A História do Rádio Brasileiro na Perspectiva dos Jornais e Revistas do Século XX[1]

Pedro Serico Vaz Filho[2]
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

RESUMO:

Esta pesquisa, intitulada "A História do Rádio Brasileiro na Perspectiva dos Jornais e Revistas do Século XX", procura resgatar parte da trajetória do rádio no Brasil, através de levantamento realizado nos meios impressos, numa abordagem documental. São apresentados fatos da vida radiofônica brasileira, publicados em papel, desde os primeiros tempos da radiodifusão no Brasil até os anos noventa. Nota-se nesta década, as raras impressões em papel sobre o cotidiano do rádio brasileiro, nos jornais e revistas de maior circulação no país.

PALAVRAS-CHAVES: Rádio; Jornais; Revistas; História; Comunicação.

Introdução:

Nesta pesquisa, denominada "A História do Rádio Brasileiro na Perspectiva dos Jornais e Revistas do Século XX", são apresentados resgates da história do rádio no Brasil por registros impressos. As mudanças ocorridas nas emissoras do país, e a extinção de algumas delas, apagaram arquivos auditivos que consagraram o meio radiofônico. Dessa forma, um dos recursos mais eficientes para se conhecer os diversos períodos da nossa radiofonia, é a busca pelo registro impresso em jornais e revistas. Destaca-se nesse sentido, o valor do trabalho das bibliotecas que, além de livros, valorizam a idéia do arquivo dos meios impressos, assim como os museus e acervos em papel de circulação pública. Antiquários, feiras de antiguidades e colecionadores também participam deste processo de auxílio ao levantamento histórico.

A instalação da TV brasileira, em 1950 e, desenvolvimento desta, marcam a queda gradual das publicações sobre rádio nas décadas seguintes. O encontro de registros impressos radiofônicos nos anos 80 e 90 são restritos. Entretanto, o rádio permanece informando e oferecendo conteúdos via escuta, para jornais, revistas, sites e para a

[1] Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, do X Encontro dos Grupos de Pesquisas, da Intercom.

[2] Mestre em comunicação pela Faculdade Cásper Líbero. Professor das disciplinas Radiojornalismo e Rádios Educativas, Comunitárias e Culturais, na Faculdade Cásper Líbero, Gerente da Rádio Gazeta AM, de São Paulo. Atividades exercidas: Coordenador da Rádio Universitária da Faculdade Cásper Líbero, professor palestrante da ECA/USP, apresentador, redator, repórter e produtor com atuações nas rádios: Record, Capital, América e Sistema Globo de Rádio, na TV, Gazeta e nos impressos: Diário Popular e Metrô News.

televisão, que dele se proveu e por ele continuará sendo provida. No texto a seguir, algumas citações seguem com fidelidade a grafia de diferentes épocas.

1- O difícil resgate da história impressa em jornais sobre o meio rádio.

Resgatar a história do rádio brasileiro, através de acervos impressos, como jornais e revistas, é por paradoxo, mais produtivo e relevante, quando a pesquisa ocorre em antigas edições, do que nos levantamentos de publicações atuais. A presença impressa da cobertura da radiodifusão brasileira aparece desde os anos 20, com o surgimento do rádio e segue com intensidade até os anos 60. Nesse período, páginas impressas apresentam espaços exclusivos ao meio rádio. Já nos anos 70 e 80, as pautas e roteiros radiofônicos sobrevivem em espaços reduzidos, em páginas e colunas, divididas em linhas com desvantagem sobre as expressões próximas, como as televisivas, cinematográficas e teatrais. Nos anos 90, poucos editores registram o meio rádio. Assim, a busca por matérias referentes ao tema, na mencionada década, torna-se mais trabalhosa e menos sucedida.

Em empresas jornalísticas, que mantém os arquivos de antigas edições, as consultas sobre a cobertura da história do rádio são mais produtivas nos períodos anteriores ao século XXI, como por exemplo, nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo e Gazeta*. Os segmentos mais populares, como o antigo *Diário Popular*, atualmente *Diário de S. Paulo* e o jornal *Agora*, do grupo *Folha*, mantiveram colunas diárias sobre o tema, além do ano 2000. O *Diário de S. Paulo,* até o ano 2003 e o *Agora*, até 2005. O extinto jornal *Notícias Populares* publicou durante a década de oitenta, uma coluna diária intitulada *As Radiais.*

Os acervos de bibliotecas, consultados para essa pesquisa, também abrigam preciosidades, como as organizadas na Biblioteca Municipal Mário de Andrade, de São Paulo. Porém, os aspectos estruturais e econômicos, sofridos pelas emissoras de rádio do Brasil, não aparecem tão acessíveis e disponíveis em hemerotecas, ou em outro tipo de agrupamento do tema.

