

Cadernos da Comunicação
Série Memória

Novos rumos, uma velha fórmula

A mudança do perfil do rádio no Brasil

De autoria de Mirella Carvalho D'Elia, jornalista do Sistema Globo de Rádio, este trabalho é a monografia de conclusão do Curso de Especialização em Jornalismo Cultural, apresentada à Faculdade de Comunicação Social da Uerj, sob orientação da Prof^a Dra. Sonia Virgínia Moreira.

Elia, Mirella Carvalho d'

Novos rumos, uma velha fórmula : A mudança do perfil do rádio no Brasil / Mirella Carvalho D'Elia.-- Rio de Janeiro : Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro : Secretaria Especial de Comunicação Social, 2004.
p.92 (Cadernos da Comunicação. Memória; v.12)

ISSN: 1676-5508

Inclui bibliografia.

1. Rádiodifusão - Brasil - História. 2. Rádio Nacional. 3. Rádio - Programas - Brasil. I. Título.

CDD 384.540981

Os Cadernos da Comunicação são uma publicação da Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro.

Rio de Janeiro

Dezembro de 2004.

Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro

Rua Afonso Cavalcanti 455 – bloco 1 – sala 1.372

Cidade Nova

Rio de Janeiro – RJ

CEP 20211-110

e-mail: cadernos@pcrj.rj.gov.br

Todos os direitos desta edição reservados à Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida ou transmitida por qualquer forma e/ou quaisquer meios (eletrônico ou mecânico) ou arquivada em qualquer sistema ou banco de dados sem permissão escrita da Prefeitura.



Prefeito

Cesar Maia

Secretária Especial de Comunicação Social

Ágata Messina

CADERNOS DA COMUNICAÇÃO

Série MEMÓRIA

Comissão Editorial

Ágata Messina

Helena Duque

Leonel Kaz

Regina Stela Braga

Edição

Regina Stela Braga

Redação e pesquisa

Andrea Coelho

Revisão

Alexandre José de Paula Santos

Projeto gráfico e diagramação

John Lee Murray

Capa

Carlos Amaral/SEPE

Marco Augusto Macedo

CADERNOS DA COMUNICAÇÃO

Edições anteriores

Série Memória

- 1 - Correio da Manhã – Compromisso com a verdade
- 2 - Rio de Janeiro: As primeiras reportagens – Relatos do século XVI
- 3 – O Cruzeiro – A maior e melhor revista da América Latina
- 4 – Mulheres em revista – O jornalismo feminino no Brasil
- 5 – Brasília – Capital da controvérsia – A construção, a mudança e a imprensa
- 6 – O Rádio Educativo no Brasil
- 7 – Última Hora – Uma revolução na imprensa brasileira
- 8 – Verão de 1930-31 – Tempo quente nos jornais do Rio
- 9 – Diário Carioca – O máximo de jornal no mínimo de espaço
- 10 – Getúlio Vargas e a imprensa
- 11 – TV Tupi, a pioneira na América do Sul

Série Estudos

- 1 - Para um manual de redação do Jornalismo On-Line
- 2 – Reportagem Policial – Realidade e ficção
- 3 – Fotojornalismo digital no Brasil – A imagem na imprensa da era pós-fotográfica
- 4 – Jornalismo, Justiça e Verdade
- 5 – Um olhar bem-humorado sobre o Rio nos anos 20
- 6 – Manual de Radiojornalismo
- 7 – New Journalism – A reportagem como criação literária
- 8 – A cultura como notícia no jornalismo brasileiro
- 9 – A imagem da notícia – O jornalismo no cinema
- 10 – A indústria dos quadrinhos
- 11 – Jornalismo Esportivo – Os craques da emoção
- 12 – Manual de Jornalismo Empresarial

Os visitantes da Exposição Internacional do Rio de Janeiro, que comemorava o Centenário da Independência, no dia 7 de setembro de 1922, ouviram, entre surpresos e maravilhados, o discurso de inauguração proferido pelo então presidente da República Epitácio Pessoa. A voz do chefe da Nação saía de alto-falantes estrategicamente espalhados por todo o pavilhão. E mais maravilhados ainda ficaram quando ouviram os acordes da ópera *O Guarani*, que estava sendo apresentada no Theatro Municipal em récita de gala.

O país vivia um regime de exceção, em pleno estado de sítio, imposto a partir da revolta de 5 de julho daquele mesmo ano. Apesar – ou por causa – da crise, o governo queria deslumbrar os cariocas e os visitantes brasileiros e estrangeiros. O rádio nascia em nosso país num momento de crise.

Terminadas as comemorações, o rádio não mereceu a atenção necessária para o seu desenvolvimento. Os aparelhos receptores eram escassos e não havia um projeto capaz de torná-los acessíveis à população. Somente depois da Revolução de 30, o rádio passou a ser visto como um meio de unidade nacional, extremamente eficaz na divulgação da propaganda política e de incentivo ao consumo.

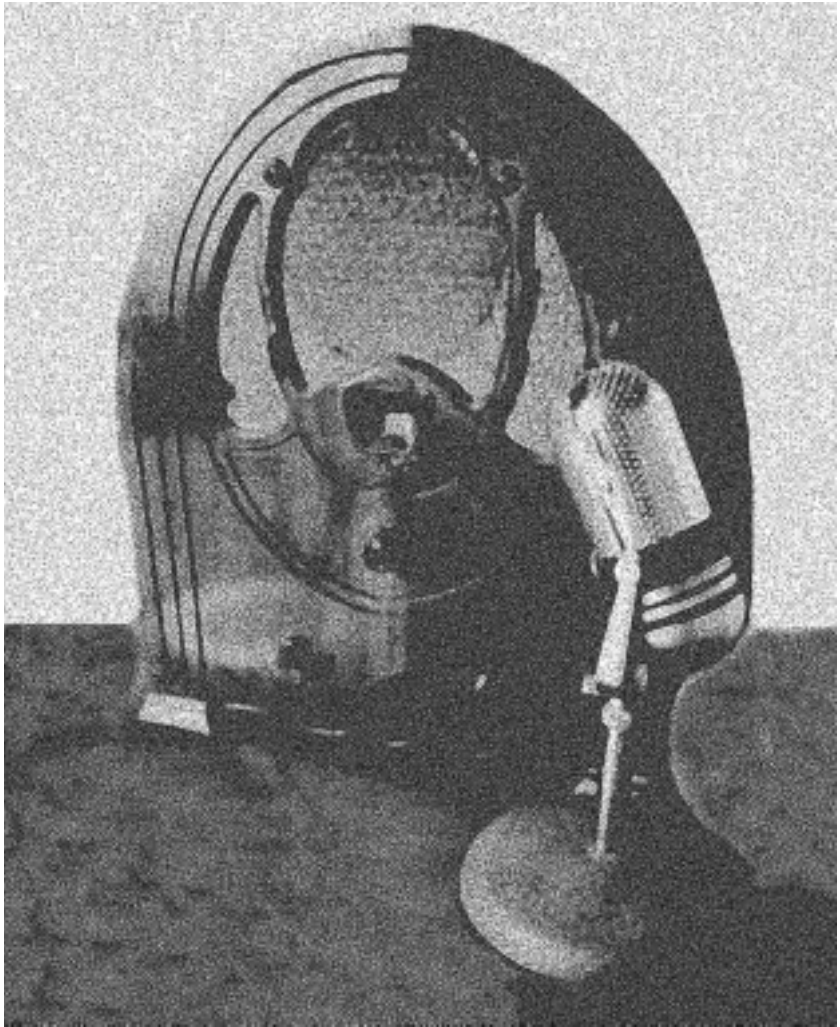
A partir daí, ele passa a viver a sua época de ouro. As emissoras se multiplicam e os investimentos em tecnologia e recursos humanos vindos de outras áreas sofisticam a programação. Cria-se a chamada “linguagem radiofônica”, coloquial, direta, de fácil entendimento. Surgem os programas de auditório e as novelas, cujo sucesso se repetiria mais tarde na televisão.

Neste volume da *Série Memória dos Cadernos da Comunicação* está contada a história dos tempos gloriosos da radiodifusão, mostrando a trajetória de um veículo que, apesar da constante evolução, conseguiu chegar aos tempos atuais sem perder a sua essência.

CESAR MAIA
Prefeito da Cidade do Rio de Janeiro

“Não sou saudosista, mas tenho muita saudade das pessoas com as quais eu aprendi. A Rádio Nacional delineou o meu perfil de atriz. Se hoje eu sou o que sou – boa para uns, ruim para outros – tenho apenas que agradecer a Deus e à escola magnífica de pessoas que ensinavam. Eu aprendi a ter educação – não que meus pais não me dessem. A educação da rua: como lidar com o outro, como lidar com uma estrela, como chegar perto dela – ou dele. Aprendi a dar valor à hierarquia, a respeitar os novos e antigos e a me respeitar. É uma pena que o rádio esteja tão caótico do jeito que está. É uma pena... Gostaria de fazer rádio outra vez como eu fazia antigamente.”

Juraciara Diacovo,
radioatriz e dubladora



Sumário



Introdução	11
Histórias mágicas no rádio e, depois, na TV ..	13
O começo – o rádio tem a cor da imaginação ..	17
Duas realidades distintas	18
Ladeira e Casé – pioneiros do rádio brasileiro nas décadas de 30 e 40	20
A hegemonia da Rádio Nacional	
Surgimento	25
Apogeu	32
No ar, a magia das radionovelas	34
O estardalhaço de <i>Em busca da felicidade</i> e <i>O direito de nascer</i> ...	37
Sonoplastia vital	44
Hora de mudar – Decadência ou progresso?	
A TV seria o fim?	49
Renascimento com o transistor	54
Novos rumos, velhas fórmulas	57
Conclusão: a aposta no rádio	65
Bibliografia	71
Notas	77



Introdução



Novela. [Do fr. nouvelle.] S.f. 1.Liter. Narração, usualmente curta, ordenada e completa, de fatos humanos fictícios, mas, por via de regra, verossímeis (...). 2.V. romance (...). 3. Bras. Peça teatral ou romance, geralmente em capítulos, escrito ou adaptado para apresentação seriada pelo rádio ou pela televisão.

Em 2004, o rádio completou 82 anos de implantação no Brasil. Apesar da diversidade de meios e formas de comunicação aprimorados durante todo o século XX e, também, nesse início do século XXI, o rádio AM permanece vivo no país. Nesse contexto, a resistência do veículo já seria um bom motivo para estudá-lo. Outro: a deficiente memória do rádio. Pode-se dizer que, de uma certa maneira, a trajetória da radiodifusão no país constitui-se em uma sucessão de momentos marcantes, superados por outros que, por sua vez, ficaram para trás, assim como os personagens principais dessa história toda. O rádio precisou mudar. Alguns desses personagens adaptaram-se a essas mudanças; outros não – e acabaram ficando para trás.

De fato, muita coisa ficou para trás – os tempos gloriosos, principalmente. No entanto, o glamour da chamada época de ouro da radiodifusão brasileira permanece presente na memória de muitos. Assim como persiste a saudade das radionovelas, tão marcantes e tão características do rádio brasileiro das décadas de 40 e 50. O gênero – inaugurado em 1941, com a primeira radionovela brasileira, *Em busca da felicidade*, na Rádio Nacional – foi tão importante para o desenvolvimento da dramaturgia nacional que dele surgiria, em seguida, a base para as produções de TV. Não é à toa que a televisão brasileira, inicialmente, ficou conhecida como o rádio com imagem – um terceiro motivo para o debruçar sobre o veículo. Além de resgatar um pouco toda essa história, um dos objetivos principais deste trabalho é revelar como o rádio consegue, ao mesmo tempo, ser o mesmo e mudar tanto, sem perecer.

Para conduzir essa reflexão, em uma primeira etapa, foi realizada pesquisa bibliográfica, com consultas a fontes secundárias, como livros, artigos e matérias jornalísticas sobre os temas rádio, radionovela e radioteatro, além de trabalhos produzidos por outros pesquisadores, como projetos experimentais de conclusão de curso. Dados numéricos, como pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) dão suporte ao estudo e o complementam.

Porém, talvez a parcela mais significativa deste trabalho – e, portanto, aquela que mais o enriqueceu – seja aquela em que as impressões pessoais dos participantes são expostas. Por meio de depoimentos de jornalistas, radialistas, radioatores, dubladores e técnicos foi possível não somente analisar dois períodos tão distintos – o apogeu do rádio e a época atual, passando por fases de decadência e renascimento – e demonstrar o processo de modernização ao qual o rádio e os profissionais que nele atuam estão submetidos, mas, também, a permanência de formatos considerados por muitos arcaicos ou ultrapassados – como o radioteatro. Um paradoxo interessante. Uma velha fórmula que continua dando muito certo, apesar dos novos rumos.

Histórias mágicas no rádio e, depois, na TV



Novela. [Do fr. *nouvelle*.] S.f. **1.** Liter. Narração, usualmente curta, ordenada e completa, de fatos humanos fictícios, mas, por via de regra, verossímeis (...). **2.** V. romance (...). **3.** Bras. Peça teatral ou romance, geralmente em capítulos, escrito ou adaptado para apresentação seriada pelo rádio ou pela televisão.¹

Disseminadas por todo o mundo pela força da televisão, as novelas figuram no imaginário popular como produções escritas especialmente para esse meio de comunicação. Das *soap-operas* norte-americanas aos dramalhões mexicanos, as novelas são garantia de sucesso em qualquer lugar, independentemente de classe social, credo, sexo ou cor. No Brasil, mais especificamente, a Rede Globo destaca-se desde a década de 1970 como a emissora que oferece ao público os mais bem cuidados e caros produtos, exportados para diversos países.² Dada a importância alcançada pelas telenovelas no país, para o espectador menos atento fica a impressão de que a origem desse tipo de produção esteve ligada à TV.

Mas se, por um lado, a televisão brasileira se destaca atualmente pela qualidade das novelas produzidas no Brasil, há relativamente pouco tempo as produções levadas ao ar pelas emissoras de rádio alçaram o veículo ao status hoje ocupado pela TV. Na chamada época de ouro do rádio brasileiro, nas décadas de 1940 e 1950, o glamour estava nos corredores das mais famosas emissoras do país. As estrelas do espetáculo? Atores e atrizes que personificavam as emoções e tramas criadas pelos autores, assim como hoje ocorre com os profissionais que atuam em TV.

O surgimento da televisão que, além da magia do som proporcionada pelo rádio, trouxe para os consumidores o poder e a beleza da imagem, mudou definitivamente o rumo da dramaturgia produzida no país. Progressivamente, o número de radionovelas foi diminuindo;

as emissoras de rádio, perdendo parte importante dos anunciantes, fascinados pelo novo meio; os profissionais responsáveis pelo sucesso das produções – autores, atores, técnicos – migrando do rádio para a TV. O rádio foi perdendo espaço para a televisão que, inicialmente acanhada, era conhecida como “rádio com imagem”, tal a semelhança que existia entre o que se produzia em ambos os veículos.

Nesse contexto, o rádio passou por um processo de readaptação para conseguir se manter frente à concorrência. As tradicionais emissoras em ondas médias (AM) enfrentaram também a concorrência da frequência modulada (FM), que se propaga na metade da década de 70 no Brasil, com uma programação calcada em atrações musicais e promoções, seguindo o modelo norte-americano do gênero. O rádio mudou várias vezes de “cara” até tornar-se o que é hoje: um meio de comunicação com perfil moderno, ágil e segmentado – características essenciais para preencher as necessidades e atender aos anseios dos diversos tipos de consumidores de informação e de entretenimento.

Mesmo com todas as mudanças, 63 anos após a transmissão da primeira radionovela no país, intitulada *Em busca da felicidade*³, algumas emissoras continuam apostando no formato, quase esquecido pela maioria, e conseguem obter bons resultados com isso. É o caso da Rádio Tupi AM, do Rio de Janeiro, que há décadas mantém a liderança de audiência na faixa das 12 às 13 horas, com o programa *Patrulha da Cidade*⁴. Na Rádio Globo AM, também do Rio de Janeiro, o programa *Show do Antonio Carlos*⁵ leva ao ar produto com características semelhantes e consegue obter bons resultados. A diferença: o *Você decide*, inspirado no programa de mesmo nome, que era veiculado pela TV Globo, é previamente gravado – mas não deixa de prender a atenção do público. Por outro lado, algumas emissoras do interior do país investiram na produção de radionovelas e até mesmo em oficinas de radioteatro.⁶

É claro que, após tanto tempo, muita coisa – ou quase tudo – mudou na forma de produzir e levar ao ar uma radionovela no Brasil.

Mas se, atualmente, os profissionais de rádio dispõem de tecnologia suficiente para proporcionar ao público um espetáculo com mais recursos, por outro lado, grande parte da magia das radionovelas parece ter se perdido com o passar dos anos. Ou mudou de endereço e foi parar na tela da TV. Para os fãs do áudio, na maioria dos casos, restou apenas a saudade.



