástico, para com ela atrair pedacinhos de papel.) Tales estava provocando o surgimento de eletricidade estática, uma vez que, pela fricção, os átomos do âmbar perdião alguns elétrons mais externos, ficando carregados positivamente. Mas esse primeiro e rudimentar “eletricista” ainda não sabia dar esta explicação, e acabou dando outra, bastante ingênua, para o fenômeno. Tales simplesmente afirmou: “– As coisas estão cheias de deuses.” A explicação de Tales não foi nem pior, nem melhor do que todas as outras teorias apresentadas na Antigüidade e na Idade Média com relação à eletricidade e ao seu primo-irmão, o magnetismo, com o qual ela andou confundida durante séculos (COSTELLA, 2001, p.95).

Cabe notar, desse modo, que a experiência de Tales de Mileto pode ser caracterizada como uma fase pré-embrionária a qual filósofos e cientistas flertavam de forma simplista com a eletricidade. Coube à pesquisa empírica a primazia de identificar o fenômeno elétrico e também o fenômeno magnético, já que ambos andavam de mãos dadas de acordo com os pesquisadores de outrora, como observa Costella. Desse modo, o autor de *Comunicação – do grito ao satélite*, afirma que William Gilbert (1544-1603) fora o responsável pela dissociação da eletricidade do magnetismo quando publicou, em Londres, o livro *De Magnete* (1600).

Gilbert concebeu o globo terrestre como um gigantesco imã, revelando assim o campo magnético da Terra e dando explicação teórica para o funcionamento da bússola. Por outro lado, demonstrou que a propriedade encontrada por Tales no âmbar não era exclusividade deste. Outros materiais, como o vidro, o enxofre, certas resinas, também se mostravam aptas a produzir o mesmo efeito atrativo sobre pequenos corpos, quando friccionados. Esta constatação foi de importância fundamental pois, daí para frente, a eletricidade passou a ser encarada como um fenômeno geral, e não mais como propriedade exclusiva do âmbar. Embora não sabendo explicá-la do modo como hoje o fazemos – agora sabemos que a

corrente elétrica é um fluxo de elétrons –, Gilbert conseguiu perceber que a eletricidade penetrava e percorria certos corpos. Em sua linguagem: ela era um “effluvium”. E, “effluvium” é o nome que se dava, em latim, a fluxo (COSTELLA, 2001, p.98)

A partir da experimentação empírica, diversos cientistas fascinaram-se pelo fenômeno da eletricidade e não faltaram entusiastas na busca de produção de energia elétrica em quantidades satisfatórias. Até então, a produção de eletricidade ocorria em doses miúdas e efêmeras. Porém, pesquisas em laboratórios aceleraram essa necessidade a partir do século XVII, período no qual foram produzidas as primeiras máquinas geradoras de eletricidade.

Destacam-se, desse intervalo de tempo, nomes como Otto von Guericke (1602-1686), que construiu uma circunferência de enxofre transposta por um eixo que se sustentava em quício. O ato de girar o globo e colocar a mão de maneira a fazer atrito em relação ao objeto de enxofre, gerava eletricidade. Outros inventores aproveitaram-se da máquina que produzia energia elétrica e aperfeiçoaram o instrumento, como foi o caso de Petrus van Musschenbroek<sup>8</sup> (1692-1761), segundo Costella.

Uma lacuna, porém, ainda instigava a mente de muitos homens. O problema não mais se centrava na produção de máquinas capazes de gerar energia elétrica. A interrogação, agora, focou-se em como conduzir a mesma eletricidade produzida, mediante uso de máquinas, de um lugar para outro. Encontrar um material que fizesse o transporte de energia elétrica era a saída. A solução foi equacionada por Stephen Gray (1670-1736) que, em 1729, estendeu, por uma distância de 292 metros, uma corda orvalhada, envolveu-a mediante laços de seda, que serviram como um isolante. Por fim, prendeu-a em uma máquina capaz de produzir eletricidade.

---

<sup>8</sup> Em 1746, Petrus van Musschenbroek inventa o primeiro condensador: a garrafa de Leyden. Descreve o primeiro choque elétrico que sofreu. <http://www.ufpel.tche.br/ifm/histfis/cron-el.htm>

Dessa feita, o invento de Gray possibilitou a condução de energia elétrica a partir de um determinado ponto para um outro. Surgiu o fio elétrico. O aperfeiçoamento do fio elétrico não tardou a ocorrer e logo apareceu um maquinário capaz de conduzir letras do alfabeto, devidamente codificadas, mediante corrente elétrica de um sítio a outro: o telégrafo elétrico.

Ora, a própria etimologia da palavra telégrafo traduz a dimensão do invento. “Tele”, do grego ( $\tau\etaλε$ ), significa “longe” e “grafo”, também do alfabeto grego ( $\gammaραφώ$ ), refere-se ao verbo “escrever”. Logo, por telégrafo ( $\tau\etaλεγραφοξ$ ) entende-se “escrever de longe”, o que, por sua vez, é comunicação a distância. Conforme observa Antonio F. Costella: “Eis-nos chegados, portanto, ao ponto de confluência do torrencial rio da História das Comunicações, com seu novo e vigoroso afluente, o da eletricidade” (COSTELLA, 2001, p.102).

Faz-se necessário esse preâmbulo para, justamente, fortalecer os fios que entrelaçam o tecido da origem da radiodifusão sonora tanto nacional quanto internacional. Para isso, portanto, cada ponta do novelo deve ser reportado e costurado para que não haja incoerências em tópicos posteriores e também para que não ocorra a prerrogativa de que o surgimento do rádio deu-se como um passe de mágica.

A partir dessa introdução sobre o fascínio do fenômeno de energia elétrica e o controle pelo qual homens exercem, pelo menos nos últimos três ou quatro séculos, perante o modo de gerar e transmitir eletricidade, configura-se a fase embrionária e não mais pré-embrionária do rádio, como qualifica Jimmy Garcia Camargo.

Destaca-se, desse modo, a invenção e o desenvolvimento do telégrafo como característica peculiar a este momento histórico da radiografia do surgimento do rádio. É a partir de então que, de acordo com Maria Elvira Bonavita Federico, aprimora-se o advento da radiodifusão no mundo.

Para a autora de *História da Comunicação – Rádio e TV no Brasil*, o ano de 1896<sup>9</sup> marca o desenvolvimento geral da radiocomunicação. “A rapidez com que chegou a alcances cada vez maiores na recepção do sinal demonstra que os esforços despendidos e recursos empregados tiveram respostas em curto espaço de tempo. Enquanto o telefone levou cerca de oitenta anos para se desenvolver plenamente, o rádio o fez em menos de vinte e cinco anos” (FEDERICO, 1982, p.11), completa a pesquisadora.

Com base no aperfeiçoamento da teoria das ondas eletromagnéticas, dão-se os primeiros passos rumo à invenção dos primeiros aparelhos de radiocomunicação. É dentro deste contexto que o rádio apresenta, em sua história, nomes como os de Benjamin Franklin, Morse, Hertz, Marconi e Pe. Landell de Moura. Em artigo publicado no livro, coordenado por Giovanni Giovannini, *Evolução na Comunicação – Do Sílex ao Silício*, Carlo Sartori reconhece a importância da pesquisa do escocês Maxwell. Entretanto, salienta que a contribuição do alemão Hertz configura-se como essencial ao progresso da comunicação a distância.

A mesma importância é reconhecida por Jimmy Garcia Camargo, quando situa o nome de Hertz como importante para a historiografia da radiodifusão sonora. De acordo com Camargo, o cientista alemão comprehende, em 1888, princípios da descarga elétrica e que essa mesma energia irradia-se pelo espaço.

Camargo afirma, também, que as chamadas *ondas hertzianas* são assim denominadas em homenagem a seu descobridor. Ao dar continuidade aos cientistas que tornaram o rádio uma invenção possível e real, Carmargo menciona a contribuição do italiano Guglielmo Marconi – considerado por muitos como o “pai” do rádio –, que realiza, mesmo que à distância de 60 metros, a primeira transmissão. A experiência de Pontecchio, empreendida por Marconi, é assim descrita por Sartori:

---

<sup>9</sup> Período da primeira transmissão sem fio no mundo.

Quando o renomado cientista italiano conseguiu captar, através de uma antena receptora por ele criada, os sinais do alfabeto Morse provenientes de um transmissor rudimentar localizado a algumas centenas de metros de distância: era a prova de que a perturbação eletromagnética das ondas hertzianas podia ser captada sob a forma de sinais, amplificada e retransmitida a distância como sinal análogo (...). Após as primeiras experiências e aplicações realizadas por Marconi, multiplicaram-se, em todo o mundo civilizado da época, as tentativas de melhorar a radiotransmissão a distância (GIOVANNINI, 1987, p.217-218)

Com base nas recentes descobertas, o ianque Lee de Forest, junto com o inglês John Fleming, produz as válvulas de electrodos (DIODO e TRIODO), que permitem uma melhora significativa, para a época, na recepção radiofônica. Benjamin Franklin entra para a história da comunicação a distância em razão de sua invenção do pára-raios.

Camargo, no seu livro *La radio por dentro y por fuera*, avalia que as origens da radiodifusão sonora são intrínsecas a estes nomes. “Con Hertz, Marconi, Fleming y Lee de Forest se logró la propagación de las ondas y su transmisión, convirtiendo la energía en impulsos que se traducen en señales audibles” (CAMARGO, 1980, p.14).

Acontece, porém, que entusiasmos não são suficientes para consolidar o aperfeiçoamento da transmissão e dos aparelhos radiofônicos. Maria Elvira Bonavita Federico considera que a Revolução Industrial possibilita “aceleração no processo, não só do desenvolvimento científico e tecnológico, como na aceitação de aparelhos [...] Não foi em penetração e abrangência do sinal que a radiocomunicação evoluiu” (FEDERICO, 1982, p.11).

O historiador Eric Hobsbawm retrata esse intervalo como um período de “extraordinário crescimento econômico e transformação social, anos que provavelmente mudaram de maneira mais profunda a sociedade humana que qualquer outro período de brevidade comparável” (HOBSBAWN, 1995, p.15).

Ao largo dos holofotes mundiais, um padre brasileiro desenvolve ensaios, quiçá superiores aos experimentos estrangeiros, nos idos de 1893 e 1894. Seu nome: Roberto Landell de Moura, o padre Landell de Moura.

O sacerdote gaúcho recorre aos financiamentos estrangeiros para aprofundar seus experimentos. Entretanto, por pendências estratégicas militares, segundo afirma Fernando Cauduro, há nuvens que acobertam o empreendimento do padre Roberto Landell de Moura. Luiz Artur Ferrareto, acrescenta que:

A radiotelegrafia e a radiotelefonia eram um interesse militar estratégico por facilitarem as comunicações militares entre os navios de uma frota. A Grã-Bretanha ainda dominava os mares e era a principal potência mundial, embora os Estados Unidos já começassem a despontar no cenário internacional. Desde 1896, quando reconheceram oficialmente a validade da telegrafia sem fio, concedendo o registro a Marconi, os britânicos analisavam as possibilidades militares e estratégicas dos, então, novos meios de comunicação (FERRARETTO, 2001, p.85).

Antônio F. Costella endossa a posição de Ferrareto. Para Costella, o italiano Marconi, que patenteia sua descoberta em 1896, teve a bênção da coroa inglesa. Desse modo, o religioso brasileiro fora fechado em copas. “Ao Império Britânico cabia o papel de produtor de História, o maior da época, e Marconi tornou-se um dos capítulos” (COSTELLA, 2001, p. 162), ressalta o autor de *Comunicação – do grito ao satélite*. Restou apenas incompreensão ao padre Roberto Landell de Moura, munido somente por sonhos e esperanças.

Para Costella, “entende-se bem o porquê de Ernani Fornari<sup>10</sup>, tendo conhecido pessoalmente o inventor, ter dele deixado esta descrição: ‘vendo-, uma só vez que fosse, era-se obrigado a pensar ‘aí vai um homem que viveu, por certo, um romance, ou sofreu uma tragédia, ou carrega consigo o cadáver de um sonho’ (COSTELLA, 2001, p. 163).

---

<sup>10</sup> Autor do livro *O incrível padre Landell de Moura: a história triste de um inventor brasileiro*.

Apesar da frustração do reconhecimento internacional da contribuição do Padre Landell de Moura para a historiografia da radiodifusão sonora<sup>11</sup>, o mais adaptável das mídias eletrônicas – o rádio – segue seu percurso. Em virtude do empreendedorismo de Marconi, o italiano funda a sociedade *Marconi Company*, considerada a primeira empresa multinacional do setor de telecomunicação como afirma Carlo Sartori.

Dentro dessa aceleração no ritmo de produção de aparelhos radiofônicos, ocorre um efeito colateral ao sistema de comunicação a distância, segundo Maria Elvira Bonavita Federico. Para ela, o constante progresso na fabricação desses equipamentos necessário para gerar grandes públicos impediu uma legislação correta para o processo de difusão radiofônico.

Tem-se início a comunicação de massa. Tornar-se, portanto, necessário gerar grandes públicos para os grandes investimentos midiáticos. Um ciclo rotativo em que cada parte se alimenta da outra.

Os primeiros sintomas, ainda de acordo com a pesquisadora, refletem-se em um “processo de interferências, prejudicando as comunicações entre as estações de amadores, entre as grandes empresas comerciais e também entre as estações costeiras e comunicações entre a costa e navios para as quais era imprescindível a privacidade” (FEDERICO, 1982, p.12).

Após a fase embrionária, caracterizada por Jimmy Garcia Camargo, o sistema radiofônico entra em sua fase de nascimento. Dessa maneira, o primeiro decênio do século XX configura-se como o período em que se logra a transmissão da voz humana a enormes distâncias mediante um único aparelho.

As transmissões de caráter público, porém, concretizam-se somente na próxima década do século XX. E é, justamente, dentro desse intervalo que se

---

<sup>11</sup> Em seu artigo *O rádio, um veículo para todas as ocasiões*, Carlo Sartori retrata, com desdém, as “tentativas quase artesanais por parte de inventores entusiastas” (GIOVANNINI, 1987, p.218), além de sequer registrar o nome do Pe. Landell de Moura dentre esses “inventores entusiastas”.

realiza aperfeiçoamento gigantesco na radiodifusão sonora mundial em virtude da eclosão da primeira Grande Guerra, que irrompe em 1914, após o assassinato do arquiduque Francisco Ferdinando da Áustro-Hungria, em Sarajevo.

Apesar de rotular o período da eclosão da Primeira Guerra a Segunda como Era de Catástrofe, o historiador Eric Hobsbawm reconhece que seguiram-se cerca de 25 anos ou trinta anos de extraordinário crescimento econômico e transformação social, anos que provavelmente mudaram de maneira mais profunda a sociedade humana que qualquer outro período de brevidade comparável" (HOBSBAWN, 1995, p.15).

A Primeira Guerra Mundial mobiliza, desse modo, uma intensificação na pesquisa do campo radiofônico. Sob auspícios de ordem bélica, governos empenham-se na produção de aparelhagens receptoras-transmissoras como também passam a fiscalizar o direito da radiocomunicação entre civis e a controlar a utilização das ondas hertzianas e as experiências com radiotelefonia com fins militares, haja vista que outro conflito coexiste junto à Primeira Guerra Mundial: a guerra das patentes<sup>12</sup>.

Em meio à conflagração, avanços de ordem científica e tecnológica convivem harmoniosamente. Isso possibilita significativos avanços na mídia rádio.

De acordo com a pesquisa de Maria Elvira Bonavita Federico, pós-Primeira Guerra Mundial, a *Westinghouse* é a protagonista dentre as novas indústrias eletroeletrônicas, que tem a *General Electric* como coadjuvante. O uso bélico da radiodifusão sofre um armistício. Com isso, o rádio passa a operar, cada vez mais, no mercado comercial da comunicação de massa.

---

<sup>12</sup> Outras informações a respeito da guerra das patentes travadas nos bastidores da Primeira Guerra Mundial pode ser encontrada no livro *Evolução na Comunicação – Do Sílex ao Silício*, p.220.

