



REVISTA DO RÁDIO: ESPETÁCULO E ENTRETENIMENTO NA MAGAZINE DA DÉCADA DE 50

Radio Magazine: spectacle and entertainment in the magazine of the 50's

Revista Radio: espectáculo y entretenimiento en la revista de los 50

Carla Montuori Fernandes

Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista (UNIP)
carla_montuori@ig.com.br

Lucia Dias

Doutora em Comunicação pela Universidade Paulista (UNIP)
luciadias8@gmail.com

Resumo

A pesquisa possui como tema a relação entre a Cultura do Espetáculo e a *Revista do Rádio*, veículo impresso de grande repercussão na história da radiofusão brasileira. O objetivo é compreender como o espetáculo, fenômeno encontrado na contemporaneidade, está presente na *Revista do Rádio* durante a década de 50, momento em que o rádio e a publicação atingiram seu apogeu. Em seu conteúdo editorial, a publicação apresentava colunas e seções que valorizavam o espetáculo, entre elas, a coluna denominada “Mexericos da Candinha”, inaugurada em 1953 e considerada a seção mais popular da revista. A pesquisa foi elaborada por meio de resgate documental das imagens da revista em acervos públicos. Por fim, é possível constatar que a *Revista do Rádio* foi precursora das revistas atuais de entretenimento, apresentando traços de uma cultura intitulada como espetacular no mundo contemporâneo.

Palavras-chave: Cultura do Espetáculo. *Revista do Rádio*. Memória Radiofônica.

Abstract

The subject of this research is the relationship between the culture of spectacle and *Revista do Rádio*, a high-impact print medium in the history of brazilian broadcasting. The objective is to understand how the spectacle, a phenomenon found in contemporary times, is present in *Revista do Rádio* during the 50's, a moment when radio and publication reached their peak. In its editorial content, the publication featured columns and sections that valued the spectacle, among them, the column called “Mexericos da Candinha”, inaugurated in 1953 and considered the most popular section of the magazine. Finally, it is possible to see that *Revista do Rádio* was a precursor of current entertainment magazines, showing traces of a culture called spectacular in the contemporary world.

Key words: Culture of Spectacle. *Revista do Rádio*. Radiophonic memory.



Resumen

La investigación tiene como tema la relación entre Cultura del espectáculo y *Revista do Rádio*, un vehículo impreso de gran repercusión en la historia de la radiodifusión brasileña. El objetivo es comprender cómo el espectáculo, fenómeno presente en la actualidad, está presente en la *Revista do Rádio* durante los años 50, momento en el que la radio y la publicación alcanzaron su apogeo. En su contenido editorial, la publicación contó con columnas y secciones que valoraban el espectáculo, entre ellas, la columna denominada “Méxicos da Candinha”, inaugurada en 1953 y considerada la sección más popular de la revista. La investigación se llevó a cabo mediante la recuperación documental de las imágenes de la revista en colecciones públicas. Finalmente, se puede ver que *Revista do Rádio* fue precursora de las revistas de entretenimiento actuales, mostrando vestigios de una cultura llamada espectacular en el mundo contemporáneo.

Palabras clave: Cultura del espectáculo. Revista do Rádio. Memoria radiofónica.

1 INTRODUÇÃO

As revistas de rádio foram criadas no Brasil na década de 1920, simultaneamente ao surgimento das primeiras emissoras de rádio. Tais publicações eram vinculadas às emissoras e pretendiam satisfazer o interesse informativo dos primeiros aficionados do meio, mas, por terem já um público cativo de leitores, também serviam para divulgar as rádios. Seu conteúdo editorial apresentava principalmente assuntos relacionados à radiodifusão, de cunho técnico e científico e, posteriormente, se tornaram um forte apoio às emissoras. Na década de 1930, com a evolução do rádio como veículo de comunicação de massa, o crescimento das emissoras no Brasil e a autorização da propaganda radiofônica pelo Presidente Getúlio Vargas, as revistas receberam maior investimento e passaram a ter relevância no cenário cultural, como representantes da cultura popular, por meio da exposição da produção musical brasileira, e principalmente evidenciando artistas do meio radiofônico, em especial cantoras e cantores que se tornavam celebridades na época.

Parte significativa destas revistas apresentaram mudanças em suas propostas editoriais, colunas e seções passaram a ser constituídos de textos e imagens que evidenciavam os fatos da vida íntima e artística dos apresentadores, artistas e profissionais do meio radiofônico para atrair os leitores e vender mais revistas. No final da década de 1940, foi criada a *Revista do Rádio*, considerada o mais importante veículo de divulgação dos artistas do Brasil, que circulou até o final dos anos 1960.

Em seu conteúdo editorial, a revista apresentava, além de matérias para divulgar e fortalecer o meio e vender produtos, colunas e seções que valorizavam as notícias sobre a vida

dos artistas, entre elas a coluna “Mexericos da Candinha”, inaugurada em 1953 e considerada a seção mais popular da revista. A revista desempenhou um papel importante para a emergente Indústria Cultural no país, por ter nos artistas da Rádio Nacional um extenso repertório de assuntos para preencher as suas páginas e atrair muitos leitores e ouvintes. Segundo Faour, a *Revista do Rádio* foi copiada em sua prática de elevar os artistas ao porte de ídolos pelas revistas gerais da época e as atuais, “de um lado há a vida imaginária do ídolo, tal como desejam os fãs...de outro, contrainformações sobre a vida dos ídolos, por meio das intervenções dos próprios ídolos (e de repórteres atentos com senso apelativo)” (2002, p. 125). Diante do papel desempenhado pela *Revista do Rádio* na década de 50, o artigo tem como objetivo apontar indícios da espetacularização nas capas, colunas e seções da revista, em que pese a ampla cobertura da vida íntima dos artistas do meio radiofônico.