Internet

Orson Welles ao transmitir uma suposta invasão de marcianos à Terra nos estúdios da CBS, 30/10/1938

O começo – o rádio tem a cor da imaginação



*O rádio tem a cor da imaginação, que é a cor, pra mim, mais linda que existe, porque o ouvinte recria, cria suas próprias imagens conforme o que está ouvindo.*⁷

A declaração do apresentador de rádio, ator de cinema e radionovela e produtor musical Roque Araújo Viana resume o segredo do sucesso do rádio e, por extensão, das radionovelas no país: a exploração do imaginário do ouvinte. Essa capacidade do meio foi explorada por Orson Welles que, três anos antes da primeira radionovela brasileira, aterrorizou os Estados Unidos com a sua versão para *A guerra dos mundos*, do escritor inglês H. G. Wells. A atração foi transmitida no *The Mercury Theater on the air*, da CBS, às 9 horas da noite do dia 30 de outubro de 1938, véspera do Dia das Bruxas. O impacto da transmissão, que simulava a cobertura ao vivo de uma invasão de marcianos a uma cidade de Nova Jersey, é um dos mais perfeitos exemplos do poder de convencimento do rádio:

Em minutos, a América está em pânico. Pessoas, histéricas, acorrem aos hospitais. Com os nervos à flor da pele, os ouvintes ligam para delegacias de polícia. Naves espaciais são avistadas em Buffalo, Chicago, Saint Louis e em diversas outras cidades norte-americanas. Em Boston, os moradores de vários edifícios sobem para os terraços na tentativa de avistar o clarão de Nova Iorque em chamas ao sul. Fiéis rezam pela salvação em igrejas de diversos credos.⁸

O então quase desconhecido ator e diretor de cinema Orson Welles soube como ninguém, com sua adaptação de *A guerra dos mundos*, tirar proveito de um dos componentes mais importantes do rádio:

a imaginação. No programa, ele misturou a linguagem jornalística com recursos de radioteatro. Boletins e entrevistas que tratavam da falsa invasão de marcianos interrompiam, gradativamente, a programação normal da CBS. O impacto foi tamanho que, para alguns estudiosos, aquela transmissão de *A guerra dos mundos* alterou os rumos da mídia no século XX:

A CBS calculou na época que o programa foi ouvido por cerca de seis milhões de pessoas, das quais metade passou a sintonizá-lo quando já havia começado, perdendo a introdução que informava tratar-se do radioteatro semanal. Pelo menos 1,2 milhão tomaram a dramatização como fato, acreditando que estavam mesmo acompanhando uma reportagem extraordinária. E, desses, meio milhão tiveram certeza de que o perigo era iminente, entrando em pânico e agindo de forma a confirmar os fatos que estavam sendo narrados: sobrecarga de linhas telefônicas interrompendo realmente as comunicações, aglomerações nas ruas, congestionamentos de trânsito provocados por ouvintes apavorados tentando fugir do perigo que lhes parecia real etc. O medo paralisou três cidades. Pânico ocorreu principalmente em localidades próximas a Nova Jersey, de onde a CBS emitia e Welles situou sua história. Houve fuga em massa e reações desesperadas de moradores de Newark e Nova Iorque (além de Nova Jersey), que sofreram a invasão virtual dos marcianos da história.⁹

DUAS REALIDADES DISTINTAS

Apesar do impacto causado pela versão de Orson Welles para *A guerra dos mundos*, é preciso levar em consideração que, em 1938, Brasil e Estados Unidos viviam duas realidades bem distintas. A esse respeito, escreveu Valério Brittos, professor da Universidade do Vale dos Sinos¹⁰:

O rádio brasileiro era muito diferente do norte-americano, em 1938. O Brasil também era bastante diferenciado dos Estados Unidos, no período, característica que, aliás, mantém-se até hoje. Enquanto o rádio norte-americano já alcançava um melhor nível técnico, o nacional ainda não dispunha dos mesmos recursos e qualidade para a realização de seus programas. Analisando-se os dois contextos, vê-se que, se o Brasil vivia um período de ditadura e implantação da industrialização, com conseqüente urbanização, nos Estados Unidos vigia a democracia e o país já estava industrializado e urbanizado.

Era difícil, portanto, que se em duas realidades tão distintas ocorressem fenômenos próximos, que no Brasil repetisse-se uma mobilização popular como a provocada por *The war of the worlds* nas terras do Tio Sam. Em comum, os dois países sofriram, embora com intensidades próprias, as conseqüências do período anterior à Segunda Guerra Mundial, que eclodiria no ano seguinte e se estenderia até 1945, embora os Estados Unidos só efetivamente ingressassem no conflito em 1941 e o Brasil em 1942, ambos integrando o grupo dos Aliados.

Nota-se que as diferenças tecnológicas e ideológicas impediram que, no Brasil, fosse recriada tamanha atmosfera de terror tal qual a verificada nos Estados Unidos, em 1938, com a iniciativa de Orson Welles. Tentativas não faltaram. Segundo Valério Brittos, a Rádio Guaíba, do Rio Grande do Sul, fez uma versão nacional para *A guerra dos mundos*. Nesse caso, no entanto, a ausência de novidade e, também, de recursos tecnológicos suficientes para recriar, no rádio brasileiro, a tensão imaginada por H. G. Wells impediram que o sucesso fosse o mesmo no país. Por outro lado, os jornais brasileiros concederam amplo espaço ao feito norte-americano.¹¹

LADEIRA E CASÉ – PIONEIROS DO RÁDIO BRASILEIRO NAS DÉCADAS DE 30 E 40

Mesmo com o abismo técnico e consideradas as diferenças socioeconômicas e ideológicas entre o Brasil e os Estados Unidos, a partir dos anos 30, o rádio brasileiro entrou em um processo de franca evolução. Para muitos estudiosos, esse período tem início em 1932, com a regulamentação da publicidade, através de Decreto 21.111, do governo federal. A hegemonia do rádio começa a se consolidar no final da década de 30, quando estréia, na Rádio Nacional, *Curiosidades Musicais*, o primeiro programa montado do país, com clara inspiração na programação produzida, à época, nos Estados Unidos. Pouco depois, já na década de 40, mais precisamente em 1941, estréia a primeira radionovela brasileira, *Em busca da felicidade*.

Curiosidades Musicais entra no ar no dia 11 de abril de 1938, na Rádio Nacional, do Rio de Janeiro. A atração começa no mesmo ano em que vai ao ar *A guerra dos mundos* pela CBS. A inovação vem pelas mãos de Henrique Fôreis Domingues, o Almirante:

No final da década de 30, Henrique Fôreis Domingues, o Almirante, mesclando, de forma organizada, música e texto, começa a preparar o rádio brasileiro dos anos 40. O roteiro passa a ser a base de tudo. Ensaios são exigidos para que, na hora da transmissão ao vivo, as locuções, os números musicais e os *sketches* humorísticos harmonizem-se em um todo coeso.¹²

O jornalista Sérgio Cabral, no entanto, tem uma opinião diferente. Ele acredita que as bases para a hegemonia do rádio brasileiro começaram a ser lançadas antes de *Curiosidades Musicais*, com o *Programa Casé*³:

Foi (...) naquele programa que o rádio brasileiro teve seu primeiro programa produzido, ou seja, montado segundo o estilo

norte-americano, com roteiro especial e com a participação de cantores, instrumentistas, locutores e radioatores. Foi do radialista Almirante a iniciativa de ocupar uma parte do *Programa Casé* com um tipo de programa que, poucos anos depois, seria adotado por todas as grandes emissoras brasileiras. O produtor chamou aquela parte do programa *Curiosidades Musicais*, o mesmo nome que utilizaria, depois, para um dos seus programas de grande sucesso.¹⁴

Discordâncias à parte, no mesmo ano em que o *Programa Casé* entra no ar e a publicidade em rádio é regulamentada, o idealismo e a ânsia de levar à população um rádio que servisse, primordialmente, como meio ideal para a educação – objetivo de alguns pioneiros, como Edgar Roquette-Pinto – começam a ruir. No lugar, vem surgindo, aos poucos, um rádio voltado para aspirações comerciais. Ou, como define Luiz Artur Ferrareto, o “rádio como espetáculo massivo”¹⁵ que, para ele, tem como pioneiros, além de Adhemar Casé, César Ladeira. Segundo o autor, foi no *Programa Casé* que surgiu o primeiro jingle do Brasil. Em ritmo de fado — para agradar o cliente de origem portuguesa — a peça foi criada pelo compositor, radialista e desenhista Antônio Gabriel Nássara para a Padaria Bragança:

Oh, padeiro desta rua
tenha sempre na lembrança.
Não me traga outro pão
que não seja o pão Bragança. (refrão)

Pão inimigo da fome.
Fome inimiga do pão.
Enquanto os dois não se matam,
a gente fica na mão.

De noite, quando me deito
e faço minha oração,
peço com todo respeito
que nunca falte pão.¹⁶

A partir do sucesso do *Programa Casé*, multiplicam-se as transmissões direto de auditórios construídos pelas próprias emissoras.¹⁷ Antes disso, segundo Maria Elvira Bonavita Frederico, os espaços eram alugados.¹⁸ Começa a se desenvolver o processo de interação com o público. O rádio inicia uma fase de incremento e profissionalização, da qual César Ladeira e Adhemar Casé são exemplos emblemáticos. Como observa Gisela Svetlana Ortriwano, César Ladeira inaugura uma nova forma, mais organizada, de fazer rádio no Brasil, dando ordem à programação da Rádio Record, onde trabalhava.¹⁹ Por outro lado, a medida estimula a concorrência entre as emissoras:

A Record adotou um novo modelo de programação organizado por César Ladeira, introduzindo o *cast* profissional e exclusivo, com remuneração mensal. A partir daí, começa a corrida e as grandes emissoras contratam a peso de ouro astros populares e orquestras filarmônicas. E mesmo emissoras de pequeno porte procuram também ter o seu pessoal fixo. Essa mudança aguçou – ou mesmo desencadeou – o espírito de concorrência entre as emissoras, inclusive as de outros estados, que imitaram a programação lançada pela Record.²⁰

César Ladeira destaca-se, também, na Rádio Mayrink Veiga, do Rio de Janeiro. Na direção-geral da Mayrink Veiga, cargo que ocupa a partir de 1933, Ladeira implementa um vitorioso modelo de rádio, que alavanca a emissora. Lá, cria *slogans* lembrados até hoje: Carmem Miranda, a pequena notável; Silvio Caldas, o seresteiro incorrigível; Carlos Galhardo, o cantor que dispensa adjetivos; Orlando Silva, o

cantor das multidões; Almirante, a mais alta patente do rádio.²¹ Ao mesmo tempo, Casé entrava para a história do rádio brasileiro com o *Programa Casé*. Estava aberto o caminho para a consolidação do veículo no Brasil, pavimentado, em seguida, pela Rádio Nacional.



Almirante



Carmen Miranda



Francisco Alves

Fotos: Internet



Noel Rosa



Orlando Silva



Pixinguinha

Presenças de destaque no *Programa Casé*, vitrine da música popular brasileira.



Almirante, na Rádio Nacional.

A hegemonia da Rádio Nacional



*Alô, alô, Brasil! Está no ar a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro.*²³

SURGIMENTO

Por três vezes, um gongo soou. Logo em seguida, o locutor Celso Guimarães anunciou, às 21 horas do dia 12 de setembro de 1936, o início das transmissões da Rádio Nacional, do Rio de Janeiro. A emissora pertencia à empresa A Noite, grupo responsável pelos jornais *A Manhã* e *A Noite*, assim como pelas revistas *Carioca* e *Vamos Ler*. Na sequência, em grande estilo, a Orquestra do Teatro Municipal executou o hino nacional e o presidente do Senado Federal, Medeiros Neto, anunciou, oficialmente, a inauguração da PRE 8 – Sociedade Rádio Nacional.²⁴ Na avaliação de André Casquel Madrid, a história da radiodifusão brasileira nunca mais seria a mesma:

(...) seria o marco da mais séria transformação ocorrida na radiodifusão brasileira, até o advento da televisão. A partir da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, o rádio desenvolve-se organizado burocraticamente.²⁵

De fato, a estrutura burocrática e a organização da Nacional – apesar do gigantismo dos números – chamavam a atenção: o conselho de administração era formado por oito divisões, sob a batuta do diretor-geral, Vitor Costa. A emissora empregava dez maestros, 124 músicos, 33 locutores, 55 radioatores, 39 radioatrizes, 52 cantores, 44 cantoras, 18 produtores, 13 repórteres, 24 redatores, quatro secretários de redação e 240 funcionários administrativos. Na época, a Nacional dispunha de seis estúdios, um auditório para 500 lugares e operava com

dois transmissores para ondas médias (25 e 50kW), e dois para ondas curtas (cada um com 50kW). A tecnologia proporcionava à emissora uma abrangência nacional. O sinal chegava, até mesmo, a países da América do Norte, da Europa e da África.²⁶

Segundo Sérgio Cabral, havia, na época, 65 emissoras no país – 12 no Rio de Janeiro e oito em São Paulo.²⁷ Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam que os avanços tecnológicos, especialmente o surgimento dos rádios de válvula, fizeram com que o número de emissoras fosse ampliado durante as décadas de 30 e 40. O desenvolvimento da radiodifusão no país e sua consequente influência nos costumes da sociedade brasileira, nesse período, foram, para alguns estudiosos, mais contundentes do que os efeitos que a TV produziria, anos mais tarde:

O impacto do rádio sobre a sociedade brasileira a partir de meados da década de 30 foi muito mais profundo do que aquele que a televisão viria a produzir 30 anos depois. De certa forma, o jornalismo impresso, ainda erudito, tinha apenas relativa eficácia (a grande maioria da população era analfabeta). O rádio comercial e a popularização do veículo implicaram a criação de um elo entre o indivíduo e a coletividade, mostrando-se capaz não apenas de vender produtos e ditar “modas”, como também de mobilizar massas, levando-as a uma participação ativa na vida nacional. Os progressos da industrialização ampliavam o mercado consumidor, criando condições para a padronização dos gostos, crenças e valores. As classes médias urbanas (principal público ouvinte do rádio) passariam a se considerar parte integrante do universo simbólico representado pela nação. Pelo rádio, o indivíduo encontra a nação, de forma idílica: não a nação ela própria, mas a imagem que dela se está formando.²⁸

Vale ressaltar, também, que, de acordo com dados do IBGE, o início do período em que foram inauguradas mais estações de rádio no

país coincide com o ano de inauguração da Rádio Nacional. Na época, Rio de Janeiro e São Paulo destacavam-se no cenário nacional:

As mudanças tecnológicas na década de 1930, como a introdução dos rádios de válvula, impulsionaram o crescimento do público ouvinte e ampliaram o número de estações. Em 1937, mais da metade das 63 estações de rádio havia sido instalada nos três anos precedentes. A expansão acelerada persiste na década seguinte, alcançando 11 estações, sendo que 58% das novas emissoras foram criadas entre 1936 e 1945. A capital paulista e outras cidades do interior de São Paulo abrigavam 45% das estações brasileiras. O Rio de Janeiro tinha 13 emissoras, incluindo a Rádio Nacional, líder de audiência. Tanto o poder federal como alguns governos estaduais controlavam emissoras de grande impacto de audiência.²⁹

O quadro a seguir, que faz parte do Anuário Estatístico do IBGE relativo ao ano de 1936, mostra, detalhadamente, a situação da radiodifusão do país, em 1935 – ano anterior à inauguração da Nacional. O Rio de Janeiro possuía apenas três emissoras contra 18 instaladas em São Paulo. Ao final da década de 40, quando teve início a época mais promissora do cenário radiofônico brasileiro, o Rio de Janeiro contabilizaria mais dez emissoras – conforme dito no parágrafo anterior. No entanto, em 1944, seriam apenas quatro as estações instaladas no Rio. Nesse mesmo ano, São Paulo era o estado com maior número de emissoras: 41 no total. Em seguida, destacavam-se Minas Gerais, com 18 emissoras, o Distrito Federal, com 13, Paraná e Rio Grande do Sul, com seis estações cada. O Rio de Janeiro, portanto, ocupava, em 1944, apenas o quinto lugar no *ranking* de emissoras de rádio. No total, o país dispunha de 106 emissoras de rádio em 1944, sendo 95 mantidas por entidades particulares e nove por organismos oficiais.

