

## A Revista do Rádio através de seus editoriais (década de 50)

*Doris Fagundes Haussen<sup>1</sup>*

*Camila Stefenon Bacchi<sup>2</sup>*

### Resumo

O texto analisa os editoriais da Revista do Rádio, na década de 50, comparando-os com o conteúdo presente em suas páginas. Objetiva, assim, verificar a coerência entre a proposta da direção e o conteúdo da publicação, bem como a inserção da mesma na emergente indústria cultural brasileira.

**Palavras-chave:** Revista do Rádio, editoriais, indústria cultural.

O período de 1945 a 1955 do século XX significou o apogeu do rádio na América Latina e em praticamente todo o mundo. Foi a época dos programas de auditório, das radionovelas, dos artistas populares e, também, das significativas verbas publicitárias destinadas ao veículo de comunicação de massas mais destacado de então. Naquele momento, muitas revistas sobre o rádio foram editadas em todo o continente.

Embora tenham sido consumidas por grande parte da população latino-americana, estas revistas têm sido pouco estudadas em toda a sua amplitude e significado<sup>3</sup>. O rádio, no Brasil, de uma maneira geral, tem sido pesquisado, principalmente nos últimos anos, através de dissertações e teses dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação que vêm florescendo desde a década de 90 no país. Muitos destes trabalhos têm resultado em publicações sobre o veículo, destacando-se os de Moreira (1991, 1998 e 1999); Meditsch (1998 e 2000); Hupfer (1998); Haussen (1997); Del Bianco e Moreira (1999); Perosa (1998); Nunes (2000); Maranhão Filho (1998), entre outros.

O presente artigo propõe-se, assim, a estudar os editoriais da Revista do Rádio, na década de 50, comparando-os com o conteúdo presente em suas páginas. Objetiva-se, deste modo, verificar a coerência entre a proposta da direção e o conteúdo da publicação, bem como a inserção da mesma na emergente indústria cultural brasileira. No total, foram analisadas 24 revistas dos anos de 1954 e 1955.

---

<sup>1</sup> Jornalista, professora de Comunicação na Pontifícia Universidade Católica e na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

<sup>2</sup> Bolsista de Iniciação Científica PUCRS.

<sup>3</sup> O presente artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla que está em desenvolvimento, tratando de analisar comparativamente este tipo de publicação no Brasil e na Argentina.

### **A Revista do Rádio**

No Brasil, do final da década de 30 em diante, algumas revistas já informavam sobre o rádio, entre elas *Carioca*, *Promove*, *Vida Doméstica*, *A Voz do Rádio*, *Cine-Rádio-Jornal*, *Cinelândia*, *Guia Azul (1939-1948)*. Mas, foi principalmente com a *Revista do Rádio*, lançada em 1949, de propriedade de Anselmo Domingos, e que circulou até o final dos anos 60 (em 1969 transformou-se na revista *Rádio e TV*, dando conta, também, da nova mídia), e com *Radiolândia*, um semanário criado em 1952 pela Rio Gráfica e Editora e que circulou até 1962, que o rádio teve o seu maior destaque. Entre 1951 e 1953 existiu, também, a *Radar*, mas "com pouca tiragem, menor escala e expressão, em termos de preferência dos leitores, do que as anteriores" (Federico, 1982:68). A *Revista do Rádio* foi, assim, a primeira publicação especializada sobre este veículo. No início era mensal, mas, em menos de um ano, começou a circular semanalmente, tirando, em média, 50 mil exemplares. A *Revista do Rádio Editora Ltda.* publicava, também, o *Álbum do Rádio* (anual), e as revistas *Vamos Cantar* e *Vamos Rir*, mensais.