Pela grande quantidade de edições da revista por ano (48 edições), a análise foi limitada a doze edições entre as décadas de 1953 e 1955, quatro edições por ano. A escolha dos meses foi realizada para que a amostra abarcasse todos os meses do ano, sendo selecionados os meses de janeiro, abril, julho e outubro de 1953; os meses de fevereiro, maio, agosto e novembro de 1954 e março, junho, setembro e dezembro de 1955. Para efeito da pesquisa, buscamos destacar algumas imagens e narrativas que remetiam ao conceito do espetáculo objetivo do artigo.

O conceito de espetáculo foi definido pelo francês Guy Debord como o conjunto das relações sociais mediadas pelas imagens (DEBORD, 1997). Na concepção do autor é por meio da mediação das imagens e mensagens dos meios de comunicação que os indivíduos vivem num mundo movido pelas aparências e pelo consumo permanente de fatos, notícias, produtos e mercadorias, com objetivos lucrativos. Entre as considerações sobre o tema, Debord afirma que a verdade do espetáculo é “a negação da vida que se tornou visível” (1997, p. 16). A vida espetacular parece mais viva do que nunca, no entanto, ao se tentar tornar a vida mais viva, pela mediação de recursos tecnológicos sofisticados, se nega a vida real, tornando-a sem atrativos diante da vida espetacular, que é uma vida de aparências. Segundo o autor “o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana como simples aparência” (DEBORD, 1997, p. 14).

Para desenvolvimento do artigo foi empregada pesquisa documental. Durante o período de coleta foram realizadas visitas junto ao Museu da Imagem e do Som de São Paulo e do Rio de Janeiro, ao Arquivo Histórico de São Paulo, ao Arquivo Público do Estado de São Paulo, a Hemeroteca da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro e a Biblioteca Mário de

Andrade de São Paulo, onde se concentra grande parte das edições das revistas de rádio. Na Hemeroteca da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, efetuou-se pesquisa junto ao acervo digital das revistas de Rádio desde julho de 2016. Na Hemeroteca da Biblioteca Mário de Andrade foram realizadas visitas e reproduções fotográficas do acervo. O acervo do pesquisador Pedro Vaz também foi gentilmente concedido para registro das imagens que constam no artigo.

2 ENTRETENIMENTO E CULTURA DO ESPETÁCULO: BREVES CONSIDERAÇÕES

A sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997) se caracteriza pela supremacia da imagem em relação a qualquer outra forma de comunicação. Nesse contexto, a imagem é um dispositivo cuja função é mediar o controle das formas, perceber e interagir como mundo. Na sociedade do espetáculo, segundo Debord (1997) privilegia-se a imagem em relação ao produto, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser. A imagem construída e escolhida por outra pessoa se torna a principal ligação do indivíduo com o mundo.

Debord (1997) também destaca que é no tempo de consumo de imagens que se exercem os instrumentos do espetáculo. A imagem social do consumo do tempo é dominada pelos momentos de lazer, momentos representados à distância e invejáveis como toda mercadoria espetacular, que é oferecida como o momento da vida real, cujo retorno cíclico será aguardado. Desta forma, a sociedade espetacular é a sociedade da total transparência, onde tudo pode ser mostrado a qualquer momento. É na indiferenciação entre o público e o privado que ocorre a exposição da vida íntima das figuras públicas, sendo que todos os acontecimentos que gerem interesse no leitor são permitidos. Em relação à importância atribuída aos conteúdos das notícias é o caráter novidadeiro, surpreendente, insólito, escandaloso que se destaca.

Percebe-se que no mundo espetacular, os meios de comunicação atuam na construção e propagação de imagens recebidas e consumidas pelo público por meio das tiranias da visibilidade (DEBORD, 1997), em que há a obrigatoriedade de tudo se mostrar, de tudo se expor. Na sociedade do espetáculo, o princípio da exibição de tudo acaba com o segredo, com a intimidade. Neste aspecto entre as décadas de 1940 e 1950, as revistas de rádio além de representantes das emissoras, eram as principais propagadoras das imagens dos artistas radiofônicos e cantores, em um processo de representação do seu talento, de sua vida

profissional, bem como de sua vida pessoal. As publicações focadas na vida pessoal dos artistas tornam-se frequentes, e o espetacular era evidenciado para atender a um leitor que buscava a diversão e o entretenimento.

Llosa aponta que a relação que a cultura e os meios estabeleceram com o espetáculo pode ser evidenciada nas revistas de celebridades, ao conquistarem públicos “ávidos por escândalos que escarafunchem a intimidade dos famosos, mostrem suas fraquezas e enredos e os transformem nos bufões da grande farsa que é a vida pública” (2012, p. 140). Assim, para Llosa (2012), os textos relacionados à fofoca despertam interesse por seu conteúdo sarcástico, provocando o riso no espectador, aspecto encontrado comumente na coluna e no jornalismo com viés espetacular.