É importante ressaltar, também, que, em um curto espaço de tempo, entre os anos de 1934 e 1944, 82 emissoras de rádio foram inauguradas no país: 15 em 1934, oito em 1936 – entre elas a Rádio Nacional –, 21 entre os anos de 1940 e 1941 – no início da chamada época de ouro do rádio brasileiro – e oito em 1944. Essas informações constam do Anuário Estatístico do Brasil 1941/1945, também produzido pelo IBGE, como mostra a segunda tabela:

RADIODIFUSÃO CULTURAL –1935
Empresas radiodifusoras e principais características
das respectivas estações emissoras

UNIDADES POLITICAS	EMPRESAS RADIODIFUSORAS		CARACTERIZAÇÃO DAS ESTAÇÕES EMISSORAS		
	Denominação	Sede	Ano da instalação	Prefixo	Frequência
Bahia	Rádio Sociedade da Bahia	Salvador.	1924	P R A 4	1 090
	Rádio Comercial da Bahia		1934	P R F 8	580
	Rádio Club da Bahia		1935	P R F 6	630
Ceará	Ceará Rádio Club	Fortaleza	1934	P R E 9	1 320
Minas Gerais	Sociedade Rádio Mineira	Belo Horizonte	1931	P R C 7	690
	Rádio Sociedade de Juiz de Fora	Juiz de Fora	1926	P R B 3	620
	Rádio Sociedade Triângulo Mineiro	Uberaba	1935	P R E 5	1 170
Pará	Rádio Club do Pará	Belém	1929	P R C 5	670
Paraná	Rádio Club Paranaense	Curitiba	1924	P R B 2	1 480
Pernambuco	Rádio Club de Pernambuco	Recife	1925	P R A 8	730
Rio de Janeiro	Rádio Cultura de Campos	Campos	1934	P R F 7	1 450
	Rádio Club Fluminense	Niterói	1934	P R D 8	1 320
	Rádio Sociedade Fluminense		1935	P R E 6	670
Rio Grande do Sul	Sociedade Rádio Pelotense	Pelotas	1928	P R C 3	580
	Rádio Sociedade Gaúcha	Pôrto Alegre	1928	P R C 2	1 170
	Rádio Sociedade Farroupilha		1935	P R H 2	600
São Paulo	Rádio Club de São Paulo	Capital	1925	P R A 5	1 260
	Rádio Educadora Paulista		1925	P R A 6	800
	Sociedade Rádio Cruzeiro do Sul		1927	P R B 6	1 200
	Rádio Sociedade Record		1928	P R B 9	1 000
	Sociedade Rádio Cosmos		1934	P R E 7	1 410

Baurú Rádio Club	Baurú	(*)	P R G 8	1 250
Sociedade Rádio Educadora de Campinas	Campinas	1934	P R G 9	1 170
Sociedade Rádio Mantiqueira	Cruzeiro	(*)	P R G 6	1 500
Rádio Club Hertz	Franca	1933	P R B 5	1 480
Rádio Club Jauense	Jauí	(*)	P R G 7	1 340
Rádio Club de Marília	Marília	(*)	P R I 2	1 370
Rádio Club de Piracicaba	Piracicaba	1935	P R D 6	630
Rádio Club de Rio Claro	Rio Claro	(*)	P R F 2	725
Rádio Club de Santos	Santos	1926	P R G 5	720
Sociedade Rádio Atlântica		(*)	P R B 4	1 450
Rádio Club de Sorocaba	Sorocaba	1934	P R D 7	1 320
Rádio Sociedade de Sorocaba		1934	P R D 9	690
Sociedade Rádio Bandeirante	Taubaté	1931	P R D 3	1 200

FONTES — Anuário estatístico do Brasil 1936. Rio de Janeiro: IBGE, v. 2, 1936.

OUTROS ASPECTOS DA CULTURA INTELLECTUAL E ARTÍSTICA VI — RADIODIFUSÃO — 1944

Estações difusoras, segundo os principais aspectos

ESPECIFICAÇÃO	Número de estações
TOTAL	106
Segundo as Unidades da Federação	
Amazonas	1
Pará	1
Maranhão	1
Piauí	1
Ceará	1
Rio Grande do Norte	1
Paraíba	1
Pernambuco	1
Alagoas	—

Sergipe	1
Bahia	2
Minas Gerais	18
Espírito Santo	1
Rio de Janeiro	4
Distrito Federal	13
São Paulo	41
Paraná	6
Santa Catarina	2
Rio Grande do Sul	6
Mato Grosso	3
Goiás	1

Segundo a entidade mantenedora

Particular	95
Oficial	9
Sem declaração	2

Segundo o ano de inauguração

1923	2
1924	5
1925	3
1926	2
1927	2
1928	2
1929	—
1930	—
1931	1
1932	—
1933	5
1934	15
1935	9
1936	8
1937	5
1938	—
1939	6

1940	10
1941	11
1942	7
1943	3
1944	8
Sem declaração	2

Segundo a potência da antena (W)

De 100	25
250	19
500	15
1000	9
2000	3
3000	2
4000	1
5000	18
10 000 (1)	9
20000	1
25000	12
50000	5
Sem declaração	1

Segundo o comprimento da onda (m)

Até 50	14
De mais de 50 até 100	1
De mais de 100	104
Sem declaração	1

FONTE — Serviço de Estatística da Educação e Saúde. Tabela extraída de: Anuário Estatístico do Brasil 1941/1945. Rio de Janeiro: IBGE, v. 6, 1946.

NOTA — O número de estações, segundo a potência da antena e o comprimento da onda, não coincide com o total porque diversas estações transmitem em várias ondas usando potências diferentes.

(1) Inclusive uma estação de 12.000W e outra de 10.600W.

APOGEU

A época áurea do rádio brasileiro teve início em 1940. Foi justamente nesse ano que os Estados Unidos lançaram a sua Política de Boa Vizinhança, que acabou facilitando a penetração de produtos norte-americanos no Brasil. O padrão do Tio Sam era copiado pelas emissoras de rádio do país e, também, pelas indústrias fonográfica e cinematográfica. A programação das emissoras de rádio privilegiava o entretenimento. Destaque para os programas de auditório, as radionovelas, os programas humorísticos. O radiojornalismo também iniciava um processo de desenvolvimento, principalmente por causa do envolvimento do país na Segunda Guerra Mundial, catapultando o veículo, no início dos anos 50, a uma autêntica amostra da chamada Indústria Cultural.³⁰

A Rádio Nacional teve papel preponderante na ascensão e no desenvolvimento da radiodifusão no país. O ano de 1940, especialmente, entraria para a história do rádio brasileiro por um importante fator: foi nesse ano que o grupo do qual a Rádio Nacional fazia parte foi encampado por Getúlio Vargas. O governo federal havia chegado à conclusão que a emissora “tinha que ser um instrumento de afirmação do regime”.³¹ De fato, para Miriam Goldfeder, por trás de todo o glamour de uma imponente rádio destinada ao entretenimento, a Nacional servia como um instrumento de controle social.³²

A Nacional começa a se transformar no primeiro fenômeno da indústria de radiodifusão em 1940, quando o Estado Novo, pelo Decreto-Lei nº 2.073, determina a encampação do grupo do qual a emissora fazia parte. O argumento usado foi a dívida de três milhões de libras esterlinas.³³

De acordo com Sonia Virgínia Moreira e Luiz Carlos Saroldi, que estudaram a hegemonia e o sucesso da Rádio Nacional, o texto da lei foi o seguinte:³⁴

Art. 1º – Ficam incorporados ao patrimônio da União:

Toda a rede ferroviária de propriedade da Companhia Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande ou a ela arrendada.

Todo o acervo das sociedades A Noite, Rio Editora e Rádio Nacional.

As terras situadas nos estados do Paraná e Santa Catarina, pertencentes à referida Companhia Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande.

O amparo do governo federal, proporcionado graças à encampação da emissora, e, ao mesmo tempo, a continuidade de uma forte atuação comercial ajudam a explicar a consolidação da trajetória bem-sucedida da Nacional. Uma “dupla situação” muito confortável para a rádio,³⁵ que, com isso, passou a conquistar fatias cada vez mais generosas do mercado nacional. Com o devido apoio do governo, os investimentos eram pesados: ainda em 1940, todo o elenco da Mayrink Veiga foi contratado pela direção da Nacional.³⁶ O resultado viria em pouco tempo. Em duas décadas, o desenvolvimento experimentado pela Rádio Nacional foi impressionante: o faturamento passou de 900 mil cruzeiros, em 1936, para cem vezes esse valor, em 1956.³⁷

A programação da emissora, inicialmente, baseava-se em apresentações de artistas ao vivo, notícias e radioteatro. Apesar de a Rádio Mayrink Veiga continuar sendo a principal emissora do Rio de Janeiro até o início da década de 40, segundo o então diretor artístico da Rádio Transmissora³⁸, Renato Murce, a inauguração da Nacional causou um grande impacto no cenário carioca:

A Rádio Nacional formou um grande *cast* com artistas do Rio e de São Paulo. Foi buscar na Transmissora aqueles elementos preciosos (poucos, mas de grande valor) que comigo ali colaboravam, com propostas irrecusáveis. Foi assim que perdemos Almirante, Haroldo Barbosa, Pixinguinha e seu Conjunto Regional, Radamés Gnattali, Iberê Gomes Grosso, e alguns mais;

além do Cozzi [o narrador esportivo Oduvaldo Cozzi], que se transferiu em dezembro.³⁹

A reboque do sucesso que pode ser explicado, de um lado, pelo apoio governamental e, de outro, pelos pesados investimentos em publicidade e na contratação de profissionais, viria a conseqüente disparada na liderança do mercado nacional. Segundo Mirian Goldfeder, o apogeu da emissora ocorreu entre os anos de 1950 e 1956.⁴⁰ De fato, a audiência média em 1952 chegou a atingir 50,2% no Rio de Janeiro.⁴¹ Apesar de surgir em 12^o lugar em São Paulo e em 3^o no Rio Grande do Sul, segundo dados do Anuário do rádio 1951 / 1952, a Rádio Nacional começava a se tornar um modelo de emissora, modelo esse copiado por muitos:

As emissoras de São Paulo, como as do Rio Grande do Sul (...) tinham uma forte produção local. Havia programas da Nacional que eram de consenso geral, como o *Repórter Esso*, determinadas novelas e programas de humor. Não se pode negar, no entanto, a sua influência sobre as demais emissoras do país que copiavam o seu modelo.⁴²

NO AR, A MAGIA DAS RADIONOVELAS

As inovações proporcionadas pela Nacional – como o já citado programa *Curiosidades Musicais*, de Almirante, que entrou no ar em 1938 –, o início da produção de radionovelas – em 1941, com *Em busca da felicidade*, a primeira radionovela brasileira –, e o avanço da tecnologia – em 1942, transmissores de ondas curtas foram instalados na emissora, levando o som da Nacional para todo o país e para outras nações. Esses são alguns dos fatores que ajudam a entender o segredo do sucesso da Nacional.⁴³ O radioteatro teve função importante na construção da vitoriosa trajetória da emissora.

De fato, muitas rádios apostaram no formato, embaladas pela repercussão da primeira radionovela. Só a Rádio Nacional chegou a transmitir 14 novelas diariamente, em 1945⁴⁴. A radioatriz Aldenora Santos faz parte dessa trajetória. Aos 69 anos, é uma das profissionais mais antigas do rádio carioca – há 53 anos atua no meio. O trabalho como radioatriz teve início em 1951, no Nordeste. Aldenora chegou a trabalhar na Rádio Nacional, na década de 50, fazendo pontas em algumas produções.

O início foi com a novela *Uma luz no meu caminho*, na Rádio Clube, em Fortaleza, dos Diários Associados, em 1951. Depois, trabalhei na Rádio MEC, na Tupi. Na Nacional foi uma passagem muito rápida, de uns três meses, fazendo pontinhas, em 1955 ou 1956. As grandes divas, na época, eram a Isis de Oliveira, Daisy Lucidi. Lembro do nome de uma novela de que participei na Nacional: *Minha vida, meu destino*.⁴⁵

Atualmente, além de integrar o quadro de radioatores do programa *Você Decide*, ao lado de Wania Rocha, Duda Espinoza e Domicio Costa, Aldenora acumula a direção do quadro, uma pequena radionovela, de sete minutos, que vai ao ar aos sábados pela manhã, durante o *Show do Antonio Carlos*, transmitido pela Rádio Globo AM, do Rio de Janeiro. A radioatriz lembra com clareza da época de ouro do rádio, quando a programação das emissoras era dominada pelas radionovelas:

Quando não existia TV, o rádio era só novela. Lembro bem, na Rádio Tamoio, era novela de meia em meia hora. Nos intervalos das novelas é que tinha alguma coisa. Na Tupi, também. Na própria Rádio Nacional tinha muita novela. Só nos fins de semana é que você tinha os programas de auditório, o *Programa César de Alencar* e o *Programa Manoel Barcelos*. O resto era novela, novela, novela.⁴⁶

Daisy Lucidi é outra estrela da época das grandes radionovelas ainda em atividade. Vaidosa, a radioatriz e apresentadora não revela a idade, mas sabe-se que ela está há 52 anos na Rádio Nacional, onde, durante 32 anos ininterruptos, esteve à frente do programa *Alô, Daisy*.⁴⁷ Antes, trabalhou na Rádio Globo AM, do Rio de Janeiro, “onde fazia as novelas mais bonitas do Amaral Gurgel”⁴⁸. Inicialmente, conta, teve receio de ir para a Nacional – “era a grande estação da época, tinha um *cast* enorme”⁴⁹. Na emissora, teve a oportunidade de atuar em produções de Janete Clair e Dias Gomes – autores que, anos depois, tornariam-se ainda mais consagrados na televisão⁵⁰. Para Daisy, a Rádio Nacional contribuiu para enriquecer a cultura brasileira:

Primeiro, pela linguagem. Para fazer rádio, você tinha que falar corretamente o português, ter boa dicção, boa voz. Hoje não, qualquer pessoa fala no rádio. Tinha que ter um vocabulário decente, você não podia dizer determinadas coisas... você respeitava o público (...). A programação musical era muito bem cuidada, as músicas eram bem feitas, com bons autores. Enfim, modificou tudo. Quem fez rádio como eu fiz, naquela época, nos anos 50, sente muita falta. Não sou saudosista, mas foi uma época muito rica. A Rádio Nacional foi uma verdadeira universidade do ar.⁵¹

A radioatriz e dubladora Juraciara Diacovo, que, durante muitos anos também integrou a equipe da Rádio Nacional, descreve com precisão o profissionalismo que imperava na emissora:

Em primeiro lugar, existia uma direção. Não era qualquer um, filhinho de beltrano ou sicrano... só entrava quem tinha talento. Havia escalonamento: você começava fazendo pontinhas, ia subindo até se tornar uma estrela, como Daisy Lucidi, Isis de Oliveira, Neuza Tavares, Zezé Fonseca. Não é como hoje, na classe artística, em que o ator entra fazendo uma ponta e depois

ganha logo o papel principal. Só trabalhava quem tinha talento. A gente passava por vários estágios. Existia respeito pelos mais velhos, hierarquia. Não é como atualmente. Hoje, o artista anti-go é velho, não tem mais valor.⁵²

Na Nacional, Juraciara estrelava, diariamente, a série *O drama de cada um*, de Castro Gonzaga, fazendo par romântico com Domingos Martins⁵³, além de participar de programas humorísticos e de auditório.

O ESTARDALHAÇO DE ‘*EM BUSCA DA FELICIDADE*’ E ‘*O DIREITO DE NASCER*’

O radioteatro já havia começado a conquistar espaço no cenário brasileiro desde a década de 30, em emissoras como a Rádio Record, de São Paulo, a Rádio Mayrink Veiga e a própria Rádio Nacional, ambas do Rio de Janeiro. Mas foi com *Em busca da felicidade* que as produções deslancharam. A novela teve 284 capítulos e foi transmitida durante quase dois anos, às segundas, quartas e sextas-feiras. O texto original, do cubano Leandro Blanco, foi traduzido e adaptado por Gilberto Martins. A idéia foi da empresa de propaganda Standard, responsável pela conta publicitária da Colgate-Palmolive, que queria aumentar as vendas do creme dental.⁵⁴ A estratégia era utilizar o rádio para atingir as donas-de-casa. O rádio era um veículo cobiçado pelos anunciantes, principalmente por empresas norte-americanas, dispostas a divulgar, no Brasil, o *american way of life*.⁵⁵

Os responsáveis pelo sucesso da primeira radionovela transmitida no Brasil foram os seguintes:

Rodolfo Mayer é Alfredo Medina, proeminente engenheiro que divide seu coração entre Anita, sua esposa e Carlota, sua amante.

Zezé Fonseca é Anita de Mantemar, esposa de Alfredo Medina. Sofre o drama de ter de dividir com Carlota o amor de seu marido.

Isis de Oliveira é Alice Medina, filha de Carlota com Alfredo Medina e que foi criada por Anita como filha adotiva.

Floriano Faissal é o Dr. Mendonça, médico de grande fama e amigo do casal Alfredo-Anita, e que tudo faz para manter a harmonia entre os dois.

Yara Sales é Carlota Moraes, vítima de um destino cruel e caprichoso, mãe verdadeira de Alice e caso amoroso de Alfredo Medina.

Lourdes Meyer é Constança, esposa de Fonseca e mãe de Carlos. Procura impedir o casamento do filho com Alice.

Saint Clair Lopes é Benjamim Prates de Oliveira, o português que se apaixona por Carlota e com ela se casa, mas sofre de angústias de saber que a mulher ainda ama Alfredo.

Brandão Filho é Mão Leve, o ladrão que rouba uma jóia de Carlota e na prisão acaba se tornando amigo de Benjamim Prates e é por ele protegido.

Victor Costa foi o responsável pela execução do Rádio Teatro Colgate. A novela lhe deve grande parte do seu sucesso.

