



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA

KATARINA MENESES DE LOURENÇO

**A TRANSFORMAÇÃO DO CAMPO ARTÍSTICO MUSICAL EM RECIFE COM A
FORMAÇÃO DE UM MERCADO DE TRABALHO FOMENTADO PELA RÁDIO
CLUBE DE 1930 A 1940**

Recife
2021

KATARINA MENESES DE LOURENÇO

**A TRANSFORMAÇÃO DO CAMPO ARTÍSTICO MUSICAL EM RECIFE COM A
FORMAÇÃO DE UM MERCADO DE TRABALHO FOMENTADO PELA RÁDIO
CLUBE DE 1930 A 1940**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Música (PPGM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre na área de Música.

Área de concentração: Música e Sociedade.

Orientação: Prof. Dr. Josimar Jorge Ventura de Moraes

Recife

2021

Catálogo na fonte
Bibliotecária Mariana de Souza Alves – CRB-4/2105

L892t Lourenço, Katarina Meneses de
A transformação do campo artístico musical em Recife com a formação de um mercado de trabalho fomentado pela Rádio Clube de 1930 a 1940 / Katarina Meneses de Lourenço. – Recife, 2021.
99f.: il., fig.

Sob orientação de Josimar Jorge Ventura de Moraes.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Música, 2021.

Inclui referências, apêndices e anexos.

1. Música, Cultura e Sociedade. 2. Rádio Clube. 3. Mercado de Trabalho. 4. Instrumentistas. 5. Cantores. I. Moraes, Josimar Jorge Ventura de (Orientação). II. Título.

780 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2021-251)

KATARINA MENESES DE LOURENÇO

**A TRANSFORMAÇÃO DO CAMPO ARTÍSTICO MUSICAL EM RECIFE COM A
FORMAÇÃO DE UM MERCADO DE TRABALHO FOMENTADO PELA RÁDIO
CLUBE DE 1930 A 1940**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Música (PPGM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre na área de Música.

Área de concentração: Música e Sociedade.

Aprovada em: 24/ 11 / 2021

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Josimar Jorge Ventura de Moraes (Orientador)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Amilcar Almeida Bezerra (Avaliador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof Dr. Paulo Marcondes Ferreira Soares (Avaliador externo)

PPGS

Recife

2021

Aos meus pais (*in memoriam*), pelo eterno apoio ao estudo.

AGRADECIMENTOS

Agradecimento à minha filha (pela paciência de me escutar nas horas de apreensão). Aos meus parceiros, amigos de caminhada, que me auxiliaram neste trabalho (em particular, Jandson da Silva, Maelda Lacerda, Deneil Laranjeira, Maurício César, Jéssica Sabrina, Andrea Cardoso e Robson Ribeiro. Agradecimento ao meu orientador Jorge Ventura pelas correções e aconselhamentos. Por fim, agradeço a todos os que me ajudaram nessa etapa de vida.

RESUMO

A presente pesquisa busca compreender as transformações ocorridas na sociedade do Recife com as mudanças relacionadas a música, com o advento do rádio, durante os anos de 1930 a 1940. No intuito de entender o papel que a música veiculada nesse instrumento de comunicação representou na sociedade recifense, realizamos uma pesquisa elencando a importância da Rádio Clube no espaço de trabalho criado para instrumentistas e cantores em Recife. Este estudo foi construído por meio de pesquisa bibliográfica, de entrevistas e de análises de fontes iconográficas de imagens, áudios e audiovisuais disponibilizadas pelo Diário de Pernambuco e Fundação Joaquim Nabuco. Embasados nos conceitos de Habitus, Capital Cultural e Campo, estabelecidos por Bourdieu, buscou-se a compreensão das mudanças que o hábito da escuta diária do rádio promoveu nos ouvintes recifenses. A partir disso, analisamos que as transformações tecnológicas e midiáticas, proporcionadas pelo rádio, abriram espaço para novas formas de interpretar as canções, bem como verificamos o surgimento de um nicho mercadológico para instrumentistas, cantores e diversos profissionais do rádio. Como essas novas demandas de mercado e musicais influenciaram os ouvintes durante esses dez anos, modificando os hábitos desses agentes sociais.

Palavras-chave: Rádio Clube; Mercado de Trabalho; Instrumentistas; Cantores.

ABSTRACT

This research seeks to understand the transformations that took place in Recife's society with the establishment of radio-related music from 1930 to 1940. In order to understand the role that music conveyed through this mean of communication played in Recife society, we carried out a survey pointing out the importance of 'Radio Clube' in the workspace created for musicians and singers in Recife. This study was built through bibliographical, interviews and iconographic sources of images, audios and audio-visual research available on 'Diário de Pernambuco' and 'Fundação Joaquim Nabuco' for further analysis of this data. Based on the concepts of 'Habitus, Cultural Capital and Field' by Bourdieu, we sought to understand the changes caused in Recife's listeners by the habit of daily listening to the radio. We looked at the technological and media changes provided by radio which opened space for new ways of singing songs, as well as the emergence of a market for instrumentalists, singers and a variety of radio professionals and how these new market and musical demands influenced listeners during these ten years, changing the habits of these social agents.

Keywords: Radio Clube; Labour Market; Instrumentalists; Singers.

LISTA DE FIGURAS

Fotografia 1 – Recife dos anos 1920	11
Fotografia 2 - Título da Matéria: O Recife dos anos 20 e a Rádio Clube	12
Fotografia 3 - Título da Matéria: 80 anos, a hora do Brasil chegava ao rádio	17
Fotografia 4 - Título da Matéria: Há 80 anos, a hora do Brasil chegava ao rádio.....	19
Fotografia 5 - Rua Nova Recife.....	21
Fotografia 6 - Título da Matéria: História da Rádio que cresceu junto com o Recife.....	23
Fotografia 7 – Título da Matéria: A novela pioneira que valeu o título de Borjalo	26
Fotografia 8 - Título da Matéria: Nem speaker, nem falador; locutor.....	27
Fotografia 9 - A Pianista Amélia Brandão Nery, conhecida como Tia Nery	45
Fotografia 10 - Alda Verona.....	47
Fotografia 11 - Jazz Band Acadêmica	51
Fotografia 12 - Título da Matéria: Eis A hora azul das senhorinhas: um programa dedicado às mulheres	55
Fotografia 13 - Título da Matéria: Auditórios do rádio: lugar de encontro	56
Fotografia 14 - Título da Matéria: Nelson Ferreira: 40 anos do adeus do dono da música pernambucana.....	58
Fotografia 15 - O cantor Vicente Cunha	63
Fotografia 16 - A novela pioneira que valeu o título de Borjalo	67
Fotografia 17 - Título da Matéria: Eis A hora azul das senhorinhas: um programa dedicado às mulheres	71
Fotografia 18 - Título da Matéria: a invenção do reclame no rádio	73
Fotografia 19 - Título da Matéria: Quando o Feminismo chega a Rádio Clube	74
Fotografia 20 - Título da Matéria: Chacrinha da Clube ao sucesso.....	76
Fotografia 21 - Título: A Casa Edison e a formação do mercado fonográfico no Rio de Janeiro no final do século XIX e início do século XX.....	79
Fotografia 22 - Título da Matéria: a invenção do reclame no rádio	80
Fotografia 23 - Título: Planta baixa da Rádio Clube de Pernambuco	81