Outro autor que se ocupou com o tema foi Edgar Morin. O autor explica que o espetáculo é construído por um olimpo de vedetes ou celebridades, que domina a cultura de massa. São as estrelas que se beneficiaram do espetáculo cinematográfico e se projetaram na mídia, servindo de “modelos de Cultura no sentido etnográfico do termo, isto é, modelos de vida” (MORIN, 1981, p. 113), em uma sociedade que valoriza o entretenimento. Ao debater sobre a espetacularização na mídia, como uma indústria de entretenimento e relações públicas em constante crescimento, criadora de fantasias envolvendo artistas e pessoas comuns, Douglas Kellner (2004) adverte que o espetáculo é um culto à celebridade, que promove os principais padrões e ícones da moda, do visual e da personalidade.

Para compreender com um veículo da década de 50, se pautou pelos ditames do espetáculo ao promover e propagar a intimidade dos artistas e ícones do período, será realizada um resgate dos principais editoriais da *Revista do Rádio*, durante a década de 50.

2.1 A *Revista do Rádio*: a construção do espetáculo cotidiano das celebridades

Em fevereiro de 1948, a *Revista do Rádio* lançou sua primeira edição pelo jornalista, escritor e editor Anselmo Domingos. Durante 22 anos, a publicação destacou-se na imprensa nacional com a proposta de se constituir um veículo para falar com maior abrangência de assuntos referentes ao rádio brasileiro. Segundo Faour (2002, p. 20), a *Revista do Rádio* “veio na esteira” da revista *Carioca*, veículo que já era publicado no Rio de Janeiro, pertencente ao governo, assim como a revista *A Noite Ilustrada*, os jornais *A Noite* e *A Manhã*, e a *Rádio Nacional*. A revista *Carioca*, considerada revista artística do governo, focava na produção de conteúdos que traziam matérias da *Rádio Nacional* e de seus profissionais. Dessa forma,

quando a revista de Anselmo Domingos nasceu, mais independente e eclética, já que atendia todas as emissoras, foi considerada inovadora para um público que admirava o rádio no final dos anos 40.

No início, a revista impressa era produzida em instalações e maquinarias precárias, por ser fundada num momento de pouco dinheiro, “de jeito bem brasileiro, com a grana de um bicheiro” (FAOUR, 2002, p. 18). O jornalista e escritor de novelas religiosas de rádio, Anselmo Domingos emprestou a quantia aproximada de 50 mil reais do compositor José Batista, um banqueiro de bicho, conhecido como “China da Saúde” para que fosse fundada a revista no início de 1948 em uma sala da rua Treze de Maio, no Centro do Rio de Janeiro.

Com o formato de 19 cm por 27 cm mantido durante toda a sua existência, a *Revista do Rádio* foi mensal nos dois primeiros anos de atividades passando à periodicidade semanal a partir de março de 1950, fato justificado por seu aumento de vendas. Os números trazidos mostravam o constante e rápido aumento em suas tiragens, que na edição de número 15 de 1949 contabilizou 30 mil exemplares e já na edição de número 20 do mesmo ano somava 50 mil unidades impressas (FAOUR, 2002).

Na década de 1950 foi considerada a segunda revista com o maior número de vendas do Brasil, atrás apenas da Revista de variedades *O Cruzeiro*¹, posição que foi mantida durante vários anos no universo feminino, conforme pesquisa² do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) sobre revistas semanais. Com a alteração de sua periodicidade para semanal, a revista passou a abordar assuntos em dimensão nacional, apresentando, em seu conteúdo editorial, colunas especiais sobre as rádios paulistas e mineiras, além das rádios cariocas, que dominavam o meio radiofônico brasileiro.

Foi também na década de 50, que a redação da revista se mudou para uma casa um pouco maior em relação à sua sede inicial, que se localizava na rua Santana. No segundo andar da casa ficavam os gabinetes de Anselmo Domingos e do jornalista Borelli Filho, chefe de redação e braço direito do fundador. Segundo Faour (2002), o sucesso da publicação deve ser atribuído à parceria entre os jornalistas, que possuíam comportamentos diferentes, mas

¹ Revista lançada na cidade do Rio de Janeiro em 10 de novembro de 1928 pelos Diários Associados, grupo de comunicação de propriedade de Assis Chateaubriand.

² Em pesquisa do Ibope sobre revistas semanais, de janeiro de 1956, realizada junto a 300 mulheres do então Distrito Federal, por incumbência do Jornal das Moças, a Revista do Rádio aparecia como a segunda mais lida, atrás apenas da revista *O Cruzeiro*. Na sequência vinham as revistas *Manchete* e *Grande Hotel*. A pesquisa classificava, ainda, as leitoras como “pobres” e predominantemente jovens - 48,5% tinham entre 18 e 24 anos. Na faixa etária entre 40 e 49 anos o público também era significativo: 41,3%. Outra característica era o baixo nível de instrução. A maior parte - 45,9% - possuía apenas o curso primário (cit. in Hupfer, 1998, p. 111).

complementares, Anselmo era mais reservado e Borelli de conduta mais explosiva. Como Borelli procurava explorar o lado comercial de várias situações, principalmente quando geravam maior repercussão junto ao público, às vezes se excedia, expondo demasiadamente a vida íntima dos artistas nas matérias da revista.

2.1.1 A espetacularização da vida: as celebridades do rádio nas páginas da revista

Com a proposta de falar sobre os artistas que se destacavam na vida cultural e social do Brasil, ligados ao meio radiofônico, a primeira edição da *Revista do Rádio*, que custava três cruzeiros, trouxe na capa a cantora Carmem Miranda (Figura 1). Neste período, a cantora estava vivenciando um momento de crescimento em sua carreira, sendo reconhecida no Brasil e em outros países e também possuía o jornalista Anselmo Domingos como seu admirador incondicional.