Maria Helena era a locutora e narradora que relembra os acontecimentos dos capítulos anteriores da novela, e remarcava os argumentos que justificavam o prestígio dos produtos Colgate.⁵⁶

No mesmo ano em que estreou *Em busca da felicidade*, começou a ser transmitida a primeira radionovela criada no Brasil. *Fatalidade*, de Oduvaldo Viana, foi ao ar pela Rádio São Paulo. Em comum, a valorização do romantismo, a simplicidade e o conservadorismo dos roteiros – características fáceis de serem detectadas nas radionovelas transmitidas no Brasil. Segundo o então diretor da Divisão de Radioteatro da Rádio Nacional, Floriano Faissal, por exemplo, a emissora chegava a proibir a utilização, nas produções que transmitia, de algumas palavras. A idéia era atrair o público com textos de qualidade:

As novelas da Rádio Nacional, por exemplo, caracterizam-se sempre pela boa qualidade. Não admitimos a irradiação de textos negativos, destrutivos e, em conseqüência, indignos. Há, assim, muita vigilância em torno das novelas programadas. Quer um pequeno detalhe? Ei-lo: não se permite na Rádio Nacional que o vocábulo “amante” apareça no texto de uma novela.⁵⁷

A austeridade e o conservadorismo expostos nas radionovelas podem ser confirmados por dados do Ibope, em pesquisas referentes ao ano de 1951. O período foi caracterizado por uma profunda desigualdade entre os sexos. Os números comprovam: na década de 50, para a maior parte dos entrevistados, lugar de mulher era na cozinha:

Um retrato fiel da condição feminina no Brasil deste período surge em algumas pesquisas feitas pelo Ibope no Rio de Janeiro, na época capital do país e, portanto, centro mais avançado nas questões comportamentais. Em 1951, 65,2% dos cariocas apoiavam a ação da polícia em reprimir casais trocando beijos em locais públicos. Por outro lado, 57 % dos entrevistados afirmavam ser contrários à possibilidade de a mulher desfrutar dos mesmos direitos dos homens. O comentarista do Ibope resumiu os dados da amostragem desta forma: o homem continua acreditando firmemente no patriarcado (...) revolta-se contra as reivindicações feministas, acreditando que o lugar da mulher é em casa, tomando conta dos filhos e solucionando problemas domésticos.⁵⁸

Aos poucos, os rocambolescos e envolventes enredos das radionovelas brasileiras foram conquistando adeptos e o formato foi se consolidando no mercado nacional. Os títulos das novelas denotavam toda a carga dramática presente nelas e, também, em produtos de outros países, como fotonovelas, filmes mexicanos, argentinos e italianos exibidos nas décadas de 40 e 50. O tom era claramente melodramáti-

co e a intenção, emocionar o público, a começar pelos títulos das produções: *Almas descontraídas*; *Prisioneira do passado*; *Sonhos desfeitos*; *Mais forte que o amor*; *Perdida*; *Mulher sem alma* e, claro, *O direito de nascer*, do cubano Félix Caignet, cujo enredo tinha início com a bombástica frase de Maria Helena (futura mãe de Albertinho Limonta): “*Doutor, não posso ter este filho que vai nascer*”⁵⁹.

O direito de nascer rentrou no ar em 8 de janeiro de 1951. A Rádio Nacional apostava, mais uma vez, em um roteiro importado de Cuba pela Standard.

Locutor – Senhoras e senhoritas, o famoso creme dental Colgate, criador dos mais belos sorrisos, e Palmolive, o sabonete embelezador da mais alta qualidade que existe, apresentam....

Locutora – Radioteatro Colgate Palmolive, com mais um capítulo da emocionante novela de Félix Caignet, tradução de Eurico Silva, *O direito de nascer*.⁶⁰

O sucesso de foi tão expressivo que, segundo Reynaldo Tavares, a novela chegou a propiciar mudanças na rotina dos cariocas:

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.⁶¹

A historiadora Lia Calabre de Azevedo, que estudou o comportamento dos ouvintes na época das radionovelas, considera *O direito*

de nascer a maior novela de todos os tempos.⁶² A pesquisadora concorda com o Reynaldo Tavares quando a questão é a influência das novelas no cotidiano da população latino-americana:

É um fenômeno não só no Brasil, mas na América Latina inteira. Nas cidades do interior, o comércio fechava. Você vai encontrar várias crônicas da época narrando a alteração do horário de funcionamento dos cinemas, do comércio, das repartições. Mas, se a gente analisar, o rádio, na década de 40 e até meados da década de 50, era o único meio de diversão popular.⁶³

Uma prova da influência do rádio no cotidiano da sociedade brasileira está no depoimento de ouvintes que passaram pela experiência. É o caso de Iara Bastos da Silveira Franco:

O rádio ficava ligado em cima de um móvel, ficava todo o mundo prestando muita atenção, ouvindo. No dia seguinte, na rua, o assunto era o capítulo anterior. Era o rádio que falava mesmo, que distraía as pessoas, instruía. Não tinha nada, nada, nada melhor que o rádio.⁶⁴

Em depoimento à publicação cubana *Revolución y Cultura*, o próprio Felix Cagnet admite a pujança da sua obra, como fator de influência não só nos hábitos e costumes da população como, também, na venda de produtos vinculados à trama – cumprindo o objetivo dos patrocinadores:

Elas consumiam os produtos que meus programas anunciavam. Eram pobres e sofriam. Desejavam chorar para desafogar suas lágrimas. Eu estava obrigado a escrever para elas e facilitar-lhes o que necessitavam, porque enquanto choravam, descarregavam sua própria angústia.⁶⁵

O direito de nascer, novela transmitida entre 8 de janeiro de 1951 e 17 de setembro de 1952, teve 260 capítulos. Participaram da produção dois ícones do radioteatro brasileiro: Isis de Oliveira – que interpretava a personagem Isabel Cristina –, e Paulo Gracindo – que era Albertinho Limonta. Na trama, os dois vivem um romance. A produção centrava-se em torno da história de uma mãe solteira que precisava abandonar o filho. Limonta foi criado por Mamãe Dolores – personagem de Yara Salles – e, seguindo os padrões conservadores da época, seria o fruto de um erro, redimido na transformação de Maria Helena em uma freira, a sóror Helena da Caridade.⁶⁶

Enquanto o sucesso das radionovelas se espalhava pelo país, a imprensa brasileira acompanhava o fenômeno, abrindo espaço, em suas páginas, para reportagens sobre o elenco, gravações e programas:

O jornal *Correio Paulistano* publica em 9 de setembro de 1941 uma reportagem sobre a nova grade de programação da Rádio São Paulo. Como grande destaque estava o programa “Rádio Teatro”. Sob o comando de Oduvaldo Viana, os programas da Rádio São Paulo seriam caracterizados pelos esquetes e diálogos dramáticos, escritos e dirigidos pelo próprio diretor. Dessa forma, a Rádio São Paulo conheceria um período de grande popularidade, marcado pelo sucesso das radionovelas. No dia 14 de setembro de 1941, o jornal *Correio Paulistano* publicou uma reportagem a respeito da novela *A predestinada*. A manchete dizia “romance radial, em série, vivendo a história empolgante e sentimental de uma predestinada ao sofrimento. Lances de grande humanidade e de um colorido inédito... às terças-feiras, das 21h30min às 22h30min”.⁶⁷

Diversas publicações especializadas no tema surgiram, em seguida: as famosas revistas do rádio, que voltavam todas as atenções para as radionovelas:

Os capítulos das novelas eram publicados integralmente nas edições das revistas especializadas. *A Revista do Rádio*, por exemplo, reproduziu, durante um mês e 15 dias, os capítulos de *A canção do vagabundo*, de Giuseppe Ghiaroni, desde a estréia, em 3 de abril de 1951. Na mesma revista foi publicada *O cego do Cairo*, de Berliet Junior, em 15 capítulos, escritos na segunda pessoa do singular e do plural. Sem muitos personagens, a novela conseguiu bons índices de audiência no horário em que foi exibida. Em 1959 é lançada no Rio de Janeiro a revista *Rádio Romance*, outra publicação dirigida ao rádio. Editada pela Rio Gráfica Editora, a revista tinha como objetivo conquistar uma fatia no concorrido mercado de revistas especializadas em radionovelas. O formato das revistas de rádio diferenciava-se do das fotonovelas, pois os capítulos eram reproduzidos quase integralmente, com a inclusão de imagens dos artistas e algumas legendas explicativas.⁶⁸

O espetáculo das radionovelas movimentava cifras estupendas. Na reportagem “A Rádio Nacional, lembra-se?”, publicada na revista *Realidade*, em junho de 1972, Sérgio Cabral conta que, na época áurea da Rádio Nacional, tamanha era a constelação da emissora que o diretor do Departamento Artístico, Floriano Faissal, não se incomodou com a perda de Rodolfo Mayer para a Rádio Tupi. Rodolfo havia mudado de emissora em condições consideradas astronômicas: 200 mil cruzeiros de luvas e um salário mensal de 60 mil cruzeiros, durante dois anos. De acordo com a reportagem, a emissora distribuiu um boletim à imprensa, minimizando a situação. Dizia o boletim: “Rodolfo Mayer sai da Nacional sem rancores nem inimizades. Dá-se apenas que recebeu uma proposta irrecusável: a direção da Nacional concordou que ele fosse buscar aquela herança para voltar daqui a dois anos”⁶⁹. Acrescenta Sergio Cabral:

Rodolfo era importante, mas como poderia sentir a sua saída uma emissora que tem sob contrato radioatores como Álvaro Aguiar, Celso Guimarães, Domicio Costa, Domingos Martins, Floriano Faissal, Hemilson Fróes, Mario Lago, Paulo Gracindo e Roberto Faissal? Aliás, apesar dos grandes programas musicais e de auditório, é nas novelas que a audiência alcança índices impressionantes, como o das 8 horas da noite, que já deu 92 pontos no Ibope.⁷⁰

SONOPLASTIA VITAL

O elenco das grandes emissoras de rádio ajudou a sedimentar o sucesso das radionovelas no país. Os radioatores, de fato, consagraram-se como as grandes estrelas do espetáculo e, anos mais tarde, migrariam para um novo e promissor mercado – a TV. No entanto, muitas vezes é deixada de lado, em estudos sobre a trajetória da radiodifusão no país, a importância da sonoplastia na construção do sucesso das radionovelas. De fato, se por um lado havia poucos recursos tecnológicos para levar ao ar as radionovelas, tornando o processo de sonorização quase artesanal, por outro, o gabarito dos profissionais era garantia de qualidade. Um exemplo do que se tinha de mais avançado em sonoplastia era o estúdio de radioteatro da Rádio Nacional:

Além da equipe, o Departamento de Radioteatro da Nacional possui um estúdio cheio de objetos os mais variados, destinados a produzir sons durante a transmissão das novelas: portas de rua, de automóvel, de armário e de aço, janelas de todos os tipos; portões de ferro, apitos de navio, de trem, de lancha, de guarda de trânsito e de contramestre de veleiro; tábuas especiais para tirar sons de passos leves, pesados, secos e retumbantes; escadas rangentes, facas, espadas, bengalas, rodas de ferro, rodas de madeira que imitam a cantilena dos carros de boi ou o som de um mastro de navio que se quebra; louças, cristais, fichas de jogo, panos de sedas, cascas de coco seco que repro-

duzem ruídos de patas de cavalo; pios para imitar sapos e grilos; ramos secos de coqueiro para dar a idéia de folhagem; folhas de papel celofane dentro de um saco (esfregado com a mão dá a impressão de um incêndio enorme); pregos, serrotes, martelos, campainhas dos mais variados tipos, telefones, além de um conjunto de madeira do qual se tira o som dos soldados de marcha. Há também o guarda-chuva que se abre e fecha dando o som do farfalhar de um grande pássaro; comprimidos efervescentes dentro da água que dão a idéia de milhares de formigas devorando uma pessoa. O som do tiro de revólver sai de uma martelada numa espoleta.⁷¹

Aos 61 anos, 40 deles trabalhando em rádio, o operador de áudio José Aparecido de Oliveira, mais conhecido como Amaral, trabalhou na Rádio Nacional no período em que a emissora se destacava no cenário da radiodifusão brasileira. Foi lá que Amaral conviveu com profissionais de renome. Ele guarda com saudade as recordações dessa época de glamour:

Cheguei na Rádio Nacional na época áurea, em que estavam vivos ainda Saint Clair Lopes, Renato Murce. Trabalhei com muita gente, inclusive com aquele que, hoje, considero um dos maiores gênios do rádio, Lourival Marques. Ele escrevia muito bem. Trabalhei no radioteatro, fazendo radionovela, junto com dois sonoplastas conhecidíssimos no Brasil todo na época, o Jean de Castro e o José Marques, cujo irmão trabalhava aqui na Rádio Globo. Hoje tem uma sala aqui com o nome dele, Chico Marques. Trabalhei na Nacional durante 16 anos. Sonorizei muitas novelas. Também sonorizei os 40 anos da Rádio Nacional. O texto foi escrito pelo José Marques. Foram 40 fitas de uma hora e 20 minutos cada uma.⁷²

Atualmente, Amaral divide seu tempo entre a Rádio Globo e a produtora Cara de Cão, onde trabalha com cinema.⁷³ Com o tempo,

a Rádio Nacional acabou ficando para trás. Ele explicou como sonorizar radionovelas era complicado – mas prazeroso – antes do avanço da tecnologia:

Eu comecei no rádio quando ainda se usava acetato(...). A gente gravava na própria rádio. Era long-play, usávamos a quinta faixa do disco de vinil, por exemplo, criávamos ruídos. Esse é o verdadeiro sonoplasta: com uma folha de zinco faz o relâmpago. Era maravilhoso fazer sonoplastia de radionovelas porque ainda tinha a vantagem do rádio: o ouvinte cria na sua cabeça mais ou menos o que vai acontecer, que ambiente é aquele que ele não vê, cria o carro chegando, parando, saindo. É por conta dele. A maravilha do rádio é isso: o ouvinte até hoje ainda criar o seu próprio ambiente. Quando se fala em sonoplastia, acho que o maior sonoplasta do mundo é Deus. Ele faz a sonoplastia real sem sair do sincronismo. Você não vê um pingo d'água cair no chão e o ruído antes: é junto.⁷⁴

Assim como boa parte dos brasileiros que acompanharam a época mais promissora do rádio brasileiro, Amaral também considera a radionovela mais marcante do rádio. Com uma diferença: como profissional de áudio, prestou atenção nas inovações tecnológicas trazidas por essa e outras produções – fator que o influenciou a deixar o Paraná e procurar trabalho no Rio de Janeiro:

A radionovela que mais me marcou foi *O direito de nascer*, a mais famosa de todas elas, e que tinha, também, uma das sonoplastias mais arrojadas da época, feita por Lourival Faissal – que, além de um ótimo sonoplasta, era compositor. Ele fez uma sonoplastia moderna para *Vinte mil léguas submarinas*, coisa de uns 20 anos para frente. Isso me inspirou, eu queria fazer igual, fazer aquilo que a pessoa fez. Quando eu ouvia *O direito de nascer*, estava em Londrina, ouvia de longe. Não era só isso: tinha *Capitão Atlas*, *Flash Gordon*, *Jerônimo*. A gente ouvia lá do inte-

rior e ficava sonhando em um dia vir para cá e conhecer isso de perto. Anos mais tarde, conheci e tive o prazer de trabalhar com Cauê Filho, o Moleque Saci, Daisy Lucidi, aqueles atores todos.⁷⁵

Em 2001, Mario Lago concedeu um depoimento a então estudante de jornalismo Érica Ribeiro. O saudoso ator, autor e diretor, que contribuiu para engrandecer a história da dramaturgia brasileira no rádio e na TV, conseguiu resumir, em poucas frases, a diferença entre a sonoplastia utilizada em rádio e aquela feita para a TV. Mario Lago, que fez a locução de *O direito de nascer*, conseguiu explicar, com simplicidade, porque o som, nas radionovelas, é tão importante:

Novela de rádio você não pode fazer em silêncio. Na televisão você pode. No rádio não pode, fica um buraco. A sonoplastia cobre.⁷⁶



Foto: Arquivo da Fundação Assis Chateaubriand

Chateaubriand inaugura a Rádio Tupi.

Hora de mudar – Decadência ou progresso?



A TV SERIA O FIM?