A larga produção em ritmo cada vez mais frenético e industrial de aparelhos radiofônicos, em tempos de guerra, encontra uma válvula de escape na trincheira consumidora. A circulação de dinheiro e verbas para esse setor contribui para a consolidação do mercado da comunicação de massa. O investimento não é somente realizado na produção de aparelhos como também no aprimoramento e desenvolvimento de novos programas de entretenimento e jornalísticos. O confronto acontece, agora, tendo como cenário bélico o mercado publicitário-consumidor. E conclui que:

A Westinghouse foi a pioneira sendo seguida de perto pela General Electric, tendo ambas instituído laboratórios especialmente instalados para a contratação de inventores e técnicos, os quais, trabalhando em conjunto, formaram o que se convencionou chamar pesquisa e desenvolvimento de produtos. A capacidade alcançada pela Westinghouse não decorreu apenas dessa conjunção de esforços, mas também da capacidade econômico-financeira do montante de conhecimentos acumulados por uma equipe especializada e principalmente da capacidade ociosa de produção de suas instalações e equipamentos, verificada com o fim da guerra. A produção de aparelhos receptores de rádio para uso doméstico se constituiu em diversificação muito próximas dos produtos e atividades industriais anteriores" (FEDERICO, 1982, p.13)

Com poderio da produção e comercialização de aparelhos radiofônicos e alicerçada pelo sistema capitalista, a *Westinghouse* inicia uma estratégia de venda visando novos mercados. E, em setembro de 1922, a indústria estadunidense de radiodifusão sonora envia duas estações transmissoras de 500 watts ao Brasil como parte dessa estratégia, sob o prefixo SPC.

Instaladas, com auxílio da Light e da Cia. Telefônica Brasileira, no alto do Corcovado, cidade do Rio de Janeiro, dão-se, assim, as primeiras transmissões experimentais do rádio em solo brasileiro, aos sete dias de setembro de 1992, data do centenário da Intendência. É interessante constatar que a década de 20

do século passado é marcada por transmissões, como a realizada no Brasil, em diversos países.

Na comemoração do primeiro centenário da independência brasileira, além das duas estações transmissoras, 80 aparelhos receptores importados são distribuídos, estrategicamente, em pontos da exposição e da cidade.

O pronunciamento do então presidente da república Epitácio Pessoa inaugura a festividade. Posteriormente, um trecho da obra *O Guarani*, de Carlos Gomes, é irradiada pelos transmissores da empresa *Westinghouse*.

Entretanto, autores como Antonio F. Costella e Maria Elvira Bonavita Federico não consideram a transmissão de 7 de setembro de 1922 como sendo o início efetivo da radiodifusão sonora no país. Pelo contrário. Caracterizam-na meramente como uma demonstração pública, um “mero evento de uma feira de amostras, faltou-lhe a intenção da continuidade”, que “terminada a exposição, encerraram-se as transmissões” (COSTELLA, 2001, p. 177), afirma o autor de *Comunicação – do grito ao satélite*.

De fato, a implantação e a consolidação da primeira emissora regular de rádio em solo brasileiro concretiza-se sete meses após as festivas transmissões do primeiro centenário da independência. Aos 23 dias de abril de 1923, ocorre a gênese da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, capitaneada pelos empreendedores, os professores Edgard Roquette Pinto e Henrique Moritze.

De acordo com Mário Ferraz Sampaio, pioneiro do estudo da radiodifusão sonora no país e autor de *História do Rádio e da Televisão no Brasil e no Mundo*, começam, a partir de então, as formações das primeiras sociedades de rádio no país.

Este período de implantação do rádio no Brasil, que se estende de 1919 a 1932, personifica a primeira das seis fases como classifica Luiz Artur Ferraretto. É interessante frisar que o surgimento do rádio em outros países, como a

Espanha, a França, a Alemanha e a Inglaterra, ocorre concomitantemente com a brasileira.

Entretanto, o período de implantação radiofônica no Brasil não significa glórias. Sob o ideal de “trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro “nasce de maneira precária<sup>13</sup>”, de acordo com Luiz Artur Ferraretto.

Esclarece ainda o autor que “em seus primeiros meses de funcionamento a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro operou sem uma programação definida e com emissões esporádicas (FERRARETTO, 2001, p.96).”

As dificuldades financeiras e operacionais do rádio surgidas a partir dos anos 1920 no país são consequência da ausência de legislação específica que regulamentasse as diretrizes do novo meio de comunicação a distância.

De acordo com Maria Elvira Bonavita Federico, várias foram as conferências internacionais que visaram à estruturação de uma legislação dos sistemas de radiodifusão.

Entretanto, as divergências acentuaram o controle estatal dos serviços de radiocomunicação, como rádiotelegrafia e radiotelefonia. Os fundamentos legais que regem o sistema brasileiro de telecomunicações datam da metade final do século XIX em virtude da implantação da telegrafia<sup>14</sup>, e sofrem alterações periodicamente.

Segundo Maria Elvira Bonavito Federico, o entrave à radiodifusão sonora relativo à regulamentação e à legislação foi fruto do constante avanço que o novo meio de comunicação a distância proporcionou. Além disso, era incipiente o conhecimento que Estados dispunham do poder que o rádio oferecia. Somava-

<sup>13</sup> Rádio – o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001. p 96.

<sup>14</sup> O Decreto Imperial 2.614 de 1860, considerado como o primeiro ato de regulamentação da telegrafia, dispunha as taxas cobradas pela utilização bem como as finalidades do serviço. Mais informações, consultar o livro *História da Comunicação – Rádio e TV no Brasil*, de Maria Elvira Bonavita Federico.

se a isso, o empreendorismo privado que, mais tarde, foi suplantado pelas empresas de maior poder financeiro.

Essa convergência de fatores acarretou, de início, como enfatiza Maria Elvira Bonavito Federico, problemas de ordem técnica entre as emissoras de rádio a tal ponto que afetou “estações costeiras e comunicações entre a costa e navios para as quais era imprescindível a privacidade (FEDERICO, 1983:12)”.

Estudiosos da historiografia dos meios de comunicação de massa, em especial da radiodifusão sonora brasileira, divergem acerca do fim do primeiro período do rádio no país. Entretanto, para esta dissertação, tem-se como amparo as divisões estabelecidas por Luiz Artur Ferraretto.

Para ele, o ciclo inicial da radiodifusão sonora, que começa em 1919, finda-se treze anos depois, em 1932. Por conseguinte, a essa nova temporada (1932-40), o autor a classifica como “estruturação”. Dois fatores são fundamentais para a “estruturação” do rádio em solo brasileiro.

O primeiro é o Decreto nº 21.111 de 1º de março de 1932 que regulamenta o uso da publicidade. Os comerciais passam a ocupar 10% da grade das emissoras e, consequentemente, o lucro obtido, mediante os anunciantes, são revertidos na programação.

As emissoras operam, desse modo, como empresas capitalistas voltadas à audiência. Quando iniciar sua programação em 1936, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro passará a usufruir, como poucos, desse escopo que regulamentou o uso da publicidade.

O segundo é a Revolução Constitucionalista, que se inicia em julho de 1932, constituído em um fator essencial para a “estruturação” radiofônica no Brasil. O rádio ganha novas dimensões ao ser configurado em arma político-ideológica. “A partir daí”, esclarece Ferraretto, “a sociedade toma consciência das possibilidades econômicas e políticas do rádio” (FERRARETTO, 2001: 103).

Quando irrompe a Revolução Constitucionalista de 1932, o rádio desempenha papel político bem definido, sobretudo no contexto da Rádio Record, de São Paulo. Nomes como Nicolau Tuma e César Ladeira, recém-formados em Direito pela Faculdade São Francisco, transmitem, ao povo paulista, os apelos revolucionários e a descrição dos desfechos do conflito.

O governo federal, por sua vez, controla todas as demais emissoras do país para impedir a divulgação de notícias referentes à conflagração no estado de São Paulo. César Ladeira, proclamado de “locutor da revolução”, chega a ser preso por desempenhar função contrária às prerrogativas impostas pelo governo Vargas à Record, de São Paulo. Com efeito, a audiência da emissora paulistana alcança outros Estados, inclusive a capital federal de então, o Rio de Janeiro.

Sonia Virgínia Moreira e Luiz Carlos Saroldi<sup>15</sup> apontam que, a partir da Revolução, fica evidente que não se pode pensar em rádio educativo nos moldes de emissoras populares. Ambos reconhecem o poder de penetração do rádio. Porém, descartam que à época houvesse uma estrutura jurídica que concretizasse o desejo de pessoas como Roquette-Pinto.

Um ponto a favor dos representantes da revolução de 1930 foi perceber que a filosofia do rádio educativo não era compatível com os objetivos de uma emissora popular, que visasse a integração nacional. (...) O rádio tinha condições de ser o instrumento adequado para chegar a todos os pontos do país e às mais diversas camadas da população, ainda levando-se em conta a alta taxa de analfabetismo no país. A tarefa requeria uma estrutura jurídica que desse à emissora oficial a liberdade de competir no mercado publicitário, a fim de reinvestir os lucros na manutenção, reequipamento e permanente expansão do veículo (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p 49-50).

Ferraretto cita a professora Gisela Swetlana Ortriwano para esclarecer que a Rádio Record, de São Paulo, não se resume somente à tangente da

---

<sup>15</sup> Autores do livro Rádio Nacional: o Brasil em sintonia. Rio de Janeiro: ZAHAR Editor. 2005.

Revolução Constitucionalista. Com a regulamentação da publicidade na mídia radiofônica, a Record é protagonista das principais transformações advindas do capital privado para o fortalecimento da indústria de entretenimento.

O encantamento da indústria de entretenimento fica cada vez mais irresistível. Os anunciantes, cientes do poder de sedução, colocam seus produtos nos programas mais assistidos e comentados. Como poucos, a Rádio Nacional saberá utilizar desse encantamento mercadológico, como no programa *Um milhão de melodias*, que foi ao ar em 6 de janeiro de 1943.

O programa, que veiculava músicas nacionais e internacionais com uma nova roupagem tecida pelo maestro Radamés Gnattali, era patrocinado pela Coca-Cola, que estava lançando seu refrigerante no Brasil. Segundo Saroldi e Moreira, *Um milhão de melodias* lançou aos ouvidos do público o talento de Haroldo Barbosa, um dos responsáveis pela seleção musical, que era encarregado de adaptar as letras das musicas estrangeiras para o português.

De acordo com Ortriwano, estas mudanças despertam nas concorrentes o mesmo ensejo de busca de *cast* profissional exclusivo, com subsídios mensais. Segundo o professor Antonio F. Costella, o próprio César Ladeira, em seu livro *Acabaram de ouvir*, retrata esta mudança:

O ambiente era de teia-de-aranha. Necessitava-se higiene, ar, luz. Muita coisa nova que havia passado despercebida à mentalidade de casaca que dirigia as 'broadcasting' existentes. Finalmente, pouco a pouco, modificaram-se as coisas. Os colarinhos duros protestaram, mas os ouvintes começaram a gostar. E os aparelhos começaram a ser vendidos em maior escala (...) lançando coisas novas, interessando os rádio-ouvintes pela vida dos estúdios, criando artistas e conjuntos especializados, iniciando um gênero desconhecido de programação, repartindo-o em quartos-de-hora, apresentando 'speaker' que não falava com pose e anunciava de maneira diferente um tango e uma notícia de falecimento (in COSTELLA, 2001, p.182)

Quatro anos depois do início da segunda fase, é fundada aquela que, dentro em breve, será a mais representativa emissora radiofônica brasileira. Em 12 de setembro de 1936<sup>16</sup>, começa a operar a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro já sob a caracterização de empresas privadas-capitalistas, em que a maioria absoluta da renda financeira dá-se mediante a inclusão de publicidade.

Destacam-se, entretanto, outras emissoras fundamentais que colaboram para fase de “estruturação” do rádio no Brasil. São elas: Rádio São Paulo (SP), Rádio Bandeirantes (SP), Rádio Pan-Americana (SP), Rádio Tupi (SP), a já mencionada Rádio Record (SP) e Rádio Difusora (SP).

Acontece, porém, que o empreendedorismo da Rádio Nacional oferece à emissora tentáculos que a transformam como a mais expoente empresa radiofônica de então. Sua programação, centrada em notícias, apresentações de artistas ao vivo e radioteatro, chega a atingir grandes índices de audiência. Em 1952, a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, alcança 50,2%<sup>17</sup> de público/ouvinte.

É, portanto, nesse canal de transmissão à distância que se dá a maior penetração de produção radiofônica fortalecendo a musculatura da indústria do entretenimento. A estrutura operacional da Rádio Nacional constitui-se de um gigantesco complexo empresarial que, por conseguinte, assegura-lhe respaldo econômico. Os números impressionam, de acordo com Antonio F. Costella:

Sob as ordens de um diretor-geral, 8 divisões especializadas formavam um conselho de administração e se esfalfavam na produção de programas aptos a atrair o grande público. Para tanto, a organização valia-se de 10 maestros, 124 músicos, 33 locutores, 55 radioa-tores, 39 radio-atrizes, 52 cantores, 44 cantoras, 18 produtores, 13 repórteres, 24 redatores, 4 secretários de redação e cerca de 240 funcionários administrativos. Com 6 estúdios, inclusive um auditório de 500 lugares, e transmissores de 25 kw e 50 kw, para ondas

<sup>16</sup> *Alô, alô, Brasil! Está no ar a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro.* Frase proferida pelo locutor Celso Guimarães às 21 horas deste dia dando inicio a transmissão da Rádio Nacional.

<sup>17</sup> *Por trás das ondas da Rádio Nacional.* Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1981.

médias, e dois de 50 kw, para ondas curtas, a Rádio Nacional cobria o Brasil e alcançava a América do Norte, a Europa, e a África. Com todo esse poder, a Rádio Nacional passou a capitanejar a popularização do rádio e serviu de inspiração, dentre outras, para a Rádio Tupi (1935) e a Rádio Bandeirantes (1938), de São Paulo; para a Rádio Tupi (1936), do Rio de Janeiro; e um pouco mais tarde para a Rádio Difusora (1943), de São Paulo (COSTELLA, 2001, p.185)

A Rádio Nacional também é pioneira na inovação de programas como, por exemplo, *Curiosidades musicais*<sup>18</sup>, apresentado por Henrique Foreis Domingues, o popular “Almirante”. Em depoimento dado a Jairo Severino<sup>19</sup> em 1977 e reproduzido no livro *Rádio Nacional: O Brasil em sintonia*, Almirante conta como teve a idéia de lançar *Curiosidades Musicais*.

Além de cantar, ele ainda agregou ao programa curiosidades musicais. Almirante era o responsável por todas as etapas do programa desde a seleção das musicais, passando pela produção e, por fim, execução. O programa teve patrocínio dos produtos Eucanol, vendido à rádio mediante agência de publicidade, segundo Saroldi e Moreira.

Além disso, coube à Nacional modificar o estilo da linguagem do radiojornalismo ao implantar o “lead” nas notícias mediante a transmissão do programa jornalístico “Repórter Esso”, inaugurado em 28 de agosto de 1941, que, por conseguinte, atrai a atenção dos radio-ouvintes do território nacional.

Três anos depois de sua estréia, em 1944, o “Repórter Esso” adquire uma nova versão e o programa passa a ser ancorado com a voz famosa de Heron Domingues, que cria um padrão de estilo e uma linguagem característica. Tanto assim que, ao ser irradiado pela Tupi do Rio de Janeiro, mais tarde, o “Repórter Esso” mantém a mesma morfologia.

<sup>18</sup> O programa *Curiosidades Musicais* estréia em abril de 1938. A pesquisa não conseguiu encontrar o período em que ficou no ar o programa comandado por Almirante.

<sup>19</sup> Ver *Rádio Nacional: o Brasil em Sintonia*, 2005, p. 46-47.

As mudanças de estilo na linguagem do radiojornalismo ocorrem após 1940 quando, segundo Ferraretto, o rádio brasileiro situa-se em sua terceira fase, que ele a denomina como “o apogeu do rádio espetáculo”. Período este que se estende por quinze anos, de 1940 a 1955.

É dentro desse cenário de produção radiofônica que é transmitida, em 1941, a primeira rádionovela brasileira *Em busca da felicidade*<sup>20</sup>, pela Rádio Nacional, do Rio de Janeiro. Essa peça fica no ar por, aproximadamente, dois anos, consolidando o gênero radioteatro.