Figura 1: capa da *Revista do Rádio* - Edição nº. 01, fev. 1948
Fonte: Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional

Em seu conteúdo editorial a primeira edição da revista trazia uma espécie de radiografia da cantora Dirce Batista, uma coluna de curiosidades do meio radiofônico sobre o cantor Sylvio Caldas e matérias sobre os artistas que se destacavam na época, entre eles, Francisco Alves, conhecido como o “Rei da Voz”, Jorge Veiga, o “Caricaturista do Samba” e a cantora Linda Batista.

Na matéria sobre Carmem Miranda, a publicação abordava a atuação dos artistas brasileiros que trabalhavam nos Estados Unidos, com tom crítico e polêmico. O texto dizia que a cantora Carmem Miranda era um grande sucesso, mas mal aproveitada no filme Copacabana. A mesma matéria também dizia que Dick Farney não fazia o sucesso que se

comentava no Brasil, já que cantava no programa dos cigarros Philip Morris, apresentando apenas um número por programa e sendo recebido pelo auditório sem entusiasmo. No final da matéria, o repórter enfatizava de forma irônica que desejava sucesso a estes artistas, “na altura de seus méritos” (REVISTA DO RÁDIO, 1948, p. 13).

Por sua vez, a revista procurava se mostrar versátil para atender ao leitor que se interessava por teatro e cinema, trazendo o perfil de nomes destacados do Teatro como Procópio Ferreira, Dulcina de Moraes, Alda Garrido e da vedete e bailarina Lurdinha Bittencourt. No entanto, essas matérias faziam críticas a alguns destes artistas que não pretendiam fazer carreira no rádio. Na opinião de Faour (2002, p. 23), a revista apresentou em seu conteúdo editorial, desde a primeira edição, “ingredientes certos para emplacar”. Eram informações sobre a vida pessoal e profissional dos artistas considerados celebridades no período, fofocas e manchetes apelativas para chamar a atenção do leitor, que tinha a revista como principal meio de entretenimento e informação.

A partir da década de 1950, os editores buscaram formular matérias que sugeririam disputas, romances ou separações entre artistas, com tom de fofoca, além de divulgarem tragédias como acidentes, doenças e mortes, envolvendo as celebridades com viés espetacular. Assim, a revista apresentou a matéria "Eu não quero me suicidar", na edição nº 68 (Figura 2). No texto, a vida íntima da cantora Maysa Matarazzo foi retratada de forma sensacionalista para atrair a atenção do leitor da época. Segundo Llosa, satisfazia um público que é “[...] ávido por escândalos que escarafunchem a intimidade dos famosos, mostrem suas fraquezas e enredos e os transformem nos bufões da grande farsa que é a vida pública” (LLOSA, 2012, p. 140).



Figura 2: Revista do Rádio - Edição no 68, p. 11, dez. 1950

Fonte: acervo particular do pesquisador Pedro Vaz.

Além de alarmantes, as matérias procuravam elevar o reconhecimento dos artistas diante das pessoas que pertenciam à elite social no período. Assim, no final de cada ano, publicava matérias sobre os salários dos artistas, destacando os mais bem remunerados da época. Na opinião de Faour (2002) isso representava a tentativa de glamourizar um pouco essa turma, que ainda era vista com certo preconceito pela grã-finagem da época. Para Lenharo (1995), a década de 1950 foi o período de maior reconhecimento e glamour dos artistas do rádio, quando também novas formas de consumo e progresso se colocavam diante da população das grandes cidades. Desta forma, como ídolos, os artistas ditavam padrões, tinham seus comportamentos, modos de vestir e, muitas vezes, hábitos de consumo copiados por seus fãs.

Para ser fã dos cantores que estavam em evidência, não bastava apenas conhecer suas músicas, gritar por eles nos auditórios e escutar incansavelmente o rádio quando eles cantassem. Os apreciadores também queriam saber tudo sobre a vida íntima, acompanhar suas carreiras, conhecer curiosidades e mexericos para poder conversar com os outros fãs. Assim, a Revista do Rádio teve um papel preponderante para divulgação das informações que os fãs buscavam sobre os artistas de sucesso do rádio, especialmente cantores. Entre os cantores que tiveram mais espaço na publicação, destacam-se as rainhas dos programas de auditório da *Rádio Nacional*, Emilinha Borba e Marlene e a cantora Ângela que teve grande projeção na revista devido ao samba-canção “Não tenho você”. Junto com as cantoras, o cantor Cauby Peixoto foi também um dos artistas mais citados nas matérias e capas das revistas. Segundo Faour (2002, p.56): “Emilinha apareceu cerca de 75 vezes em suas capas, seguida de Ângela Maria (52 vezes) e Marlene (37 vezes). Na seara masculina, Cauby apareceu pelo menos 40 vezes, seguido do apresentador César de Alencar (19 vezes) e do cantor Ivon Curi (17 vezes)”.

A cantora Emilinha Borba, além de campeã das capas, estava presente no conteúdo editorial da maior parte das edições da revista, em matérias, notas, mexericos e capas. Esse fato se justifica, segundo Borges (2017), porque ela era apresentada como a cantora que mais se adequou a um modelo de comportamento conservador, discreto e recatado amplamente defendido e divulgado pela moral dos anos 50 e pela *Revista do Rádio*. Eleita a campeã de cartas da *Rádio Nacional* e da revista, a cantora trazia, em seu modo de vestir, cantar e na forma como conduzia sua vida particular, a discrição que se desejava transmitir em relação às mulheres da época (GOLDFEDER, 1980).