A catalogação da vida radiofônica do Brasil é um trabalho difícil e intenso. A situação se apresenta em forma de amostragem, saída das páginas dos jornais e de revistas, sobretudo das publicações dos anos 30. Nesse período, o rádio se desenvolve no Brasil através de produções artísticas e jornalísticas, assim como os aparelhos

receptores. Surgem também novas e importantes emissoras pelo país e a mídia impressa passa a destacar o veículo de comunicação nas pautas de diversas seções, incluindo edições exclusivas ao novo meio de comunicação.

Após os anos 30, com a fixação do rádio, tendo direito à veiculação de propagandas, empresários da imprensa escrita, temem uma possível concorrência. Com a evolução do jornal e do rádio, o pensamento de competição se modifica e ambos passam a conviver em intensa parceria. A mentalidade temerosa, anterior às relações dos dois tipos de veículos de comunicação, é explicada, em entrevista, pelo professor, escritor e pesquisador da história do rádio, Luís Carlos Saroldi:

> Quando o rádio começou principalmente nos Estados Unidos e na Europa, esses empresários achavam que o meio, sendo tão instantâneo, noticiava antes do jornal. Eles acreditavam que o noticiário radiofônico poderia prejudicar os negócios deles e com o passar do tempo, começaram a bloqueá-lo, mas depois passaram a entender que o rádio tinha vindo para ficar e que eles não poderiam mais virar as costas para esse veículo de comunicação e que o interesse popular por ele era tanto que começou a ocupar as páginas dos jornais e revistas. Assim, empresários da imprensa escrita passaram a notar que poderiam ter suas próprias emissoras. Criaram-se assim redes de jornal e de rádio. (SAROLDI, Luís Carlos. Informação verbal).[3]

Um dos exemplos das redes mencionadas por Saroldi, surge em outubro de 1935, com a publicação da revista *Carioca* editada pela empresa jornalística *A Noite*, que no ano seguinte inaugura a rádio *Nacional*, no Rio de Janeiro. A revista passa a circular semanalmente com direção de Anísio Motta. O endereço da redação era a Praça Mauá, número 7, no mesmo edifício que abriga até hoje a mencionada emissora.

No campo de expediente da revista *Carioca*, além da identificação do diretor constava o nome do gerente Vasco Lima e do Secretário Raymundo Magalhães. Com 63 páginas, no formato 20 x 27 centímetros, a revista *Carioca* dedicava vários espaços ao rádio, entre eles, uma coluna aos ouvintes, com o título: "O que pensam os Radio-Ouvintes". O objetivo era saber a opinião do público de rádio sobre os programas. Eles deveriam responder questões, concorrendo a prêmios em dinheiro.

Uma pauta sobre o destino do rádio e o desenvolvimento da televisão, em 1950, aparece na revista *Carioca* na edição número 215, de 25 de novembro de 1939. A matéria intitulada "O Futuro do Radio: os novos rumos abertos ao Broadcasting pela

[3] SAROLDI, Luís Carlos. Informações colhidas em entrevista ao autor, no mês de julho de 2002.

televisão", recebe a assinatura de Mario Castellar. No texto, a história da origem da televisão e a possibilidade dessa chegar ao país a partir de uma evolução radiofônica.

> No Brasil, tivemos, há alguns meses, as primeiras experiências, levadas a efeito pelo Departamento Nacional de Propaganda, em colaboração com o engenheiro Hans Pressler, diretor dos Correios e Telegrafos da Alemanha. (...) E trabalhando sempre, os cientistas procuram aumentar cada vez mais as possibilidades da televisão, que será a base do "broadcasting" de amanhã.[4]

O texto revela a história do invento do aparelho de televisão em um discurso apontado para a iniciativa de pesquisas no setor nacional de radiodifusão, para a instalação da TV no Brasil. O período assemelhou-se ao vivido no país atualmente a cerca das possibilidades do rádio digital, com os questionamentos e conjeturas sobre as vantagens dessa forma de mídia, remanejamentos no mercado publicitário e nos conteúdos das atrações artísticas e noticiários. Porém, nesse clima de expectativas, o mencionado artigo da revista *Carioca*, apontava no primeiro parágrafo a seguinte frase: "O "broadcasting' é ainda uma instituição muito recente e mesmo instável para que se possa entrevêr, com segurança em que rumo será processado o seu desenvolvimento."

2- Rádio *Nacional* e as revistas *O Malho* e *O Cruzeiro*.

A fase anterior à inauguração da rádio Nacional, no Rio de Janeiro, em 1936, causava no meio jornalístico e artístico várias especulações e boatos. Cantores e radialistas eram sondados para aturarem na nova estação. Os preparativos e adaptações no endereço, que abrigaria a emissora geravam comentários e interesses diversos, pela ostentação das equipes de trabalho, que ao mesmo tempo preservavam algumas informações. Notas brotavam na mídia impressa noticiando o surgimento de mais uma grande emissora no país. A revista *O Malho*, na edição de 23 de julho de 1936, apresenta uma referência à rádio *Nacional*, em nota na página 9, anunciando a inauguração da emissora, que estaria em "período embryonário". Na realidade a *Nacional* já havia passado desta fase. A inauguração ocorreu dois meses depois da citada publicação, no mês de setembro.

[4] Revista Carioca, edição 215, de 25.11.1939. p: 21.

23 — VII — 1936

"A RADIO NACIONAL"

Está em seu periodo embryonario, ainda a nova diffusora carioca que será a "Radio Nacional".

E' bem possivel que antes do fim do anno já ella esteja no ar, pois os seus organizadores estão activos:

A "Radio Nacional" adquiriu a estação que a "Philips" havia mandado vir para ella propria e que, segundo se diz, é cousa das melhores do genero.

Fala-se que o director artistico da "Radio Nacional" será Didi Vasconcellos, cuja competencia no assumpto não é discutida.

Nota publicada na revista *O Malho,* na edição de 23 de julho de 1936.

Na cobertura da festa de inauguração da rádio *Nacional*, a revista *Carioca*, vinculada à nova emissora, com sede no mesmo edifício, localizado na Praça Mauá, numero 7, dedicou as páginas centrais da publicação à reportagem. Na edição número 48, de 19 de setembro de 1936, a matéria recebe o título: "Do Rio Para Todo o Brasil! Sabado último inaugurou-se, com grande brilho, a radio Nacional!".

A emissora foi inaugurada no dia 12 de setembro de 1936, às 21 horas, com requinte registrado nas páginas da revista *Carioca*. As fotos da publicação exibiam artistas em trajes de gala, como Bidú Sayão, que cantou "duas lindas canções"; Orlando Silva e Aracy de Almeida, "cantando um samba carioca"; "Bob Lazy", o interessante interprete de "foxes" "genero" "hot", cantando acompanhado por Pereira Filho". O texto de início da matéria revelou grandiosidade o evento:

> Teve um brilho excepcional a inauguração da Sociedade Radio Nacional. No estudio do edifício d´A NOITE, além de vários membros do governo, representantes de altas autoridades, deputados, vereadores, delegações de instituições culturaes, de sociedades diffusoras, artistas e membros de letras, compareceram as mais representativas figuras da sociedade brasileira.".
> Autoridades internacionais também estão listadas na reportagem sobre a festa que teve início com "a execução do Hynno Nacional pela grande orchestra do Theatro Municipal. Em seguida, inaugurando a nova estação, falou o Dr. Medeiros Netto, presidente do Senado, seguindo-se-lhe com a palavra abençoando a Radio

> Nacional, S. E. o Cardeal Arcebispo, que falou do Palacio de S. Joaquim, ligado directamente ao microphone da PRE-8.[5]

Ainda no Brasil dos anos 30, a programação radiofônica e, principalmente os cantores e radiatores, que se transformaram em ídolos através das ondas sonoras, encontravam nas revistas, outra vitrine para a exibição dos sucessos musicais e dramas. Assim, como os artistas de cinema, eles tornaram-se alvos de editores em páginas de publicações.

Importantes registros dessa fase estão em revistas como *O Cruzeiro e O Malho*. Esta última foi criada em 1902, com a proposta de divulgar ritmos musicais brasileiros da época, contendo assuntos variados. Com o desenvolvimento do rádio, esta publicação, além da coluna "Em revista o Rádio", trazia a coluna "*Broadcasting"*, com notas diversas sobre os bastidores radiofônicos.

A revista *O Malho* apresentava nos textos uma mescla informativa, bem humorada e crítica ao mesmo tempo. O que se nota nas revistas atuais, de celebridades ou de "fofocas", já figurava nesta publicação. As sátiras, eram sobretudo ao sistema político vigente. Ao mesmo tempo, a revista promovia nomes, instituições e documentava aquela época de uma forma vanguardista. Os temas eram sempre envoltos à significativa polêmica.

A revista *O Cruzeiro*, lançada em 9 de novembro de 1928, no Rio de Janeiro, por Assis Chateaubriand, chega aos anos 30 sem contar com a simpatia do governo, por "uma seqüela das posições de Assis Chateaubriand, durante a Revolução de 32,"[6] como revelou Antonio Acciolly Netto, em artigo da revista "Imprensa", de dezembro de 1990.

Assim, no aspecto editorial havia considerável diferença entre as revistas *O Cruzeiro* e *O Malho*. Em comum, porém, as duas traziam os registros sobre a radiodifusão brasileira. Nos primeiros cinco anos do programa radiofônico oficial do governo, *A Hora do Brasil*, a relação entre o empresário Chateaubriand e o presidente Vargas, era de harmonia, pelo menos de forma aparente. Esta constatação vem das páginas da revista *O Cruzeiro*, que registrava em notas e matérias, momentos dessa programação do estado, incluindo anúncios sobre o governo.

[5] Revista Carioca, edição 48, setembro1936. p 40.
[6] Revista Imprensa, edição de dezembro de 1990, p 25.

Na edição de 11 de novembro de 1939, a revista *O Cruzeiro* publicou na página 9 uma reportagem sobre os bastidores do programa de rádio *Hora do Brasil*. A redação do noticioso ficava nas dependências da Câmara dos Deputados, no Palácio Tiradentes, no Rio de Janeiro. A matéria, com fotos da redação, foi assinada por Carlos Cavalcanti. Logo no início do texto ele citou Lourival Fontes: "O gabinete de trabalho do senhor Lourival Fontes é um gabinete singular. Talvez nenhum director de repartição do Brasil tenha um gabinete tão pouco importante, tão simples, despretencioso e cheirando a trabalho".[7]

Na matéria da página 9, que continua na pagina 48, registram-se também informações de cadastro de ouvintes e irradiação "para o estrangeiro": "Nem todos sabem que o Departamento de Propaganda irradiava em inglez, francez, italiano ou allemão programas diários com musicas, informações e notícias sobre o Brasil".

O aspecto da redação onde trabalhava Lourival Fontes não escapava do texto do repórter de *O Cruzeiro*. "Logo á primeira vista dá idéia de balburdia. Duas longas mesas, plenas de jornaes, revistas, folhetos, mappas, papeis, revistas, cartas e manuscriptos".

3 A exclusividade e a decadência de registros sobre rádio na mídia impressa.

Em fevereiro de 1948, quando o rádio brasileiro já havia sido registrado em diversas publicações, incluindo as exclusivas revistas de determinadas emissoras, surgia a *Revista do Rádio*. Essa lançada pelo radialista e autor de radionovelas Anselmo Domingos. O prestígio da edição era comparado ao de emissoras importantes como a *Nacional*, no Rio de Janeiro". A afirmação é do autor do livro homônimo à revista, Rodrigo Faour, em entrevista para a elaboração desta pesquisa. "Se hoje quem vira celebridade normalmente é quem aparece na televisão, muitas vezes sem fazer nada que preste, na virada dos anos 40 e 50, era famoso quem atuava no rádio, especialmente quem pertencia ao *cast* das grandes emissoras, como a *Nacional*, a *Tupi* e a *Mayrink Veiga*."[8].

No editorial da edição número 68 de 26 de dezembro de 1950, a *Revista do Rádio* confirma a informação do autor Rodrigo Faour e reconhece a posição privilegiada da revista *O Cruzeiro*. Essa lançada no Brasil no ano de 1928, vinte anos mais velha do que

[7] Revista *O Cruzeiro*, edição de 11 novembro de 1939 p. 9.
[8] FAOUR, Rodrigo. Informações colhidas em entrevista ao autor, no mês de dezembro de 2006.

a *Revista do Rádio,* que graças ao sucesso de vendagem praticamente se equipara à tradicional concorrente.

A *Revista do Rádio* reinou entre os leitores, mas enfrentou concorrentes. As edições do gênero traziam a palavra "rádio" no título. Entre elas, *Radiolândia, Radio em Revista, Radio Visão, Radio Entrevista e Radiolar.* Muitos artistas e radialistas eram exclusivos de determinadas emissoras de rádio, com contratos de impedimento de atuação em outra estação, mas com as revistas era diferente. Os elencos de diversas rádios tinham presença nas publicações acima, que vendiam a imagem, do que era ouvido, novelas principalmente. As seções mudavam de nome, mas possuíam conteúdos semelhantes, como por exemplo, a similar da coluna "Mexericos da Candinha", da *Revista do Rádio*, era "Picadas & Venenos de São Paulo", na revista *Radiolândia.* Esta como diferencial trazia a seção, o "Dicionário da Gente de Rádio, assinado por Lourival Marques, com biografias de radialistas.

No período anterior à inauguração da televisão brasileira, em 18 de setembro de 1950, e mesmo depois, quando as produções televisivas iniciavam, e muitos radialistas migravam para o novo veículo de comunicação, a *Revista do Rádio*, documenta este momento com matérias, comentários e ilustrações diversas. Pela leitura da revista, a época provocava a criatividade e expectativas na sociedade e consequentemente nos editores. O desenvolvimento da televisão, a partir dos anos 50, o aproveitamento dos profissionais do rádio neste meio, e várias outras especulações, eram temas que se dividiam em reportagens, artigos, notas e colunas em revistas e jornais.

O abalo sentido pelo rádio, com a presença da televisão é registrado também por outras revistas como a *Radiolândia*, que na década de 60, mudou de nome com a evolução transformando-se em *Radiolândia e Tevelândia*. A convivência, do rádio com a presença da televisão, nas publicações dos anos 50 e 60, foram gradualmente beneficiando a TV. Publicações como a *Radiolândia e Tevelândia,* dividiam os espaços, mas a atmosfera percebida, através de edições deste tipo, revelava a ansiedade pelo novo, numa demonstração de atualização dos meios, semelhante ao clima de hoje, referente à informática, com a apresentação das novidades e vantagens do mundo digital. Em 1960, as notícias sobre a televisão ocupavam maior espaço nas páginas da *Revista do Rádio*. Nesta época, o nome da publicação já havia sido modificado. Tornara-se *Revista do Rádio e da TV.* A mudança de nome ocorre a partir de novembro de 1959.

Assim como a *Revista do Rádio*, os demais títulos do gênero saíram de circulação. A partir da década de 70 os registros sobre o meio rádio foram minguando nos meios impressos. O inverso então passa a acontecer. Antes as revistas sobre rádio cediam espaços para assuntos da televisão. Com a consagração da TV, revistas de fofocas e celebridades que exploram os bastidores televisivos, registram em reduzido espaço, notas do meio rádio.

Das revistas de circulação nacional, a *Contigo*, criada em 1963, no início documentou diversas fases do rádio, embora fosse destinada à televisão. Posteriormente, registrou em notas e em eventuais matérias a vida radiofônica. A concorrente e extinta revista *Amiga* chega a ter uma coluna intitulada "Jornal do Radio" nos anos setenta e oitenta. Depois privilegia totalmente a TV, com várias edições sem menção ao rádio.

Em 1997, a editora Abril investiu na publicação da revista *Rádio - um Show de Música,* dedicada exclusivamente ao meio radiofônico, com seções diversas: cartas dos leitores, agenda de shows, letras de músicas, perfil de comunicadores, programações de AMs e FMs, curiosidades, rádios comunitárias etc. A revista era mensal, no formato 18,5 por 13, com 50 páginas, vendida em bancas por um real e vinte centavos. Foram publicados apenas três números. Segundo a editora da publicação na época, Márcia Naspitz, não houve investimento em publicidade e nem na divulgação da revista. A jornalista Selma Viana, que trabalhou como repórter revelou a esta pesquisa que havia dificuldades em conseguir material de divulgação das rádios, pois a maioria não expedia *releases*.

> Cheguei a analisar muitas programações, não só de São Paulo, mas também de outros estados. Temos ótimas programações em diversas emissoras e em gêneros variados, como o jornalismo da CBN, Jovem Pan, Eldorado e Bandeirantes. Assim, como outros formatos, inclusive alguns programas infantis. Estes precisavam ser divulgados, como uma série de reportagem ou entrevista que será exibida, ou entrevista com um determinado artista. Porém, não sei se é o fator tempo nas redações ou falta de investimento no setor de divulgação. Alguns radialistas chegam a querer divulgar a entrevista ou matéria que já foi ao ar. Se teve repercussão a pauta é válida, mas nem sempre isto ocorre. Alguns programadores, no entanto, se auto-promovem, mas não revelam necessariamente qualidade na programação. Uma avaliação, neste sentido, seria oportuna, para valorização do rádio". (VIANA, Selma. Informação verbal.).[9]

[9] VIANA, Selma. Informações colhidas em entrevista ao autor, no mês de dezembro de 2006.

Apesar dos espaços reduzidos para rádio, nas revistas da década de 90, este período vai marcar o aumento de publicações exclusivas de emissoras de freqüência modulada, como as revistas das rádios *Gazeta FM, Transamérica, Kiss FM* e *Jovem Pan*. Essa estratégia de promoção já existia desde a década de trinta, quando a rádio *Mayrink Veiga* publicava a revista *PRANOVE*, que posteriormente foi intitulada *Vida Nova.* A mesma postura de divulgação foi assumida no final dos anos 40, quando a *Rádio São Paulo*, que possuía como slogan, a "rádio do lar" passa a publicar a revista *Radiolar*.

Das revistas atuais de grande circulação, uma das poucas que dedica referência ao rádio é a revista semanal *Veja* no encarte complementar, *Vejinha,* que acompanha a edição. Esta traz a coluna de roteiro para o rádio informando atrações que acontecerão nas emissoras. A roteirista da publicação, Helena Galante, revela que para conseguir compor a coluna sobre programação de rádio, se debate em ligações para as emissoras, com o objetivo de receber informações das produções. "O *releases* quase não chegam. É difícil, pois as rádios não se divulgam",[10] revela. Este depoimento indica que o fator da insignificante documentação do rádio nos meios impressos também se deve à falta de iniciativa do meio. Nos jornais impressos, acontece fato semelhante ao recorrente em revistas. A jornalista, Magaly Prado, que manteve uma coluna diária, durante quatro anos, de 2000 a 2004, no jornal *Agora*, recorda as dificuldades enfrentadas no período: "Eventualmente as emissoras enviavam releases. Não era sempre. Normalmente eu telefonava para as rádios solicitando as informações para alimentar a coluna"[11].

Pode-se então perguntar por que o meio radiofônico, num país como o Brasil, que abriga milhares de empresas radiofônicas e debate questões voltadas para a radiodifusão digital, comunitária, pirata etc., atualmente interessa tão pouco aos editores e pauteiros de jornais e revistas? Seria uma programação desatualizada, ou a ausência de imagem e fotografia, num momento tão visual e virtual? Porque somente cadernos semanais de televisão nos grandes jornais e nenhum, ou raros espaços para o rádio, já que o país possui tantas emissoras? Durante a realização desta pesquisa, entrevistados mencionaram que o registro sobre rádio acontece nos *sites* de emissoras, ou outros específicos sobre o tema e ainda em *blogs*. Estes meios, porém, não estão no foco do levantamento aqui desenvolvido. Mesmo assim, visitando páginas na internet de diversas emissoras, nota-se que a informação diária postada permanece durante algum tempo nestes sites, sendo

[10] GALANTE, Helena. Informações colhidas em entrevista ao autor, no mês de novembro de 2008.
[11] PRADO, Magaly. Informações colhidas em entrevista ao autor, no mês de novembro de 2008.

posteriormente atualizados, com os textos anteriores suprimidos. Diante destes questionamentos, surge a indagação sobre o que o rádio representa para os diversos públicos das diferentes classes sociais brasileiras. Pela natureza radiofônica, do imediatismo na comunicação, com linguagem para os ouvidos, por esta razão, e simplesmente assim, torna-se resistente mesmo não sendo anunciada em jornais ou em revistas.

Considerações finais:

A partir dessa pesquisa intitulada "A História do Rádio Brasileiro na Perspectiva dos Jornais e Revistas do Século XX", nota-se que o ritmo das publicações que documentavam o rádio no Brasil, acompanharam várias fases de vida desse meio em todos os fluxos. No início, referências sobre a nascente radiodifusão brasileira, em notas que agregavam aos jornais conteúdos extraídos de escutas de programas.

Aos poucos, o rádio vai se aliando aos jornais numa parceria que se caracterizava como um intercâmbio. Houve, a princípio, a resistência dos proprietários dos meios impressos, diante do novo veículo eletrônico, que tinha capacidade para muito. Seria impossível para a então nova mídia radiofônica, não registrar fatos como a Revolução de 32. Até porque conflitos aconteceram na porta da rádio *Record*, em São Paulo. As sonoras dessa fase desapareceram cabendo esta documentação aos jornais, como *A Gazeta* e o *Diário da Noite,* que conscientemente imortalizaram o momento.

Graças ao rádio, o analfabetismo não prejudicava o acesso ao noticiário. As mensagens transmitidas através das ondas sonoras, rapidamente se adaptavam aos ouvidos de uma população em fase de crescimento urbano. O Brasil crescia em torno do rádio.

Emissoras se desenvolvem e com elas a necessidade de revelar a face da voz de quem ocupava os estúdios, no caso os cantores, atores, jornalistas e locutores. Dos ambientes dos auditórios que lotavam com platéias também se esperava uma imagem. Surgiam, assim, seções em revistas dedicadas exclusivamente ao tema, como as criadas nas revistas *O Malho*, *O Cruzeiro* e *Carioca*. Também na *PRANOVE*, órgão oficial da rádio *Mayrink Veiga.* No final do anos 40, a *Revista do Rádio* e tantas outras do gênero.

Contudo, o rádio permanece nas duas últimas décadas do século XX, numa nova estrutura, com predominância da programação musical em FM, e muita prestação de

serviços em AM. Comunicadores e atrações, na entrada dos anos 80 estão restritas as vitrines em formato de papel. A era é televisiva. A situação assinala a reduzida estrutura das rádios em priorizar as programações em detrimento da própria divulgação. O resultado é a extinção das colunas sobre rádio na maioria dos grandes jornais.

Qual seria, então, a fórmula de sobrevivência do rádio, diante dos apelos sedutores da televisão e da internet, somados à falta ou restrição de registros e divulgação em jornais e revistas de grande circulação? Em análise do material aqui levantado, nota-se que a história do rádio brasileiro, durante o século XX, passou por todas as fases da evolução tecnológica, desde o surgimento, nos anos 20. O rádio marca posição pela abrangência, linguagem concisa e provedora. No entanto, é pouco documentado em impressos, em fases tão ricas, como a passagem do século XX para o XXI.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Paulo César. **Eu não sou cachorro não; música popular cafona e ditadura militar**. Rio de Janeiro: Ed.Record, 2002.

FAOUR, Rodrigo. **Revista do Rádio**; cultura, fuxicos e moral nos anos dourados. Rio de Janeiro: Ed. Relume Dumará, 2002.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio; o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 2000.

MEDITSCH, Eduardo. **Rádio e pânico** – A Guerra dos Mundos, 60 anos depois. Florianópolis: Ed. Insular, 1998.

MENEZES, J. E. de O. **Rádio e Cidade, Vínculos Sonoros**. São Paulo: Ed. Annablume, 2007.

MORAIS, Fernando. **Chatô: O Rei do Brasil**. São Paulo: Ed.Companhia das Letras, 1994.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. Rio Fundo. 1991.

MURCE, Renato. **Bastidores do rádio** – Fragmentos do Rádio de ontem de hoje. Rio de Janeiro: Ed. Imago, 1976.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio**. São Paulo: Ed. Summus, 1986.

PEROSA, Lilian Maria F. de Lima. **A hora do clique: análise do Programa de rádio Voz do Brasil da velha a nova República**. São Paulo: Ed. Annablume: ECA-USP, 1995.

THIRSO, Pires. **Almanaque do Rádio Paulistano de 1951**. São Paulo: Ed. Thyrso Pires, 1951.