A revista constava, normalmente, de 50 páginas, capa em geral com fotografias de artistas de rádio, principalmente mulheres, e seu conteúdo era dedicado totalmente a assuntos referentes ao rádio. Possuía uma série de seções, como *Mexericos da Candinha*, *Buraco da fechadura*, de Amauri Vieira, *A vida de Emilinha*, *24 horas na vida do seu ídolo*, *Tudo é Brasil*, sobre o rádio nos demais estados, *Pergunta da semana: que personagem da história você gostaria de ter sido*, respondido pelos artistas, *Correio dos Fans*, que divulgava cartas de leitores, *Rádio em revista*, sobre notícias recentes, entre outros. As reportagens, em geral, eram sobre a vida dos artistas, com farto material fotográfico.

O conteúdo das reportagens revela dados interessantes. Como tratava, em geral, da vida de artistas e radialistas, muitas matérias mostram a "vida cotidiana" destes personagens. Observa-se que há a tentativa de evidenciar uma vida "familiar", em que os (as) artistas mostram as suas casas, filhos, lazer. Como a da "vedette" Elvira Pagã, adepta do nudismo, na seção da revista nº 222, "Minha casa é assim". A reportagem, com uma série de fotos da atriz mostrando (vestida) a sala, o quarto e a cozinha, termina no banheiro com Elvira enrolada em uma toalha, dentro da banheira, junto a uma bolsa de crocodilo, descrita como "para guarda de pertences de banho". Apesar do esforço da publicação, os artistas não conseguiam ser totalmente "pasteurizados"...

De qualquer forma, os artistas e radialistas, mesmo com as suas "imperfeições"

inerentes à categoria e à origem popular, podem ser incluídos na figura dos denominados "olimpianos", as vedetes da grande imprensa, descrita por Morin (1984:106):

"... a vida dos olímpianos participa da vida quotidiana dos mortais, seus amores lendários participam dos destinos dos amores mortais, seus sentimentos são experimentados pela humanidade média (...) a imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação".

No caso da Revista do Rádio, os personagens, em suas páginas, eram elevados a este "olímpo". Sobre a publicação, Hupfer (1998:113) descreve:

“A ‘receita editorial’ hoje parece simples, banal e sobretudo familiar, uma vez que, na essência não diverge em nada das revistas que cobrem o mundo da TV. Isto é, criam um clima de ilha da fantasia, onde o artista reina absoluto, perfeito, lindo, eternamente jovem. As mazelas pessoais vez por outra ganham espaço, mas essa é a exata dose de humanidade que faz com que o leitor se envolva emocionalmente, se projete e se identifique. Até sua diagramação se assemelha às revistas atuais, ou seja, muitas fotos e poucos textos”.

Numa pesquisa do Ibope sobre revistas semanais, de janeiro de 1956, realizada junto a 300 mulheres do então Distrito Federal, por incumbência do *Jornal das Moças*, a *Revista do Rádio* aparecia como a segunda mais lida, atrás apenas da revista *O Cruzeiro*. Na sequência vinham as revistas *Manchete* e *Grande Hotel*. A pesquisa classificava, ainda, as leitoras como "pobres" e predominantemente jovens - 48,5% tinham entre 18 e 24 anos. Na faixa etária entre 40 e 49 anos o público também era significativo: 41,3%. Outra característica era o baixo nível de instrução. A maior parte - 45,9% - possuía apenas o curso primário (cit. in Hupfer, 1998:111).

Quanto ao contexto brasileiro da época, Ortiz (1988) salienta que os anos 40 e 50 vivem um momento de incipiência de uma sociedade de consumo, que vai ser consolidada, através de um mercado de bens culturais, nas décadas 60 e 70. No caso do rádio, que embora tenha se iniciado mais cedo, a exploração dos mercados se fazia regionalmente, faltando, assim, a característica da dimensão integradora das indústrias da cultura. Mesmo a rádio Nacional, que de certa maneira cumpria esta função, na opinião do autor, não chegava a configurar um elo suficientemente forte para falar-se em indústria cultural em seu pleno significado.

Neste contexto, o carnaval tinha um importante papel. Lenharo (1995:64) refere-se às promoções dos veículos de comunicação e a sua relação com a indústria fonográfica e os artistas:

"Os jornais e as rádios programavam cursos carnavalescos (...) O Carnaval vendia discos num período mais curto e concentrado, o que chamava a atenção dos cantores, compositores e editores. Muitos êxitos chegavam a ultrapassar a casa das cem mil cópias vendidas. As músicas corriam o país, divulgavam o nome do cantor, abriam caminho para outros lançamentos mais diversificados".