Getúlio Vargas aproveita o caldeirão político daqueles tempos para “encampação da Rádio Nacional”. Desta feita, o governo Vargas passa a controlar “a principal rádio no país”<sup>21</sup>. O aporte financeiro estatal contribui para a consolidação estrutural e financeira da Rádio Nacional. O carro-chefe desse período é a radionovela, cujo embrião é fecundado, nos idos de 1930, em rádios paulistas (Record) e cariocas (Mayrink Veiga e Nacional).

A esses tempos, Maria Elvira Bonavita Federico adita a predominância do popular e da comunicação de massa. Nas palavras dela, “o popular está presente nesta (...) fase da evolução do rádio (...), juntamente com o conceito de comunicação de massa”.

E conclui que “a música e a programação passaram a expressar o estilo de vida urbano, agora em ascensão acelerada, a vida do morro do operário e sua luta por uma vida melhor, o populismo que começava a vigir” (FEDERICO, 1983:57-58).

Apesar de *Em busca da felicidade* ser a primeira radionovela transmitida pelas ondas brasileiras, o sucesso definitivo desse estilo radiofônico sonoro

<sup>20</sup> -Senhoras e senhoristas, a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, apresenta Em busca da felicidade, emocionante novela de Leandro Blanco (Rádio – o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001. p 119).

<sup>21</sup> Rádio – o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001. p 113.

consagra-se dez anos depois da estréia da primeira radionovela da Rádio Nacional.

Entre 8 de janeiro de 1951 a 17 de setembro de 1952, é apresentado em 260 capítulos *O direito de nascer*, do cubano Félix Caignet, tradução de Eurico Silva. De acordo com Reynaldo Tavares, autor de *Histórias que a rádio não contou*, a radionovela transforma o cotidiano carioca:

Quando da apresentação dos capítulos de *O direito de nascer*, a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, era absoluta em termos de audiência e, naquele horário, os cinemas, os teatros e os outros meios de entretenimento ficavam vazios, as ruas como por encanto silenciavam e ninguém perambulava por elas... Era um horário religioso, uma imensa reunião emudecida e atenta que comungava, junto aos receptores, todas aquelas emoções vividas por Albertinho Limonta e os demais personagens inventados por Félix Caignet (FERRARETTO, 2001:120)

Mesmo com a liderança de audiência da Rádio Nacional, acirra-se o embate entre as emissoras, principalmente no prisma publicitário. Para Maria Elvira Bonavita Federico, impera a “farsa promocional (FEDERICO, 1983:59)”, mecanismo segundo o qual apela-se para obter grandes índices de audiência.

A pesquisadora credita a essa nova modalidade a adjetivação e o uso de superlativos. Segundo a autora de *História da Comunicação – Rádio e TV no Brasil*, “essa prática se transformou em verdadeira obsessão, saturando, em todas as emissoras de São Paulo e Rio de Janeiro, com ‘O maior’, ‘A melhor’, etc” (FEDERICO, 1983:59).

Durante a terceira fase da radiodifusão sonora do Brasil, destacam-se, além das radionovelas, os programas de auditório como também os humorísticos. Ainda que nesse intervalo, surgem os departamentos de

jornalismo, essas três modalidades de programação dominam o cenário radiofônico.

Com a crise do período seguinte, decorrência da implantação da televisão, denominado *Decadência*, por Luiz Artur Ferrareto, o radiojornalismo restaurará a mídia rádio como um aparelho importante dentro desse nicho – jornalismo. Se entre 1940-55, o rádio vive quinze anos de fastígio, o mesmo não se pode dizer do período entre 1955 a 1970. Inicia-se, por conseguinte, a quarta fase.

Paulatinamente, a televisão contrata profissionais do rádio e, como consequência desse processo, todo prestígio de uma mídia (rádio) transfere-se a outra (televisão). Entre a primeira transmissão televisiva<sup>22</sup> e 1955, as duas mídias disputam o pote de ouro dos anunciantes.

Ferrareto busca a análise de Octavio Augusto Vampré, autor de *Raízes e evolução do rádio e da televisão*, para identificar emulação entre as duas mídias. “A Nacional e a TV Tupi detinham nesta época contratos de exclusividade com a maioria dos grandes artistas da época, o que, de um lado, demonstra a força do rádio, mas, de outro, expõe, com clareza, o crescimento da televisão” (FERRARETTO, 2001:135).

Porém, depois de meados da década de 1950, a televisão passa a ditar as regras do mercado e aglutina a maioria esmagadora das verbas publicitárias assim como os talentos profissionais.

Ferrareto busca outras posições que avaliam o final do período grandioso do rádio. Em *Música popular, do gramofone ao rádio e TV*, José Ramos Tinhão – citado por Ferrareto – aponta a invasão de *disc-jockeys* e *hits* estrangeiros como os responsáveis diretos pelo crepúsculo dos programas de auditório:

---

<sup>22</sup> TV Tupi-Difusora, de Francisco de Assis Chateaubrind Bandeira de Melo, inicia suas transmissões em 18 de setembro de 1950.

A partir desses meados dos anos 50, os programas com público presente começaram a sofrer a concorrência dos horários de disc-jockeys e seus hit paredes (...) e esse próprio acúmulo de nomes estrangeiros mostrava que uma nova realidade estava se impondo: o rádio passava pouco a pouco de teatro do povo para veículo sonoro de expectativas de ascensão social de novas camadas da classe média emergente, mais ligadas às subliminares mensagens econômicas-culturais da nova era de integração no universo do consumo internacional do que na pobre realidade brasileira (in FERRARETTO, 2001: 136)

Conscientes do crescimento da televisão, diretores da Rádio Nacional querem também parte dessa fatia promissora do mercado. Para isso, pleiteiam junto ao governo de Juscelino Kubitschek de Oliveira, eleito presidente do Brasil em 3 de outubro de 1955, concessão de uma emissora de televisão.

O magnata da mídia brasileira, Assis Chateaubrind, dono da TV Tupi e inúmeros jornais, persuade e intimida o então presidente JK a não outorgar a concessão à Nacional<sup>23</sup>. Os anos seguintes pesam sobre a poderosa emissora, que sem amparo econômico começa a minguar.

Valendo-se do transistor<sup>24</sup>, que amplia sinais elétricos, a radiodifusão sonora brasileira encontra um refúgio seguro a partir da década de 1960 – período em que o Brasil começa a importar massivamente os rádios transistorizados.

Com este componente, os ouvintes carregam os novos aparelhos para qualquer lugar. Um exemplo ilustrativo desse feito, são os famosos “radinhos de pilha” dos estádios de futebol. De acordo com Ferrareto, a deferência à Nacional desloca-se para a Emissora Continental, do Rio de Janeiro, fundada em 1948.

<sup>23</sup> Ver *Rádio – o veículo, a história e a técnica*, de Luiz Artur Ferrareto, p 136.

<sup>24</sup> Componente eletrônico desenvolvido por cientistas da Bell Telephone Laboratories, empresa norte-americana.

Com a tríplice estrutura *música-esporte-notícia*, a Continental impulta, mesmo em um período de decadência, o radiojornalismo moderno. Para Ferrareto, na Continental “a reportagem ganha espaço e se desenvolve na radiofonia brasileira” (FERRARETTO, 2001:139).

Deve-se frisar, entretanto, que o período *Decadência* – denominado por Ferrareto – está ligado estritamente ao fato da decaída do rádio como espetáculo e não como mera decadência dessa mídia. Na verdade, a quarta fase radiofônica do país deve ser capitulada como sendo um período de “novos horizontes”.

É, pois, nesse período que o rádio busca novas maneiras de sobreviver sem perder a retidão de tempos passados. Sua importância continua sendo a artéria aorta da política/cultural brasileira.

Em 1961, por exemplo, com a renúncia presidencial de Jânio Quadros, em 25 de agosto, o rádio serve de elo entre as correntes políticas. No Rio Grande do Sul, Leonel de Moura Brizola, o governador gaúcho, lidera a “Cadeia da Liberdade”, em emissoras ouvidas em todo o território nacional.

Outro exemplo ocorre três anos depois, em 1964, com o Golpe Militar. Cria-se, na ocasião, uma cadeia de radiodifusão denominada de “Rede da Democracia”, onde Carlos Lacerda, Adauto Cardoso e Aliomar Baleiro instituem sua tribuna em defesa do movimento militar.

A implantação de transmissões em freqüência modulada (FM) em 1970 põe fim à quarta fase do rádio brasileiro e passa, então, ao período de *reestruturação* – que se estende até 1983. Mesmo tendo sido inventada em 1933, as rádios de freqüência modulada começam a ganhar força e espaço quase quatro décadas depois. A invenção do norte-americano Edwin Howard Armstrong de um novo sistema de difusão radiofônico possui a capacidade de irradiação de sinais de grande qualidade.

A primeira rádio em freqüência modulada no Brasil é a Rádio Difusora FM, inaugurada em São Paulo. Porém, Luiz Artur Ferraretto esclarece que outros estudiosos da radiodifusão sonora brasileira, como Fernando Veiga, classificam a Rádio Imprensa, do Rio de Janeiro, como pioneira na difusão em freqüência modulada.

A informação e mobilidade ficam estritamente relacionadas entre si. A possibilidade de gerar entretenimento e notícias ao mesmo tempo em que é capaz de recepcioná-las transforma a sociedade contemporânea. Em consequência surge a idéia de desconstrução de células de identidade.

Se antes, a sala de estar ou outra dependência da casa que tivesse um rádio ou televisor ligado era o cenário desse identidade público-mídia, com a evolução técnica de aparelhos midiáticos, qualquer lugar torna-se um lugar em potencial para essa identidade desde que o público-consumidor tenha à disposição um aparelho capaz de captar e reproduzir tal conteúdo.

O avanço da tecnologia na televisão não limitou a capacidade do rádio. Pelo contrário. Os empresários e donos de emissoras radiofônicas aproveitaram cada segmento do mercado para adaptar a mídia rádio não somente em termos de programação como também de vendas.

O avanço da indústria automobilística, principalmente entre as décadas de 1970/80, proporcionou aumento no comércio de rádios para carros. Desse modo, o rádio torna-se grande prestador de serviço, ajudando os motoristas a se livrarem do trânsito (Repórter das Estradas, Rádio Bandeirantes), saberem sobre as condições climáticas (Narcísio Vernizzi, Rádio Jovem Pan) e/ou relaxar ouvindo música.

Coube à rádio Panamericana<sup>25</sup> (Jovem Pan) um papel fundamental. Augusto César de Carvalho o “Tutinha” – filho de Paulo Machado de Carvalho, o

---

<sup>25</sup> O livro *Rádio, o veículo, a história e a técnica*, de Luiz Artur Ferraretto oferece mais informações na p. 161.

marechal da vitória da Seleção Brasileira de Futebol em 1958 –, contrata Fernando Vieira de Mello, diretor de jornalismo da Jovem Pan até 1992. Fernando Vieira de Melo é o profissional que lançou na Jovem Pan serviços aos ouvintes e consolidou o Jornal da Manhã, da Jovem Pan, como um dos maiores e mais respeitados jornais do rádio no Brasil.

Este estilo faz escola e outras rádios seguem o mesmo caminho, priorizando sempre a informação. Surge a CBN, rádio-jornalismo em AM e FM, com uma programação jornalística 24 horas por dia e mais atualmente a Band News FM, emissora que vem brigar diretamente com a CBN no jornalismo 24 horas.

De 1983 em diante, Ferrareto classifica a sexta fase do rádio brasileiro como “segmentação e as redes via satélite”. As FMs dão novo alento às emissoras. Na verdade, a partir da década de 1980, as rádios FMs saem dos escritórios e consultórios para cair no gosto popular com uma programação menos elitista.

Antes, porém, a virada nas FMs ocorre em virtude da Portaria nº 333, de 27 de abril de 1970. Na ditadura militar, a expansão das FMs era prioridade do governo imposto pelos militares como atesta Nélia Rodrigues del Bianco, no estudo *FM no Brasil 1970-79: crescimento incentivado pelo regime militar*. A autora assinala que:

Como parte da estratégia governamental de interiorização da radiodifusão, a FM, apesar do alcance reduzido de suas ondas, servia à meta de dotar as cidades de uma estação. Desta forma, o governo esperava cobrir, em parte, as áreas de silêncio não atingidas pelas AM que possuíam potência de 1 quilowatt. A expansão das FMs também atendia a objetivos políticos: ‘Integrar e desenvolver o país’ e ‘resguardar o território nacional e os valores culturais’, combatendo a penetração de emissoras estrangeiras (In Ferrareto, 2001, p.158)

As FMs operam em freqüências que variam de 87,5 a 108MHz. Seu alcance, no entanto, é limitado a um raio máximo de 150Km (FERRARETTO, 2001, p.67)". Além disso, visam público jovem, seguindo uma programação estadunidense, o que proporciona uma invasão de músicas estrangeiras. O que chama a atenção dos ouvintes é a qualidade de som que se obtém. Locutores e programas juvenis surgem sucessivamente nas FMs, enquanto que coube às rádios AMs a participação do ouvinte.

Por uma década, as rádios FMs encantaram seus ouvintes pela qualidade sonora. Um som sem ruídos e uma programação selecionada cria o fenômeno chamado “efeemeização” das rádios AMs acerca do comportamento da seleção musical.

Depois da popularização, acontece o fenômeno inverso à “aemeização” – as emissoras de FM começam a identificar os nichos de mercado e segmentar. Tocar música somente não cativa mais o público. É preciso mais. Criar programas, promoções, concursos, estimular a participação dos ouvintes. Achar o público-alvo e se comunicar com esse ouvinte. Interatividade que começa a ganhar força a partir dos anos de 1990.

O mesmo não ocorre com a rádio por satélite. Mesmo estando incipiente para a maioria esmagadora da população brasileira, “atualmente, mais de 5,4 milhões de assinantes pagam os US\$ 12,95 por mês para receber o serviço da XM ou da Sirius, os provedores de rádio por satélite e concorrentes entre si”, de acordo o artigo *Música celestial na palma da mão*, de Steven Ashley, publicado na edição nº 40 - setembro de 2005 da revista *Scientific American Brasil*. Ashley acredita que:

a rádio por satélite pode levar as pessoas a desenvolver um desejo insaciável por todos os tipos de música e entrevistas

incomuns, tal como o rádio de ondas curtas abriu novos mundos para os ouvintes no passado<sup>26</sup>

A importância do rádio é fundamental em virtude de sua dimensão nacional. Graças a esse instrumento midiático, houve uma difusão e popularização da música brasileira, por exemplo. No campo publicitário, o rádio foi responsável pela criação de mercado a curto prazo para muitos produtos.

No campo educativo, também o rádio tem o seu papel preponderante. Pode-se até mesmo qualificar de “educação consequente” a exercida pelos responsáveis por essa tarefa de cunho sócio-cultural. Embora moldado em sistemas norte-americanos comerciais, o rádio brasileiro é o precursor da regionalização da cultura brasileira.

As emissoras locais e regionais prestam grande serviço, sobretudo, quando dirigidas por equipes comprometidas com a realidade do país. Na sua função de informar, formar, educar e entreter, o rádio, nesses anos de mudança, merece grande prestígio pelo seu alcance e pela variedade de sua programação, que vai desde a música popular e erudita, até às crônicas policiais e aos programas eminentemente culturais.

Atualmente, observa-se o surgimento de emissoras que se utilizam da Internet para sua transmissão. Essas rádios – Am e/ou FM – transcendem o local, o regional para se tornarem planetárias.

---

<sup>26</sup> *Scientific American Brasil*, edição nº40.

**Capítulo II**

# **Radioteatro e Cultura popular**

As atividades de radioteatro, desenvolvidas dentro dos estúdios da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, são de fundamental importância para o cenário radiofônico brasileiro, pois, este gênero colaborou para a consolidação da mídia rádio como um meio de comunicação social abrangente, justamente, por estar à disposição e ao alcance de todos os níveis sociais. Entre os anos 20 e os 60 do século XX o rádio foi o principal veículo de comunicação de massa do Brasil.