Portanto, além das inúmeras matérias, notas e mexericos sobre sua personalidade artística, a cantora possuía uma coluna: “O Diário de Emilinha” (Figura 3). No diário, descrevia sua rotina pessoal e profissional, além de apresentar fatos importantes de sua carreira e eventos dos quais iria participar. A coluna trazia também seu modo de vestir, cantar, dançar, sempre com a discrição condizente com a imagem que se desejava transmitir na época, um exemplo positivo de conduta a ser seguida pelas fãs.



Figura 3: da Revista do Rádio - Edição nº 445, p. 32, mar. 1958
Fonte: Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional

Conforme pesquisou Borges (2017) foram diversas as declarações da cantora em seu diário em que ela justificava o fato de não aparecer de biquíni em público, não sambar como outras cantoras, não falar alto, não gostar de sair à noite e preferir ir ao cinema a ir às boates. Após o casamento e a adoção do filho, as referências à família se tornaram mais comuns, cumprindo o papel de boa mãe e esposa exemplar, o que reforçou sua conduta positiva no meio radiofônico. A Revista do Rádio vendeu duas edições que mostravam o casamento da cantora em 1956 (FAUOR, 2002). Na matéria da edição nº 377, a realização do casamento foi abordada como um momento de grande felicidade pela cantora ao ter realizado o grande sonho de sua vida:

Era o detalhe que faltava, sim, à sua felicidade. O complemento que se desejava, decoração, à estrela tão querida. Casada, Emilinha deu ao seu lar o máximo do seu amor e ternura. Queriam os fãs que ela e seu esposo aparecessem em público.

Para aplaudi-los com a sua admiração mais sincera (REVISTA DO RÁDIO, 1956, p. 4).

Borges (2017) ressalta que o tema casamento se fazia presente mesmo quando a mulher era retratada pela *Revista do Rádio* como moderna e diferente, como no caso de Marlene. A cantora, conhecida por seu comportamento teatral e gestual largo, teve seu casamento com o comediante Luiz Delfino, divulgado na *Revista do Rádio*, com inúmeras fotos na edição nº153, de 12 de agosto de 1952 (Figura 4).



Figura 4: *Revista do Rádio* - Edição nº 153, p. 3 e 4, ago.1952
Fonte: Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional

Com prestígio crescente em razão de seu temperamento forte e decisivo, aparecia na *Revista do Rádio* em fotos trajando maiôs de duas peças, divulgava os valores que ganhava e tinha seus trabalhos em filmes de cinema e teatros apresentados nas edições da publicação. A rivalidade entre Emilinha e Marlene pode ser justificada pelo fato de que ambas tiveram o momento áureo de suas carreiras no mesmo período.

Por sua vez, a cantora Ângela Maria, considerada a cantora mais popular do Brasil por diversos pesquisadores a partir de 1954, com seu timbre de voz quente, que inclusive influenciou muitas sucessoras na música brasileira, também foi citada em quase todas as edições da *Revista do Rádio* (FAUOR, 2002). Assim como Emilinha, a cantora teve também um diário, o “Diário de Ângela Maria”, publicado em inúmeras edições da revista no ano de 1957. Ângela era admirada

pela bela forma física, sendo muito fotografada e sua vida amorosa repleta de romances atribulados representava assunto de grande interesse para os editores da publicação.

Segundo Faour (2002), de acordo com a moral da época, a *Revista do Rádio* frisava o fato da cantora não conseguir ser mãe. De forma espetacular e ao mesmo tempo irônica, a reportagem da capa da edição de nº 601 apresentou uma foto da cantora posando com uma bonequinha na mão, conforme é apresentada na figura 5. A capa da edição trazia o texto: “O que está fazendo falta à Ângela? Será que você ainda não descobriu?” (REVISTA DO RÁDIO, 1961).



Figura 5: capa da *Revista do Rádio* - Edição nº 601, 1961
Fonte: Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional

No universo masculino, o cantor Cauby Peixoto também era retratado com frequência nas matérias. As reportagens abordavam situações que promoviam o artista, como a matéria apresentada na figura 6 com o título “Falem mal, mas falem de mim”, em que Cauby Peixoto relata que entende os “percalços da fama” (REVISTA DO RÁDIO, 1957, p. 9).



Figura 6: *Revista do Rádio* - Edição nº 423, p. 9, out. 1957

Fonte: Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional

Esta característica da *Revista do Rádio* de noticiar acontecimentos polêmicos, divulgando situações constrangedoras da vida particular de artistas pode ser verificada no conjunto de matérias sobre a vida amorosa e profissional dos cantores Dalva de Oliveira e Herivelto Martins, publicadas entre 1950 e 1954. Inúmeras reportagens foram publicadas de forma sequencial, como capítulos de novela nas edições da revista, buscando relatar os acontecimentos do escândalo do caso “Dalva e Herivelto”, desde a notícia da separação, com a matéria “O fim do trio de Ouro – Dalva de Oliveira vai se desquitar de Herivelto Martins” (REVISTA DO RÁDIO, 1950).

A reportagem “Como começou a briga Dalva e Herivelto”, apresentada na figura 7, relata os motivos do desentendimento do casal (REVISTA DO RÁDIO, 1951). A presença dos constantes escândalos da dupla se justifica pela lógica do espetáculo, já que para Llosa “não existe forma mais eficaz de entreter e divertir do que alimentar as paixões baixas do comum dos mortais. Entre estas, ocupa lugar de destaque a revelação da intimidade do próximo, sobretudo se figura pública, conhecida e prestigiada” (2012, p. 49).