O primeiro passo para o fim da época mais gloriosa do rádio brasileiro foi dado, de certa forma, por Assis Chateaubriand. Foi graças ao empresário que, no dia 18 de setembro de 1950, a PRF-3 TV Tupi-Difusora, de São Paulo, começava suas transmissões. Surgia a primeira estação de TV da América Latina.⁷⁷ Ironicamente, o nome do canal reunia os nomes de duas emissoras paulistas dos Diários Associados: Tupi e Difusora. Era a forma encontrada pelo empresário para manter um elo entre o rádio e a TV – quem sabe para dar sorte? De fato, no início, foi difícil para a televisão firmar-se no mercado nacional. Segundo Fernando Morais, quando o canal começou a funcionar, em São Paulo, no dia 18 de setembro de 1950, havia apenas 200 aparelhos na cidade, contrabandeados por Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo.⁷⁸ Fazer TV custava muito caro: um receptor custava Cr\$ 9 mil (nove mil cruzeiros) – o preço de uma boa vitrola.⁷⁹

Apesar das dificuldades iniciais, não é novidade dizer que o surgimento da televisão propiciou mudanças profundas nos hábitos da sociedade brasileira, sendo a mais expressiva delas o fim da era de ouro do veículo e, com isso, a queda de prestígio, de audiência, de faturamento. De fato, ao ser lançada no país, em 1950, a TV relegou o rádio a um segundo plano e revolucionou o terreno da comunicação brasileira. Muitos chegaram a afirmar que o rádio morreria – fato que, até hoje, não se concretizou. O radialista Hélio Tys, em depoimento

registrado no livro *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo*, de Mário Ferraz, reproduzido por Sonia Virgínia em *O rádio no Brasil*, adotava o tom pessimista. Para ele, a morte era uma questão de tempo:

Um golpe definitivo no rádio – o mais sério – aconteceria em 1950, com o advento da televisão. Conjugando som e imagem, o rádio está condenado à extinção pelo novo veículo. Por sorte sua, os receptores ainda são caros, mas as verbas mais ponderáveis vão para a televisão, esvaziam o rádio. O rádio se desfaz dos seus elencos. O rádio se transforma num toca-discos e luta, sem ressonância. Até mesmo as classes menos favorecidas se transformam em televisinhos. Mesmo porque a TV começa onde o rádio termina, importando do rádio seus produtores, cantores, comediantes, artistas. As emissoras que ainda insistem, fazem-no heroicamente. Em cada grande capital, de dez a vinte emissoras lutam por uma diminuta faixa de público, maior de 30 anos, nostálgico ou despreparado e sem lastro econômico. O rádio baixa de nível. A televisão se firma e se confirma.⁸⁰

Apesar das sombrias expectativas de Hélio Tys e outros, o rádio não acabou e, sim, foi, aos poucos, mudando de face até se transformar no veículo de perfil extremamente segmentado da atualidade. Cabe aqui, ressaltar que, se não fosse a migração de profissionais do rádio para a televisão, talvez ela não conseguisse se firmar no cenário da comunicação brasileira. Tanto é que, no início da sua trajetória, a TV captou, além dos profissionais que atuavam em rádio, o segredo do sucesso do veículo. Daí a televisão ter ficado conhecida, em seus primórdios, como o “rádio com imagem”.⁸¹

De fato, a chegada da televisão forçou o rádio a mudar. Para alguns, o veículo, afetado pela concorrência da TV, acabou regredindo. Opinião expressa por Saint Clair Lopes, no livro *Radiodifusão hoje*, publicado em 1970, e reproduzida por Sonia Virgínia Moreira, em *O rádio no Brasil*:

Os programas de radiodifusão sonora, com o advento da TV, sofreram modificações radicais. Poderíamos dizer, sem exagero, que retornamos à origem, isto é, quando a idéia de programa ainda não se fixara na mente dos empresários. O trinômio música, ruído e palavra está sendo substituído pelo binômio música e palavra, com a simplificação dos programas e perecimento dos elencos que atuavam na programação ao vivo e pela concorrência artística e financeira da TV, num mercado ainda limitado, sem elementos categorizados para atender às demandas. O programa de radiodifusão sonora está deixando de ser um tema montado expressivamente sobre palavras, música e ruídos ornamentais (...). Os denominados programas montados transferiram-se para a TV, onde encontraram um vasto campo de expansão, com a vantagem de se fundamentarem numa experiência adquirida durante longos anos em radiodifusão sonora.⁸²

A radioatriz Aldenora Santos também acha que o rádio perdeu parte de sua força com a chegada da televisão. Para ela, um dos principais fatores para isso foi a migração de profissionais. Aldenora explica porque muitos radioatores não foram para a televisão. É o caso dela, que continua brilhando no rádio:

A época de ouro do rádio terminou com o advento da televisão. A imagem. O rádio se apequenou, se encolheu. Os grandes nomes do radioteatro, como Paulo Gracindo e tantos outros, foram para a televisão. Todo o mundo queria ver e não ouvir o Paulo Gracindo. Hoje, a televisão é muito mais imagem do que voz. Você vê que os galãs não têm a voz de um Paulo Gracindo de um Roberto Fayssal, de um Paulo Porto. Antes, você imaginava as grandes estrelas como, por exemplo, a Isis de Oliveira, uma das vozes mais belas do rádio. Ela já era uma senhora e fazia papel de mocinha, juvenzinha. Muitos do radioteatro não foram, não puderam ou não quiseram ir para a TV justamente porque a imagem não correspondia à expectativa do público. A imagem é muito mais forte, mas o rádio não morreu e não morre.⁸³

Para Sonia Virgínia Moreira, foi a partir da metade da década de 50 que o rádio brasileiro começou a reformular seu perfil. Impulsionado pela perda de público para a televisão, o veículo precisava continuar sobrevivendo. Foi então que começou a ser delineada a função pela qual, até hoje, ele é conhecido: a de companheiro.⁸⁴

Em 1955, rádio e TV ainda concorriam de igual para igual. Segundo Octavio Augusto Vampré, a TV Rio, fundada naquele ano, teve dificuldades em montar sua programação. A Rádio Nacional e a TV Tupi tinham contratos de exclusividade com os maiores artistas da época – a força do rádio de um lado e o desenvolvimento da televisão de outro.⁸⁵

A fórmula do rádio de espetáculo começava a se esgotar. José Ramos Tinhorão cita um exemplo emblemático: a comemoração dos dez anos do *Programa César de Alencar*, no dia 11 de junho de 1955, no Maracanãzinho. Para ele, aquele foi “o último momento de afirmação popular nas relações do rádio com seus ouvintes”⁸⁶:

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 parades* – estava surgindo a era do *rock 'n roll* –, 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 econômico-culturais da nova era de integração no universo do consumo internacional do que na pobre realidade brasileira.⁸⁷

Com a fase de mudanças iniciada no rádio brasileiro após o advento da televisão no país, a Rádio Nacional foi, aos poucos, perdendo espaço. Dóris Haussen cita alguns fatores que ajudam a explicar a fase de dificuldades que teve início na emissora:

- a rotatividade de diretores após o apogeu da emissora na primeira metade dos anos 50, período em que foi dirigida por Victor Costa;
- a diminuição das verbas publicitárias, um reflexo do deslocamento de anunciantes para a televisão;
- a repetição dos mesmos tipos de programas;
- a demissão de radialistas após o golpe de 1964.⁸⁸

Daisy Lucidi acrescenta que o radioteatro na emissora acabou por volta de 1964. Tempos depois, conta a radioatriz, tentou revivê-lo, dirigindo reprises de grandes produções. A equipe chegou a contar com atores como Claudio Cavalcanti e Paulo Gracindo. O projeto, no entanto, não deu certo. “Depois chegou a época da Radiobrás, o negócio ficou meio complicado”, explica Daisy.⁸⁹ Na avaliação dela, a TV estava em alta e o rádio acabou relegado a segundo plano – pelo público e pelos anunciantes:

A Rádio Nacional perdeu o glamour, não tinha mais *casting*, não tinha mais radioteatro, não tinha mais nada! Até porque a TV estava em cima, era o invento do século. Os grandes anunciantes passaram para a televisão e não tinha mais patrocínio para fazer aquele tipo de programação. O rádio teve que se adaptar, fazendo informativos, música, esportes, jornalismo, prestação de serviços. O rádio mudou: não tem mais *broadcasting*, não tem mais programa montado, não tem mais produtores – cada um produz o seu programa. Ficou muito difícil. Se você é um grande anunciante, vai anunciar na TV e não no rádio. O rádio ficou sendo mesmo esporte – música – notícia.⁹⁰

Sergio Cabral revela como ninguém – em reportagem já citada no presente trabalho – de que forma a Rádio Nacional havia mudado. A outrora gloriosa emissora, considerada a mais importante do país, entrava em fase de profunda decadência. No relato que segue, o exem-

plo talvez mais emblemático do fim da época de ouro do rádio brasileiro. Imagem chocante para alguns – especialmente os saudosistas – e realista para outros, a reportagem da revista *Realidade* narra o sepultamento do rádio espetáculo. Chegava a hora de mudar.

Abril de 1972. Paulo Tapajós, ainda diretor musical da Nacional, entra no banheiro da emissora e vê centenas de embrulhos amontoados uns sobre os outros. Naquele dia, consultara o Boletim do Ibope e verificara que está difícil para a rádio subir do quarto lugar em que está colocada há muitos anos: longe, muito longe da Globo, primeira colocada, e não faz qualquer ameaça à Tupi, segundo lugar, ou à Mundial, terceiro. Fala-se até em fechamento da Nacional, enquanto os funcionários mais antigos tratam da aposentadoria. Nem mesmo as obras e o serviço de limpeza dão ânimo ao pessoal. Desapareceram as teias de aranha, as rachaduras na parede, mas os ouvintes se esqueceram dos programas da Nacional.

Tapajós, há mais de 30 anos trabalhando na mesma emissora, mete o dedo num dos embrulhos e rasga o papel. Olha e vê que dentro deles há discos de acetato. Sendo diretor musical da rádio, quer saber que discos são aqueles. E viu: gravações dos programas *Gente Que Brilha*, *Tancredo e Trancado*, *A Hora do Pato*, *Festivais GE*, *Programa César de Alencar* e outros, jogados num canto do banheiro, respingados de urina.⁹¹

RENASCIMENTO COM O TRANSISTOR

Com o fim do rádio como principal veículo de entretenimento massivo, a busca de novos horizontes fez-se necessária. Aos poucos, o jornalismo, as transmissões esportivas, os serviços e a música gravada foram ganhando espaço no rádio brasileiro. Ao mesmo tempo em que era esboçado um novo perfil da radiodifusão, o avanço da tec-

nologia – mais precisamente, a invenção do transistor – ajudou o rádio a não naufragar. No final da década de 50, os rádios a transistor começaram a chegar ao Brasil. Na década seguinte, segundo João Mello, eles se popularizariam:

O rádio a transistor começou a se tornar conhecido no Brasil no final dos anos 50, quando a indústria brasileira iniciou a produção em território nacional. Antes disso, somente a burguesia possuía recursos para tal. Porém, ele só atingiu seu apogeu em meados da década de 60, devido às transmissões dos jogos da Copa do Mundo de Futebol, em 1962 e 1966. Vale lembrar que, na década de 50 e meados dos anos 60, poucas famílias possuíam aparelhos de televisão.⁹²

Segundo Carlo Sartori e Enrico Grazzini, o avanço da tecnologia trouxe, a reboque, mudanças no comportamento da sociedade brasileira. O rádio saía da sala de estar e passava, definitivamente, a acompanhar os ouvintes:

Fortalecido com este salto tecnológico, o rádio reagiu com extrema elasticidade ao predomínio televisivo, transformando-se de meio de atenta audiência familiar para meio de distraída audiência individual, um meio de comunicação ao alcance de qualquer pessoa, que pode ser levado para qualquer lugar, em viagem, no carro, no trabalho.⁹³

O operador de áudio José Aparecido de Oliveira, o Amaral, da Rádio Globo AM, do Rio de Janeiro, também credits ao transistor o renascimento do rádio brasileiro:

O rádio ressuscitou com o transistor. A salvação foi o rádio portátil. Hoje, a internet é mais precisa que o rádio, em termos de jornalismo. O rádio portátil veio mostrar que o rádio não tinha

morrido e podia caminhar em qualquer lugar. Se você for pescar, não vai levar uma televisão para a pescaria.⁹⁴

Após o surgimento do transistor, as mudanças continuaram a ocorrer no rádio brasileiro. Em 27 de novembro de 1962, é fundada a Abert – Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão. Ao longo dos anos 70, surgem as primeiras emissoras voltadas para a transmissão da chamada música ambiente, seguindo os padrões norte-americanos. A segmentação chega na segunda metade da década. As emissoras de amplitude modulada concentram suas programações no jornalismo, no esporte e na prestação de serviços; as FMs investem em música. A divisão de ouvintes consolida-se na década de 80. O rádio, mesmo sem o glamour das décadas de 40 e 50, consegue reposicionar-se no mercado nacional.⁹⁵

Em março de 1982, a radiodifusão brasileira entra na era das redes via satélite. Na época, a Rádio Bandeirantes AM, de São Paulo, começava a gerar seu jornal *Primeira Hora*. Na década de 90, surgem várias redes nacionais e regionais. Em 26 de dezembro de 1996, é publicada no Diário Oficial a nova legislação para o setor, terminando com o critério político na distribuição dos canais de radiodifusão, substituído pela licitação pública.⁹⁶ O rádio brasileiro avança. O tempo das radionovelas parece, definitivamente, ter ficado para trás.

Novos rumos, velhas fórmulas



Sem que o ouvinte perceba, o radioteatro continua presente no seu cotidiano – na publicidade, por exemplo.⁹⁷ Algumas emissoras investem em radionovelas e conseguem obter bons resultados com isso. É o caso das Rádios Tupi e Globo, do Rio de Janeiro. A primeira leva ao ar, há mais de 40 anos, o programa *Patrulha da Cidade*, cujo noticiário policial dramatizado por uma equipe de radioatores atrai o público e garante bons números no Ibope.⁹⁸ A segunda, com o *Você Decide*, veiculado no *Show do Antonio Carlos*, obtém picos de audiência no horário da atração, que também conta com uma equipe de radioatores.⁹⁹

A liderança das Rádios Tupi e Globo em audiência de AM no Rio de Janeiro foi tema de reportagem da revista *Época*, em janeiro de 2001. Na matéria, intitulada “O Ibope da Nostalgia”, a jornalista Cilene Guedes conta como os programas inspirados nas radionovelas da década de 40 conseguem liderar a audiência nas emissoras cariocas. O fenômeno, segundo ela, não se restringe às tradicionais emissoras AM, mas, também, é verificado nas rádios FM:

Os dramas de amor deram lugar a casos de polícia. Os efeitos sonoros têm origem em fitas pré-gravadas e não mais em serrotes sacudidos no ar. Lima Duarte e Paulo Gracindo – alguns dos atores que se celebrizaram no gênero – cederam espaço a nomes desconhecidos. Mas a radiodramaturgia está em alta no Rio de Janeiro. Programas que lembram as radionovelas – sucesso dos anos 40 – brigam pelo primeiro lugar de audiência nas rádios cariocas.

Na faixa AM, a liderança no disputado horário do meio-dia é do *Patrulha da Cidade*, comandado por Coelho Lima, na Rádio Tupi. Crimes e fatos curiosos da cidade são dramatizados com alguns palavrões e muita pilhéria dos locutores. No mesmo horário, a Rádio Globo elevou a audiência com *Você Decide Verdade*, conduzido por Antônio Carlos. É uma adaptação radiofônica do programa de TV *Você Decide*, com histórias extraídas do noticiário. Na faixa FM, o destaque é a *Melodia FM*, cujos folhetins têm cunho religioso. Com o programa no ar desde março do ano passado, às 13 e às 20 horas, a emissora alterna-se na liderança com a antes imbatível 98 FM, exclusivamente musical. As primeiras radionovelas brasileiras – *A predestinada* e *Em busca da felicidade* – foram ao ar em 1941. Inspirada nos sucessos do passado, a radioatriz Simone Molina sonha: “Quero atuar na TV”. Deseja repetir o salto dado por antigos astros do rádio brasileiro.¹⁰⁰

Consideradas algumas modificações ocorridas após a publicação da reportagem – o *Você Decide Verdade*, por exemplo, que era veiculado pela Rádio Globo de segunda a sábado, no mesmo horário em que a *Patrulha da Cidade* vai ao ar pela Tupi, acabou substituído pelo atual *Você Decide*, veiculado aos sábados, durante o *Show do Antonio Carlos* – o formato do radioteatro continua sendo utilizado com sucesso pelas duas emissoras de rádio do Rio de Janeiro.¹⁰¹

É claro que existem diferenças entre os dois programas e, por extensão, em relação às radionovelas transmitidas na época de ouro do rádio brasileiro. A começar pela linguagem. Se, por um por lado, novelas como *Em busca da felicidade* e *O direito de nascer* utilizavam uma linguagem rebuscada, produções atuais, como *Patrulha da Cidade* e *Você Decide* mostram um linguajar informal, mais descontraído. O radialista David Rangel, que, ao lado de Coelho Lima, apresenta a *Patrulha da Cidade*, explica como são construídos os textos da *Patrulha*:

Eu e o Jorge Miguel, que escrevemos o programa, pegamos uma notícia e conseguimos, de imediato, visualizar um personagem,

o texto da *Patrulha*. Por exemplo: “Fulano de tal foi preso em uma boca-de-fumo no Complexo da Maré [conjunto de favelas que fica na Zona Norte do Rio de Janeiro]. Ao ser preso, ele disse que não tinha nada a ver com o tráfico de drogas”. O texto fica assim: “Muquirana metido a malandro é encontrado com uma porrada de trouxinhas de maconha. Fulano de tal, que gastava sola de sapato na Maré, dizia que não tinha nada a ver com o movimento. Mas, a polícia tava de butuca há muito tempo”. E por aí vai. É uma linguagem extremamente popular.¹⁰²

A radioatriz Wania Rocha que, antes de trabalhar no *Você Decide*, integrou, durante três anos a equipe da *Patrulha*, afirma que existem diferenças importantes entre os dois programas – de linguagem e, também, em relação à proposta de cada um deles. Apesar de ser atriz profissional e estar acostumada a lidar com vários personagens – ela é formada pela Universidade do Rio de Janeiro (Uni-Rio) – Wania disse que precisou parar de trabalhar no programa da Tupi por razões pessoais. Mesmo assim, ela considera a *Patrulha* uma verdadeira escola de radioteatro:

Existem muitas diferenças. Primeiro, a improvisação. Na *Patrulha*, em várias ocasiões, dava tudo errado. Você tinha que ter jogo de cintura, o que acaba te dando mais mobilidade. Aqui (no *Você Decide*) não, quando dá errado, a gente grava de novo, fica uma coisa mais fria. Em relação à temática, à ideologia do programa, é outra coisa. Por isso, saí de lá. Acho que é um programa que banaliza a violência, fui até um certo ponto, depois não agüentei mais. Paralelamente, a violência foi crescendo, você vai acompanhando isso. Cheguei em um ponto que achava que, se entrasse em um ônibus, ia ser assaltada, estava com mania de perseguição. Aquilo começou a mexer comigo.¹⁰³

O radioator Maurício Pereira Ribeiro, 34 anos, o Mauricio Manfrini, que integra o elenco da *Patrulha da Cidade* há oito anos,

discorda de Wania. Na opinião dele, apesar de – e talvez por – o programa levar ao ar notícias sobre violência, sempre com muito humor, o ouvinte acaba aprendendo com a *Patrulha*:

O ouvinte ri, inicialmente, depois reflete sobre aquilo que foi ao ar: o seqüestro, as vias públicas. As linhas Vermelha e Amarela, por exemplo. O cara fica ligado, muitas pessoas me encontram e dizem que não passam mais pela Linha Vermelha. Dizem: “Vocês dão notícia todo dia de violência na Linha Vermelha, na Linha Amarela. Eu não passo mais por lá, anoiteceu, eu venho pela Avenida Brasil”. São notícias de violência passadas com humor. A melhor maneira de você passar uma informação é com humor. O humor primeiro faz rir, depois faz pensar. As melhores propagandas são aquelas feitas com humor. O cara presta atenção e depois não esquece mais aquilo.¹⁰⁴

Ao contrário do que aconteceu com o *Você Decide*, que acabou mudando de nome e formato, a *Patrulha da Cidade* mantém praticamente a mesma estrutura desde que estreou na Tupi – com sucesso. A principal diferença está na forma de levar o programa ao ar – a redação, as facilidades em fazer a sonoplastia, entre outros fatores. É o que relata David Rangel:

Sempre foi esse formato, criado pelo Afonso Soares no dia 2 de fevereiro de 1960, quando estreou a *Patrulha*. É claro que hoje tem uma modernização, tem uma agilidade maior. Hoje, a sonoplastia não é mais feita como antigamente, na mão, com acetato, como fazia o Salvador Aiello. Hoje, você compra um CD com 500 efeitos. É muito mais fácil, mas também é preciso agilidade e rapidez de raciocínio. Acho que uma das peças fundamentais do programa é o Zé Maria, é um sonoplasta agilíssimo, embora não pareça (o David costuma brincar durante o programa, chamando o Zé de sonoplasta sonolento). Falando em termos de percentual, o sonoplasta é responsável por 33% do sucesso do

programa; o redator Jorge Miguel é responsável por 33%, e a atuação dos radioatores por outros 33%. A apresentação é importante? É, mas o pessoal quer ouvir mesmo a atuação.¹⁰⁵

Para o redator do programa, Jorge Miguel, o segredo do sucesso da *Patrulha* é justamente a linguagem popular, que aproxima o produto do público. Jorge afirma que a espinha dorsal do programa é praticamente a mesma, mas, admite, mudanças foram implementadas na *Patrulha*:

É claro que a estrutura do programa vai se alterando ao longo dos anos. O produto não pode ficar estático, ele vai se transformando. Por exemplo, a abertura do programa era toda mancheteada, isso foi mudado. Embora a gente brinque muito com a violência, o programa tem certos escrúpulos. Não se mexe com a violência contra a mulher, contra o idoso. Um assalto sem vítima, você brinca. O programa também usa muitos adjetivos. O ladrão é pilantra, xexelento. A terminologia utilizada é a do malandro carioca, das comunidades. E qual é a metodologia? Apuração do jornalismo, 24 horas, eu passo por aqui pela manhã [na redação da Rádio Tupi], pegando tudo que acontece de madrugada. Até o horário do programa, vou filtrando as notícias.

A *Patrulha* tem uma peculiaridade: às vezes, uma briga de casal é uma grande notícia, por causa do público para o qual estamos voltados. Segundo o Ibope, o programa atinge todas as classes. É impressionante, mas, claro que o carro-chefe são as classes C, D e E. O programa tem um perfil com ouvintes de 14, 15 anos e, também, com mais de 60 anos – que é uma característica, também, do rádio AM. E é um dos programas mais emblemáticos do rádio AM. Tem 43 anos no ar e continua agradando, enfrentando várias mudanças, como agrada a imprensa popular no mundo inteiro. Esse não é um fenômeno que ocorre só na *Patrulha*. Se você for à Inglaterra, os jornais populares também agradam, a chamada imprensa sensacionalista.¹⁰⁶

Mauricio Manfrini acha que a *Patrulha* mantém a liderança e consegue satisfazer o gosto do público há quase meio século por manter a idéia original do programa e, ao mesmo tempo, trazer novidades na forma de levá-lo ao ar. Para ele, a *Patrulha* sofre modificações de acordo com as mudanças da própria sociedade:

A Patrulha da Cidade é a mesma, há 43 anos, mas sempre vem com uma novidade, um quadro diferente, o linguajar diferente, acompanhando o que as pessoas falam nas ruas. Além disso, o programa é ao vivo, um programa de improviso, basicamente, em que acontecem coisas inesperadas. A gente usa muito trocadilho, brinca muito, um interrompe o outro, tem muito caco. O público não está ouvindo todos os dias a mesma coisa. A espinha dorsal é a mesma: notícias policiais narradas e interpretadas pelo radioteatro, mas com novidades, com vozes diferentes. A Cordélia Santos fazendo uma prostituta, a Simone Molina fazendo uma homossexual, o Maurício Manfrini fazendo um também, e por aí vai.¹⁰⁷

Segundo o redator da *Patrulha*, Jorge Miguel, o radioteatro foi introduzido no programa por Nelson Batinga:

Qual foi a idéia do Babá? O jornal tem o grande recurso da fotografia. Ele quis criar a fotografia no rádio, o diálogo. Mostrar como a notícia aconteceu. Como é que a gente faz hoje? Em cima do fato real, você transforma a realidade em ficção para mostrar ao ouvinte como ocorreu aquele crime, aquela briga. Essa é a base. Até hoje se trabalha assim. O Babá e o Afonso Soares criaram coisas espetaculares.¹⁰⁸

Na prática, o trabalho de Jorge Miguel, assim como o de profissionais de todas as áreas, ficou mais fácil após a chegada do computador.¹⁰⁹ Já o operador de áudio Salvador Aiello, que foi sonoplasta da *Patrulha* durante 28 anos, conta como era feito o programa e faz uma comparação com o trabalho atual:

Antigamente não era como agora, quando existem equipamentos sofisticados, como o *minidisc* (MD), o CD – era acetato e disco. Quando aparecia um disco policial, os operadores guardavam porque era um detalhe raro. As gravações iam para o ar com fita cassete. Era um sacrifício, mas a gente fazia. Usávamos um disco grande para o prefixo. Depois, a rádio colocou um prato do outro lado. Os discos eram usados todos os dias e acabavam furando. Muito tempo depois, vieram os cartuchos, que eram mais modernos, há uns 15 ou 20 anos. Hoje um CD vem com 90 ruídos, antigamente eu tinha que fazê-los com a boca. Muitos foram gravados em cartucho, o que facilitou. Você tinha que achar o trecho exato do disco e, para facilitar, marcava com lápis amarelo, que não arranhava. As agulhas estragavam os discos. Hoje é diferente.¹¹⁰

Se, por um lado, a falta de recursos obrigava profissionais como Aiello a se superarem, as facilidades da tecnologia fazem com que o trabalho dos operadores de áudio, atualmente, seja mais simples. O que, no entanto, não significa que eles sejam menos capacitados para a função a que se dedicam. O atual operador de áudio da *Patrulha*, José Maria Almeida da Silva, 34 anos, o Zé Maria, que ocupa o cargo há cerca de oito anos, passou por dois momentos distintos durante o programa. No início, segundo ele, somente cartuchos eram utilizados. Atualmente, Zé conta com a tecnologia para a sonorização. Mas ainda utiliza sons gravados por outros operadores – uma interessante mistura do antigo com o novo:

Cada operador que assumia o programa gravava. Tem som de xícara, copo batendo. Agora, na era do CD, já tem o som gravado. A gente usa o *touch screen* (um programa de computador em que o operador toca a tela do computador). Ficou bem mais fácil. Antes, a gente ficava cheio de braço, *pra* lá, *pra* cá.¹¹¹

Quando entrou no programa, Zé precisou desenvolver uma estratégia para não fazer confusão na hora de pegar os cartuchos: ao arrumá-los, colocava-os sempre na mesma ordem. Os mais utilizados para sonorizar a *Patrulha* ficavam mais perto e os menos utilizados, a uma distância maior. O problema era quando ele entrava de férias. Na volta, precisava arrumar tudo de novo.¹¹² Ele acha que, na era do cartucho, o operador de áudio precisava ficar mais atento e ter, de fato, muito talento para acumular experiência. E acredita ter sido um privilégio poder ter passado por duas fases distintas durante sua carreira:

A gente tem que evoluir. Sou a favor da evolução. Por outro lado, foi muito importante, para mim, ter entrado na época do cartucho. Ajudou a construir a minha carreira, a me dar humildade. Uma vez, passei por uma situação estressante. A gente começou a ficar dependente do computador. Precisava montar uma chamada cheia de efeitos. No meio do trabalho, o computador pifou. Fiquei desesperado. Precisei editar tudo no fitão. Se eu não tivesse experiência com a fita... com a experiência que eu tinha com a fita, passei dificuldade, imagina se eu não tivesse. Você fica condicionado ao computador, que facilita bastante a sua vida.¹¹³

Conclusão: a aposta no rádio



Após sucessivas mudanças de perfil, a discussão sobre o futuro da radiodifusão no país, nos primeiros anos do século XXI, gira em torno da implantação do rádio digital. Enquanto esse avanço tecnológico não é posto em prática, o rádio brasileiro prossegue em sua trajetória. Em 1979, o radialista Antonio Figueiredo mostrava, em um simpósio na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), as vantagens do rádio sobre a TV. Apesar de mais de duas décadas já terem transcorrido após o seminário, muitas afirmações ditas pelo radialista naquela época continuam válidas até hoje. A principal delas: o imediatismo.

A função primordial do rádio é informar. A televisão está 12 horas atrasada em relação ao rádio. O rádio é o único veículo que dá agora a notícia que você vai ler amanhã, e a TV vai apresentar no fim da noite.¹¹⁴

É claro que, após a Guerra do Golfo, em 1991, transmitida *on line* pela rede CNN, dos Estados Unidos, muita coisa mudaria em se tratando de coberturas jornalísticas feitas por emissoras de TV. O advento e consolidação da internet e as transmissões feitas por emissoras de TV na Guerra do Iraque, em 2003, são provas disso. No entanto, mesmo após tantas mudanças e avanços tecnológicos, o rádio – em vez de morrer – continua ocupando um espaço primordial entre os meios de comunicação de massa.¹¹⁵ Muitas vezes, utilizando-se, para isso, de algumas antigas fórmulas. Como foi mostrado neste breve

estudo sobre a trajetória da radiodifusão no país, a radionovela é uma dessas fórmulas.¹¹⁶ Fórmula que, claro, foi reeditada. Mas, para muitos, restou a saudade das antigas radionovelas. Será que elas poderiam voltar a ser veiculadas no rádio produzido atualmente no Brasil? Muita gente acredita que sim. É o caso do operador de áudio da Rádio Tupi, Salvador Aiello:

Ela [a radionovela] ia ter seus fãs, seus adeptos. Sinto falta. Foi ali que aprendi. Nós tínhamos aqui uma mesa com, de um lado, três pratos. Facilitava muito, você podia usar três ruídos. Tinha um operador especial só para abrir o microfone dos atores. O ruído da porta abrindo era autêntico. Tinha o detalhe do cavalo trotando, em que eram utilizadas duas metades de um coco em um pouco de areia. O contra-regra, antigamente, fazia isso. O operador botava o relincho do cavalo. Ficava autêntico, ficava igual. Era mais emocionante. Hoje é mais mecânico e mais fácil de fazer. Hoje, as promoções da rádio estão todas em computador, no MD. Eu cortava no acetato. Depois, o rádio foi se modernizando. No entanto, a televisão não conseguiu derrubar o rádio nem vai derrubar.¹¹⁷

A produtora do programa *Show do Antonio Carlos*, da Rádio Globo, Carla de Luca, concorda:

Muitos ouvintes falam que morrem de saudade da época das radionovelas. O rádio tem em todo lugar – tem gente, em alguns lugares do interior do país, que não tem televisão. Mas o *radinho* chega em qualquer lugar. Você usa sua criatividade, você participa, tem liberdade. Muita gente elogia o *Você Decide* por causa disso. Tem gente que escreve pedindo para que o quadro seja diário ou dizendo que tínhamos que ir para a TV. O nosso público quer ouvir algo mais, como as novelas. É a dona-de-casa, que gosta dessas coisas, não é aquele jovenzinho que quer ouvir pagode. Eu acho que teria condições, sim. Mas muita gente não quer...¹¹⁸

Mauricio Manfrini, da *Patrulha da Cidade*, acredita que haveria espaço para a produção de radionovelas. Na avaliação do ator, no entanto, os custos seriam muito elevados. A solução seria recorrer a bons patrocinadores:

Tem espaço, teria audiência, tanto na Rádio Tupi quanto na Rádio Globo, que são emissoras de projeção. O que torna isso inviável é o custo. Para fazer uma radionovela, você iria precisar de alguns autores, radioatores. O custo fica alto. Seria preciso um ou vários patrocinadores para cobrir os custos. Por exemplo, na *Patrulha*, são seis apresentando o programa, sendo quatro radioatores. Às vezes, fica apertado. A rádio tem que conseguir muitos patrocinadores. Imagine em uma radionovela, em que seria preciso contratar uns 15 atores. Teria espaço por causa do trabalho, ia ser um resgate.¹¹⁹

Wania Rocha tem opinião semelhante. A atriz já tentou levar à frente alguns projetos, mas esbarrou na questão econômica:

Mostrei algumas idéias, mas, sempre que conversava sobre o assunto, esbarrava na questão dos custos, do patrocínio. Dizem que, na Alemanha, até hoje a radionovela tem uma importância muito grande. Eu acho que o rádio ainda consegue chegar nas pessoas de uma forma eficiente. A dona-de-casa, por exemplo, está ali, fazendo seus afazeres. Nada impede que ela preste atenção em uma história. É diferente da TV, que ela tem que parar para ver. Acho que poderia haver mais investimentos. Acho que até vai voltar. O Gracindo Júnior está há alguns anos com essa idéia. No meu caso, não fui adiante, porque comecei a trabalhar como radioatriz. É preciso mais do que os radioatores. Tem que ter um bom redator, condições de trabalho. Cheguei a procurar a Rádio Catedral, mas lá eles me disseram que não teriam estúdio. Você acaba sempre esbarrando na questão econômica, essa que é a verdade. Adoraria que voltasse aquela época gloriosa do rádio, seria mercado de trabalho para tanta gente...¹²⁰

A radioatriz e apresentadora Daisy Lucidi também acha que o principal empecilho para a volta das radionovelas são os custos:

O radioteatro é muito caro. Você tem que ter atores, pagar direito autoral, ver o novelista, o *casting*, a sonorização. Não é uma coisa barata e não é fácil de fazer. Fazer radioteatro hoje, nos moldes do que se fazia, é difícil.¹²¹

Já a radioatriz Aldenora Santos é mais otimista – e chega a dar sugestões para a retomada da produção de radionovelas:

Acho que tem espaço para a radionovela, principalmente durante o dia, um horário em que a TV não veicula novela, só passa reprises, no caso da TV Globo. No horário da manhã talvez não desse certo, é muito dinâmico. Mas, ao meio-dia, por exemplo, como tinha aqui na Rádio Globo, o programa *A Vida É Assim*, o grande teatro de meia hora. Acho que entre meio-dia e duas da tarde daria para colocar uma novela. A dona-de-casa já fez o almoço, está lavando a louça. Não naqueles moldes, com mais de cem capítulos. O ideal seria fazer umas mininovelas, com duração de uma semana. As pessoas hoje estão muito mais objetivas e muito mais impacientes. Seria o caso de uma novelinha, de segunda a sexta. Seria mais viável.¹²²

A radioatriz e dubladora Juraciara Diacovo acredita que a iniciativa seria lucrativa:

Quem fizer isso primeiro vai ficar rico. Tenho certeza. Tem muita gente que sente falta. Uma coisa é ter uma TV na cozinha, outra coisa é ter um rádio ligado na cozinha. Mas, se uma emissora que pretenda fazer uma programação nova quiser fazer novela, vai ter que investir. Assim como a TV Globo investe em seus atores. Primeiro tem que investir, e não fazer o caminho inverso. Também temos que acabar com esse estigma de que ator de

rádio ganha pouco. É preciso, também, ser competente e entender do riscado. Se não for assim, não adianta. O povo está com imagens na cabeça.¹²³

Se as radionovelas voltarão a ser veiculadas nas emissoras brasileiras, ninguém sabe ao certo. Mas, divergências à parte, o uso da dramatização – esse formato para muitos ultrapassado, para outros, moderno – escondido, na maioria das vezes, sob outras roupagens, demonstra que, apesar das apostas contrárias, o rádio sobrevive da mesma forma: mudando sempre e, ao mesmo tempo, permanecendo o mesmo – ágil, dinâmico, companheiro, eterno. Alguém duvida?

Minha aposta é que o rádio assim definido – um meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real – vai continuar existindo, na era da internet e até depois dela, e vai ser aperfeiçoado pelas novas tecnologias que estão por aí e ainda por vir, sem deixar de ser o que é. E não faço esta aposta apenas por ser um radioapaixonado, como quase todos os que trabalham com o meio, mas também por constatar que a utilidade desse tipo de serviço não está e nem será superada tão cedo em nossa civilização. Cada vez mais, as pessoas vão precisar ser informadas em tempo real a respeito do que está acontecendo, no lugar em que se encontrem, sem paralisar as suas demais atividades ou monopolizar a sua atenção para receber esta informação. Ou, atualizando o que observou o publicitário Bob Schulberg (1989), se o rádio tivesse sido inventado depois da internet [ele falou depois da TV], as pessoas iriam dizer: “que maravilhoso é o rádio: é como a internet, só que não precisa nem olhar”.¹²⁴

Bibliografia



Livros

CABRAL, Sérgio. *A MPB na era do rádio*. 2. ed. São Paulo: Moderna, 1996.