No caso das revistas, conforme Habert (1974), é na década de 50 que vão aparecer as publicações "modernas" no país. São aquelas que cobrem um mundo mais amplo, são mais informativas e trazem uma apresentação gráfica mais atraente, resultado de maiores investimentos. Em 1951, é lançada a primeira revista de fotonovelas - *Encanto* - pela Artes Gráficas do Brasil, de São Paulo e, em 1952 surge *Capricho*, pela editora Abril. É neste contexto, portanto, que circula a *Revista do Rádio*.

### **Os editoriais**

A revista apresentava os seus editoriais na última página ( em geral a pg. 50) e, normalmente eram dois, havendo, ainda, até 1954, um box separado denominado "Bilhete ao Leitor" (anteriormente "Bilhete Aberto") uma espécie de mensagem mais direta. No ano seguinte, este transformou-se em texto assinado por Anselmo Domingos. Nos números pesquisados, os títulos dos editoriais eram os seguintes:

- *Anúncios gravados*, que tratava da nova "onda" dos jingles na publicidade;
- *A Festa dos Melhores do Rádio* destacava que "ela deixou de ser uma festa do rádio para tornar-se uma festa social prestigiada por todas as classes".
- *São Jorge no rádio*, sobre as homenagens prestadas pelos radialistas ao santo.(Revista nº 191, de 5/5/53).
- *Cenas deprimentes*, a respeito das fãs de Emilinha e Marlene que se "engalfinharam" à porta da Rádio Mayrink Veiga.
- *Uma injustiça*, sobre o papel da ABR - Associação Brasileira de Rádio, no caso do internamento hospitalar da cantora Carmen Costa, que não era contribuinte (Rev.nº. 229, de 30/1/54).

- *A censura e as novelas* criticava o departamento de censura, policial, que havia suspenso a irradiação de três novelas, uma da Tupi e duas da radio Tamoio.
- *Um novo presidente* sobre a eleição de Manoel Barcelos ao Sindicato dos Radialistas. (Revista nº 233, de 27/2/54).
- *Fracasso de um falso baile*, sobre o Baile dos Artistas no Hotel Glória, criticando a diretoria do hotel por confundir o público com um título genérico. Artistas de que? Pergunta o editorial.
- *As melhores músicas de carnaval*, a respeito da escolha dos 10 melhores sambas e 10 melhores marchas de carnaval. Júri: Dorival Caymmi, Freire Júnior, Leo Peracchi, Fausto Guimarães e Domingos Anselmo. (Revista n. 235, de 13/3/54).
- *As músicas de carnaval*, sobre o júri popular que irá escolher os três sambas e três marchas mais cantados durante o carnaval, ressaltando a coincidência com aquelas escolhidas pelo júri das 10 melhores (antecipando os resultados...).
- *Baile de rádio*, elogiando o baile organizado pela ABR - Associação Brasileira de Rádio e salientando que não se trata do "Baile dos Artistas", do hotel Glória. (Revista nº 236, de 20/3/54).
- *Nelson em plena forma*, salientando o bom momento do cantor Nelson Gonçalves.
- *Nova vitória da Continental* ressaltando o trabalho da rádio Continental ( D-8), principalmente a cobertura do julgamento do tenente Bandeira, em que ficou 28 horas transmitindo. (Revista nº 240, de 17/4/54).
- *Retrato de Vitor Costa* sobre a inauguração do retrato do ex-diretor da rádio Nacional, com a sua presença, na galeria dos presidentes da ABR, ressaltando a importância do ato, "num momento tão dúbio". (obs: após o suicídio de Vargas).
- *Os melhores do rádio* sobre a alteração na regra do concurso: ao invés do voto popular, por cupom, o julgamento será feito pelos cronistas de rádio, dizendo que "circunstâncias várias nos levam a sustar o anterior propósito". (Revista nº 267, de 23/10/54).
- *Os melhores e os cronistas*, especulando sobre nomes da categoria de cantores e cantoras que poderão vir a ser escolhidos os melhores do ano.
- *Nacional, Mayrink, Tupi* sobre a hegemonia que a rádio Nacional exerceu e a concorrência que começa a despontar com o crescente destaque da Mayrink seguida pela Tupi. (Revista n.272, de 27/11/54).
- *Dez nomes*, sobre a escolha dos radialistas que mais se destacaram, "não apenas os melhores", salientando possíveis candidatos. (Revista nº 282, de 5/2/55).

- *Um leão entre tantos*, analisando o motivo de Mário Leão deixar a ABR para tratar de negócios pessoais. (Revista nº 305, de 16/7/55).
- *Os 10+ vêm aí*, explicando porque a revista tem se esquivado dos concursos a voto: "a revista não ganha nada com isto e dá trabalho ao leitor - recortar, preencher". Diz, também, que o número de votantes é pequeno pois a publicação não distribui prêmios como o rádio. (Revista nº 306, de 23/7/55).
- *Rádio, mais rádio*, analisa a mudança de voz de Marlene, de grave para aguda.
- *Radialista do ano*, sobre a novidade da votação pelos próprios radialistas. (Revista n. 307, de 30/7/55)
- *Sandra e Santo*, abordando a entronização de São Braz e das boas iniciativas da jornalista e radialista Sandra.
- *Já o carnaval* analisa a decisão da rádio Guanabara de não irradiar músicas carnavalescas porque são muitas músicas e autores. A revista discorda por achar que os ouvintes serão penalizados.
- *Ademar* aborda a empatia do candidato Ademar de Barros com os radialistas, dizendo que, alguns deles e o próprio candidato, têm certeza de que será eleito. Anselmo Domingos diz que Ademar não pediu segredo. (Revista nº 310, de 20/8/55).
- *A questão de saber falar* reflete sobre a necessidade de se entrevistar jogadores após as partidas de futebol pois, segundo a revista, "todos dizem a mesma coisa". (Revista nº 311, de 17/9/55).
- *Na TV Rio* aborda o lançamento da TV Rio e diz que a concorrência é amiga dos telespectadores.
- *Saber falar* trata dos programas de mesas-redondas que, segundo a publicação, têm mais aceitação e, na TV, devem ser o menos parecido possível com o rádio, o teatro e o cinema. (Revista nº 312, de 03/9/55).
- *Os clubes e a TV* discorda da forma como foi debatido o impasse entre os clubes de futebol e as estações de TV. Na opinião da revista, "o melhor caminho é o entendimento, a luta pelo acordo e não o combate".
- *Possibilidades de Ataulfo* trata da eleição dos melhores do rádio e aponta Ataulfo Alves como um dos favoritos.

- *Paulinho e a rede.* O editorial de Anselmo Domingos salienta a feliz idéia de integrar as rádios brasileiras tendo a rádio Record como "cabeça". Diz que não se trata de "trust" e que não é permanente, defende a liberdade do rádio e enfatiza que a intenção é melhorar a programação. (Revista nº 313, de 10/9/55).
- *As portas abertas do rádio,* sobre o acesso dos candidatos aos "programas de calouros". Lembra que o melhor era o de Ari Barroso mas que, com o tempo, o gênero foi "inflacionado" - muitos programas e muitos calouros. Aborda a dificuldade do momento e se este é o melhor caminho para entrar no rádio. E diz "tem que ter auto-crítica, beleza só não basta". (Revista nº 315, de 24/9/55).
- *O Chico que não se esquece* aborda a morte Francisco Alves. (Revista nº 316, de 1º/10/55).
- *Histórias de cantor* conta o início da carreira de Caubi Peixoto. (Revista nº 317, de 08/10/55).
- *Iniciativas* aborda os três concursos promovidos pela revista: "Os melhores do rádio", "Os artistas mais elegantes" e "Os radialistas do ano", comentando os critérios a serem avaliados.
- *Apogeu do rádio* dizendo que "a comunicação é no microfone", que o rádio está presente a toda hora, diferente dos jornais e as revistas. E aponta um único adversário: a televisão. (Revista nº 320, de 20/10/55).
- *As músicas de carnaval.* Segundo a revista, "felizmente as fábricas de disco vão selecionar menos músicas para gravar. Estava ficando muito confuso e perdendo-se a qualidade".
- *Ainda os improvisos* salienta que "não se deve dar microfone a quem não sabe falar", dando como exemplo os jogadores de futebol.
- *Exemplos* aborda o fã-clubes de Marlene, e Anselmo Domingos elogia a distribuição de presentes aos pobres no Natal. (Revista nº 322, de 12/11/55).
- *A moda no rádio* sobre os programas humorísticos, dizendo que é o horário de maior sucesso. Reflete se baixou ou melhorou o nível do rádio e conclui que "nem um nem outro - estamos estacionados".
- *Um homem que se vai* lamenta o afastamento de Gilberto Martins do rádio.
- *Chico Viola,* sobre a escolha de Cyll Farney para representar Francisco Alves no filme "Chico Viola não morreu". Por se tratar de uma co-produção com a Argentina Anselmo Domingos questiona a escolha do ator mas diz que " trata-se de um registro e não de uma crítica". (Revista nº 323, de 19/11/55).

- *Imitações*, sobre os horários de programas que coincidem no rádio que, segundo o editorial, não tem razão de ser.
- Trata do retorno de Antônio Cordeiro ao rádio e de Mário Ernani, que passou três anos no rádio argentino.
- Elogia o filme "Sinfonia Carioca". (Revista nº 328, de 24/12/55).

Analisando-se os temas dos editoriais percebe-se que em primeiro lugar vêm aqueles que se referem a promoções - festas e concursos – organizados pela própria revista. A seguir, os temas que dizem respeito ao rádio: a nova moda dos jingles, a censura nas novelas, os programas de calouros e humorísticos, a concorrência entre emissoras, a cobertura jornalística da rádio Continental, e a formação da rede Record de rádio. E há uma curiosidade: dois editoriais dedicam-se a criticar as entrevistas com jogadores após as partidas de futebol, no rádio, “pois sempre dizem a mesma coisa”.

Na sequência, vêm os temas relativos à categoria dos radialistas: eleições no sindicato, o atendimento hospitalar aos associados da Associação Brasileira de Rádio, a inauguração do retrato de Vitor Costa na galeria da ABR, o afastamento de um presidente da ABR, entre outros. Em quarto lugar aparecem os assuntos referentes aos artistas, propriamente: a morte de Francisco Alves, as fãs de Emilinha e de Marlene, a boa forma de Nelson Gonçalves, a história do início da carreira de Cauby Peixoto.

Numa proporção bem menor são tratados temas referentes ao cinema e à televisão. Esta é abordada duas vezes, sendo que na edição de 29 de outubro de 1955 a revista reconhece que a TV é a única concorrente do rádio. A questão política aparece apenas uma vez, quando trata da candidatura de Ademar de Barros (que dá a entender ter a simpatia da revista).

### **Considerações finais**

A análise dos editoriais revela que havia sintonia entre a proposta da revista e o conteúdo nela divulgado. Mas, pode-se dizer que a postura da direção, ao dar ênfase às promoções da própria revista, demonstrava a afinidade com os demais pólos da nascente indústria cultural. Ou seja, os concursos dos “melhores” incentivavam, por sua vez, a indústria fonográfica que, por seu lado, estava relacionada com os cantores e compositores. Alguns destes, por seu turno, tinham vinculação com o cinema. E, junto a este quadro, inevitavelmente, estavam a publicidade e os patrocínios, bem como um público consumidor que se organizava.