Ao preservar a história do radioteatro da Rádio Nacional, durante seu período de maior sucesso – década de 1950 –, a investigação permitirá avanços teóricos no que tange ao campo da peça radiofônica e tentará apontar novas perspectivas para este campo de estudo.

Por conter uma etapa de pesquisa histórica, uma das contribuições que este projeto promoverá será a de tornar disponível uma abordagem do radioteatro desde sua gênese, no início da década de 1920, até o apogeu desse gênero na Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

O projeto se justifica, por outro lado, pela escassez de pesquisas e publicações acerca do objeto de estudo, ou seja, a radioteatro. Falta um panorama descritivo e explicativo da trajetória histórica do radioteatro e da antevisão de uma nova estética no processo de produção desse segmento da radiodifusão sonora e dessa modalidade de estudo.

A pesquisa e a organização da parca abordagem existente, os conhecimentos que, decorrentes desta pesquisa, a ela serão somados, as opções para atualizar grupos de estudo específicos sobre vertentes e tendências do radioteatro, são outro flanco significativo das contribuições na produção permanente do conhecimento.

Para a realização do presente trabalho, a pesquisa se fundamenta no referencial teórico, em que se buscou autores que estudaram as radionovelas da Rádio Nacional como Lia Calabre de Azevedo. *Na sintonia do tempo: Um leitura do cotidiano através da produção ficcional radiofônica*. Niterói, Dissertação de

Mestrado, Universidade Federal Fluminense, 1996. Especificamente sobre a Rádio Nacional há pesquisadores como Luiz Carlos Saroldi e Sônia Virgínia Moreira. *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1984. Ainda sobre a relação Estado/Rádio ver: Lia Calabre de Azevedo. "O Estado na onda: reflexões sobre o rádio e o poder nas décadas de 30 e 40". In: *Cadernos de Memória Cultural*. Vol. 1. N. 2. Rio de Janeiro: Museu da República.

No que tange ao gênero, destacam-se autores como Antonio Adami, com seu artigo *A literatura: som e imagem*, publicado na *Revista Ciências Humanas Unitau*, v. 8 nº 2 de 2002. Também sua contribuição aos estudos de radiodramaturgia no XXIV Congresso da Intercom, 2001: "O livro, a imagem e o som". E ainda do mesmo autor: *Radioconto, radiorromance, radiopoesia: o rádio educativo*. Revista USP, São Paulo, n. 56, p. 86-91, dezembro/fevereiro 2002-2003.

A dissertação, dessa maneira, não vai restringir-se apenas a uma explanação do assunto e, sim, à elucidação de uma proposição a respeito do radioteatro brasileira. Para esclarecer essas questões, proceder-se-á buscar respostas em pesquisas bibliográficas, nas obras de pesquisadores de meios de comunicação de massa. Outras importantes fontes de informação serão constituídas por depoimentos de pessoas que, de certa maneira, compõem a história da radioteatro da Rádio Nacional.

A dissertação, uma vez implementada, resultará em contribuição para o aprofundamento dos estudos históricos da radiodifusão sonora brasileira. Além disso, preencherá a lacuna existente nessa área ao contextualizar a gênese e a consolidação do desenvolvimento da radioteatro no Brasil.

Esta dissertação organizar-se-á respeitando as exigências da metodologia científica, segundo a qual, de forma linear, os capítulos serão dispostos. Tal estruturação permitirá uma leitura seqüencial e hierárquica dos

resultados da pesquisa. Preservar a história do radioteatro, durante os anos de 1950, da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, é o que se propõe com este estudo.

O direcionamento exploratório envolverá a pesquisa bibliográfica por via impressa e eletrônica dos conhecimentos e documentos disponíveis. Destarte, a análise da produção da Rádio Nacional do Rio de Janeiro procurará respostas efetivas sobre as tendências desse gênero radiofônico.

Para a realização desta pesquisa, em primeiro lugar, levantar-se-á a literatura pertinente para, desse modo, identificar as obras referentes ao gênero radioteatro. Esse levantamento será executado mediante uma pesquisa bibliográfica. Também, utilizar-se-á de análise de arquivos e de documentos, bem como entrevistas com personagens da área. Ou seja, há também o contato direto a realizar-se com outros pesquisadores, ao vivo, por telefone e/ou correio eletrônico. A busca dessa forma de apoio será fundamental para o desenvolvimento da pesquisa, haja vista o fato de a bibliografia específica ser escassa, especialmente em língua portuguesa.

A fundamentação teórica que dará sustentação às análises será obtida em obras específicas que versem sobre estética, produção e teoria do radioteatro. Alguns títulos serão norteadores para o desenvolvimento da dissertação, dentre elas *El lenguaje radiofonico*, de Armand BALSEBRE, estudioso espanhol de radiodifusão sonora. Nesta obra, o pensador espanhol pontifica que deve existir uma integração harmônica entre as imagens sonoras – palavra, músicas e ruídos – e o silêncio. E será a partir dessa concepção estética de radioteatro que essa dissertação estará fundamentada, apta para ser elaborada.

O rádio chegava ao final dos anos 50 e início dos 60, consolidado em sua posição de meio de comunicação de massa, como um elemento fundamental na formação de hábitos na sociedade brasileira.

Pode-se inferir que dos anos 30 aos 60, o rádio foi o meio através do quais as novidades tecnológicas, os modismos culturais, as mudanças políticas, as informações e o entretenimento chegavam ao mesmo tempo aos mais distantes lugares do país, permitindo uma intensa troca entre a modernidade e a tradição.

O rádio ajudou a criar novas práticas culturais e de consumo por toda a sociedade brasileira, inclusive quando permitiu a transcodificação de obras literárias em radioteatro.

O radioteatro é a veia artística da radiodifusão sonora. Por ela, passam nutrientes que enriquecem a qualidade estética do mais popular meio eletrônico de comunicação de massa. É mediante a propagação de som e silêncio que a peça radiofônica consegue prender a atenção dos ouvintes em meio às teias da cultura popular. Entretanto, para que se obtenha êxito necessário para tal grau de concentração de ouvintes em potencial, é necessário, pois, rigorosa qualidade estética ao programa radiofônico.

E é justamente essa questão central que o capítulo *Radioteatro e cultura popular* procura responder. Ou seja, quais os mecanismos e ferramentas de que dispõem os produtores de peças radiofônicas para atrair e prender a atenção dos ouvintes? Que gênero radiofônico é esse capaz de transportar o(s) ouvinte(s) para um universo de fantasias e imaginações mediante imagens sonoras? Como a cultura popular contribui para a formação e formatação dos programas?

Antes de iniciar propriamente a redação desse segundo capítulo, faz-se necessário esclarecer os procedimentos metodológicos aplicados à construção do trabalho acadêmico. Por meio de uma pesquisa exploratória inicial, constata-se uma lacuna bibliográfica entre os pesquisadores brasileiros voltados à área de radioteatro.

Salvo poucos pesquisadores, como Antonio Adami, que possui artigos publicados em livros e revistas concernentes ao tema, não há nomes de relevo. Felizmente, o mesmo obstáculo não se encontra entre pesquisadores estrangeiros. Por isso, o presente tópico terá como arcabouço principal os estudos de Fernando Curado Ribeiro e a coletânea organizada por George Bernard Sperber no que tange ao formato radioteatro.

O radioteatro, como peça radiofônica, tem sua origem concomitantemente à origem do próprio rádio. Ou seja, esse gênero é tão velho quanto à própria mídia rádio. As primeiras peças ocorrem no continente europeu, a partir de 1924 com a transmissão de *Através das estepes do inverno* (Inglaterra) e *Maremoto* (França).

Para Fernando Curado Ribeiro, autor de *Rádio – produção, realização e estética*, a peça da radiodramaturgia francesa marca, definitivamente, o início do gênero radiodrama como um novo estilo de arte. *Maremoto*, um texto de Pierre Cusi e Gabriel Germinet, ganha o concurso promovido pelo jornal *Impartial Français*.

A este concurso, realizado em maio de 1924, qualquer texto redigido em francês e que, oralmente, não exceda a 15 minutos, pode concorrer. E muitos autores audaciosos se inscrevem. Tamanha é a dificuldade de se chegar a um veredicto final, que o resultado somente é divulgado um mês depois, em 21 de junho.

É interessante destacar que o júri, composto por 12 membros, decide pelo texto de Cusi e Germinet, após a “experiência da leitura ao microfone”. Ao sufrágio, a obra “não tem verdadeiramente toda a sua significação senão ouvida pela altifalante ou pelos auscultadores” e pontificam que, “neste trabalho, tudo é calculado para a transmissão por antena” (*sic*) (1964, p 100-101).

Nessas mais de oito décadas, a receita básica para se produzir uma peça de radioteatro continua, praticamente, similar às de sua gênese. Na verdade, a

mudança ocorre no espectro tecnológico, já que a emissão e recepção de ondas radiofônicas evoluíram sobremaneira daqueles tempos para cá. Para Fernando Curado Ribeiro, a estrutura básica para a realização desse gênero encontra-se dividida em duas vertentes: *preparação* e *execução*.

A primeira engloba três etapas, a saber: *texto*, *montagem* e *realização*. Já a execução compreende sete passos, ainda de acordo com o mesmo autor. São eles: *ensaios*, *ambientes*, *relevo sonoro*, *ruídos* e *trucagem*, *música*, *interpretação* e *montagem final*.

O *texto* de radioteatro possui peculiaridades em relação aos demais gêneros de textos. Desse modo, segundo pontua Fernando Curado Ribeiro, o produtor deve esmiuçar todos os detalhes que irão compor a peça radiofônica. Para que ocorra essa pormenorização do *texto*, faz-se necessário redigi-lo em um *script* em que “a música, sonorização, planos sonoros, ‘travellings’, efeitos especiais, etc., serão inscritos à esquerda do guião [*script*], estabelecido em duas colunas, a qual a da direita é reservada ao texto propriamente dito” (RIBEIRO, 1964, p:77).

A *montagem*, segunda etapa no processo de *preparação*, compõe-se de insertos musicais. Segundo o autor de *Rádio – produção, realização, estética*, na escolha da trilha sonora não se exige uma regra específica que dite quais e que tipos de melodias devem ser selecionadas. A *montagem*, entretanto, não se produz de qualquer maneira, sem qualquer caráter relevante à peça. O mesmo autor acentua que a função da *montagem* é “ilustrar esta ou aquela situação ou estabelecer entre duas cenas uma ligação ou uma separação” (RIBEIRO, 1964, p:78).

Desse modo, o produtor deve escolher com acuidade a trilha sonora, sempre buscando conciliar, de forma harmoniosa, a *montagem* com uma cena específica, por exemplo. O autor recomenda ainda que, para evitar maiores despesas, o texto falado e a música podem ser gravados separadamente.

Não obstante o caráter financeiro, a gravação, em etapas não concomitantes, de texto e de inserto musical, contribui, justamente, na exatidão e fluidez da peça radiofônica. Todos os elementos detalhados no *script* facilitam, pois, a *montagem final* da obra.

Por fim, a última etapa da *preparação*, de acordo com Fernando Curado Ribeiro, é a *realização*, que consiste, propriamente, na direção da peça radiofônica. O *realizador* pode ser comparado – para facilitar sua compreensão e valor – a um diretor cinematográfico. Cabe ao *realizador* conduzir as gravações e arquitetar a concepção estética geral de toda a peça de radioteatro. Para Fernando Curado Ribeiro “qualquer obra radiofônica dependerá sempre da clareza das intenções do seu *realizador*” (RIBEIRO, 1964, p: 81).

Após concretizar as três etapas da *preparação*, o diretor/produtor poderá, por conseguinte, iniciar a fase de *execução* da obra, primeiramente, com *ensaios*, que consiste em uma leitura e encenação literária da peça a ser exibida futuramente com todo o elenco em conjunto com a direção.

O passo seguinte, conforme observa Fernando Curado Ribeiro, é a estruturação de *ambientes*. Nessa etapa, o diretor/produtor, mediante imagens sonoras, deve instigar a imaginação do auditor. “Os locais onde se passam as cenas devem ter uma expressão sonora ou implicar no ouvinte a sua sugestão exata” (RIBEIRO, 1964, p:84), esclarece.

Assim como no cinema, a peça de radioteatro pode usufruir de tipos diferentes de planos: próximo (ou grande plano), médio (ou plano americano) e afastado (ou plano de conjunto). Na verdade, o que determinará o plano são as perspectivas sonoras, que se evidenciam quanto à profundidade do som. A isso, Fernando Curado Ribeiro chama como *paisagens sonoras*, que tem a função de “tradução das impressões de profundidade e de distância” (RIBEIRO, 1964, p: 89).

*Ruídos e trucagem*, a próxima fase de execução de uma peça radiofônica, tem como função criar ilusões e sensações, levando o ouvinte a interagir com a ação mediante suas reações e imaginações. Sua utilização requer percepção distinta do diretor/produtor, já que *ruídos e trucagem* não devem ser inseridos sem nenhum tipo de contribuição à peça, e sim, quando “acrescenta uma atmosfera particular à cena” (RIBEIRO, 1964, p: 89).

Outro complemento ao radioteatro de importância é, sobremaneira, a *música*, que, para, Fernando Curado Ribeiro, “ilustra um texto como, num livro, a gravura; a música é, pois, a servidora do texto que deve ilustrar” (RIBEIRO, 1964, p: 89).

Já a *interpretação* será resultado, única e exclusivamente, da voz do rádio-ator e, por esta razão, ele deve concentrar suas ações à voz. De acordo com o autor de *Rádio – produção, realização, estética*, o produtor da peça radiofônica tem que ter em mente que uma boa *interpretação* requer, no radioteatro, interações com o microfone porque o resultado da voz não terá, necessariamente, auxílio de gestos, mas, apenas dos sons que o microfone captar. Mesmo não sendo necessário decorar os textos, os radioatores devem estudá-los, para melhor modelagem estética da voz.

A última operação do radioteatro é a *montagem final*, ou a edição final. É nessa etapa que o diretor/produtor coordena a ordem de transmissão de todos os elementos que compuseram à peça. Fernando Curado Ribeiro acentua que “o som em movimento constitui um meio de expressão que se consegue tendo em linha de conta noções várias de ritmo, de estética, etc., e que são elementos dos quais se pode dispor na operação da montagem radiofônica” (RIBEIRO, 1964, p: 97).

Há, além desses dois processos de montagem da peça de radioteatro orquestrados por Fernando Curado Ribeiro, outros elementos técnicos que também a compõem. Elementos esses indispensáveis à qualificação estética

daquilo que será construído, pelo ouvinte, mediante as paisagens sonoras. De fato, pode-se destacar como elementos técnicos da obra radiofônica o *microfone*, a *fita magnética* e a *mesa de mixagem*.

De maneira específica e concreta, o *microfone* é um aparelho capaz de transformar energia sonora – a voz humana, por exemplo –, em energia elétrica. Esta definição, contudo, não abrange o papel fundamental do *microfone* junto à peça radiofônica. Werner Klippert, no texto *Elementos da peça radiofônica*, publicado na coletânea de George Bernard Sperber, sublinha que, com o uso do *microfone*, “obtém-se, assim, um novo estado de aglomeração, o qual, do ponto de vista estético e dramatúrgico, possibilita a organização de um nível criativo inteiramente novo” (SPERBER, 1980, p: 13).

Para produzir as devidas perspectivas artísticas que correspondem, exatamente, com a idéia, ou o cenário arquitetado pelo diretor/produtor, faz-se necessário conhecer as configurações direcionais do *microfone* que, como muitos aparelhos eletrônicos, possui modelos distintos.

Klippert divide as diferentes categorias de *microfones* em cinco; a saber: *microfone* de carvão (mediante o controle de resistências), *microfone* de cristal e cerâmica (princípios da piezeletricidade<sup>27</sup>), *microfone* magnético (princípios do eletromagnetismo), *microfone* de bobina móvel (princípios da eletrodinâmica), *microfone* de condensador (princípios da eletrostática).