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. *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.

GIOVANNINI, Giovanni (org.). *Evolução na comunicação: do sílex ao silício*. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

GOLDFEDER, Miriam. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

GRAMSCI, Antônio. *Os intelectuais e a organização da cultura*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1968.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. *Rádio e política: tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

HOLANDA, Aurélio Buarque de. *Novo Aurélio Século XXI*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

MADRID, André Casquel. *Aspectos da telerrádiodifusão brasileira*. São Paulo: ECA/USP, 1972. Tese (doutoramento).

MIRANDA, Orlando. *A era do rádio*. In: *Nosso Século*, Abril Cultural, nº 17, p. 72.

MORAIS, Fernando. *Chatô, o rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

MURCE, Renato. *Bastidores do rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje*. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

ORTIZ, Renato. *Telenovela: história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ORTRIWANO, Gisela Svetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. 3.ed. São Paulo: Summus, 1985.

RIBEIRO, Érica. *As radionovelas no Brasil*. Rio de Janeiro: FCS/UVA, 2001. Projeto experimental.

SAROLDI, Luiz Carlos, MOREIRA, Sonia Virginia Moreira. *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Martins Fontes/Funarte, 1988.

TAVARES, Reynaldo. *Histórias que o rádio não contou*. São Paulo: Negócio, 1997.

TINHORÃO, José Ramos. *Música popular, do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo: Ática, 1981.

VAMPRE, Octavio Augusto. *Raízes e evolução do rádio e da televisão*. Porto Alegre: Feplam/RBS, 1979.

Artigos de periódicos

MIRANDA, Oswaldo. “Meio milhão de faturamento publicitário em vinte anos!” *Radiolândia*, Rio de Janeiro: Rio Gráfica e Editora, 29 set. 1956.

SIDNEY, Eduardo. “A correspondência da Rádio Nacional”. *Radiolândia*, Rio de Janeiro: Rio Gráfica e Editora, 29 set. 1956.

Artigos on line

ANDRADE, Antonio de. Memória do rádio e da radionovela. Fundação Pró-Memória de São Caetano do Sul. [Online].

Disponível: <http://geocities.yahoo.com.br/memorialdatv/radio.htm>. [8 fev. 2004].

BRITTOS, Valério. Por que não aconteceu aqui: o rádio em 1938 no Brasil. Universidade do Vale dos Sinos (UniSinos). Biblioteca on line de ciências da comunicação. [Online]. Disponível: <http://bocc.ubi.pt/pag/brittos-valerio-radio-brasil-1938.html> [10 fev. 2004].

CABRAL, Sérgio. A Rádio Nacional, lembra-se? [Online]. *Realidade*, São Paulo, ano 7, n. 75. p. 96-104, jun. 1972. Disponível: <http://www.preserveoam.hpg.ig.com.br/nacional.htm>. [10 fev. 2004].

GUEDES, Cilene. O ibope da nostalgia: programas inspirados nas radionovelas da década de 40 lideram a audiência nas emissoras cariocas. Revista *Época*, São Paulo: Globo, 15 jan. 2001, p. 101. [Online]. Disponível:

<http://epoca.globo.com/edic/20010115/cult4a.htm> . [18 fev. 2004].

MEDITSCH, Eduardo. Radioteatro I. Universidade Federal de Santa Catarina. [Online]. Disponível: <http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/md-radioteatro.html>. [18 fev. 2004].

_____. O ensino do radiojornalismo em tempos de internet. 2001. [Online]. Disponível:

<http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/meditsch-radiointernet.html>. [8 fev. 2004].

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A invasão dos marcianos: *A Guerra dos Mundos* que o rádio venceu. Especialistas brasileiros analisam o programa que mais marcou a História da mídia no Século XX.

Instituto Gutenberg. Boletim nº 24. Série eletrônica. Jan. 99.

Disponível: <http://www.igutenberg.org/guerra124.html>. [18 fev. 2004].

Brasil 500 Anos. Globo: do improvisado à superprodução. Tribuna do Norte. Cadernos Especiais. Fascículo 14. [Online].

Disponível: http://www.tribunadonorte.com.br/especial/br500/f14_n5.htm [8 fev. 2004].

Janela Mágica. Memórias da Televisão Brasileira. Novela, a cara do Brasil. [Online]. Disponível: <http://institucional.dana.com.br/cultura/janelamagica/pgs/projeto.htm>. [8 fev. 2004].

Mundo das novelas. O Rádio em Revista. [Online]. Disponível: <http://www.mundodasnovelas.hpg.ig.com.br/revistas.htm>. [10 fev. 2004].

Radioclaret. Produções recentes em São Paulo. [Online]. Disponível: <http://www.radioclaret.com.br/port/frame.htm> . [8 fev. 2004].

_____. *Em busca da felicidade: 50 anos depois*. [Online] Disponível: <http://www.radioclaret.com.br/port/frame.htm>. . [8 fev. 2004].

Vozes do Rádio. Entrevista gravada nos estúdios da Famecos /PUCRS [Online] Maio. 2001. Disponível: <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/roque.html>. [8 fev. 2004].

Arquivos de som e imagem

BRITISH BROADCASTING CORPORATION. O rádio no Brasil. Londres: Serviço Brasileiro da BBC, 1988. Série de 10 programas.

Entrevistas

DIACOVO, Juraciara. Atriz, radioatriz e dubladora profissional. Em 22 de março de 2004.

ESPINOZA, Luis Eduardo. Ator, radioator e dublador profissional. Integra o elenco do *Você Decide*, veiculado no *Show do Antonio Carlos*. Rádio Globo AM, do Rio de Janeiro. Em 4 de março de 2004.

FREITAS, Jorge Miguel Morais. Jornalista, radialista, redator da *Patrulha da Cidade*, veiculada pela Rádio Tupi AM, do Rio de Janeiro. Em 2 de março de 2004.

LUCA, Carla de. Produtora do *Show do Antonio Carlos*. Rádio Globo AM, do Rio de Janeiro. Em 2 de março de 2004.

LUCIDI, Daisy. Apresentadora e radiotriz. Funcionária da Rádio Nacional AM, do Rio de Janeiro, desde 1952.

NETO, Salvador Aiello. Operador de áudio da Rádio Tupi AM, do Rio de Janeiro. Em 2 de março de 2004.

PAZ, David José Rangel Valle de. Radialista e apresentador da *Patrulha da Cidade*, veiculada pela Rádio Tupi AM, do Rio de Janeiro. Em 2 de março de 2004.

RIBEIRO, Maurício Pereira. Ator, radioator, humorista. Integra o elenco da *Patrulha da Cidade*, veiculada pela Rádio Tupi AM, do Rio de Janeiro. Em 2 de março de 2004.

ROCHA, Wania. Atriz, radioatriz e dubladora profissional. Integra o elenco do *Você Decide*, veiculado no *Show do Antonio Carlos*. Rádio Globo AM, do Rio de Janeiro. Em 4 de março de 2004.

SANTOS, Aldenora. Radioatriz e diretora do programa *Você Decide*, veiculado no *Show do Antonio Carlos*. Rádio Globo AM, do Rio de Janeiro. Em 2 de março de 2004.

SILVA, José Maria Almeida. Operador de áudio da *Patrulha da Cidade*, veiculada pela Rádio Tupi AM, do Rio de Janeiro. Em 2 de março de 2004.

Notas



1 - Definição extraída do dicionário Novo Aurélio Século XXI, de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999, p. 1419.

2 - Um exemplo é a novela *Escrava Isaura*, protagonizada pela atriz Lucélia Santos. A produção já foi vista em 40 países, entre eles Rússia e China. Esta e outras informações sobre a história das telenovelas no Brasil podem ser obtidas em http://institucional.dana.com.br/cultura/janelamagica/pgs/temas_painel9.htm.

3 - O primeiro capítulo da novela, veiculada durante dois anos pela Rádio Nacional, foi ao ar no dia 5 de junho de 1941, às dez e meia da manhã.

4 - A *Patrulha da Cidade* é veiculada de segunda a sábado, entre meio-dia e 13h 15min, pela rádio Tupi AM, do Rio de Janeiro.

5 - O *Show do Antonio Carlos* é transmitido de segunda a sábado, entre 6 e 9 horas, pela rádio Globo AM, do Rio de Janeiro.

6 - É o caso da rádio Educação e Cultura AM, de Rio Claro, interior de São Paulo. Em 1993, como conta o radialista Antonio Netto, a emissora começou a investir na idéia, com um programa que contava lances curiosos da história do rádio. A repercussão do programa levou a um projeto de produção de radionovelas e a uma oficina de radioteatro. O relato da experiência está disponível na Internet, em <http://www.radioclalet.com.br/port/frame.htm>.

7 - A frase é do apresentador de rádio, ator de cinema e radionovela e produtor musical Roque Araújo Viana, em entrevista gravada no estúdio da Famecos/PUCRS, no dia 14 de maio de 2001. A íntegra está em <http://www.pucrs.br/famecos/vozesrad/roque.html>.

8 - FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio - o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001, p. 16-17.

9 - O livro *Rádio e pânico. A guerra dos mundos*, 60 anos depois traz análises de especialistas sobre o impacto causado pelo programa. Um dos textos que integram a obra é de autoria da jornalista e professora da Universidade de São Paulo Gisela Swetlana Ortriwano. O texto está disponível em <http://www.igutenberg.org/guerra124.html>.

10 - O texto “Por que não aconteceu aqui: o rádio em 1938 no Brasil” está disponível para consulta em <http://bocc.ubi.pt/pag/brittos-valerio-radio-brasil-1938.html>. Valério Brittos é professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale dos Sinos (Unisinos) e doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas na Faculdade de Comunicação (Facom) da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

11 - O professor cita, a esse respeito, o jornal *Correio do Povo* que trazia, na página 2 do dia 1/11/38, a seguinte manchete: “Os Estados Unidos eram invadidos pelos marcianos – um programa radiofônico que estabelece verdadeiro pânico entre os ouvintes *yankee*”.

12 - FERRARETO, op.cit., p. 110. Grifos nossos.

13 - Ibidem, p. 106. Segundo relata Luiz Artur Ferrareto, o programa começa a ser veiculado no dia 14 de fevereiro de 1932, pela Rádio Philips do Brasil, a PRAX, emissora montada em 1929, no Rio de Janeiro, pela indústria de mesmo nome.

14 - Cf. CABRAL, Sérgio. *A MPB na era do rádio*. 2. ed. São Paulo: Moderna, 1996. p. 37.

15 - FERRARETO, op. cit., p. 104.

16 - Ibidem, p. 106.

17 - Segundo Luiz Artur Ferrareto, o primeiro auditório foi inaugurado pela Rádio Kosmos, em 1935.

18 - Cf. FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. *História da comunicação, rádio e TV no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982, p. 59.

19 - Luiz Artur Ferrareto acrescenta que a Rádio Record, inaugurada em 11 de junho de 1931, em São Paulo, foi a primeira emissora idealizada como empresa em busca de lucro. A Record era identificada pelo prefixo PRB-9.

20 - Cf. ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. 3.ed. São Paulo: Summus, 1985. p. 17.

21 - Apud MURCE, Renato. *Bastidores do rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje*. Rio de Janeiro: Imago, 1976. p. 37-8.

22 - Cf. GRAMSCI, Antônio. *Os intelectuais e a organização da cultura*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1968. Em sua teoria ampliada de Estado, Gramsci chama a atenção para o caráter multidimensional dos processos sociais, no qual há permanente movimento de pressões e contrapressões entre grupos organizados, visando à produção do consenso, ou seja, a aceitação do projeto de um desses grupos por todos os demais, isto é, hegemonia. Essa idéia de direção intelectual que é imposta por um grupo a toda a sociedade se dá através do consentimento e não apenas da coerção explícita.

23 - FERRARETO, op. cit., p. 109.

24 - Cf. SAROLDI, Luiz Carlos, MOREIRA, Sonia Virginia. *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Martins Fontes/Funarte, 1988. pp. 24-25.

25 - Cf. MADRID, André Casquel. *Aspectos da telerrádiodifusão brasileira*. São Paulo, ECA/USP, 1972. Tese (Doutoramento). Grifos nossos.

26 - Apud ORTRIWANO, Gisela Swetlana, op. cit., p. 18.

27 - CABRAL, op. cit., p. 57.

28 - MIRANDA, Orlando. *A era do rádio*. In: Nosso Século, Abril Cultural, nº 17, p. 72.

29 - As informações constam do documento Estatísticas do Século XX, do IBGE.

30 - FERRARETO, op. cit., pp. 112 - 113. Segundo o autor, é nesse período que o rádio começa a adquirir audiência massiva, o que torna o veículo a primeira expressão das indústrias culturais no Brasil.

31 - MIRANDA, op. cit., p. 72

32 - Apud GOLDFEDER, Miriam. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980. p. 40.

33 - Idem.

34 - SAROLDI, Luiz Carlos, MOREIRA, Sonia Virgínia. op. cit., p. 26.

35 - Cf. HAUSSEN, Dóris Fagundes. *Rádio e política: tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997. p. 42.

36 - Apud VAMPRÉ, Octavio Augusto. *Raízes e evolução do rádio e da televisão*. Porto Alegre: Feplam/RBS, 1979. p. 55.

37 - Apud FEDERICO, op. cit., p. 78.

38 - Segundo Luiz Artur Ferrareto, a Rádio Transmissora Brasileira foi inaugurada no dia 1º de janeiro de 1936. Inicialmente ligada à Radio Corporation of América, a emissora foi comprada pelo empresário Roberto Marinho em 1944 e reinaugurada no dia 2 de dezembro do mesmo ano, com o nome de Rádio Globo.

39 - Cf. CABRAL, op. cit., p. 51. Grifos nossos.

40 - Apud GOLDFEDER, op. cit., p. 39.

41 - Apud SIDNEY, Eduardo. "A correspondência da Rádio Nacional." *Radiolândia*. Rio de Janeiro: Rio Gráfica e Editora, p. 48, 29 set. 1956. Segundo o autor, em 1956, a emissora recebia de 4 a 6 mil cartas por dia.

42 - Cf. HAUSSEN, op. cit., p. 112. Segundo a autora, as rádios Record, em São Paulo, e Farrroupilha, no Rio Grande do Sul, dominavam os seus mercados locais.

43 - Apud MIRANDA, Oswaldo. “Meio milhão de faturamento publicitário em vinte anos!” *Radiolândia*. Rio de Janeiro: Rio Gráfica e Editora, p. 56, 29 set. 1956.

44 - Apud ORTRIWANO, op. cit., p. 18.

45 - Entrevista realizada no dia 2 de março de 2004.

46 - Idem.

47 - *Alô Daisy* foi transmitido pela Rádio Nacional até o dia 15 de março de 2004. A emissora lançou uma nova programação em maio.

48 - Entrevista realizada em 22 de março de 2004.

49 - Idem.

50 - Das radionovelas em que atuou, Daisy lembra de *A rosa malena*, *Vêu de noiva* e *Uma escada para o céu*. Apesar da pujança do radioteatro na época, ela conta que, na Nacional, fazia-se de tudo: “A gente aqui fazia tudo: *Grande Teatro*; programas de auditório; *Seu Criado*, *Obrigado*; todos os programas musicais, como *Essa é a Sua Vida*, *Instantâneos Singer*... não se fazia só radioteatro como, também, programas montados, como *O Sombra*”.

51 - Mais um trecho da entrevista.

52 - Entrevista realizada em 26 de março de 2004. Da mesma forma que artistas como Domicio Costa, Carmen Sheila e Rodney Gomes, Juraciara faz parte de um grupo que migrou para a dublagem quando o período das grandes radionovelas chegou ao fim. A voz de Juraciara ficou ainda mais conhecida no Brasil depois que ela dublou a personagem Jeniffer Hart, casada com Jonathan Hart – dublado por André Filho – no seriado de TV *Casal 20*. Juraciara também foi a voz de Kate Mahoney, no seriado *Dama de ferro*.

53 - Outros casais famosos nas produções da emissora, segundo ela, eram Isis de Oliveira e Paulo Gracindo e Daisy Lucidi e Roberto Fayssal.

54 - Apud FERRARETO, op. cit., p. 119.

55 - Apud MOREIRA, Sonia Virgínia, op. cit., p. 24. A autora acrescenta que, após o investimento pesado da Coca-Cola no programa *Um Milhão de Melodias*, veiculado pela Rádio Nacional, marcas e produtos foram associados aos títulos dos mais expressivos sucessos da programação radiofônica durante a década de 40: o *Teatro Good-Year*, o *Recital Johnson*, o *Programa Bayer* e o *Calendário Kolynos*.

56 - Cf. <http://www.radioclaret.com.br/port/frame.htm>. A lista de profissionais foi localizada no texto “Em Busca da Felicidade, 50 anos depois”.

57 - Cf. SAROLDI, Luiz Carlos, MOREIRA, Sonia Virgínia, op. cit., p. 59.

58 - Escrito por Antonio de Andrade, Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, esse trecho faz parte do texto “Memória do Rádio e da Radionovela”, que pode ser lido na íntegra em <http://geocities.yahoo.com.br/memorialdatv/radio.htm>. Segundo o autor, os dados do Ibope foram extraídos de GONTIJO, Silvana. *A voz do povo*. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 1996.

59 - Idem.

60 - BRITISH BROADCASTING CORPORATION. *O rádio no Brasil*. Londres: Serviço Brasileiro da BBC, 1988. Quarto programa da série.

61 - Cf. TAVARES, Reynaldo. *Histórias que o rádio não contou*. São Paulo: Negócio, 1997. p. 203

62 - A radioatriz e dubladora Juraciara Diacovo tem a mesma opinião da historiadora. Juraciara que, na época, trabalhava na Rádio Nacional, conta que a repercussão da novela era tanta que, diariamente, chegavam à emissora embrulhos, caixas de sapatinhos, fraldas, chupetas e cartas, muitas cartas. “Foi a novela mais importante do rádio brasileiro. Isso é irrefutável”, conclui.

63 - A entrevista foi extraída do projeto de finalização do curso de Comunicação Social de Érica Ribeiro, intitulado *As radionovelas no Brasil*. O trabalho foi apresentado na Universidade Veiga de Almeida, em dezembro de 2001.

64 - Idem. A ouvinte, na época, tinha 72 anos.

65 - O depoimento foi reproduzido por Renato Ortiz. Cf. ORTIZ, Renato. *Telenovela: história e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1989. p. 54.

66 - Apud FERRARETO, op. cit., p. 120. O autor baseou o breve relato nas informações de Miriam Goldfeder (In: *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980. p. 89) e nas informações da revista Rádio-Teatro, que publicava os sucessos do gênero. (Cf. . *Rádio-teatro*. Rio de Janeiro: Editora Rádio-Teatro, n. 38, pp. 29-84, 1º out. 1952).

67 - Extraído do texto “O rádio em revista”. A íntegra pode ser lida em <http://www.mundodasnovelas.hpg.ig.com.br/revistas.htm>.

68 - Idem.

69 - A reportagem “A Rádio Nacional, lembra-se?”, originalmente publicada pela edição 75 da revista *Realidade*, em junho de 1972, pode ser lida, na íntegra, em <http://www.preserveoam.hpg.ig.com.br/nacional.htm>

70 - Idem. Grifos nossos.

71 - Ibidem.

72 - Entrevista realizada no dia 17 de fevereiro de 2004.

73 - Amaral nasceu em Cornélio Procópio, no Paraná. Antes de vir para o Rio de Janeiro, trabalhou em Londrina, na Rádio Independência de Curitiba e também nas Rádios Pan-Americana e Record, em São Paulo. No Rio, começou na Rádio Globo em 1969. Trabalhou até 1975. Depois, foi para a Rádio Nacional. Chegou a trabalhar em duas rádios simultaneamente, como a Tupi e a Nacional, a Globo e a Metropolitana.

74 - Outro trecho da entrevista concedida por Amaral nas dependências da Rádio Globo.

75 - Idem.

76 - A entrevista foi extraída do projeto de finalização do curso de Comunicação Social de Érica Ribeiro, intitulado *As radionovelas no Brasil*. O trabalho, já citado anteriormente, foi apresentado na Universidade Veiga de Almeida, em dezembro de 2001.

77 - Apud FERRARETO, Luiz Artur. Op. cit., p. 132.

78 - Apud MORAIS, Fernando. *Chatô, o rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994. pp. 500-1.

79 - CF. NOSSO SÉCULO. São Paulo: Abril Cultural, 1980-1982. v. 4, p. 52.

80 - Cf. MOREIRA, Sonia Virgínia. Op. cit., p. 35.

81 - Idem. A expressão foi utilizada por Sonia Virgínia Moreira para ilustrar o início da televisão brasileira. No mesmo trecho do livro, a autora explica: “(...) é importante destacar que os primeiros programas da TV brasileira, no entanto, foram trazidos do rádio: os profissionais envolvidos na produção e apresentação das atrações radiofônicas de maior sucesso, ao ‘migrarem’ para a televisão, levaram com eles as fórmulas que haviam conquistado grande receptividade junto aos ouvintes. As novelas, os programas de auditório, o *Repórter Esso*, todos começam a ser fielmente reproduzidos na TV: era o rádio com imagem”.

82 - Idem. p. 36.

83 - Mais um trecho da entrevista realizada em 2 de março de 2004.

84 - Apud MOREIRA, Sonia Virgínia. Op. cit., p. 36

85 - Apud VAMPRÉ, Octavio Augusto. Op. cit., p. 220.

86 - Cf. TINHORÃO, José Ramos. *Música popular, do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo: Ática, 1981. pp. 86-7.

87 - Idem. Grifos nossos.

88 - Cf. HAUSSEN, Dóris Fagundes. Op. cit., p. 114. Outro fator que contribuiu para a decadência da Nacional, esse citado por Mario Lago (In: *Bagaço de beira-estrada*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977. p. 226.), foi a não concessão de um canal de TV à direção da Nacional. Segundo o autor, o então presidente Juscelino Kubitschek, eleito no dia 3 de outubro de 1955, teria sido pressionado por Assis Chateaubriand a desistir da idéia.

89 - Segundo Luiz Artur Ferrareto (In: *Rádio, o veículo, a história e a técnica*, pp. 162-164), a Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás), que, atualmente, adota a denominação Empresa Brasileira de Comunicação, pode ser considerada um produto típico da ditadura militar. A Radiobrás foi criada no dia 15 de dezembro de 1975. Chegou a contar com 38 emissoras de rádio e duas de televisão. Na década de 80, a maioria foi privatizada. Em 1998, a estatal administrava cinco emissoras de rádio – entre elas a Rádio Nacional AM, do Rio de Janeiro, uma agência de notícias, um serviço radiofônico via satélite, além de liderar as cadeias obrigatórias do Executivo, Legislativo e Judiciário e gerar a *Voz do Brasil*.

90 - Mais um trecho da entrevista concedida por Daisy Lucidi. Vale ressaltar que o *slogan* música – esporte – notícia é, até hoje, utilizado pela Rádio Globo AM no seu tradicional noticiário, *O Globo no Ar*, transmitido de hora em hora, sempre na hora certa.

91 - O trecho faz parte da reportagem “A Rádio Nacional, lembra-se?”, de Sérgio Cabral, já citada em diversos trechos desse trabalho.

92 - Cf. FERRARETO, Luiz Artur. Op. cit., p. 138. O autor, que consultou João Mello, em 1998, por correio eletrônico, explica que ele é um dos maiores colecionadores de rádios antigos do Brasil.

93 - O rádio, um veículo para todas as ocasiões. In: GIOVANNINI, Giovanni (org.). *Evolução na comunicação: do sílex ao silício*. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987. p. 237.

94 - Mais um trecho da entrevista realizada no dia 17 de fevereiro de 2004.

95 - Apud FERRARETO, Luiz Artur. Op. cit., p. 155.

96 - Idem. p. 148 – 182.

97 - No texto “Radioteatro I”, que pode ser lido no seguinte site: <http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/md-radioteatro.html>, o professor da Universidade Federal de Santa Catarina, Eduardo Meditsch, demonstra ter opinião semelhante. Segundo ele, as técnicas de radioteatralização continuam a ser usadas de maneira inovadora no rádio, não só na produção de radionovelas e peças de radioteatro, “como também para a confecção de qualquer outro formato radiofônico”. Na opinião do professor, a radioteatralização e a radiodramatização fornecem subsídios para a utilização de todos os recursos do rádio e a exploração de todas as características do veículo. Ele destaca, ainda algumas das vantagens da comunicação com o ouvinte, como o uso de uma única linguagem – a sonora – e o fato de o rádio trabalhar com um único sentido – a audição –, além da mobilidade – vantagem perante a TV.

98 - Segundo dados do Ibope relativos ao período compreendido entre novembro de 2003 e janeiro de 2004, a Rádio Tupi teve 3,04%, 3,14% e 2,83% de audiência média por minuto, contra 0,41%, 0,25% e 0,23%, percentuais registrados pela Rádio Globo respectivamente nas faixas de horário de 11, 12 e 13 horas. Vale lembrar que a *Patrulha da Cidade* é veiculada entre 12 horas e 13h15min. Aos sábados, os números da Tupi no período foram de 2,53%, 1,92% e 1,62% nos mesmos horários, contra 2,58%, 1,55% e 1,01%. A emissora continuou liderando durante a apresentação do programa policial.

99 - A mesma pesquisa do Ibope mostra a liderança da Rádio Globo durante a apresentação do *Show do Antonio Carlos*. A emissora obteve 2,87%, 4,20%, 4,82% e 7,03% nas faixas de horário de 6, 7, 8 e 9 horas, contra 1,65%, 2,21%, 2,58% e 3,02%, números obtidos, respectivamente, pela Rádio Tupi. Aos sábados, quando vai ao ar o *Você Decide*, a liderança continuou. Nas mesmas faixas de horário, a Globo obteve 2,85%, 3,83%, 4,69% e 6,66% contra 1,12%, 1,61%, 1,91% e 2,43% , percentuais registrados pela Tupi.

100 - GUEDES, Cilene. “O ibope da nostalgia: programas inspirados nas radionovelas da década de 40 lideram a audiência nas emissoras cariocas”. Revista *Época*. São Paulo: Globo, 15 jan. 2001, p. 101. A reportagem também pode ser lida em <http://epoca.globo.com/edic/20010115/cult4a.htm> .

101 - Durante entrevista realizada no dia 4 de março de 2004, os radioatores Duda Espinoza e Wania Rocha, que, ao lado de Aldenora Santos e Domicio Costa, integram a equipe do *Você Decide*, informaram que o *Você Decide Verdade* foi veiculado entre os anos de 2000 e 2001. A linguagem utilizada no programa era parecida com a da *Patrulha*. Outra semelhança, segundo Wania: os fatos radiofonizados eram verdadeiros. No entanto, existiam, também, personagens fictícios. Na avaliação de Duda, o programa foi um grande piloto, que acabou retirado do ar após as modificações implantadas no Sistema Globo de Rádio, que visavam a uma programação voltada para a rede, e por não conseguir competir com a *Patrulha*, líder no horário: “É aquela velha história: desde que eu me conheço por gente, a *Patrulha da Cidade* tem uma audiência cativa, é intocável. Sempre foi um horário em que a Globo lutou muito pela audiência”, afirmou. Os textos eram escritos por João Carlos Viegas e Aldenora Santos.

102 - Entrevista realizada no dia 2 de março de 2004. Jorge Miguel é redator do programa há 15 anos.

103 - Mais um trecho da entrevista realizada no dia 4 de março de 2004.

104 - Entrevista concedida no dia 4 de março de 2004. Manfrini tornou-se famoso ao interpretar, na *Patrulha*, o personagem Paulinho Tantan, anos depois rebatizado de Paulinho Gogó, quando o ator passou a integrar o elenco da *Escolinha do Professor Raimundo*, na TV Globo. Segundo ele, o pedido foi feito pelo então produtor do programa de TV, Eduardo Sidney.

105 - Mais um trecho da entrevista realizada no dia 2 de março de 2004.

106 - Jorge Miguel Morais de Freitas é jornalista e tem 43 anos. Trabalha em rádio há 18 anos – 16 deles na Rádio Tupi. Há 15 anos, é redator do programa. Também fez produção para cinema e trabalhou nas rádios Manchete e Roquette

Pinto e teve uma passagem rápida pela TV Manchete. Segundo ele, entrou para a *Patrulha* por acaso: “Encontrei, na rua, com Jorge Ribeiro, que era apurador da Rádio Tupi. Ele comentou que o programa estava precisando de um redator. Fiz um texto, ele mostrou ao Juarez Getirana, o Gegê, que gostou”. A entrevista com Jorge Miguel foi realizada no dia 2 de março de 2004.

107 - O radioator também contou que, em 1995, fez testes durante um mês com o atual apresentador da *Patrulha*, Coelho Lima, antes de entrar no programa. De lá para cá, admite, muita coisa mudou – até mesmo no elenco da atração, com exceção do redator, Jorge Miguel: “Quando eu entrei, o Samuel Correia já tinha saído do comando da *Patrulha*. Era o Gegê e o Coelho Lima. Tinha a Wania Rocha, que está na Rádio Globo. Depois, saiu a Wania, o Gegê morreu, entrou o David Rangel. Hoje, também tem o Garcia Duarte, a Simone Molina. Passei por várias fases. Mas, a espinha do programa é fruto do trabalho do Jorge Miguel, que, há 15 anos, é redator do programa. Quando ele entra de férias, é difícil achar um substituto. Ele já domina o linguajar do programa. A cada dez palavras, 11 são gírias”.

108 - Mais um trecho da entrevista.

109 - Na mesma entrevista, Jorge Miguel conta como era complicado redigir os textos da *Patrulha* na era pré-informática: “O computador é uma ferramenta espetacular para quem trabalha com diálogo. Antes, você batia o texto com sete cópias, para a técnica, para os apresentadores, radioatores. Era preciso usar uma máquina muito violenta para que as sete cópias fossem lidas. Usávamos carbono. Muitas vezes, você aprontava o texto e, depois, tinha uma idéia, mas acabava não mudando mais nada. O texto tinha que ser claro, pois o programa é ao vivo, não podia rasurar”.

110 - Salvador Aiello não revela a idade. “Tenho quase 60”, limita-se a dizer. Ele trabalha em rádio há 40 anos - sempre na Tupi. Além da *Patrulha*, lembra de ter sonorizado o programa *Radar*, no qual, segundo ele, eram utilizados muitos ruídos científicos.

111 - Entrevista realizada no dia 2 de março de 2004.

112 - Durante a entrevista, Zé contou um caso pitoresco relacionado ao uso de cartuchos: “Às vezes, não dá tempo de você olhar e fica um buraco no ar, um vácuo. No caso da *Patrulha*, você tem que ler o texto, mas já peguei texto correndo. Estava escrito facada, acabei colocando som de tiros. Todo mundo riu. Já aconteceu de eu voltar de férias e encontrar o cartucho fora do ponto. Então, eu li o texto: tiros. Coloquei o cartucho e não saiu nada. Nesse dia, o Mauricio Manfrini (radioator), brincando, falou: Já que não saiu o tiro, vou te dar uma facada’. Bolou um caco. Paramos de usar cartucho, definitivamente, há cerca de um ano e meio. No início, os operadores ficaram um pouco receosos, questionando se ia funcionar ou não.

113 - Zé não demonstra, de fato, ser um saudosista. Ao ser inquirido sobre a vontade de voltar atrás, quando não havia tantos avanços tecnológicos, respondeu: “Posso até voltar de farra, sem compromisso. Na minha casa tem equipamento de som, se eu tiver que fazer na minha casa por curtição, tudo bem. Mas, no trabalho, fica complicado”. Na opinião do operador Amaral, da Rádio Globo, o computador facilitou o trabalho dos técnicos: “O computador ajudou muito. Você pode fazer com mais rapidez aquilo que a gente fazia mais lentamente. Hoje seria mais fácil sonorizar uma radionovela, por exemplo. A radionovela quase morreu, mas os programas policiais ainda exigem muita sonoplastia. Os operadores tiveram sorte. É só separar os efeitos que ele quer em um MD e pronto. Hoje, os sons são mais nítidos, quase sem ruídos. Quando você usava um vinil era mais difícil. Tenho até hoje guardado em casa vinil com 36 faixas, de dez segundos cada. Quando você precisava ir até a faixa 34 era mais difícil do que, hoje, apertar a faixa 36 de um MD. Apertou, saiu. O computador e o MD facilitaram muito o trabalho”.

114 - Cf. MOREIRA, Sonia Virgínia. Op. cit., p. 36.

115 - Dados do Censo 2000 do IBGE mostram que, apesar do surgimento da televisão e de novas tecnologias, como a internet, o rádio continua sendo o veículo mais presente nos lares brasileiros:

Total de domicílios pesquisados	44,7 milhões
Total de domicílios com iluminação elétrica	41,5 milhões
Total de domicílios com aparelhos de rádio	39,1 milhões
Total de domicílios com aparelhos de TV	38,9 milhões
Total de domicílios com videocassetes	15,7 milhões
Total de domicílios com microcomputadores	4,7 milhões

116 - Cf. MEDITSCH, Eduardo. *O ensino do radiojornalismo em tempos de internet*, p. 6. A respeito da convivência entre os diversos meios de comunicação e a volta do radioteatro, afirmou Eduardo Meditsch, durante o XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2001: “O importante é não ficar resistindo às novas tecnologias, que é uma opção suicida, mas tirar proveito delas. Porque elas estão inclusive viabilizando coisas até há pouco tempo impensáveis como, por exemplo, o ressurgimento do radioteatro”. A íntegra da palestra do professor da Universidade Federal de Santa Catarina pode ser lida em <http://www.jornalismo.ufsc.br/bancodedados/meditsch-radiointernet.html>.

117 - Entrevista realizada no dia 2 de março de 2004.

118 - Entrevista realizada no dia 2 de março de 2004.

119 - Idem.

120 - Entrevista realizada no dia 4 de março de 2004.

121 - Entrevista realizada no dia 22 de março de 2004.

122 - Entrevista realizada no dia 2 de março de 2004.

123 - Entrevista realizada no dia 26 de março de 2004.

124 - Cf. MEDITSCH, Eduardo. Op. cit., p. 5. Grifos nossos.

Este livro foi composto em Garamond, corpo 11.5/16, títulos em Letter Gothic Bold, corpo 21.5, subtítulos em Garamond bold, corpo 14, destaques em Helvetica Condensed, corpo 10/14 e legendas em Helvetica Condensed, corpo 9. Miolo impresso em papel offset 90g/m² e capa em cartão supremo 250g/m² na Imprensa da Cidade, em dezembro de 2004.