Figura 7: *Revista do Rádio* - Edição nº 59, 1951
Fonte: Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional

Segundo Goldfeder (1980), a cantora Dalva de Oliveira representou a ruptura de uma visão padronizada e romântica de relacionamentos amorosos, por meio de estereótipos presentes em imagens apresentadas por veículos de comunicação, como a *Revista do Rádio*. A cantora acabou se tornando, segundo a pesquisadora, uma forma de identificação, portanto, de quem não tinha com quem se equiparar ao ler as revistas da época, mostrando, a partir dos acontecimentos de sua vida, uma realidade que o rádio e a imprensa não gostariam que aparecesse, rompendo padrões e modelos ideais. A reportagem apresentada na figura 8, “Dalva de Oliveira foi prêsa!” (*REVISTA DO RÁDIO*, 1951, p. 5), apresenta uma situação vivenciada pela cantora, que transgredia o comportamento da mulher adequado aos padrões da época.



Figura 8: Revista do Rádio - Edição nº 83, p. 5, abr. 1951
Fonte: Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional

Os textos das reportagens sobre os cantores incluíam a situação vivenciada pelos filhos do casal. O filho de Dalva e Herivelto, Pery Ribeiro no livro de sua autoria “Minhas duas estrelas: uma vida com meus pais” desabafa, “o país inteiro lendo aquelas coisas, as revistas especializadas tomando partido ora do meu pai, ora da minha mãe. Era uma nojeira, sem classificação” (RIBEIRO e DUARTE, 2009, p.134).

Para dar continuidade às matérias, a revista publicou textos com viés espetacular sobre a situação do Trio de Ouro, o acordo e desquite do casal, o novo casamento de Dalva, as viagens e o sucesso da cantora, o relacionamento amoroso de Herivelto, entre outros. Mas, na década de 1950, dentro do conteúdo editorial da revista, foram as colunas e seções destinadas a abordar a vida particular e profissional das celebridades, que tiveram grande espaço, por atender ao interesse dos seus fãs e leitores.

2.1.2 Interação e intimidade com os fãs: vasculhando a intimidade dos artistas nas seções da revista

Outro espaço reservado para os fãs dos artistas e leitores da revista era a seção denominada “Correio dos Fans” (Figura 9). Nessa seção, a revista disponibilizava informações sobre curiosidades e dúvidas, além de responder a pedidos dos leitores. Perguntava-se sobre o estado civil de artistas, buscava-se informações sobre novos discos de

cantores, eram feitos pedidos para que a revista convidasse artistas para participar das seções que apresentavam sua vida e casa, entre outras questões. Na página da seção, era impresso um cartão para ser preenchido com nome, endereço e a informação que o leitor gostaria de conhecer. Depois de preenchido, o cartão era recortado e enviado por correio para a redação da revista.

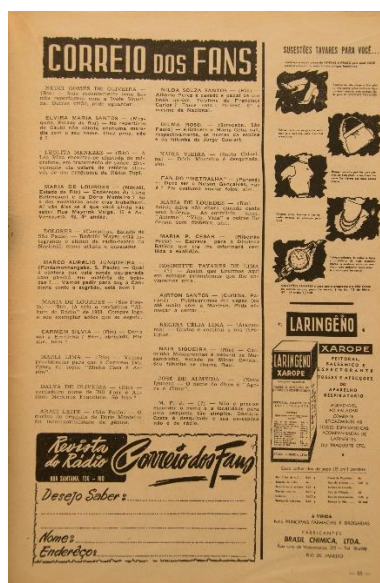


Figura 9: Revista do Rádio - Edição nº 158, p. 55, jun. 1958
Fonte: acervo particular do pesquisador Pedro Vaz

Como conhecer a intimidade das celebridades era a intenção de seus admiradores, a *Revista do Rádio* apresentava em seu conteúdo editorial a seção “24 horas na Vida de um Artista”. De grande popularidade, apresentava por meio de fotografias a rotina dos artistas de uma maneira peculiar. Segundo Faour (2002, p. 39) as imagens traziam “poses verdadeiramente impagáveis”, sendo que os artistas eram retratados ao acordar, tomar café, cozinhar, ir trabalhar até o momento de dormir. As fotografias eram acompanhadas de legendas que traziam textos em tom espetacular, conforme se pode verificar na figura 10.



Figura 10: *Revista do Rádio* - Edição nº 158, p. 46 e 47, jun. 1958
Fonte: acervo particular do pesquisador Pedro Vaz

“Minha Casa é Assim” era outra seção que se destacava na revista. A seção é precursora da linha que faz a *revista Caras* (MEDEIROS, 2014), apresentando a casa dos artistas em matérias longas, normalmente com quatro páginas. Nas fotografias, os artistas mostravam seus aparelhos eletrônicos e eletrodomésticos, além de mobílias, objetos de decoração e objetos pessoais. Seus admiradores gostavam de conhecer as preferências e gostos de seus ídolos para copiá-los (FAOUR, 2002). A figura 11 traz a casa da cantora e vedete Elvira Pagã³ que por sua personalidade exótica, apresentava-se de biquíni e seminua em algumas fotos.