Desse modo, Klippert acentua que:

A partir da escolha e da colocação dos microfones dentro do espaço podem ser obtidos efeitos acústicos que vão desde o estrito isolamento de uma voz até um conjunto difuso, uma mistura de vozes, barulho e som, efeitos estes que misturam

---

<sup>27</sup> Piezeletricidade é a habilidade de certos materiais cristalinos de desenvolver uma carga elétrica proporcional a um stress mecânico. Os materiais com esta propriedade, mostram também a inversa, que é erroneamente chamada também piezeletricidade, isto é, uma deformação geométrica proporcional a uma voltagem aplicada. É esta última a propriedade usada nos microscópios de SPM para realizar diversas funções. <http://www.cbpf.br/~nanos/Apostila/06ref.html>

nos diferentes trechos da gravação tonalidades de fundo que podem se diferenciar nitidamente uma das outras ou mudar de forma fluida e sem cortes (SPERBER, 1980, p: 15-16).

A *fita magnética*, por sua vez, é um marco importante na história da produção de peças radiofônicas, pois, além de se constituir em um armazém de sons, contribui também para a esfera criativa da radioteatro. Esta técnica, mesmo preferida pelos mais tradicionais, que prezavam a peça encenada “ao vivo”, a fez mais independente da casualidade.

Apesar disso, a *fita magnética* não blindou, ou conduziu as transmissões “ao vivo” ao ostracismo. Quando necessário e justificado, pode-se, perfeitamente, usufruir das peças “ao vivo”.

De acordo com a posição de Klippert, se existe uma perda com a utilização da *fita magnética*, ela se restringe à relação de simultaneidade entre produção e transmissão. Desse modo, na aritmética referente ao uso de *fita magnética*, soma-se mais vantagens do que, propriamente, desvantagens. Klippert credita a essa técnica, que permite a gravação em fita, a possibilidade de utilização de sons originais com exatidão na peça radiofônica.

Esta parte inicial do capítulo, contudo, permaneceria incompleto, caso não apresentasse as contribuições de âmbito educacional que são transmitidas no radioteatro. Tal qual um excelente contador de histórias, a peça radiofônica desempenha, utilizando em caráter cultural, papel de mentor literário ao instigar seus ouvintes a aprofundar seus conhecimentos – algo similar ao pupilo que pretende superar seu preceptor.

Nesse sentido, é importante reconhecer que o radioteatro cumpre seu papel idealizado por Edgard Roquette-Pinto, que assegurava que o rádio era um instrumento de difusão de cultura. Antonio Adami, em seu artigo *Radioconto, radiorromance, radiopoesia: o rádio educativo*, salienta que “o radiodrama, na educação, pode ser uma ferramenta extremamente importante para passar

conhecimento, cultura e entretenimento, inclusive a deficientes visuais [...] O radiodrama pode ser uma mola mestra no processo educativo e não apenas em rádios comerciais, mas principalmente em rádios com preocupação com a educação e a cultura" (ADAMI, 2002-2003, p: 91).

A importância do rádio é fundamental em virtude de sua dimensão nacional. Graças a ele, houve uma difusão e popularização da cultura brasileira. No campo educativo, também o rádio tem o seu papel preponderante. Pode-se até mesmo qualificar de "educação consequente" a exercida pelos responsáveis por essa tarefa de cunho sócio-cultural. Embora moldado em sistemas norte-americanos comerciais, o rádio brasileiro é o precursor da regionalização da cultura brasileira.

As emissoras locais e regionais prestam grande serviço, sobretudo, quando dirigidas por equipes comprometidas com a realidade do país. Na sua função de informar, formar, educar e entreter, o rádio, nestes anos de mudança, merece grande elogio pelo seu alcance e pela variedade de sua programação, que vai desde a música popular e erudita, até às crônicas policiais e aos programas culturais, como o radioteatro.

O papel do gênero radioteatro no cenário radiofônico sonoro não se restringe apenas à véspera tecnológica das transmissões – encenadas, ou não –, como também apresenta contribuições para a esfera estética da radiodifusão sonora.

Com a consolidação do radioteatro como gênero artístico, o salto de qualidade e a preocupação minuciosa com o que se transmite, garantiu ao rádio espaço privilegiado no cenário cultural. Seria ignorância omitir, por exemplo, a migração tanto de profissionais, de empresários e de artistas do rádio brasileiro para a televisão, a partir dos anos de 1950.

Como todo meio de comunicação de massa, o rádio está carregado de propaganda ideológica e interesse seja por parte do Estado ou de empresas

particulares. Essa influência exerce um papel decisivo e, às vezes cáustico, na programação radiofônica. O enredo para converter o rádio em instrumento ideológico dá-se mediante ações de censura na difusão de informações e nas formas simbólicas, como comportamento, expressões lingüísticas, entre outras.

Carece, a considerar a radiodifusão sonora, dentro dessa tangente, como aparelho ideológico, de uma indagação: o que se entende por ideologia? Para tentar esclarecer esse questionamento, utiliza o conceito proposto por John B. Thompson.

Autor do livro *Ideologia e Cultura Moderna*, Thompson considera que o termo ideologia hauriu definições errôneas ao longo dos anos, desde que foi empregado pela primeira vez, há quase dois séculos, na França. É preciso, para conceituar esse termo, livrar-lhe da conotação negativa e esmiuçar a sua real concepção.

Desse modo, Thompson define ideologia como a ciência do sentido a serviço do poder. Nas palavras do próprio autor, “o conceito de ideologia pode ser usado para se referir às maneiras como o sentido (significado) serve, em circunstâncias particulares, para estabelecer e sustentar relações de poder que são sistematicamente assimétricas”<sup>28</sup>.

Para a construção e implementação do caráter ideológico nas formas simbólicas – um espectro que engloba imagens sonoras e visuais –, Thompson aponta cinco modos pelos quais opera o processo ideológico.

A saber: *legitimização*, *dissimulação*, *unificação*, *fragmentação* e *retificação*. É importante frisar que os modos de operação da ideologia não se aplicam a essa meia dezena de conceitos, ou que ocorram, pura e simplesmente nessa ordem. De acordo com Thompson, “esses modos podem sobrepor-se e

---

<sup>28</sup> THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna – teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*, 1995, p.16.

reforçar-se mutuamente e a ideologia pode, em circunstâncias particulares, operar de outras maneiras”<sup>29</sup>.

John B. Thompson apropria-se do pensamento de Max Weber para definir *legitimização*, que alicerçada em fundamentos racionais, tradicionais e/ou carismáticos faz com que as relações de dominação sejam representadas por ações de caráter legítimo.

Desse modo, segundo Thompson, a *legitimização* rege a construção simbólica mediante três estratégias. São elas: *racionalização*, *universalização* e *narrativização*. Por *racionalização*, entende-se que as formas simbólicas estão fomentadas por uma cadeia de raciocínio que visa justificar, ou defender ações e, a partir desse elo, persuadir o público-alvo.

A *universalização*, por sua vez, procura montar a forma simbólica por meio de acordos que, visando um alvo restrito, é entendido como uma premissa que engloba o interesse de todos e que nesse todo, qualquer um tem oportunidade de ser bem sucedido. A última estratégia da *legitimização*, a *narrativização*, compreende que, ao contar histórias antigas, sejam elas inventadas, ou não, justificam-se as ações presentes.

A *dissimulação*, como modo de operação ideológica, consiste em ocultar ações para que, assim, aconteça a relação de dominação. Essa estratégia usa, conforme sinaliza Thompson, o *deslocamento*, a *eufemização* e o *tropo* (figuras de linguagens como metonímia, sinédoque e metáfora) como suas três estratégias.

Enquanto que o *deslocamento* consiste em referir-se a uma determinada pessoa, por exemplo, com conceitos empregados em outro e, com isso, as atribuições positivas ou negativas deslocam-se de um indivíduo a outro, a *eufemização* funda-se em caracterizar ações, objetos ou pessoas dando

---

<sup>29</sup> THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna – teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*, 1995, p.81

atributos eloquentes. O uso das figuras de linguagem, muitas vezes, é restrito à literatura e baseia-se em ações para dissimular relações de poder.

Um terceiro modo de operação ideológica proposto por Thompson é a *unificação*. De acordo com o autor de *Ideologia e Cultura Moderna*, a *unificação* consiste em criar, no nível simbólico, estruturas e unidades que congregam todos os indivíduos diferentes dentro de uma identidade coletiva. Essa estratégia dá-se mediante a *padronização* e a *simbolização da unidade*.

Na primeira, as formas simbólicas estão adaptadas em um referencial padrão, enquanto que na segunda estratégia de *unificação*, a construção simbólica nasce em virtude de uma junção de símbolos de unidade.

A ideologia pode operar também mediante o oposto da *unificação*, ou seja, em vez de unificar, fragmentar. Desse modo, a *fragmentação* segregá individuos que, unidos, possam vir a romper a conduta regida pelos grupos dominantes. A *segregação* é aplicada pela *diferenciação*, à ênfase nas distinções entre grupos, ou pelo expurgo do outro, que cria um inimigo a ser combatido.

O quinto *modus operandi* da ideologia, para Thompson, configura-se como *reificação* nas quais “relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas pela retratação de uma situação transitória<sup>30</sup>”, que pode ser expressa mediante a *naturalização*, a *eternalização* e a *nominalização/passivização*. Este último consiste na concentração do público em determinados assuntos em detimentos de outros.

Já na *naturalização* tudo é visto e explicado como fato natural enquanto que na *eternalização*, acontecimentos são reportados, meramente, como corriqueiros em que se configura a eternidade.

---

<sup>30</sup> THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna – teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*, 1995, p.87.

As estratégias típicas de construção simbólica por meio de operações ideológicas criam e sustentam relações de dominação. E, dentro desse contexto, o rádio protagonizou uma personagem capaz de encenar, praticamente, todos os modos gerais de operação da ideologia, apontados por John B. Thompson.

Os grupos dominantes regeram as classes conforme a situação se apresentava. Mediante essas estratégias, moldaram gostos, costumes, tradições e (re)formaram a sociedade.

Para a dissertação, porém, as cinco modalidades de operação ideológica propostas por Thompson são suficientes para traçar mapeamento de como o rádio serviu como uma extensão midiática para os interesses do Estado e de empresas particulares. Pode-se considerar, em particular, que a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, a PRE-8, utiliza em alguns programas a modalidade de *legitimização*.

Ao ser incorporada ao patrimônio da União, em 8 de março de 1940<sup>31</sup>, a Nacional, apesar de ganhar em qualidade profissional e estética em sua programação, fica à mercê do governo Vargas. Entretanto, ao público-ouvinte, as verbas governamentais injetadas na Rádio Nacional servem para dar mais entretenimento. A PRE-8 começa um período de ascensão consolidando-se como a principal emissora do país.

Para que a operação *legitimização* desse resultado, faz-se necessário, segundo a administração de Gilberto Goulart de Andrade, o homem escolhido a dedo pela União para gerenciar a Rádio Nacional, sistematizar toda a programação. A saída encontrada é a criação da Seção de Estatística da Nacional.

Nesse departamento, a grade de programação junto com números e gráficos referentes a cada programa é colocada no papel. “Pelo mesmo setor, ficamos sabendo que, no começo dos anos 40, a Rádio Nacional recebia uma

---

<sup>31</sup> Decreto-lei nº 2.073.

média mensal de 26.291 cartas de várias regiões do país. Era o início de um encantamento que se multiplicaria várias vezes" (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. 56).

O caráter cada vez mais carismático e popular da Rádio Nacional cai nos braços dos ouvintes e a ajuda financeira do governo federal recheia a programação da emissora com novas atrações e programas. Para comemorar o aniversário de quatro anos, os dirigentes da Nacional elaboraram uma festa de pompa.

A comemoração é marcada para o dia 15 de setembro de 1940 e dura 14 horas na grade de programação da emissora. Saroldi e Moreira afirmam que "o evento mereceu nada menos do que 14 horas de programação especial, devidamente patrocinadas, numa afirmação da nova filosofia da emissora" (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. 59).

Para encerrar a comemoração, a direção da Nacional deixa para o final um trunfo musical. A responsabilidade fica sob a tutela de Alcir Pires Vermelho, João de Barro e Alberto Ribeiro, que criam uma música em perfeita simetria com a *legitimação* de John B. Thompson.

Quando os primeiros acordes de "Onde o céu azul é mais azul" fizeram-se propagar, a festa estava completa. O clima é de Estado-Novo e nada melhor do que um samba exaltando as qualidades tropicais brasileiras para retratar esse período.

Outro programa criado que se encaixa no processo de *legitimação* é *Um milhão de melodias*, que vai ao ar no dia 6 de janeiro de 1943. Esse é o programa escolhido pela empresa norte-americana de refrigerantes, Coca-Cola, para lançar seu produto no mercado brasileiro. "O objetivo era nacionalista: dar à

música brasileira um tratamento orquestral semelhante ao dispensado às composições estrangeiras<sup>32</sup>", escrevem Saroldi e Moreira.

De modo mais acentuado, há dois períodos no Brasil que ilustram de modo indubitável a relação tênue entre o rádio e a avidez governamental e particular. Gilberto de Andrade, homem forte da Rádio Nacional, segundo o maestro Radamés Gnattali, falava pelos corredores da emissora a seguinte frase: "Vocês fazem agora o que quiserem: gastem o dinheiro que tiver aí, não precisa guardar" (ap. SAROLDI e MOREIRA, 2005, p, 59).

Nos anos de 1930, encontrava-se o rádio em idade tenra e, nem por isso, a ditadura Vargas deixou de absorver as vantajosas peculiaridades que o novo meio de comunicação a distância oferecia.

Outro uso do emprego ideológico, nas ondas de transmissão radiofônicas, aconteceu a partir da segunda metade do século XX, naquela que se tornara, até então, a maior emissora comercial do país, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

O rádio, como meio de comunicação de massa, serve como instrumento de monitoramento e fiscalização do Estado. No Brasil, o auge desse mecanismo de dominação, por parte do governo, ocorreu durante a ditadura Vargas.

A União, dessa maneira, tinha controle das emissoras radiofônicas mediante a publicação de decretos e/ou concessões. Getúlio Vargas soube, com primazia, utilizar-se do rádio como principal instrumento na manutenção de poder ditatorial.

Entretanto, o uso do rádio como aparelho ideológico do Estado não é privilégio do governo Vargas. Na Espanha, por exemplo, o rádio também foi utilizado pelo regime franquista como uma arma política.

---

<sup>32</sup> Detalhes no livro *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia* (2005, p. 61).

No Brasil, durante a Revolução Constitucionalista de 1932, o rádio não foi apenas um significativo meio de divulgar informações. Foi, sim, um aparelho pelo qual o governo utilizara para “orientar” a sociedade mediante a difusão de pseudo-informações, termo cunhado por Edgar Morin<sup>33</sup> para definir as informações camufladas de propaganda ideológica, por exemplo.

A ditadura Vargas controlava as emissoras e as obrigava, por meio de decretos, à divulgação dos triunfos do Estado, proibindo qualquer referência aos insurgentes. Apenas uma rádio, a Rádio Record de São Paulo, posicionou-se contra a ditadura de Vargas. Ao fim e ao cabo do levante paulista, acabou conhecida como a Voz da Revolução.

Dentro da esfera radiofônica, o governo Vargas soube aproveitar as vantagens políticas que o novo meio de comunicação de massa oferecia. No caso específico daquele período, o Estado brasileiro, por meio de estratégias ideológicas de construção simbólica, fornecia os indivíduos com ideais pró-governo. Vargas usufruiu da publicação de decretos como modo de operação ideológica, que consistia na aplicação da *legitimização*, conforme assinala John B. Thompson.

A partir de 1930, o governo Vargas cria vários dispositivos legais para controlar a radiodifusão, como por exemplo o Departamento Oficial de Propaganda – DOP, que antecede à “Hora do Brasil”. Em 1934, ainda na vigência do governo provisório, cria-se o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, em substituição ao DOP.

Nesse período, institui-se a “Voz do Brasil”. Em 1939, com o Decreto nº 1915, de 27 de dezembro, cria-se o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP. Órgão este ligado diretamente à presidência da República, em substituição ao Departamento de Propaganda e Difusão Cultural.

---

<sup>33</sup> A expressão pseudo-informações é discutida de forma ampla no livro *Para sair do século XX*.

Não obstante, o controle do Estado não é exercido somente por meio da publicação de decretos e de censura. A influência de órgãos estatais, ou ainda, de instituições privadas no aparato radiofônico é corroborado diariamente pela programação das emissoras.

Nos anos de 1950, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro consolida-se como a principal emissora do país, com uma programação ora conservadora ora liberal, segundo a socióloga Miriam Goldfeder, autora de *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. É nesse canal de transmissão radiofônica que se dá a maior penetração de produção radiofônica. Em 1952, a Rádio Nacional alcança poderosos índices de 50,2% de audiência.

O pensador marxista Louis Althusser adverte que não existe produção sem que se tenha possibilidade de reprodução da produção. E é dentro desse princípio que a Rádio Nacional torna-se permeável aos mecanismos de um aparelho ideológico do Estado.

Pertencente ao patrimônio do Estado, a Rádio Nacional difundia formas de comportamento e modos de ser e pensar mediante ídolos construídos para atender às classes sociais e, dessa maneira, contribuir para a manutenção da ordem social. De maneira que a Rádio Nacional exibia seu conteúdo em duas vertentes: a liberal e a conservadora.

A moral conservadora era refletida na cantora Emilinha Borba, sua principal referência. Para Miriam Goldfeder, “a cantora vai constituir, na década de 50, a imagem tipificadora, a nível individual, do quadro de valores morais conservadores e reprodutores das relações sociais dominantes” (GOLDFEDER, 1983).

Oriunda do subúrbio carioca, Emilinha Borba detinha princípios de identificação com sua classe natal, que aspirava ao sucesso de sua concidadã. O controle ideológico da moral conservadora é construído por meio da índole da cantora.

Emilinha Borba era vista como um arquétipo de integridade moral. De acordo com Miriam Goldfeder, “seu modelo de comportamento seria incapaz de portar desvios de qualquer ordem. Ela deveria simbolizar evidentemente, a possibilidade de realização individual plena no plano das instituições sociais, basicamente aquelas que circundavam o universo familiar tais como casamento, virgindade, maternidade, etc”. Sua sensualidade natural era revestida por um manto conservador que ela mesma impunha em suas posturas.

A autora de *Por trás das ondas da Rádio Nacional*, narra um fato interessante no qual foi estruturada uma saída honrosa para a principal representante da moral conservadora. Emilinha Borba, apesar de empunhar a bandeira da exaltação familiar, não cumpriu à risca o que propagava. A cantora vira “mãe-solteira” e se casaria com o provável pai da criança, três anos depois do nascimento do filho.

Com a imagem arranhada pela maternidade incompatível com a moral conservadora, criou-se uma explicação aceita pela sociedade. Emilinha Borba não era “mãe-solteira”. Pelo contrário. Tinha ela apenas adotado uma criança. Parece que a explanação deu resultado e ela voltou a erguer a bandeira conservadora. Passou, então, a exibir e a explorar o ideal de maternidade.

Esse exemplo de como a Rádio Nacional articulou, junto à Revista do Rádio, uma resposta ao caso Emilinha Borba, reporta como se constrói mecanismos de dominação mediante o uso de aparelhos ideológicos do Estado – neste caso, a mídia. A criação no plano imaginário, pois, qualifica um modelo exemplar da conduta feminina à época gloriosa de Emilinha Borba. Há eficácia do mito propagado pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro em conjunto com a Revista do Rádio.

De acordo com Miriam Goldfeder, a cantora Marlene era o contraponto de Emilinha Borba, pois uma postura liberal atrelava-se à sua imagem mais ousada e sensual. Cabe mencionar que é a Rádio Nacional o cenário de Marlene e de

Emilinha Borba e, com essas duas vertentes, a emissora abrangia diferentes camadas da sociedade com suas diferentes visões de mundo.

Com isso, o pensamento de Louis Althusser de que não existe produção sem que se tenha possibilidade de reprodução da produção, serve como parâmetro para a ideologia propagada pelas emissões da Rádio Nacional por meio das cantoras Emilinha Borba e Marlene.

Dentro desses dois exemplos diferentes, mas ao mesmo tempo similares entre si, mencionados pela socióloga Miriam Goldfeder, o modo de operação ideológica configura-se na aplicação da *unificação*. No caso específico de Emilinha Borba, a Rádio Nacional aproveita-se na identificação da cantora com o subúrbio carioca para, justamente, criar um elo entre a musa e a classe menos abastada financeiramente.

Em muitos casos, o rádio comercial goza de preceitos da oficial. A publicidade comercial começou a ocupar espaço nas transmissões radiofônicas a partir da terceira década do século XX. Transformada em negócio rentoso, o produtor cede lugar ao agente publicitário, cujo patrocínio é a principal fonte de renda.

Com isso, a própria programação radiofônica sofre interferências centradas nos interesses particulares dos anunciantes. Configura-se, desse modo, que a mídia rádio serve de suporte ideológico não somente ao Estado como poder público, mas também a particulares, representando pujança particular.

Os modos de operação da ideologia, proposto pelo cientista social John B. Thompson, não se realizam maquinalmente e, sim, ocorrem devido à estrutura articulada pelo Estado como também por empresas particulares. Dá-se isso pura e simplesmente para centrar o poder mercadológico – no caso de particulares –, ou reforçar tentáculos governamentais.

Seja mediante *legitimação*, ou não, as estratégias de dominação e apaziguamento ideológicos centram-se nos desejos criados para a sociedade. Como em uma ferida aberta, os modos de operação da ideologia, travestidos de imaculação, limpam o machucado. As cicatrizes, porém, permanecem como forma intríseca de exibir reflexos nas estratégias de operação ideológica.

A conduta mercadológica enraizada na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, nas cantoras Emilinha Borba e Marlene, retrata a incipiente formatação musical da cultura de massa tipicamente tropical. Elas podem ser consideradas como as precursoras da indústria fonográfica articulada pela radiodifusão sonora – principal meio de comunicação de massa no Brasil, à época. Por conseguinte, essas estratégias da Rádio Nacional convergiram em formatações amplamente industriais com o lançamento de novos cantores.

Já a censura da ditadura Vargas à mídia rádio difundiu pseudo-informações aos ouvintes. A liberdade de expressão foi cerceada mediante a publicação de decretos e/ou concessão de novas emissoras. Esse quadro, porém, não se modificou em quase nada daqueles tempos até nossos dias.

Durante o regime militar brasileiro (1964-1985), censurou-se não só a informações como também se castrou o cenário musical do período. É interessante salientar que a proliferação de cantores populares, principalmente da década de 1970, dominou o mercado fonográfico e, por conseguinte, a seleção musical de emissoras.

Outro fator norteador no universo radiofônico é sua íntima ligação com a cultura popular. Não importa, neste caso, quais as interpretações da cultura estão sendo utilizados para dimensionar e teorizar a performance radiofônica. É sabido que, independentemente da ótica em que se analisa o rádio, essa mídia junto com o cinema, forma os primeiros meios de comunicação de massa tipicamente modernos.

Dominic Strinati, autor de *Cultura popular – uma introdução* atribui ao desenvolvimento e aperfeiçoamento das mídias durante as décadas de 1920 e 1930 papel decisivo “para o estudo e a avaliação da cultura popular (STRINATI, 1999, p: 21).

Com esta afirmação do pesquisador da Universidade de Leicester, torna-se indispensável para a dissertação perscrutar, sob a lupa da cultura popular, como está centrado a elaboração e a exibição de peças de radiodrama na Rádio Nacional. Por conseguinte, faz-se necessário ao projeto de mestrado uma introdução a respeito dos tecidos da cultura popular.

Afinal, como afirma Dominic Strinati, “a influência crescente da cultura popular veiculada pelos meios de comunicação de massa modernos assume maior importância sobre a vida das pessoas das sociedades capitalistas ocidentais” (STRINATI, 1999, p: 13).

A efervescência do cenário carioca na primeira metade do século XX dita as regras da sociedade brasileira. Enquanto São Paulo inicia seus primeiros passos rumo à industrialização, a então capital do país, Rio de Janeiro, é o ambiente ideal das transformações culturais e artísticas brasileira. Em outros termos, pode-se afirmar que, à época, o Brasil era o Rio de Janeiro.

E é neste cenário que se constrói a identidade nacional dos brasileiros alicerçada e fundamentada pelos jornais impressos e pelas rádios. Destarte, os produtores radiofônicos, conhecedores das necessidades do público, investem em programação popular. A partir do período áureo do rádio, os ouvintes começam a receber mais e maior influência da popular mídia eletrônica.

Segundo a teoria que rege e explica a sociedade de massa, as pessoas possuem como principal instrumento de relacionamento os programas oferecidos pelos avanços tecnológicos e industriais. Aos teóricos desta linha de pensamento, a sociedade de massa pode ser resumida como átomos que se

entrelaçam mediante processos eletrônicos. Sob esse aspecto, Dominic Strinati afirma:

Sem organizações mediadoras, os indivíduos tornam-se vulneráveis, manipulados e explorados pelos meios de comunicação e pela cultura de massa, não havendo nenhuma ordem moral para impedir que isso ocorra. As convicções religiosas e o senso comum dão lugar ao individualismo racional e à ansiedade secular, associados ao crescimento do consumo de massa e da cultura – placebo moral da sociedade. (STRINATI, 1991, p:24)

Desse ponto de vista, a mídia rádio, em especial durante o período de predominância do radiodrama da Nacional, assegura aos ouvintes curiosidade e interesse pela história. Antonio Adami enfatiza que, ao oferecer transcodificações de obras literárias para a mídia rádio, o ouvinte em potencial procure ler determinado livro. Mesmo assim, a cultura popular vindia do rádio é caracterizada e divulgada como simples, medíocre e, às vezes, vulgar.

De acordo com Strinati, se existe um responsável para essa avaliação, este responsável é a própria sociedade de massa. Para ele, “a falta de gosto e de discernimento da massa fez com que a cultura passasse a ser vista como algo sujeito à vulgarização e à banalização. Para satisfazer seu gosto, tudo deve ser reduzido ao mínimo denominador comum” (STRINATI, 1999, p: 25).

O autor de *Cultura popular – uma introdução* explica ainda os motivos que levam a este processo que reflete o gosto da massa. Segundo Dominic Strinati, os gostos e costumes da sociedade de massa são ditados e escolhidos pelas “instituições centrais da sociedade”. É nesse período que se molda a indústria do consumo e do entretenimento, cabendo ao público consumidor somente a forma de pagamento como escolha.

Strinati é explícito ao definir essa teia que prende a aldeia global. “Os que controlam as instituições de poder adulam o gosto da massa para controlá-la” (STRINATI, 1999, p: 25).

Nos anos 1940, algumas produções de radioteatro foram adaptadas à televisão, com sucesso. Muitas emissoras radiofônicas das grandes capitais e, principalmente, do interior continuaram a transmitir programas em formato de radiodrama. Entre elas, destaca-se o “Capitão Rodrigo”. A Rádio Nove de Julho e Rádio América, ambas de São Paulo, incluíram esse gênero radiofônico em sua programação até a década de 1970.

Em muitos programas, vinculados na Rádio Nacional do Rio de Janeiro, era comum o chamado radioteatro. Tratava-se de uma arte e cultura popular por meio da mídia radiofônica. A história registrou os trabalhos em radioteatro que reuniram nomes como Otávio Gabus Mendes, José Medina, Sebastião Arruda, Manoel Durães, Walter Durst de São Paulo; Olavo de Barros, Plácido Ferreira, Vitor Costa, Cleson Guimarães, do Rio de Janeiro; e Luis Maranhão, Poliana e Vicente Cunha de Pernambuco.

Esses autores faziam adequação dos textos dramáticos ao meio radiofônico e chegaram a transcodificar obras literárias para a linguagem radiofônica. Eram encenadas e transmitidas a partir dos estúdios das próprias emissoras. Atualmente, algumas rádios de cunho religioso, como Rádio Aparecida, Canção Nova e outras trabalham ainda com encenação de radiodramas, cujos temas são constituídos de episódios bíblicos, ou de vida de santos.

Pode-se afirmar que a mídia rádio, desde sua invenção até nossos dias, tem sido instrumento de transmissão de cultura. É sabido que nos regimes ditatoriais ou autoritários, o rádio está a serviço do Estado. Sua programação tem a função de manipular a opinião pública para a manutenção do “status quo”.

**Capítulo III**

# **Rádio Nacional: a vanguarda da radionovela brasileira**

No vigésimo segundo andar do edifício do jornal *A Noite*, localizado na região central da então capital da República – praça Mauá, nº 7, – nasce aquela que se tornaria a mais importante rádio do cenário latino americano e uma das cinco melhores rádios do mundo: a Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

É 12 de setembro de 1936. Em um pequeno auditório, os presentes testemunham as primeiras frases transmitidas por Celso Guimarães: “Alô, alô Brasil! Aqui fala a Rádio Nacional do Rio de Janeiro!”.

Nesse ato é acompanhado de perto pelo presidente do senado brasileiro à época, Medeiros Neto – representando o presidente da República, Getúlio Dornelles Vargas, – e Armando Langoni, presidente da emissora e responsável pela parte técnica da instalação da PRE-8 (prefixo da Rádio Nacional). Celso Guimarães dá vida a emissora que, dentro de pouco tempo, irá transformar o cenário artístico, jornalístico e cultural do país por cerca de 20 anos.

O fator principal que consolida a Rádio Nacional como a mais importante emissora na esfera latina americana é sua capacidade de aglutinar conhecimento, cultural, inovação a programas transmitidos. Mas, para que essa consolidação aconteça, deve-se preservar a memória daqueles que “construíram” e “moldaram” a PRE-8 ao longo de 20 anos de sucesso absoluto.

São pessoas que souberam conduzir a programação da Nacional durante, por exemplo, o *boom* das emissoras brasileiras e também pelo período ditatorial imposto pelo gaúcho Getúlio Vargas – que chegou inclusive a encampar a rádio na década seguinte à sua criação. Ou seja, são os anos de 1940 que fortalecem a tradição cultural da Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

A professora e jornalista Sônia Virgínia Ribeiro, uma entusiasta do rádio, junto com o também professor e jornalista Luiz Carlos Saroldi escreveram o livro *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. Na primeira parte deste capítulo, o livro, de aproximadamente 225 páginas, servirá como guia-mestre para reescrever

brevemente a trajetória da Rádio Nacional durante seu período áureo, que se estende por duas décadas de sucesso junto ao público e à crítica especializada.

Como escrevem os autores: “a Rádio Nacional foi o canal exclusivo de informação e formação cultural do povo brasileiro, fazendo deste vasto paraíso tropical a primeira *aldeia global* dos tempos modernos” (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. -).

Meses antes da primeira transmissão da Nacional, a semente da futura emissora radiofônica nasce, segundo os autores, da iniciativa dos diretores e dos sócios do jornal *A Noite*. Em assembleia, datada de 24 de maio de 1936, estatutos da empresa são alterados e novos investimentos financeiros são injetados.

Com isso, a diretoria passa a contar com aporte financeiro para “adquirir uma estação de radiodifusão de 20kW” (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p33.). Entretanto, esta mesma semente fora plantada três anos antes. Em 18 de maio de 1933, o corpo diretor d’*A Noite* percebendo a potencialidade do cenário radiofônico criam a primeira versão da Nacional, isto é, a Sociedade de Civil Brasileira Rádio Nacional.

Homens de visão circulam pelos corredores da Nacional. Homens que dão à emissora toda a condição para revolucionar os meios radiofônicos e fazer escola, que futuramente será empregada em programas televisivos a partir de 1950. Entretanto, antes de mencionar as pessoas que trabalham para afirmar as condições inovadoras da Nacional, deve-se destacar a figura de Ademar Casé como importante personalidade para o desenvolvimento do rádio no país.

Casé inicia suas atividades no meio radiofônico como vendedor de aparelhos receptores. A partir daí, dá-se uma reviravolta. Casé passa, sem experiência como cantor ou locutor, a inovar a programação do rádio com o *Programa Casé*, que consiste em apresentar, todos os domingos, programas durante quatro horas seguidas.

Passam por esse programa nomes como Antônio Nássara, Cristóvão de Alencar, Sadi Cabral e Henrique Pongetti. Nássara tornar-se responsável pela implementação do primeiro *jingle*<sup>34</sup> do rádio brasileiro.

Entretanto, como destaca os autores de *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*, a idéia de anunciar produtos e serviços em forma musical também ronda a criatividade de membros do grupo de Vila Isabel, *Bando de Tangaráás*.

Deste grupo, faz parte uma figura ímpar para a Rádio Nacional: Henrique Foreis Domingues – que será conhecido do público-ouvinte como *Almirante*. Além disso, outro membro que fará parte do imaginário boêmico da época, Noel Rosa<sup>35</sup>, também figura entre a banda. Rosa irá escrever composições para o *Programa Casé*, como “*De Babado*”.

Esperto e atento aos novos talentos que surgem, Ademar Casé logo percebe potencial no trabalho de *Almirante*. Por sua “voz poderosa e dicção perfeita”, conforme observam Sônia Virgína Moreira e Luiz Carlos Saroldi, *Almirante*, aos poucos, participa como locutor e assistente de Casé em seu programa dominical.

Os autores relatam uma passagem interessante dessa fase de *Almirante* no *Programa Casé* e atribuem ao ex-membro da *Banda de Tangaráás* “o primeiro programa produzido ou montado do nosso rádio: Curiosidades Musicais” (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. 38).

Segundo os autores, para atrair a atenção da clientela e, principalmente, para não perder um anunciante, *Almirante*:

---

<sup>34</sup> Ó padeiro desta rua/ tenha sempre na lembrança/ não me traga outro pão/ que não seja o pão Bragança – o jingle fora criado para valorizar a ótima qualidade da Padaria Bragança, que estivera localizada no entroncamento das ruas Voluntários da Pátria com a Real Grandezza, no bairro do Botafogo.

<sup>35</sup> Para mais informações sobre a participação do compositor Noel Rosa no *Programa Case*, ler o livro de Rafael Case, *Programa Case – o rádio começou aqui*, p. 51.

Prometeu fazer algo diferente no programa seguinte, desobrigando-o do pagamento do patrocínio caso não gostasse. Assim nasceu o que pode ser considerado o primeiro programa produzido ou montado do nosso rádio: *Curiosidades Musicais*. Escolhido o tema, Almirante desenvolveu durante 15 minutos uma narrativa entremeada de intervenções musicais, ele mesmo interpretando diversos personagens. O português [anunciante] aplaudiu: "Aquilo que é programa de rádio!" No domingo seguinte passou o patrocínio para 30 minutos (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. 38).

Além desses inovações na programação radiofônica da época, *Programa Casé* também é apontado como um dos pioneiros no radioteatro. Moreira e Saroldi afirmam que os primeiros radioteatros são montados e estruturados a partir de "adaptações de livros famosos, depois explorando o filão das histórias policiais (...) ou a dramatização de fatos reais" (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. 38).

O processo de criação de radioteatro é produzido na própria Rádio Nacional. É interessante observar que o radioteatro segue uma trilha similar ao do cinema. A base de histórias são similares e similares são também o encantamento do público-ouvinte. A Rádio Nacional, sabedora da capacidade de comoção de peças radiofônicas e atenta aos anunciantes e suas verbas, oferece mais espaço a essa programação.

Desse modo, o nome de *Almirante* figura como uma importante personagem da Rádio Nacional. Porém, não só dele sobrevive a PRE-8. Outros nomes de destaque também trabalham na inovação da performance da Rádio Nacional. Nomes como os de César Ladeira (ex-Rádio Record), José Mauro e Radamés Gnattali.

Este último, um talentoso maestro. Gnattali regia, além dos músicos que compunham a orquestra da Rádio Nacional, a estrutura harmoniosa dos programas da PRE-8. É ele também o responsável pela defesa da música brasileira na esfera radiofônica. Qualquer ritmo estrangeiro, segundo Moreira e Saroldi, era adaptado a então tradição sonora do Rio de Janeiro.

Conforme descrito no capítulo anterior, o zelo do maestro Gnattali senão é com o poder de identificação com a sociedade brasileira é, ao menos, com a sonoridade musical de melodias estrangeiras. Com isso, os laços entre Rádio Nacional e pública ficam estreitos e mais duradouros.

Assim como o maestro Radamés Gnattali está presente nas partituras da história da Rádio Nacional, José Mauro é outra personalidade que não deve permanecer fora do compasso.

De acordo com o registro histórico contido no livro *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*, José Mauro, como diretor artístico da PRE-8, é indispensável para aglutinar a programação inovadora com novos talentos. Os nutrientes básicos para conduzir uma rádio são, segundo os autores: *sensibilidade musical, bom gosto, senso de equilíbrio e capacidade de liderança* (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. 44).

Atenta ao universo empresarial, o corpo diretor da Rádio Nacional deixa ao largo estruturas baseadas em laços paternais. A emissora abre espaço para uma administração arrojada capitalista em que privilegia a qualidade da programação e a quantidade de anunciantes.

No outono de 1940, o governo Vargas, por meio do Decreto-Lei nº 2.073, encampa a Rádio Nacional, até então emissora privada. A política de Getúlio Vargas, entretanto, esboça um pequeno namoro com a capacidade ideológica do rádio, meses antes do surgimento da PRE-8.

Sonia Virgína Ribeiro e Luiz Carlos Saroldi conseguem recuperar uma declaração interessante feita por Jayme Távora, jornalista e estudioso do cenário radiofônico, a Lourival Fontes, que à época comanda o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, uma espécie de pré-DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda).

Vale transcrever parte da entrevista em que Fontes ressalta o papel da mídia rádio como instrumento ideológico:

Dos países de grande extensão territorial, o Brasil é o único que não tem uma estação de rádio “oficial”. Todos os demais têm estações que cobrem todo o seu território. Essas estações atuam como elemento de unidade nacional. Uma estação de grande potência torna o receptor barato e, portanto, o generaliza...

Não podemos desestimar a obra de propaganda e de cultura realizada pelo rádio e, principalmente, a sua ação extra-escolar; basta dizer que o rádio chega até onde não chegam a escola e a imprensa, isto é, aos pontos mais longínquos do país e, até, à compreensão do analfabeto. (Lourival Fontes, *Voz do Rádio*, 20 fev 1936) (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p. 27).

É em 1945, porém, que o elo da Nacional com a radioteatro irá se estreitar com a veiculação de “O Direito de Nascer”. É do cubano Felix Caignet a autoria do texto. Outras emissoras radiofônicas, segundo Zenilda Poci Banks

Belli<sup>36</sup> (p.73), já apresentavam em sua programação radionovelas como “Em busca da felicidade”, em 1942.

Antes dessa data, ainda veiculavam radioteatros – peças de “dramas e comédias em três atos” (p.72). Até encontrar seu próprio caminho com tendência e identidade brasileira, as radionovelas exibidas pelas emissoras do Brasil se apoiavam em textos estrangeiros, em especial o mexicano e o cubano. Para Zenilda Belli:

A radionovela, em um país como o nosso, exerce considerável atração porque o seu tema tem origem no cotidiano, no romancesco, nas coisas comuns aos indivíduos de classe média, valorizada pela interpretação artística, pela inflexão e entonação dos atores, assessorada grandemente pela sonoplastia (p. 69 – 1980)

Para atrair a atenção do ouvinte em potencial, a radionovela aproveita-se de apenas um dos cinco sentidos humano: a audição. Por isso, é chamada de teatro de uma dimensão.

Zenilda Belli afirma que “a radionovela é recebido por um ouvinte solitário ou em estado de solidão, implicando a concentração interior” (p. 70 – 1980). No Brasil, ainda não há um consenso definitivo sobre qual seja a primeira radionovela exibida.

Ainda existe divergência entre os especialistas se é a “Prestedinada” ou a “Em busca da felicidade”. Controvérsia ao largo, fato é que a novela carioca fez mais sucesso do que a paulista, segundo Zenilda Belli em sua dissertação

---

<sup>36</sup> Autora da dissertação *Radionovela: análise comparativa na radiodifusão na década de 40 através de registros de audiência em São Paulo*. Mestrado defendido na Escolas de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), em 1980

defendida nos anos 1980 na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

“Em busca da felicidade” foi idealizada pela iniciativa de Amaral Gurgel. Gurgel conta que foi taxado de louco por propor tal iniciativa. Mesmo assim, com toda a crítica a sua sugestão, ele resolveu ir em frente. Começou a ler histórias seriadas e a idéia ganhou respaldo com o apoio de Gilberto Martins, homem forte do cenário radiofônico de então, que trabalhava na Standard Propaganda.

Com o sucesso imediato, Martins sugeriu que se passasse a veicular o folhetim de grande repercussão positiva: “Em busca da felicidade” – que ficou no ar por dois anos. “A partir dessa novela é que sentiram o quanto poderiam irradiar histórias seriadas”(p. 72 – 1980), afirma Zenilda Belli.

Com a acolhida do público-ouvinte, os produtores de cultura da Rádio Nacional tiveram toda uma estrada longa e lucrativa para percorrer. Ao exibirem “O Direito de Nascer”, em 1942, como Paulo Gracindo como Albertinho Limonta, Saint-Clair Lopes como Dom Rafael de Juncal, a programação radiofônica nunca mais foi a mesma.

Um novo nicho comercial e cultural foi descoberto e iria ser explorado exaustivamente até a chegada de outra mídia impactante: a televisão. “A Rádio Nacional do Rio de Janeiro foi a emissora mais frequente no gênero radionovela. Era considerada a emissora noveleira e a audiência dessas novelas era total, chegando a encobrir os demais gêneros do rádio” (1980, - p. 74), afirma Zenilda Belli.

A pesquisa exploratória realizada na dissertação de Zenilda Belli contribui para entender melhor a história e os caminhos traçados pelo radioteatro brasileiro, em especial na Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

O radioteatro tem por objetivo conduzir o ouvinte por uma narração, mediante uso de paisagens sonoras, que dependerá do grau de sua criatividade.

Para Zenilda, essas paisagens sonoras “tem a finalidade de comunicar coisas através de mensagens fixadas a um código que deverá ser comum tanto ao emissor quanto ao receptor” (1980, p.68).

A Rádio Nacional, como descrito anteriormente, teve papel fundamental nesse cenário da radionovela brasileira. O apogeu dessa participação acontece com a transmissão de *O Direito de Nascer*. O sucesso estrondoso é tanto que, com a chegada da televisão no Brasil a partir da década de 1950, os produtores televisivos não perderam tempo.

*O Direito de Nascer*, que fez sucesso nacional no rádio, não iria fazer feio na televisão mesmo que o intervalo de exibição entre as duas mídias fosse relativamente pequeno para a época. Desse modo, *O Direito de Nascer* aproveitou o grande índice no rádio para marcar época e conquistar mais telespectadores para a televisão.

Um dos grandes desafios da pesquisa foi, justamente, encontrar material de qualidade que reportasse à época do radioteatro. Um retrato peculiar feito por pessoas daquele período com uma visão crítica era raro.

Para equacionar o problema, foi recomendado estudar a *Revista do Rádio*, um semanário que trazia reportagens exclusivas acerca de personalidades de sucesso radiofônico. Mais tarde, com o crescimento televisivo o hebdomadário também publicou em suas páginas matérias com estrelas da tevê.

E foi em uma de suas edições que se pôde estudar a contribuição do radioteatro, em especial a veiculação de *O Direito de Nascer*, no cenário artístico midiático daquele tempo como também a repercussão que teve em épocas futuras.

A *Revista do Rádio* de 11 de setembro de 1965 (Ano XVIII, nº 834) traz um editorial assinado por seu diretor, Anselmo Domingos. Nele, Domingos

enaltecendo o papel desempenhado pelo rádio na transmissão de *O Direito de Nascer*.

Para esta dissertação, optou-se em transcrever o editorial por partes. Desse modo, cada detalhe do texto de Anselmo Domingos não passará despercebido e receberá, por conseguinte, uma reflexão acerca das potencialidades das ondas radiofônicas.

De quebra, o diretor do semanário assume posição sobre em qual dos dois mídia, ou seja, rádio e televisão, *O Direito de Nascer* obteve maior êxito junto à crítica especializada e ao público ouvinte. Um detalhe não pode ser descartado. O editorial data de 1965. *O Direito de Nascer* fora transmitido no final dos anos 1940.

O recente sucesso da novela “O Direito de Nascer”, na Televisão, cotejado com o êxito da mesma estória seriada há doze anos, no Rádio, fica em desvantagem. Porque a repercussão do trabalho de Félix Caignet no Rádio foi muito maior, apesar de naquela época não estar vulgarizado o rádio de transmissores. Diga-se, aliás, que o sucesso de “O Direito de Nascer” naquela oportunidade não foi apenas regional, como agora. Foi de âmbito nacional, empolgando ouvintes de todas as áreas. Suscitando comentários, causando polêmicas, modificando hábitos. E o drama de Soor Maira Helena da Caridade foi muito mais sentido e o feudal Don Rafael de Juncal foi muito mais odiado do que agora (REVISTA DO RÁDIO, ano XVIII, nº834, de 11 de setembro de 1965).

Ora, se pensar o rádio tal qual foi abordado por Betrold Brecht em seu estudo *Teoria do Rádio*<sup>37</sup> nota-se uma diferença fundamental com a televisão daquela época. O rádio conseguiu passar de meio de distribuição para um mais elevado: um meio de comunicação. O poder de penetração das ondas radiofônicas era infinitamente mais forte e impactante do que as transmissões televisivas. Por isso, não causa estranheza a afirmação de Anselmo Domingos no editorial publicado na *Revista do Rádio*.

Anselmo Domingos reconhece, entretanto, as qualidades da transmissão televisiva e as coloca em um prisma que, anos depois, será estudado com maior afinco e seriedade em universidades brasileiras. Para o diretor da *Revista do Rádio*, o sucesso da novela na tevê é fruto daquilo que Edgar Morin classifica como cultura de massa.

Nessa esfera, a embalagem vale muito mais do que o conteúdo. Anselmo Domingos ainda destaca, fugindo um pouco do que é regra na cultura de massa, que novelas podem contribuir para o desenvolvimento cultural do país.

Assim, esse trecho corrobora a linha de raciocínio de Antonio Adami, que acredita que a qualidade do radioteatro pode despertar nos ouvintes o interesse pela literatura e, consequentemente, pela cultura. Segue outro trecho do editorial assinado por Anselmo Domingos:

O êxito de “O Direito de Nascer” na TV é, principalmente, a vitória definitiva da novela sobre o enlatado. Ela prova que os nossos artistas e técnicos têm categoria, talento e habilidade para realizarem trabalhos capazes de se ombrearem com os melhores filmes importados. Além disso, abre novas perspectivas, como gênero literário. Porque através da novela pode ser encetada uma campanha capaz de colaborar decisivamente para a melhoria do índice cultural do nosso

---

<sup>37</sup> Texto publicado em 1932. Para esta dissertação foi utilizado a edição em espanhol disponibilizada no site [www.cisc.org.br](http://www.cisc.org.br)

povo. Resta apenas que autores, artistas e técnicos se empenhem, como têm feito até aqui, para que o padrão de qualidade de seus trabalhos seja o mesmo – ou melhor – que aquele a que a Televisão já se habitou a oferecer (REVISTA DO RÁDIO, ano XVIII, nº834, de 11 de setembro de 1965).

Na última parte do editorial, Anselmo Domingos rasga elogios à eficiência e à qualidade do *O Direito de Nascer* no rádio sobre a televisão. Segundo o diretor da *Revista do Rádio*, o sucesso produzido na rádio foi a força motriz para que se repetisse o êxito na televisão, sobretudo quanto às festas promocionais feitas para a divulgação do *O Direito de Nascer* em território televisivo.

Apesar do fortalecimento da tevê naqueles tempos, foi o rádio quem deu musculatura para o sucesso da novela. Foi ele, o rádio, responsável pela incursão, em um novo território, da cultura de massa no Brasil.

Anselmo Domingos percebeu a vanguarda do radioteatro e afirmou, categoricamente, que os produtores da tevê, conhecedores do sucesso de *O Direito de Nascer* no rádio, apenas repetiram a receita. Se o resultado teve outro gosto do que aquele radiofônico, foi em virtude de outros condimentos usados na preparação da novela.