Outro dado que se destaca, é a valorização das entidades de classe. A Associação Brasileira de Rádio e o Sindicato dos Radialistas são tema de mais de um editorial, assim como a participação de radialistas. O fato remete à vinculação da categoria a estas instituições e à política que elas representam: a presença da atuação de Getúlio Vargas (em seu primeiro mandato) no incentivo à organização (e controle) das mesmas e a proximidade que os artistas de rádio tinham com aquele líder (Haussen, 1997). Chama a atenção que o único editorial referente ao assunto, o faça de maneira velada, quando trata da inauguração do retrato do ex-diretor da rádio Nacional, Vítor Costa, na ABR, salientando “a decisão corajosa de Manoel Barcelos, processando aquela homenagem em momento tão dúbio”. O editorial refere-se à saída recente do ex-diretor da rádio, após o suicídio de Vargas.

É importante salientar o destaque dado ao fato pelo editorial, uma vez que a Rádio Nacional teve naquele período um papel fundamental junto à emergente indústria cultural no país. Vítor Costa fora indicado para a direção em 1951, com a eleição de Vargas, e impulsionou, "com a sua competência empresarial e organizativa, um projeto claramente popularizador", conforme Goldfeder (1981). E, a Revista do Rádio tinha nos artistas da Nacional um farto material para preencher as suas páginas e divulgar os anunciantes.

Numa reflexão ainda inicial sobre os editoriais da *Revista do Rádio* pode-se constatar, assim, que, intuitivamente ou não, os textos revelam haver uma preocupação empresarial na medida em que se dedicam principalmente a analisar os concursos e festas promovidas pela revista que eram, na verdade, o seu "motor". Por outro lado, há a atenção com a programação das emissoras de rádio, as novidades e o início da concorrência da TV, além da preocupação relativa à categoria, tratada através dos assuntos referentes ao sindicato e à associação da classe. Por último, também não são ignorados os temas relativos aos próprios artistas, que se constituem na "alma" da revista e que já são fartamente tratados nas demais páginas da publicação. Concluindo, pode-se dizer que a *Revista do Rádio*, nos anos 50, fazia parte - e impulsionava - a indústria cultural que se organizava no país e que os seus editoriais revelavam, à sua maneira, consciência da necessidade de agir neste mercado da cultura.

### **Bibliografia**

## **Livros**

- BAHIA, J. (1990). *Jornal, História e Técnica . História da Imprensa Brasileira 1*. São Paulo, Ática.
- BOSI, E. (1986, 6ª ed.). *Cultura de Massa e Cultura Popular. Leituras operárias*. Petrópolis, Vozes.
- FEDERICO, M.E.B.(1982). *História da Comunicação. Rádio e TV no Brasil*. Petrópolis, Vozes.
- GOLDFEDER, M. (1980). *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. São Paulo, Paz e Terra.
- HABERT, A.B. (1974). *Fotonovela e Indústria Cultural*. Petrópolis, Vozes.
- HAUSSEN, D.F.(1997). *Rádio e Política. Tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre, Edipucrs.
- HUPFER, M.L.R.(1998). *As Rainhas do Rádio. Símbolos da nascente indústria cultural brasileira*. São Bernardo do Campo, Dissertação de Mestrado apresentada no PPG em Comunicação Social da UMESSP.
- LENHARO, A. (1995). *Cantores do rádio – a trajetória de Nora Ney e Jorge Goulart e o meio artístico de seu tempo*. Campinas, Editora da Unicamp.
- MENEGUELLO, C. (1996). *Poeira da Estrelas. O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Campinas, Editora da Unicamp.
- MOREIRA. S. V. (1991). *O Rádio no Brasil*. Rio de Janeiro, Rio Fundo Ed.
- MORIN, E. (1984, 6ª ed.) *Cultura de Massas no século XX. O espírito do tempo 1. Neurose*. Rio de Janeiro, Forense Universitária.
- ORTIZ, R. (1988). *A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo, Brasiliense.
- SARLO, B. (1985). *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periódica en la Argentina (1917-1927)*. Buenos Aires, Catalogos Ed.
- WERNECK SODRÉ, N. (1983, 3ª ed.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo, Martins Fontes.

## **Revistas**

Revista do Rádio