Figura 11: *Revista do Rádio* - Edição nº 222, p. 38 e 39, dez. 1953
Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira

³Elvira Pagã foi uma atriz, cantora, compositora e vedete brasileira, considerada uma das "sexy symbols" mais cobiçadas da década de 1950. Foi a primeira “Rainha do Carnaval” carioca, sendo apontada como uma das mais ousadas mulheres do seu tempo (HAUSSEN e BACCHI, 2001).

Ainda na década de 1950, a seção “A Pergunta da Semana” se destacou como uma das colunas da revista. Nela, cerca de oito artistas do rádio eram convidados a responder a uma questão polêmica que trazia conteúdo com análise dos costumes da época. As perguntas variavam entre temas de ordem mística, social, financeira, política e também abordavam questões sobre ritmos estrangeiros da moda que invadiam o país, além de outras relacionadas a hábitos de consumo dos artistas.

É interessante observar, na figura 12, que apresenta a referida seção da edição nº 159 da revista, os valores aceitos na época, principalmente em relação à figura da mulher. Elas não deveriam pleitear igualdade de direitos aos homens, porque desta forma estariam ferindo a sua feminilidade. As artistas, mesmo fazendo sucesso em sua profissão, deveriam se dedicar em todos os sentidos ao marido, aos filhos e ao lar.



Figura 12: *Revista do Rádio* - Edição nº 159, p. 11, set. 1952

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira

Por sua vez, foram as colunas que abordavam a vida particular e profissional das celebridades, com viés espetacular e tom de fofoca, que se destacaram dentro da fórmula de sucesso da publicação em sua trajetória. Coluna fixa e de grande interesse do público, a coluna “Buraco da Fechadura” (Figura 13) descrevia a intimidade dos artistas. Criada na década de 1950, apresentava, junto com o título, a proposta em pequeno texto: “Revelações de um Repórter indiscreto”. Em seu conteúdo textual, trazia informações sobre a vida dos

artistas, como nome verdadeiro, local de nascimento, descendência, time de futebol, *hobbies*, além de curiosidades, como cor preferida, número da sorte, entre outros. Segundo Faour (2002, p. 35) a coluna era capaz de retratar os detalhes mais dispensáveis sobre um determinado artista, como a mania de morder os lábios de Agnaldo Rayol.



Figura 13: Revista do Rádio - Edição nº 159, p. 11, set. 1952
Fonte: acervo particular do pesquisador Pedro Vaz

No final de 1950 foi criada a coluna “Ficha Completa” que era uma cópia da coluna “Buraco da Fechadura”. Dentro desta proposta a revista também apresentava a coluna “Eu Sou Assim”, que trazia informações irrelevantes sobre os artistas, divididas em duas colunas: “Eu gosto” e “Eu não gosto”, conforme pode ser observado na Figura 14.

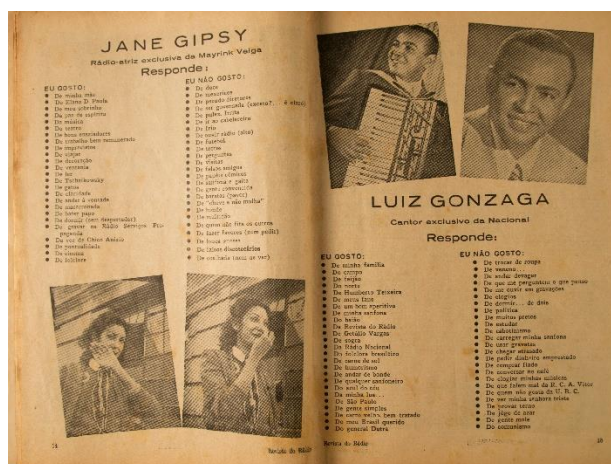


Figura 14: *Revista do Rádio* - Edição nº 65, p. 14 e 15, dez. 1950
Fonte: acervo particular do pesquisador Pedro Vaz

3 CONSIDERAÇÕES

Com a evolução do Rádio como veículo de Comunicação, percebemos que os conteúdos editoriais das revistas de rádio passaram a ter maior relevância, isto porque tocavam no imaginário do ouvinte e do leitor, tratando da cultura popular do Brasil. Como forma de atrair a atenção do leitor e ouvinte das emissoras, as revistas evidenciavam os artistas do meio radiofônico, em especial cantoras e cantores, que adquiriram fama, com a inclusão de textos, de um lado valorizando sua carreira artística e de outro tecendo comentários maledicentes sobre sua vida particular e profissional, com viés espetacular.

Apesar dos pesquisadores relatados no texto, entre eles Guy Debord (1967) e Mario Vargas Llosa (2012), desenvolverem abordagens um pouco distintas sobre o Espetáculo, considerando inclusive que suas pesquisas foram realizadas em épocas diferentes, pode-se entender que em uma Sociedade considerada espetacular o relacionamento entre as pessoas é mediado por imagens da indústria cultural. Nesse contexto, as imagens e narrativas presentes na Revista do Rádio trazem características similares as enunciadas pelos teóricos que estudam a Espetacularização nos meios de Comunicação.

A lógica do espetáculo, se estrutura na indiferenciação entre o público e o privado, sendo que não há limites para exibição da vista íntima, corroborando com o pensamento de Debord (1997) de que “o que nunca é punido torna-se permitido. Em relação à importância atribuída aos conteúdos das notícias, na Sociedade do Espetáculo, é o caráter novidadeiro,



surpreendente, insólito, escandaloso que se destaca. Nesse sentido, com viés espetacular, os textos das colunas e matérias da Revista do Rádio abordavam questões como a fama, a fofoca, a vida íntima, a tragédia, o escândalo, o heroísmo como forma captar a atenção dos leitores, vender mais revistas e gerar mais lucro.