Ainda com referência ao sucesso de “*O Direito de Nascer*” no Rádio, pode-se dizer que ele só não superou em muito o êxito da mesma estória seriada na Televisão, porque agora se fez monumental promoção em torno do trabalho de Felix Caignet. Em São Paulo, por exemplo, “*O Direito de Nascer*” teve festa de encerramento no ginásio do Ibirapuera, enquanto no Rio ganhou comemoração no Maracanãzinho. Outra prova a favor do Rádio até agora sendo transmitida pela Rádio Tupi, com altos índices de audiência. E dúvida houvesse de que o sucesso dessa estória seriada foi mesmo espetacular no

Rádio, bastaria citar que a TV foi revivê-la na certeza de que alcançaria grande êxito (REVISTA DO RÁDIO, ano XVIII, nº834, de 11 de setembro de 1965).

Sobre esse prisma, Zenilda Belli tem uma avaliação precisa sobre como foi a trajetória do radioteatro no país. Para ela, não foi algo conquistado da noite para o dia, assim como num estralar de dedos ou um passe de mágica. Pelo contrário, foi uma vitória paulatina e discreta:

“A radionovela iniciou-se com discrição para depois tomar corpo e ponto de tornar-se durante anos o gênero mais preferido pelos ouvintes. O êxito verdadeiramente sensacional chegou ao máximo tendo sido colocadas as radionovelas na vanguarda dos programas radiofônicos” (1980, p. 72).

A radionovela na Rádio Nacional, em especial, fez escola. Foi nesse ambiente de altíssimo nível profissional e inovador, que muitos dos profissionais que migrariam para a televisão anos depois, aprenderam as técnicas e formataram as histórias para o cotidiano brasileiro.

O *Direito de Nascer*, mesmo sendo um texto cubano, serviu de espelho para que outras radionovelas desenhassem a imaginação do leitor. A formatação dos programas da Rádio Nacional vira tendência e escola para os programas posteriores da PRE-8 e até das concorrentes em potencial.

Muniz Sodré, em artigo publicado no livro do também acadêmico Dênis de Moraes *Por uma outra comunicação – mídia, mundialização cultural e poder*, afirma que programas de vanguarda e com respaldo do público estabelecem uma nova linguagem.

“Todo fenômeno social de largo alcance gera linguagem própria ou, pelo menos, uma prática discursiva pela qual se montam e se difundem as significações necessárias à aceitação generalizada do fenômeno” (MORAES (org.) 2005, p. 21).

Desse modo, a linguagem do radioteatro brasileiro nos corredores e programas da Rádio Nacional passa a *criar* uma nova forma de percepção da mídia com o cenário do país e, não, um reflexo desse cenário.

## **Considerações finais**

Esta dissertação pretende identificar não somente um caminho a ser percorrido no entendimento e na pesquisa do radioteatro nas ondas da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, em seu período de maior sucesso de crítica e de público, mas pelo contrário, contribuir com pesquisa cujo objetivo é a discussão de outras vias a serem traçadas. Na verdade, trata-se de um assunto ainda pouco explorado que deve sair do âmbito das estantes e mostrar novos estudos com novas perspectivas científicas.

Essa premissa é importante e serve para salientar que, assim como uma mesma peça de radioteatro pode ser encenada e transmitida de várias formas e privilegiando uma idéia ao invés de outra, a dissertação busca, justamente, lançar luz em um assunto pouco iluminado nos estudos realizados no Brasil. Ao iluminar, um fato torna-se concreto: há muitas coisas a serem vistas, estudadas e examinadas.

O sobrevôo histórico e crítico no radioteatro da Rádio Nacional em uma época em que essa emissora transmitia o Brasil Rio-São Paulo aos rincões de um outro Brasil concretiza uma das principais virtudes do homem – aquela que o escritor russo Fiódor Dostoievski escreve no livro *Recordações da Casa dos Mortos*: “O homem é a criatura que pode se acostumar a tudo, e creio que essa é talvez a melhor definição para ele” (DOSTOIEVSKI, 2006, P.19).

De que maneira, então, explicar como uma simples peça de radioteatro transmitida pela Rádio Nacional alcance tamanha repercussão e sucesso não somente no eixo Rio-São Paulo? A presença marcante e sólida de aparelhos receptores, claro, contribui na força de penetração do rádio. Mas, seria uma resposta muita vaga a um problema tão complexo.

O corpo diretor, técnico e artístico da Rádio Nacional dos anos 1940-50, cientes da poderosa arma que tem em mãos, quebram a cabeça e criam uma linha de raciocínio para equacionar a questão. Uma linha de pensamento não-linear e não-exata. Uma linha, porém, capaz de se adaptar às mais diversas

formas de entretenimento cultural, artístico e também jornalístico. A Rádio Nacional não se restringe apenas ao radioteatro, afinal. Ela também é responsável pela vanguarda da linguagem jornalística.

A injeção de dinheiro vindo de patrocinadores, além do aporte técnico e financeiro do governo Vargas quando encampa a Rádio Nacional, servem como uma fonte praticamente inesgotável de “inspiração”. Esse é uma parte que não deve ser negligenciada. Deve ser levada, isto sim, em consideração ao destrinchar o poderio da Rádio Nacional das décadas de 1940 a 50. amansa

A preocupação com a área administrativa da Rádio Nacional é preponderante em sua consolidação como a principal emissora radiofônica da América Latina daquela época. A contratação de artistas, produtores e técnicos não pode ser compreendida de outra forma senão com a acuidade administrativa de grandes empresas capitalistas. Todos esses ingredientes fazem parte da receita que o público-ouvinte da primeira metade do século XX saboreia e aprova.

Para obter êxito como protagonista do radioteatro no Brasil, a Rádio Nacional deve ser compreendida como uma empresa de entretenimento que se centra na irradiação de cultura de massa. Com isso, não está se afirmando que os programas da Rádio Nacional, principalmente do radioteatro, não têm qualidade e que somente se interessam pela embalagem.

O patrimônio artístico-cultural do radioteatro é tão rico e diversificado que, com os trabalhos televisivos que surgem a partir da década de 1950, muitos desses profissionais da Rádio Nacional são contratados para trabalhar na televisão. Pelo estudo realizado para a dissertação, pode-se deduzir que as emissoras televisivas daquela década produzem seus programas a partir das experiências de sucesso das emissoras radiofônicas e tendo a Rádio Nacional como a estrela-guia.

De certa forma, então, uns dos objetivos do estudo está alcançado com o preenchimento de lacunas acerca do radioteatro nacional. Porém, ainda é uma iniciativa que tem outras metas que estão sendo atingidas. Uma delas diz respeito aos artifícios de linguagem despendidos para uma peça ser encenada e transmitida em território nacional.

Tais artifícios como entonação, direção, *legitimização*, *unificação*, dentre outras, serem como mecanismos de recepção e, ao mesmo tempo, de atração. E isso pode ser traduzido pelo número de público-ouvinte que sintonizam a emissora PRE-8 como também no volume de correspondência que chega à rádio. Esse tópico está abordado com maior profundidade no segundo capítulo.

A missão cumprida referente a esse objetivo visa preparar, futuramente, outras encenações de radioteatro, considerando que, tal programação serve como excelente armar para difundir cultura e lançar educação àquelas pessoas menos favorecidas. Claro, que tal trabalho deve ser realizado após discussões e tendo em sua programação a obtenção de resultados a médio e longo prazo.

É preocupante imaginar que uma vasta gama de possibilidades pode ser explorada dentro do radioteatro e observar a forma quase vegetal que a área vem sendo conduzida no país. O assunto, entretanto, foge do alcance da dissertação e deve ser pesquisado em estudos posteriores.

Outro objetivo atingido é em referência à abordagem do radioteatro pelos homens que estão por trás do sucesso conquistado. O editorial de Anselmo Domingos reflete como, naquela época, é compreendido a potencia do radioteatro. Uma consideração final possível, dentro dessa visão, é a de que o sucesso na televisão da novela *O Direito de Nascer* é uma reverberação da peça transmitida pelas ondas da Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

Dificilmente, o sucesso na televisão seria o mesmo caso *O Direito de Nascer* fracasse no rádio. Surpresas poderiam surgir, evidentemente. Mas se for pensar sob o aspecto tecnológico, a televisão e o rádio apresentam poucas

diferenças naquela época. Outro ponto está centrado na força de penetração de cada emissora. Sob a perspectiva daquele período, aparelhos receptores de rádio encontram-se amplamente difundidos em todo o território nacional enquanto que os televisores ficam restritos a uma quantidade potencialmente menor de casas.

O papel protagonizado pelo radioteatro na Rádio Nacional ainda alcança outro objetivo. Mostra que tal programação encontra eco além da emissora radiofônica. As paixões, dramas, comédias e suspenses encenados na PRE-8 moldam o gosto por esse tipo de programação na sociedade brasileira. O reflexo dessa preferência midiática continua presente nos lares de famílias do país.

Apesar de o suporte ser outro, no caso, a televisão, a dramaturgia midiatizada continua sendo uma verdadeira paixão nacional. E, assim como na época de 1940-50 em que o rádio é a principal válvula de escape de entretenimento e de informação, hoje o horário nobre da televisão brasileira está, predominantemente, reservado às novelas, que obtêm os maiores índices de audiência.

É partir do radioteatro da Rádio Nacional que o público-ouvinte transforma-se, paulatinamente, em consumidor de cultura de massa. A preocupação em agradar, cada vez mais, a crescente ala consumista vira a prioridade da direção da Nacional. E, isso, não fica restringido ao radioteatro. Outros programas da emissora são afetados, ou numa visão mais capitalista, são imunizados para não desagradar o respeitável público-ouvinte-consumidor.

O sucesso de cantoras radiofônicas, como Ermelinha Borba e Marlene, para com seus respectivos setores da sociedade, principalmente, a carioca, é um reflexo dessa preocupação. Uma outra maneira de conquistar ainda mais a atenção dos consumidores surge com a publicação da *Revista do Rádio* – lançada em 1948. Nela, os programas e os artistas radiofônicos são retratados de forma a instigar mais a curiosidade dos ouvintes.

Por essas e outras vias, a importância do radioteatro apresenta um mérito vital ao crescimento e à penetração da cultura de massa no Brasil. É por esse instrumento de informação e comunicação que se espelha a televisão e a publicidade no país. Esse cenário torna-se possível em virtude, principalmente, da programação e da administração que existe na Rádio Nacional em seu período mais ilustre, que está atenta às exigências do público-ouvinte.

Respondendo as discussões apresentadas ao longo dessa dissertação acerca do papel desempenhado pela Rádio Nacional, é possível sinalizar a profunda importância que ela teve para os estudos do radioteatro no Brasil.

Sob essa perspectiva, os estudos fundamentados em pesquisas exploratórias, procuram responder os objetivos e concluir que:

- A história do Rádio compreende diferentes fases com características peculiares a cada uma;
- Na sua gênese, Roquete Pinto entrevia na nova mídia um instrumento para a difusão da cultura brasileira;
- A fase do desenvolvimento deu-se no governo Vargas, quando autorizou através de decreto, a inserção de publicidade na programação radiofônica, fortalecendo o rádio como veículo de propaganda e ao mesmo tempo como empresa de capital;
- Vargas descobriu o poder da mídia rádio e a utilizou como aparelho ideológico do Estado, controlando a opinião pública, como a censura do DIP e outros;
- Foi nesse cenário que foi fundada a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Esse foi o início do chamado de “fase áurea do rádio”. A emissora já nasceu gigantesca para a época. Era a mais poderosa e potência e alcance geográfico, cobrindo mas suas ondas curtas o território nacional;
- Nesse cenário político e econômico, surge o radioteatro. Os programas de auditório com a presença de nomes famosos como Emilinha Borba, Case e outros. Havia um ambiente favorável à produção e apresentação do radioteatro, que mais tarde passou a ser denominado de radionovela;

- Destaca-se, nesse período, o “Direito de Nascer”, do cubano Félix Cagnet;
- A partir de 1950, tanto a Rádio Nacional como as demais emissoras sofrem o impacto da televisão que é implantada no Brasil por Assis Chateaubriand;
- A presença da televisão vem causar uma verdadeira revolução na mídia rádio. As peças teatrais que eram transmitidas por rádio, passam para a televisão adaptando-se à linguagem audiovisual;
- As emissoras de rádio buscam um tipo de compensação adequando-se à nova tecnologia da freqüência modulada, a FM. A nova programação em FM tem uma linguagem própria. Inicialmente restringia-se a musicais. Assim, as programações começam a mudar. O radioteatro continua nas emissoras AM da Rádio Nacional e das demais emissoras do Brasil;
- Algumas das peças de radioteatro são transcodificadas para a linguagem televisiva.

Em resumo, com a experiência auferida deste estudo a respeito da abordagem do radioteatro na Rádio Nacional, espera-se que venha proporcionar condições favoráveis ao aprofundamento da pesquisa em radioteatro, uma vez que a bibliografia inerente ainda é muito escassa. Com exceção de poucos autores, como Antonio Dami, Fernando Curado Ribeiro, George Bernard Sperber e Luiz Ferrareto, os demais tratam da história do rádio e não do radioteatro propriamente dito.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADAMI, A., Heller, B., Dourado, H. C. (Orgs.). *Mídia, Cultura, Comunicação*. São Paulo: Arte e Ciência, 2002.
- ADAMI, Antonio, *Literatura Adaptada em Rádio e Televisão: Da Palavra à Imagem e Som*. In: BALOGH, A.; CARDOSO, H. C.; ADAMI, A. (Orgs.). *Mídia, Cultura, Comunicação*. São Paulo: Arte e Ciência, 2002.
- ADAMI, Antonio. *A literatura: imagem e som*. Revista Ciências Humanas Unitau. v. 8. nº 2, Taubaté, 2002.
- ADAMI, Antonio. *Radioconto, radiorromance, radiopoesia: o rádio educativo*. Revista USP, São Paulo, n. 56, p. 86-91, dezembro/fevereiro 2002-2003.
- BAITELLO JÚNIOR, Norval. *Comunicação, mídia e cultura*. Revista São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 11-16, 1999.
- BALOGH, Anna Maria. *Mídia, Cultura, Comunicação* 2.ed. São Paulo: Arte e Ciência, 2003.
- BALSEBRE, Armand. *El Lenguaje Radiofonico*. Madrid: Cátedra signo e imagem, 2000.
- BARBERO, Raúl. *De la galena al satélite*. Montevideo, Edizione de la Pluma, 1995.
- BRANDÃO, Junito de Souza. *Dicionário Mítico-Etimológico da mitologia grega*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1991.
- CABRAL, Sérgio. *A MPB na Era do Rádio*. São Paulo: Moderna, 1996.
- CAMARGO, Jimmy Garcia. *La Radio por dentro y por fuera*. Quito: Editora CIESPAL, 1980.
- COSTELLA, Antonio F. *Comunicação do grito ao satélite*. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2002.
- DOSTOIÉVSKI, Fiódor. *Recordações da casa dos mortos.*, São Paulo: Nova Alexandria, 2006.
- FEDERICO, M. E. B. *História da Comunicação – Rádio e Tv no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982.
- FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio, o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.
- HILLARD, Robert L. *Guionismo para Rádio, televisión y nuevos medios*. Madrid, Thomson Learning, 2000.
- HOBSBAWM, Eric. *Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- MORAES, Denis (org.) *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- MURCE, Renato. *Bastidores do rádio - fragmentos do rádio de ontem e de hoje*. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

- ORTIZ, Miguél Ángel e VOLPINI, Federico. *Diseño de programas en rádio – guiones, géneros y fórmula*. Barcelona: Ediciones Paídos, 1995.
- ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira - Cultura Brasileira e Indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1988, p. 44 e 45.
- PRADO, Emilio. *Estructura de la Informacion Radiofonica*. Barcelona: Editorial Mitre, 1985.
- RIBEIRO, Fernando Curado. *Rádio – produção, realização e estética*. Lisboa: 1958
- SAMPAIO, Mario Ferraz. *História do Rádio e da Televisão no Brasil e no Mundo*. Rio de Janeiro: UCBC, 1980.
- SAROLDI, Luiz Carlos e MOREIRA, Sonia Virginia. *Rádio Nacional - O Brasil em sintonia*. Rio de Janeiro: Funarte, 1984.
- SEVERINO, Antonio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. 22. ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- SPERBER, George Bernard (org.). *Introdução à peça radiofônica*. São Paulo: EPU, 1980.