Percebe-se que o espetáculo proporciona material mais opulento para as fantasias e sonhos, quando evidencia o mundo da fama, ou melhor, o mundo dos artistas, os acontecimentos envolvendo celebridades. Na essência do conceito de espetáculo, o que se exhibe ou é exibido, prende o olhar, chama a atenção e fascina quem assiste a ele. Da mesma forma, a intimidade do artista, sua família, sua vida amorosa, sua casa, seus objetos pessoais, sua rotina diária era uma das propostas da Revista do Rádio, para aproximar o leitor do artista consagrado por meio da revelação de sua vida particular.

A Fofoca, também era muito valorizada no conteúdo editorial da Revista do Rádio, para atrair a atenção do leitor. Falar da vida dos artistas, cantores, radialistas era uma das propostas dos editores da publicação, sobretudo quando a Revista do Rádio se deu conta que o brasileiro adora uma fofoca e tratou de especular um bocado sobre seus ídolos (FAUOR, 2002). Na mesma linha, a revista investia na divulgação de escândalos, com conteúdos que evocavam situações de desonra relacionadas a traição por adultério, brigas, discussões que causavam tumultos ou desordens, grande humilhação e ridicularização. Também se dramatizavam os acontecimentos ruins sofridos pelo artista, divulgando-os paulatinamente como uma forma de atrair o leitor envolvido com o problema de seu ídolo, que acompanhava a sequência dos fatos com condoimento.

Por fim, deve-se destacar que a Revista do Rádio representou um suporte midiático de grande interesse para os proprietários das Rádios, em um mundo onde a indústria cultural nascia ancorada no mundo capitalista e encontrou nos desejos dos leitores um interesse para crescer e chegar aos seus lares na década de 1950. Por outro lado, a Revista do Rádio representava um meio de exposição da vida profissional do artista, ao mesmo tempo em que expunha sua intimidade e o leitor se interessava por assuntos que o fizessem “vivenciar” o mundo do glamour dos famosos.





REFERÊNCIAS

- AMORIM, Jeovane Aparecido. O Estadão e as eleições: análise da campanha presidencial de 1945 com base na leitura do jornal O Estado de S. Paulo. **Antíteses**, v. 4, n. 8, p. 925-948, jul./dez. 2011.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**. São Paulo: Editora Ática, 1990.
- BORGES, Paola Giuliana. **Cantoras do rádio e mulheres**: um estudo sobre representações femininas no Brasil da década de 1950. 233f. Dissertação (Mestrado em Filosofia e Ciências Humanas) – Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas, SP. 2017
- COAN, Emerson Ike. O domínio do entretenimento na contemporaneidade. **Revista Ação Midiática**, v. 2, n. 2, p. 1-16, 2012.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FAOUR, Rodrigo. **Revista do Rádio**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.
- FRANÇA, Vera; FREIRE FILHO, João; LANA, Ligia; SIMÕES, Paula Guimarães (Org). **Celebridades no século XXI**: transformações no estatuto da fama. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- GOLDFEDER, Miriam. **Por trás das ondas da Rádio Nacional**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- HUPFER, Maria Luisa Rinaldi. **As Rainhas do Rádio**: símbolos da nascente indústria cultural brasileira. 210f. São Bernardo do Campo, Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista, São Bernardo do Campos, SP. 1998.
- LENHARO, Alcir. **Cantores do Rádio**. São Paulo: Editora da Unicamp, 1995.
- KELLNER, Douglas. A Cultura da Mídia e o Triunfo do Espetáculo. **Revista Líbero**, v. 6, n. 11, p. 4-15, 2004.
- MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.
- MEDEIROS, Fernanda de Faria. **O jornalismo de celebridades em Caras e Quem**. Cultura tabloide e comunicação com o leitor. 121f. Dissertação (Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Interações Midiáticas) –Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Minas Gerais, 2014.
- MOREIRA, Sônia Virgínia. **Estrelas**: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: O espírito do tempo – 1, neurose. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1981.
- MURCE, Renato. **Bastidores do rádio**: fragmentos do rádio de ontem e de hoje. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1976.





PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

RADIO EM REVISTA. Disponível em :<<http://www.radioemrevista.com/historia/as-rainhas-do-radio/>> Acesso em: 28 jan. 2017

RADIO EM REVISTA. Disponível em :<<http://www.radioemrevista.com/historia/revista-do-radio/>> Acesso em: 02 fev. 2017.

RIBEIRO, Pery; DUARTE, Ana. **Minhas duas estrelas**: uma vida com meus pais Dalva de Oliveira e Herivelto Martins. São Paulo: Globo, 2009.

RIO DE JANEIRO. Secretária de Estado da Casa Civil. Rádio – Histórico. 94,1 FM Rádio Roquette Pinto, s.d. Disponível em: <<http://www.fm94.rj.gov.br/index.php/main>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

VAZ Filho, Pedro. S. **A história do rádio brasileiro na perspectiva dos jornais e revistas do século XX**. 173f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Libero– São Paulo, 2009.

Original recebido em: 29 de maio de 2021

Aceito para publicação em: 03 de dezembro de 2021

Carla Montuori Fernandes

Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Possui Pós-doutorado em Comunicação Política pela Universidad de Valladolid. É docente titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP).

Lucia Dias

Doutora e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista (UNIP). É graduada em Comunicação Visual (Design) pela Fundação Armando Álvares Penteado.



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional