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	O INÍCIO DO RÁDIO NO BRASIL UM BREVE PANORAMA E A APROPRIAÇÃO GOVERNAMENTAL	14
2.1	Visão do cenário do rádio em Recife.....	20
2.2	Quadro Teórico.....	31
2.3	Aspectos Metodológicos	36
3	O POPULAR X ERUDITO: NOVOS RUMOS NA RÁDIO CLUBE	39
3.1	Raul Moraes e Nelson Ferreira: os primeiros diretores musicais da <i>Rádio Clube</i> a impulsionarem a música popular.....	52
3.2	A contribuição do aparato tecnológico para a consolidação do mercado de trabalho dentro da <i>Rádio Clube</i>.....	59
4	O ESPAÇO DE TRABALHO CRIADO NO RÁDIO, PARA OS INSTRUMENTISTAS E CANTORES ENTRE OS ANOS DE 1930 E 1940 NO RECIFE	65
4.1	As propagandas no rádio e a criação dos auditórios	68
4.2	O mercado de trabalho criado em Recife com a <i>Rádio Clube</i>	74
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	84
	REFERÊNCIAS	86
	APÊNDICE A – ENTREVISTA COM GILVANDO DA COSTA PAIVA.....	90
	APÊNDICE B – ENTREVISTA COM RENATO PHAELANTE DA CÂMERA	93
	ANEXO A – PARTITURA DA MÚSICA “AGUENTA QUEM PODE”.....	95
	ANEXO B – PARTITURA DA MÚSICA “AI, QUE VIOLA!”	96
	ANEXO C – PARTITURA DA MÚSICA “CASA DE FARINHA”	97
	ANEXO D – PARTITURA DA MÚSICA “MARACATU”.....	98
	ANEXO E – PARTITURA DA MÚSICA “FOI NA BEIRA DO RIO”	99

1 INTRODUÇÃO

Sou do Recife com orgulho e com saudade, sou do Recife com vontade de chorar, e o rio passa levando barcaça pro alto do mar e em mim não passa essa vontade de voltar.

Recife mandou me chamar: Capiba e Zumba esta hora onde é que estão? Inês e Rosa em que reinado reinarão? Ascenso me mande um cartão.

Rua antiga da Harmonia, da Amizade, da Saudade e da União, são lembranças noite e dia, Nelson Ferreira toque aquela introdução

(Antônio Maria, Frevo nº 3)

O trabalho a seguir nasce do interesse pessoal sobre o rádio em Recife, sendo esse um instrumento de comunicação inovador no Brasil e no mundo. Nos conta José Ramos Tinhorão (1981), que esse aparelho tem seus primeiros testes no país ainda no século XIX na cidade de Moji das Cruzes no estado de São Paulo. Desde então uma série de tentativas de transmissão foram realizadas na radiofonia brasileira, no intuito de objetivar o êxito dessa proposta.

O nosso estudo se deterá às décadas de 1930 a 1940 como marco da consolidação do rádio na sociedade brasileira e período que antecede a chegada da televisão nos grandes países, ou seja, no ano de 1947.

Buscamos aqui investigar as transformações que esse veículo de comunicação produziu na sociedade do Recife durante esses dez anos, na tentativa de compreender a importância do rádio e todo o papel que este representou para a sociedade recifense. Investigamos também a criação de um mercado de trabalho para instrumentistas e cantores, como a premissa de uma Indústria Cultural em formação nos anos consecutivos. Para tanto, faz-se necessário situar-nos dentro desse recorte temporal para analisar a produção dos fenômenos advindos por meio desse instrumento, bem como entender a influência que ele exerceu nos ouvintes da época.

Como nos relata Ângela Belfort (2009) o estado de Pernambuco apresentou muitas singularidades musicais de ritmos regionais e folclóricos, trazendo à população brasileira nomes que ficaram consagrados pela sua genialidade como o maestro Nelson Ferreira, Capiba, Raul Moraes, Ascenso Ferreira e tantos outros célebres personagens da nossa história.

Esse espaço criado dentro do rádio finda por representar um local desejado pelas classes dominantes. Como nos explica Bourdieu (1979), os meios de comunicação foram alvo de interesses das classes dominantes no intuito de imposição das conquistas dos desejos dessa classe. Esses interesses, segundo o autor, estão apoiados no capital econômico. Em outras palavras, com a finalidade de fortalecimento de sua própria vantagem econômica, em que as classes dominantes sobrepõem seus desejos aos desejos das classes dominadas.

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e conhecimento que os sistemas simbólicos cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre a outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e, contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para domesticação dos dominados (BOURDIEU, 1989, p. 11).

Fotografia 1 – Recife dos anos 1920¹



Fonte: Fundaj (apud COUCEIRO, 2007, p. 04).

Com as transmissões realizadas diariamente, o rádio inicia por romper as barreiras de tempo e de espaço geográfico com o encurtamento entre ambos e aproximando pessoas, hábitos e países. Essas construções diárias acabam por nos ligar a outro conceito dos estudos de Bourdieu, que é o de *habitus*.

Como diria Gomes (2016), o estudo sobre a comunicação e suas implicações vão além dos meios estabelecidos para essa comunicação, deve-se antes de tudo, perceber o cotidiano e como os indivíduos se comunicam.

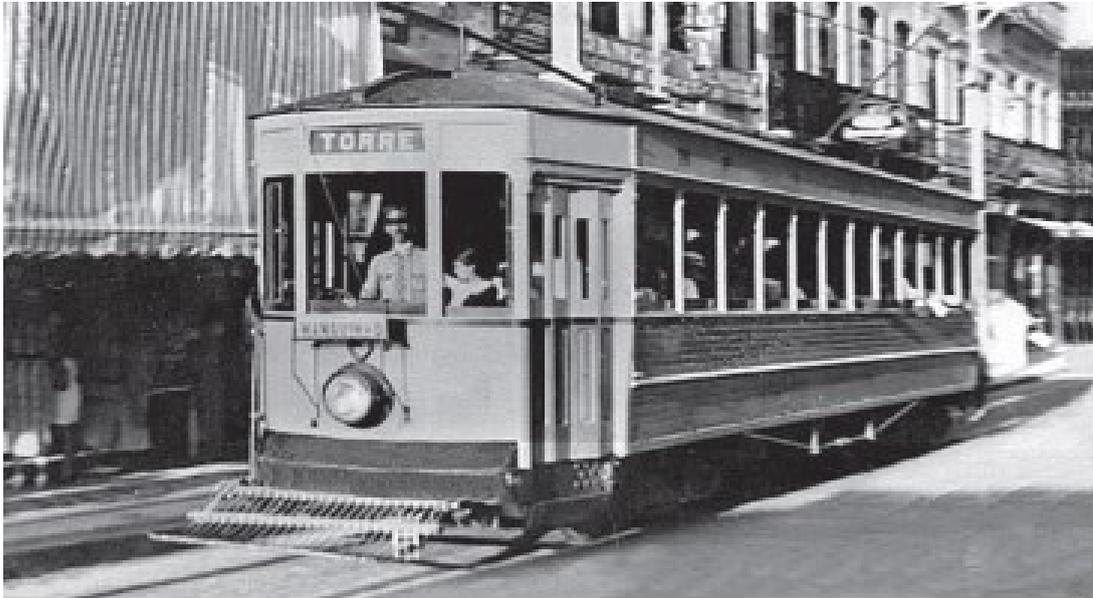
O hábito da escuta das programações proporcionadas pelas rádios nos faz refletir a importância desse equipamento para os ouvintes pernambucanos a partir dos primeiros anos de transmissão sendo essa importância perpetuada pelas futuras gerações.

No nosso trabalho, desejamos elucidar algumas questões pertinentes a esse instrumento de comunicação, como investigar a criação de um mercado de trabalho para

¹ Fotografia retirada da esquina do Café Lafayette, ponto de encontro de profissionais e intelectuais de Recife. Essa fotografia da Fundaj foi retirada do texto Silvia Costa Couceiro (COUCEIRO, 2007).

instrumentistas e cantores da cidade do Recife, no período de 1930 a 1940 bem como analisar o papel fundamental da *Rádio Clube* nesse processo.

Fotografia 2 - Título da Matéria: O Recife dos anos 20 e a Rádio Clube²



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 23/04/2018 (BESSA, 2018i).

Tentamos aqui compreender esse mercado de trabalho criado pelo ambiente radiofônico, também a partir de fotos, músicas e vídeos, disponibilizados por jornais da cidade, e instituições como a Fundarpe. Além desses elementos iconográficos, investigamos artigos e livros que abordam esse espaço de tempo (1930-1940), compreendendo as transformações dos gostos musicais que passam a ocorrer nessa época em Recife bem como as implicações dessa mudança na sociedade.

No primeiro capítulo trazemos um panorama histórico dos primórdios do rádio no Brasil e no Recife elencando a *Rádio Clube* de Pernambuco como pioneira na radiofonia da cidade. Mostramos algumas lutas identitárias entre os que desejavam que o rádio fosse um ambiente unicamente educacional, propondo músicas eruditas e seletas programações e os que se encontravam sequiosos da popularização desse equipamento, estabelecendo assim os primeiros processos de poder dentro do rádio. O interesse do Estado em se apropriar desse

² Os bondes do Recife em 1920 tinham o apelido de Maxabomba e o destino poderia ser os bairros da Encruzilhada, Beberibe ou Campo Grande e, em outra rota indo para a Estrada da Batalha, entre outras localidades.

instrumento de comunicação, sabedor que ali se daria uma ‘porta aberta’ para valorização dos projetos governamentais.

O segundo capítulo nos faz refletir sobre a modificação ocorrida nas programações musicais das *Rádio Clube*, passando de um contexto erudito a um viés popular e os novos rumos dentro da radiofonia pernambucana com essa transformação. O exímio trabalho de personalidades como Raul Moraes e Nelson Ferreira nesse anos iniciais da rádio pernambucana diante da relevância da tecnologia instalada, oportunizando um mercado de trabalho emergente para instrumentistas e cantores. Percebemos como as tecnologias movimentaram o cenário de trabalho no rádio, possibilitando novas contratações e criando uma ‘teia’ de profissionais até então inexistentes.

No terceiro capítulo buscamos compreender o espaço de trabalho criado na *Rádio Clube* para os instrumentistas e cantores entre os anos de 1930 e 1940, a importância das propagandas (jingles), como um fomentador econômico no rádio. A criação de auditórios e a formação de uma plateia. Nesse capítulo recorreremos as entrevistas e imagens para analisar os dados.

Na conclusão de nosso estudo tentamos realizar a conexão dos itens abordados e compreender como se deu essa criação do mercado de trabalho na *Rádio Clube* no período de 1930 a 1940.

2O INÍCIO DO RÁDIO NO BRASIL UM BREVE PANORAMA E A APROPRIAÇÃO GOVERNAMENTAL

Durante algum tempo a busca por uma comunicação rápida e eficiente foi uma premissa entre os variados segmentos da sociedade. Novas tecnologias foram testadas muito antes dos primeiros equipamentos de transmissão terem surgido. Por muito tempo a comunicação se fez oralmente, porém com o advento da escrita, a forma de comunicação evoluiu em larga escala. A chegada do jornal impresso representou um avanço nas comunicações, mas deixava os não alfabetizados à margem de boa parte das notícias, já que essas informações ocorriam pela leitura.

As noções de modernidade vão se ampliando pelas sociedades e, em 1918, com o término da Primeira Guerra Mundial, o mundo sofre uma aceleração tecnológica em busca de uma comunicação mais rápida e eficiente. Assim, passamos do telégrafo para o telefone e, em seguida, para o rádio.

A grande maioria da população brasileira na década de 1930, não tendo acesso a esses instrumentos de informação, mantinha-se alheia a boa parte das notícias, pois a leitura de jornais e revista era restrita a uma minoria alfabetizada. Com o advento da modernidade, as sociedades iriam em busca desse espaço de conhecimento, constituindo um local de inovação.

Rezende (1993) nos leva a refletir que a modernidade teria sido um avanço ilusório da sociedade, promovendo descontinuidades e que a arte seria o instrumento dessa denúncia, findando por mostrar “o drama” da sociedade industrial.

O modernismo toma conta das manifestações estéticas, caracterizando uma época de intensa produção intelectual na sociedade burguesa. Novos olhares, novas formas, novas imagens, novas palavras, a percepção revirada, causam escândalos, demoram a ser assimilados pela sociedade como um todo. (REZENDE, 1993, p. 10).

Rezende (1993) ainda nos fala que ocorre a inserção do Brasil em um ciclo de modernidade, mas que não podemos deixar de lembrar que para isso culturas foram dizimadas em detrimento do novo, do moderno. As aculturações foram reais, e povos foram extintos em função do novo e de projetos expansionistas europeus sediados no Brasil.

São muitos, no entanto, os dilemas da modernidade. Mesmo quando fugimos das chamadas matrizes europeias, incorporando as reflexões que mesmo influenciadas, inserem-se em outro espaço, buscam outras alternativas e querem desviar-se de trilhas já percorridas. São dimensões que, inclusive, nos ajudam a esclarecer a convivência de projetos de modernidade diferentes. Na verdade, culturas foram massacradas com a justificativa de que eram anacrônicas e se distanciavam e impedir a modernização. O discurso da ruptura violenta, do salto histórico em busca do futuro, levou a subestimar a tradição. A negação da importância do passado

histórico beneficiou, em muitos momentos, aos que detiveram a hegemonia, os vencedores que inventavam e consagravam o novo, mas não se desfizeram das suas próprias. (REZENDE, 1993, p. 23).

Com toda a modernidade implantada, o rádio também passou a ser alvo do ineditismo nas comunicações, no mundo e no Brasil, tornando-se capaz de modificar a recepção da informação, que antes era visual, passando nesse momento também a ser auditiva. Além desse feito, a radiofonia ampliou o alcance das notícias em diversas localidades, sendo possível, a partir de então, que a população tivesse acesso a notícias de locais distantes.

Segundo Calabre Azevedo (1996), o rádio no Brasil conseguiu a efervescência por três razões muito específicas: o enfrentamento da divulgação e informação em um país continental, a necessidade da formação de um sentimento de nacionalidade e a derrubada da barreira do analfabetismo, deixando de ser unicamente um instrumento de diversão e passando a levar notícias e propagandas. O rádio se tornará um fomentador cultural, dando oportunidades para um significativo conjunto de artistas emergentes, passando a abrigar condições para uma multiplicidade de programas, incluindo também as entrevistas, os programas de auditório, entre outras atividades e estabelecendo espaços para jornalistas e artistas, criando um mercado de trabalho para os músicos, radialistas e atores que fizeram parte da cena do rádio.

Com todo o cenário delineado nos primeiros anos da radiofonia, com enfoque cultural e informativo, o governo brasileiro percebe a importância de se apropriar desse mecanismo de informação e utilizá-lo para sua propaganda. Daí a necessidade da criação de decretos que assegurassem que o rádio estaria a serviço do Estado. Nessa perspectiva, o governo brasileiro impôs medidas proibitivas ao funcionamento das emissoras que não obtivessem uma concessão governamental, como manutenção de um controle estatutário.

Segundo Baum (2002), até 1932, as rádios funcionavam sem a permissão do governo, porém, a partir desse ano, somente com licença do Estado as transmissões radiofônicas seriam permitidas, fazendo parte das programações, propostas educativas, propagandas políticas, além do grande conteúdo musical.

No decreto de 1º de março de 1932³, o parágrafo 5º afirmava que as sociedades civis teriam um prazo de dois anos para se adaptarem com suas instalações e não poderiam prejudicar as irradiações das outras rádios. As emissoras que não correspondessem a essas

³ O Programa Nacional foi criado pelo Decreto 21.111 do presidente Getúlio Vargas, destinava-se a ser ouvido ao mesmo tempo em todo o território nacional, e versava sobre assuntos educacionais, de ordem política, social, religiosa, econômica, financeira, científica e artística, obedecendo à orientação que for estabelecida de acordo com o disposto neste regulamento. (BESSA, 2018h).

disposições poderiam ter seus serviços cortados. Nesse contexto centralizador, a ‘Hora do Brasil’ é instituída pelo governo, vindo em 1939 a se chamar de a ‘Voz do Brasil’.

Na década de 30, Getúlio Vargas passou a fazer uso desse meio de comunicação de forma extensa com o objetivo de disseminar o projeto político-pedagógico do Estado Novo, repassando a imagem de uma sociedade harmônica, sem divisões e conflitos sociais. Através de um programa oficial, A Hora do Brasil, que deveria ser obrigatoriamente transmitido por todas as emissoras do país, a partir da criação e disseminação deste programa, o então Presidente buscava difundir a informação, a cultura e o civismo, criando uma unidade nacional (RIBEIRO; LIMA, 2016, p. 2).

A ‘Hora do Brasil’ chega a *Rádio Clube*⁴ em 1932 sendo um programa nacional brasileiro que passou por adaptações para ser veiculado ao rádio daquela época, havendo de início uma incompatibilidade de horários em um país continental como Brasil. A princípio apenas o hino nacional era obrigatório sendo exigido no início e no final de cada dia nas transmissões radiofônicas. As rádios no país estavam em estágio embrionário com muitas modificações tecnológicas em que as programações da emissora pernambucana aconteciam em dois turnos, das 10h até as 14h e das 18h às 23h, sendo dado esse intervalo entre os dois turnos para que as válvulas do equipamento radiofônico descansassem.

A jornalista e escritora Magaly Prado (2018 apud BESSA, 2018h) nos conta, em relatos ao Diário de Pernambuco, que o rádio crescia como veículo de comunicação e seu papel de influenciador político passava a ser visto como um local útil para o governo, que tinha no rádio um instrumento estratégico. “Primeiro, ele distribui noticiário, depois começa a produzir exclusivamente notícias favoráveis ao governo e louvores à ditadura do Estado Novo”. (PRADO apud BESSA, 2018h, p. 1) Essa visão da jornalista nos remete a importância do rádio no Brasil e no mundo, bem como todo o material a ele veiculado.

⁴ A Rádio Clube foi a primeira emissora a surgir em Recife no ano de 1919.

Fotografia 3 - Título da Matéria: Há 80 anos, a hora do Brasil chegava ao rádio⁵



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 20/08/2018 (BESSA, 2018h).

A imagem nos mostra como o rádio representou um marco importante na vida da sociedade brasileira, passando a ser comum o encontro dos atores sociais em determinado horário para a escuta das programações. Observamos pela imagem a escuta atenta que os ouvintes disponibilizam para o que estava sendo anunciado naquele equipamento radiofônico, nos levando a crer que essa nova modalidade de recepção da informação representou um marco para a população recifense. A chegada da radiofonia vem modificar a recepção da informação, antes de caráter visual, passando agora, a ser também auditivo. A coletividade representada na imagem nos mostra que passou a ser comum famílias reunirem-se em torno do rádio para escutá-lo – um fato que também aconteceu posteriormente com a chegada da televisão.

⁵ Na visualização da foto, percebemos a concentração de oito pessoas na escuta atenta ao rádio sobre os informes do governo, era a ‘Hora do Brasil’. A fotografia nos remete a imagem de uma família ao final do dia (acreditamos ser uma família pois a ‘Hora do Brasil’ era realizada à noite, quando todos já estavam em suas casas) na escuta atenta do rádio. A imagem nos apresenta uma mulher adulta, um homem adulto e seis crianças, todos ao redor do rádio. O espaço da casa onde acontece a escuta da transmissão da ‘Hora do Brasil’, nos leva a refletir que pode ser um cômodo como um terraço ou sala (pela presença de plantas, pois costumeiramente não há indicação de plantas em quartos e cozinhas). Na fotografia o rádio é um transmissor grande e pelo tamanho do equipamento denota ser bem antigo, estando apoiado em cima de uma mesa, para que fique na posição em simetria com os ouvidos dos ouvintes. Sete dos oito ouvintes estão sentados e percebemos uma significativa atenção destes, sobre o que está sendo irradiado. As vestimentas dos personagens parecem ser antigas, pois o modelo da calça do homem com pernas folgadas, demonstram ser uma roupa que não se usa mais. Na imagem não aparece a distinção entre homens, mulheres e crianças, mas toda a família unida na escuta atenta da ‘Hora do Brasil’.

Destinava--se a ser ouvido, ao mesmo tempo, em todo o território do país, em horas determinadas, e versará sobre assuntos educacionais de ordem política, religiosa, econômica, financeira, científica e artística. O rádio crescia como veículo de comunicação e seu papel de influenciador político passava a ser visto como instrumento útil. Para o Governo, o rádio virou estratégico. (BESSA, 2018h, sem paginação).

O consumo do rádio se fazia mais intenso na vida dos brasileiros, e com essa percepção, o governo Getulista passa a se interessar em difundir as propagandas do Estado Novo. Getúlio Vargas começa a perceber que um caminho interessante seria se apoiar na valorização do perfil do povo brasileiro numa perspectiva nacionalista e ufanista.

Isso posto, não se pode negar o uso político e intencional dessas ideias por Getúlio Vargas, dentro de uma concepção nacionalista que procurava levantar a autoestima dos brasileiros pelas artes. Era esta uma estratégia de manutenção da esperança que se pretendia configurar numa República forte e no afastamento da memória dos tempos do Brasil Colônia. (MONTI, 2017, p. 77).

A ‘Semana de 22’ havia deixado muitas inspirações nacionalistas e libertárias para os artistas brasileiros, rompendo com os padrões impostos pela cultura europeia. Esses ideais de uma arte nacional ainda ressoavam fortemente em vários segmentos artísticos da sociedade brasileira. Apoiada nessas manifestações, a era Vargas se projetará desejando estabelecer uma cultura de cunho nacional e construindo uma identidade brasileira.

O momento era bastante próprio para divulgar que os artistas nacionalistas da República brasileira estavam distantes da valorização das origens europeias e, portanto, próximos do governo ao pensar a construção da música nacional um ideal consonante com a identidade brasileira pretendida pelo governo vigente. (MONTI, 2017, p. 81).

Paralelo ao fortalecimento nacionalista trazido pelo governo Vargas, também havia a preocupação de controle do movimento artístico e da expansão dos meios de comunicação como o rádio. Assim em 1939 foi criado o ‘Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP)’. O DIP tinha por principais funções a fiscalização das leis ligadas às atividades culturais, a censura de programas e a emissão de pareceres sobre esses.

(...) as principais funções do DIP eram centralizar, coordenar e orientar a propaganda nacional, interna e externa. Cabia ao DIP fazer a censura do cinema, do teatro, de funções esportivas e recreativas, da imprensa, literatura, da radiodifusão, promover organizações cívicas e levar ao conhecimento da população os feitos do governo. (RIBEIRO; LIMA, 2016, p. 5).

Ortiz (1995) nos fala sobre a preocupação que o governo brasileiro tinha em manter uma coesão nacional, aliando-se a alguns segmentos da sociedade e sendo uma premissa manter a segurança nacional.

Resumidamente se pode dizer que essa ideologia concebe o Estado como uma entidade política que detém o monopólio da coerção, isto é, a faculdade de impor, inclusive pela força, as normas de conduta a serem obedecidas por todos. Trata-se também de um Estado que é percebido como o centro nevrálgico de todas as atividades sociais relevantes em termos políticos, daí uma preocupação constante com a integração nacional. (ORTIZ, 1995, p. 115).

Fotografia 4 - Título da Matéria: Há 80 anos, a hora do Brasil chegava ao rádio⁶



Em 18 de agosto de 1938, o *Diário de Pernambuco* anunciava a vinda de Vargas; nesta época, A *Hora do Brasil* ganhou novas regras

Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 20/08/2018. (BESSA, 2018h).

Com o Estado Novo⁷ em vigor a partir de 1937, é estabelecido um período de autoritarismo que ganha corpo nas mãos do governo. Na intenção de criar uma imagem de coesão nacional no país, foi instaurado um nacionalismo como forma de positivar a imagem governamental. Também se dá uma centralização do Estado em que a cultura se torna alvo da dominação. Como nos diz Calabre Azevedo (1996) com a criação do DIP o governo estabelece o controle nas mãos de um só órgão para a fiscalização da cultura. Segundo

⁶ O Diário de Pernambuco, nos relata a passagem do presidente Getúlio Vargas em Pernambuco e na Paraíba no ano de 1938 e ao lado (no mesmo caderno do Jornal) aparece um quadrinho com a propaganda do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda). O jornal descreve que a vida de Vargas tinha por finalidade instituir novas regras sobre o rádio e a fiscalização deste pelo DIP. Entre as novas normas estabelecidas pelo Governo de Getúlio estava alocado no capítulo XII sobre as transmissões radiofônicas: A instalação, pelo governo, de pontos de transmissão radiofônica com a finalidade dessa acontecer em todo o território nacional no horário de Brasília. Fonte: Edição especial do Diário de Pernambuco: 100 anos de Rádio Clube em 20/08/2018.Arquivo do Memorial da Democracia.

⁷ O Estado novo foi um regime instaurado em 1937 indo até 1946, caracterizado pela centralização do poder, nacionalismo, anticomunismo e por seu autoritarismo.

Calabre Azevedo o DIP funcionava como censor e por outro lado incentivador da cultura nacional, com o objetivo de dar uma coesão ao país e um senso de nacionalidade.

Este departamento (...) financia obras que tenham como tema principais aqueles por ele priorizados, como os de interesse nacional. O DIP tornou-se um produtor cultural, possuía publicações próprias, produzia programas de rádios e filmes. (AZEVEDO, 1996, p. 40).

Nesse contexto o Estado transforma-se em um produtor intelectual, trazendo para junto de si grande parte de intelectuais da época. Esses intelectuais mesmo sabedores de que havia um monitoramento do que era escrito e executado, mas apoiavam-se na contrapartida do incentivo cultural. O Estado na década de 1940 tenta modificar o cenário dos governos anteriores com iniciativas no campo cultural.

Nesse cenário aparentemente renovador, repletos de iniciativa no campo cultural em meio a uma reforma na estrutura educacional -com a presença de constantes exaltações na imprensa ao esforço bem-sucedido do Estado em reverter o quadro de “trevas” e “abandono” culturais herdados dos governos anteriores. (AZEVEDO, 1996, p. 42).

Diante de todo esse cenário, o rádio se tornou um considerável mecanismo de divulgação e dessa forma, podemos perceber a importância desse equipamento e a preocupação do governo em deter o controle desse instrumento de comunicação. Aqui se mostra claro o interesse dos políticos em se utilizarem desse instrumento formador de opiniões, tornando-se compreensível o interesse do Estado em manipular e vigiar o que acontecia no cenário dentro da rádio.

2.1 Visão do cenário do rádio em Recife

O Recife do final do século XIX vivia um clima de expectativa pela modernização trazida pelas indústrias e, com elas, a possibilidade de crescimento e urbanização. A cidade já possuía luz elétrica, água, automóveis, telefones para comunicação com as grandes capitais, as fotografias já existiam, bem como uma imprensa viva.

A imprensa foi um veículo fundamental para divulgação e exaltação das invenções modernas. Na década de vinte, as propagandas já lidavam com técnicas de sedução significativa. Os jornais revistas da época (por exemplo Diário de Pernambuco, A Província, A Pihéria) procuravam criar atrações para seus anúncios dos mais diversos produtos e serviços. O uso do desenho e da fotografia era frequente, como também de versos, onde a qualidade do produto, a sua novidade, ganhava destaque. (REZENDE, 1996, p. 25).

No Início dos anos 1920 os meios de comunicação em Recife eram os jornais e algumas revistas que circulavam. Por essa época existiam o Jornal do Commercio, o Diário de Pernambuco, o Diário do Estado e o Jornal do Recife, além de alguns pequenos jornais.

Fotografia 5 - Rua Nova Recife



Fonte: Fundaj (apud COUCEIRO, 2007, p. 07).

Diz-nos Prestrelo (2013) que, na década de 1920, o Recife vivia um clima de “modernidade” inspirado nos grandes centros do Sudeste do país, sendo um desejo dos governantes tornar a cidade evoluída, civilizada. Inspirados nos grandes centros urbanos, o Recife se “munia” de muitas novidades como a própria urbanização.

No final dos anos 20 do século passado, a cidade do Recife passa por intensas transformações urbanas. Apesar da crise econômica que atinge o mercado do açúcar, a cidade cresce, ‘incha’ no dizer de alguns, exigindo reformas e infraestrutura que suporte tal crescimento. As novas leis, controles e projetos de redefinição do espaço urbano seduziam aqueles governantes que almejavam o progresso e a civilização. (PRESTRELO, 2013, p. 26).

Novas mudanças passam a ocorrer na cidade do Recife de ordem sanitária, tecnológica e porque não dizer que influenciariam diretamente as relações de trabalho com novas conjunturas sociais e políticas. Conta-nos Marcos Arraes (2011) que a capital pernambucana ainda era uma cidade provinciana e reconhecidamente tradicionalista.

O mundo havia passado por grandes transformações e as velhas formas de perceber e posicionar-se diante do mundo não mais se coadunavam. Havia novas conjunturas que exigiam novas diretrizes e novos paradigmas. No entanto, onde buscá-los? Que sentimentos foram despertados diante dessas novidades, numa cidade que sempre foi representada e apresentada por suas tradições e a defesa intransigente de seu passado? O Recife das sinhas, dos bondes com tração animal e o Recife saudosista dos tempos da infância, tão cantado em versos por Manuel Bandeira. (ARRAES, 2011, p. 115).

Apesar de todo o sentimento tradicionalista que pairava no Recife, havia o desejo de adaptação aos novos tempos. Atingir o tal “progresso” representava realizar transformações, sendo necessários alguns instrumentos de controle como: vigilância sanitária, urbanização, construção de novos prédios.

O Recife do século XX representava o centro econômico e cultural do Nordeste, como nos conta Belfort (2009). Naquela época, os engenhos encontravam-se empobrecidos, porém, em paralelo a esse cenário, surgiam muitas usinas de açúcar. Cresce na cidade uma inquietude pelo moderno e para alguns se fazia emergente descartar o antigo para cobrir a cidade com novas cores e novos estilos. Casarões e igrejas antigos foram demolidos, na expectativa do ‘novo’. O Recife começava a aderir ao projeto de saneamento de Saturnino de Brito⁸, liberando a cidade de boa parte das infecções e criando um sistema sanitário. Por essa época, também ocorre a preocupação de embelezar a cidade com os primeiros jardins comuns e públicos do Recife idealizados pelo paisagista Burle Marx.

Nesse cenário de inícios do século XX Recife já representava um importante *capital cultural* de ritmos e sons emergentes e um interessante cenário cultural se delineia no território pernambucano, entre eles podemos citar a música, o carnaval, os diversos folguedos e ritmos efervescentes da capital Pernambucana.

O carnaval de Recife já significava um marco importante na cidade e era comum as apresentações dos grupos carnavalescos, que disputavam os concursos de frevo. Um dos principais concursos para a escolha dessas músicas premiou “Não Puxa Maroca” de Nelson Ferreira, isso no ano de 1928.

Desde longas datas o estado de Pernambuco como um todo apresenta muitas peculiaridades musicais de ritmos regionais e folclóricos, trazendo à população brasileira nomes que ficaram consagrados pela sua genialidade como o maestro Nelson Ferreira, Capiba, Ascenso Ferreira e tantos outros célebres personagens da nossa história. (BELFORT, 2009, p. 40).

⁸ Saturnino de Brito foi um engenheiro sanitarista brasileiro que realizou um dos mais importantes estudos sanitaristas do país, saneando e urbanizando cerca de 50 importantes cidades brasileiras.

Fotografia 6 - Título da Matéria: História da Rádio que cresceu junto com o Recife⁹



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 21/05/2018 (BESSA, 2018i).

A música pulsante da capital pernambucana encontra abrigo no rádio e vai delimitando os espaços na cidade indo além das veiculações culturais, educativas e informativas, remetendo-nos à memória musical de uma época, findando por resguardar um valioso patrimônio da nossa ancestralidade no que há de mais precioso – a nossa memória, a nossa música.

Como diz Hupfer (2009), o surgimento desse novo rádio iria se integrar no amplo complexo da realidade brasileira, distribuído em três principais segmentos: o publicitário (ligado a dimensão econômica da vida nacional, sustentado pelo complexo industrial-comercial, no qual se alojam agências de propaganda, anunciantes e firmas pesquisadoras de mercado), o informativo (que o caracterizavam como órgão de manipulação e comunicação de massa- é por esse mecanismo que o rádio se vincula aos setores políticos, às esferas formais de educação ligadas à intelectualidade do país) e, por fim (o segmento recreativo; o rádio passa a substituir, por meio de recreações comercializadas, os antigos centros de diversões características do Brasil rural).

Ao longo dos anos, o rádio apresentou à sociedade brasileira artistas, locutores, músicos e músicas, muitas vezes advindos de uma camada social humilde que, com seus gostos, influenciaram a população daquela época. Esses aspectos passam a interferir nos radiouvintes, apresentando inovações na escuta e transformando a sociedade pernambucana

⁹ Imagem da Ponte de Ferro no bairro da Boa Vista. Observamos nessa imagem dois trabalhadores organizando um pavimento e um guarda observando a cena. Na imagem percebemos que o bairro da Boa Vista estava sendo pavimentado. A modernidade começa a se instalar na cidade Pernambucana.

pela diversidade de elementos que passam a ser apresentados no rádio. Elementos como as propagandas cantadas (jingles), as novelas, os programas de calouros e as mais variadas locuções jornalísticas sinalizam uma nova fase trazida pela ‘Era do Rádio’.

Como diz Gomes (2016), o estudo sobre a comunicação e suas implicações vão além dos meios estabelecidos para essa comunicação. Deve-se, antes de tudo, perceber o cotidiano e como os indivíduos se comunicam.

Saldanha (2008) em sua tese relata que, em 1919, o Recife contava com cerca de 240 mil habitantes e a cidade crescia em vários segmentos, sendo um deles o da eletricidade. Assim, em 5 de abril de 1919, o Diário de Pernambuco, em nota oficial, convidava os amadores de telegrafia sem fio a comparecerem à ‘Escola Superior de Eletricidade’ na Ponte d’Uchoa, no domingo, das 6 às 13 horas, para a fundação da *Rádio Clube*. Os estatutos oficiais da rádio, publicados em 27 de abril de 1919¹⁰, atestam a data de 6 de abril de 1919 como o marco da fundação da rádio e o seu pioneirismo no país.

Consoante convocação anterior realizou-se ontem na Escola Superior de Eletricidade, a fundação do Rádio Clube, sob os auspícios de uma plêiade de moços que se dedicam ao estudo da eletricidade e da telegrafia sem fio (...) A primeira no gênero fundada no país. (JORNAL DO RECIFE apud BESSI, 2018m, sem paginação):

Alguns dias após essa primeira transmissão, os estatutos da *Rádio Clube* foram elaborados, porém, apenas quatro anos mais tarde é que a rádio veio a se estabelecer como tal. Foram eleitos como membros da diretoria: Augusto Joaquim Pereira (presidente); Alexandre Braga (secretário); Artur A. Coutinho (tesoureiro) e Carlos Rios (orador). Tratava-se de um rádio clube de rádio amador.

A princípio, essa difusão inicial não representou grandes inovações na vida dos pernambucanos, já que a população não dispunha de receptores, porém, ao longo dos anos, o rádio se firmou como um dos maiores veículos de comunicação da época.

A falta de tecnologia dos primeiros anos do rádio no Brasil dificultou bastante as transmissões iniciais que, a princípio, foram muito precárias, repletas de falhas e chiados, problemas que foram desaparecendo graças ao avanço dos equipamentos técnicos nos anos posteriores.

¹⁰De acordo com Vaz Filho, radiotelegrafista e líder da fundação da Rádio Clube de Pernambuco e o contabilista Augusto Joaquim Ferreira, esta Rádio teria iniciado suas transmissões antes da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Afirnam isso pelos estudos realizados por Luiz Maranhão Filho (2018).

O rádio foi o primeiro veículo de comunicação a quebrar as barreiras das fronteiras entre países. No Brasil, Pernambuco se fez vanguarda quando, através do Rádio Clube de Pernambuco (funcionando em Ondas Curtas e Médias) se fez ouvir na Europa, estados Unidos, Américas Central e do Sul, levando para esses lugares a divulgação da música local. (SALDANHA, 2008, p. 61).

Em 1922, o Sr. João Cardoso Ayres, amante da radiofonia, em viagem a Buenos Aires, decide comprar peças e equipamentos para montar uma rádio em Pernambuco, pois nos grandes centros era comum existirem rádios em atividade. Ao chegar ao Recife, João Cardoso percebe de imediato uma grande movimentação no setor radiofônico e que no Recife já existia uma rádio, que era chamada de *Rádio Clube*. João Cardoso une-se a Oscar Moreira Pinto e aos demais intelectuais do Recife que já estavam trabalhando nesse setor e no ano de 1922 reestruturam a *Rádio Clube*. Assim, em 17 de outubro de 1922, João Cardoso e Oscar Moreira Pinto realizam a primeira transmissão com um aparelho de 10 watts de potência de fabricação americana. Posteriormente, a *Rádio Clube* adquire um transmissor de 25 watts de potência comprado na França e instalado com sucesso.

Era um transmissorzinho muito pequeno, devia ter uns 25 Watts, então instalaram os autos falantes, na frente da Rádio Clube na av. Cruz Cabugá, onde hoje é o palácio do rádio e começaram a fazer transmissões. Essas transmissões chegavam fraquinhas, até a avenida Cruz Cabugá, depois eles foram melhorando, melhorando, até que depois atingiu a praça da independência, ao bairro de São José, ao bairro de Santo Antônio, (...) satisfeitos que estavam, começaram a instalar auto falantes na Praça 13 de Maio que nesse tempo era abandonada, quase que por completo, depois no Teatro do Parque, no teatro Moderno, no Palácio do Governo, e começaram a fazer transmissões e a Rádio Clube estava no ar, tudo na base do amadorismo. Em 1923, o Rádio Clube foi ao ar definitivamente, atingindo até Casa Amarela, já era um paço muito largo, dado na Rádio Clube. (CASTRO, 2018, sem paginação)¹¹

Para muitos estudiosos do assunto, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ainda é vista como a pioneira em transmissões radiofônicas regulares no Brasil, porém alguns novos estudos conferem à rádio recifense o pioneirismo no país. Para Abílio de Castro¹², a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro teria adquirido a fama de ser a pioneira, por seu registro ser anterior ao da *Rádio Clube*, mas segundo o locutor, a rádio pernambucana teria entrado no ar antes da rádio carioca, porém apenas em 1924 a rádio teria obtido seus registros oficiais.

Segundo Jota Alcides (1997), Roquette Pinto ganhou o privilégio de precursor com a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro e o título de patrono da rádio difusão brasileira, mas, de fato e historicamente, o precursor teria sido Augusto Joaquim Pereira, que instalou, no Recife,

¹¹ Depoimento de Abílio de Castro encontrado no acervo da FUNDAJ [CD 1001].

¹² Abílio de Castro foi o primeiro locutor oficial da América Latina e do rádio clube rádio pernambucana em 1926 até 1930 o rádio entrava no ar cerca de 4 horas por dia. (CASTRO, 2018).

a primeira emissora de rádio do Brasil, a *Rádio Clube* de Pernambuco, fazendo desse estado o pioneiro na história do rádio no Brasil.

Fotografia 7 – Título da matéria: A novela pioneira que valeu o título de Borjalo¹³



Fonte: Maranhão Filho (2018, p. 10).

Para Maria Hupfer (2009), o rádio se constituía em três segmentos: o informativo, o publicitário e a área de entretenimento, permitindo a singularidade no ambiente radiofônico que conseguia aglutinar divertimento, informações e as vendas por meio da publicidade. Segundo Hupfer, no ano de 1950, o Brasil contava com 300 rádios em todo o território nacional.

Com a chegada dos anos 40, a PRA-8, passou a transmitir a sua programação desde o início da manhã até as 14 horas, momento em que se fazia uma pausa de duas horas na programação, reiniciando a transmissão a partir das 16 horas. Nessa época já se encontravam mais baratos os aparelhos de rádio, o que o tornou acessível a uma camada maior da população (SALDANHA, 2008, p. 63).

¹³ O título da matéria nos remete ao nome de Borjalo, que foi um cartunista da Rede Globo e teve suas primeiras pesquisas sobre as mídias no Brasil, pesquisas sobre a origem das novelas e a influência nos meios de comunicação. Esse era o cartaz de divulgação da Rádio Clube (na época chamada de PRA8), para os outros estados brasileiros.

Fotografia 8 - Título da Matéria: Nem speaker, nem falador; locutor.¹⁴



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 22/10/2018 (BESSI, 2018j).

Os primeiros anos do rádio representaram uma curiosidade sobre o seu manuseio e funcionamento do equipamento. Como o som poderia ser produzido por aquela curiosa caixinha intrigava muitos ouvintes.

Quando eu estava em casa, era sempre ligado na Rádio Clube, em qualquer lugar que eu estivesse. E somente um disco atrás do outro. Não havia anúncio, não havia nada [...] (CASTRO, 2018, sem paginação)¹⁵.

Nesse clima misterioso, encontramos depoimentos de pessoas perplexas ao escutar pela primeira vez aquela caixa sonora. Em relatos catalogados pela Fundarpe encontramos a narrativa de Zilde Maranhão que descreve sua primeira experiência relacionada às transmissões recifenses e o impacto daquela escuta.

Foi em 1925, em casa do meu avô Methodio Maranhão, professor da Faculdade de Direito do Recife, Jornalista, escritor, homem sempre voltado para os progressos que o mundo fosse apresentando, que tomei conhecimento de um aparelho estranho. Disseram-me chamar-se, aquela coisa estranha, um aparelho radiotelefônico. A casa era ali na rua da Concórdia. Eu estava vindo do interior, um verdadeiro bicho do mato. Espantei-me ainda mais perguntei quando meu avô me explicou que o aparelho catava vozes, ou qualquer outro som, que lhe mandassem um ponto de transmissão. Naquela noite, uma sexta-feira, se a memória não me faz mentir, iria haver audiência. E os fios? Não havia fios para que o som viesse. Não compreendi nada. E de noite eu estava presente junto ao receptor. Curioso e medroso ao mesmo tempo. Ligaram-no. O aparelho chiava. Dava estouros. Levou um bocado de tempo

¹⁴ A fotografia apresenta o prédio da Rádio Clube que na época chamava-se 'PRA 8' localizado a AV: Cruz Cabugá no bairro de Santo Amaro. No ano de 1923 a rádio se instalou nessa localidade por ser um local central do Recife em que suas transmissões abrangeriam bairros adjacentes próximos. A arquitetura do prédio traz traços do período eclético e moderno da primeira metade do século XX.

¹⁵ Depoimento de Abílio de Castro encontrado no acervo da FUNDAJ [CD 1001].

para ser ajustado. Entre os estouros e o chiado – que meu avô disse ser consequência da estática -uma música que fiquei sabendo ser parte da opereta “A Viúva Alegre”, que o “Rádio Clube “estava irradiando. (RADIO..., 1984, sem paginação).¹⁶

Muitas eram as narrativas dos amantes das transmissões radiofônicas como a de Abílio de Castro, o primeiro locutor da *Rádio Clube* e amante da radiofonia e tudo que se relacionasse com esse equipamento.

As rádios, entre os anos de 1920 até início de 1930, operavam em curtos espaços de tempo com sessões de apenas duas horas, passando depois para quatro horas, porém, à medida que os recursos financeiros vão melhorando e as propagandas vão se estabelecendo como um fator concreto, as pequenas orquestras, os cantores e radialistas vão sendo contratados. Porém, enquanto isso não acontecia, muitas rádios funcionavam de forma amadorística, à base do improviso.

A estação funcionava três vezes por semana com orquestra. Segundas, quartas e sextas, das 6h às 10h da noite, uma orquestrazinha de seis figuras. Aos domingos, Chico, que era nosso servente, metia a mão na vitrola, dava corda, metia o disco na vitrola e anunciava: vamos ter disco. E botava o disco. Não sabia o que vinha porque era analfabeto. Apesar de ser uma ótima criatura. Quando terminava a irradiação, ele dizia: ‘Bom, terminou-se a radiação. Boa noite e amanhã temos mais e mio’. E assim terminava. E assim foi o ano de 1926. Em 1928 a coisa foi piorando. Apelamos para tudo. Pusemos alto falantes no Parque 13 de Maio para o público, pusemos no Palácio do Governo para os pronunciamentos do governador. (CASTRO, 2018, sem paginação).¹⁷

Rezende (1996) relata que as cidades modernas possuem muitos símbolos que as representa estando Recife nesse local das representações da modernidade. O autor destaca um confronto entre o novo e o velho, um ‘corte’ com o passado e a pouca empatia com a memória.

A cidade moderna tem inúmeros símbolos que identificam e que estão presentes no seu cotidiano. O Recife representava muitos desses símbolos na década de vinte: uma imprensa atuante, a ‘velocidade’ dos seus automóveis, o burburinho dos seus cinemas, a preocupação com a moda, as políticas de higienização. Um cotidiano onde o conflito entre o novo e o velho se evidenciava, uma fragmentação da memória e uma contemplação entusiasmada com futuro. (REZENDE, 1996, p. 27).

Ao término da Segunda Guerra Mundial, os Diários Associados¹⁸ começam a fazer pressão para obter ações da *Rádio Clube*, ampliando a concorrência de outras rádios locais, surgindo, neste momento, a Rádio Jornal do Comércio, a maior concorrente da *Rádio Clube* e,

¹⁶Fala de Zilde Maranhão encontrada nos acervos da Fonoteca da Fundaj.

¹⁷ Depoimento de Abílio de Castro encontrado no acervo da FUNDAJ [CD 1001].

¹⁸Os diários associados foram criados pelo Paraibano Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, atualmente o sexto maior conglomerados de empresas de mídia do Brasil, tinha por objetivo a produção e distribuição de informação e entretenimento de qualidade. Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Di%C3%A1rios_Associados. Acesso em: 22 set. 2021.

posteriormente, a Rádio Tamandaré. Tem início, assim, uma nova fase na cena musical de Pernambuco, com oportunidades criadas pela concorrência entre as emissoras. Com um mercado radiofônico mais competitivo, o trabalho nas rádios, também tende a se ampliar, deixando de ter como única característica o entretenimento e se tornando também um veículo de informação. Assim, em 1926, surge no Recife o rádio jornalismo com a figura de Mário Melo que fornecia notícias advindas dos correios. Mário Melo reproduzia oralmente na rádio as notícias oriundas daquela instituição, inaugurando esse modelo de transmissão. Em 1931, ocorre uma evolução com a locução falada de Abílio de Castro, Nelson Ferreira e o diretor de teatro Luiz Maranhão, contando ainda com personalidades como Mário Libâneo, Waldemar de Oliveira, entre outros intelectuais do Recife. Agora, o rádio educava, informava e entretinha, passando, ao longo do tempo, a desenvolver diferentes papéis, indo desde um meio de entretenimento até aos embates políticos. O espaço dentro do rádio começa a tomar uma grande proporção ampliando divertimento, notícias e permitindo a circulação de propagandas.

Em relatos encontrados na Fonoteca da Fundarpe, encontramos registros de 1936, ano em que a *Rádio Clube* inaugurava seu sistema de gravações, sendo também pioneira no corte de gravação e na reprodução de discos, jingles, além de discos de acetato, entre outros, estabelecendo um ineditismo em muitos segmentos da rádio transmissão. Na década de 1940, a emissora já possuía uma folha de pagamento de 170 pessoas entre técnicos, contrarregras, locutores, músicos, rádio atores e os corretores de textos.

Renato Phaelante da Câmara (1994) nos conta que, em 1930, a Rádio Clube possuía cerca de cem mil ouvintes comprovados e, para tanto, fazia-se necessário aperfeiçoar as programações de uma forma em geral, incluindo as partes musicais dos diversos programas. Assim já na década de 1930, outros nomes passam a surgir na rádio recifense.

Surgem nomes como Antônio Maria, Ernani Dantas, Fernando Castelão, Dorinha Peixoto, José Uchoa, Sônia Maria, Levino Ferreira, e cantores como Sônia Maria, Luiz Bandeira, Almir Távora, José Tobias, Fernando Barreto, Claudionor Germano, entre outros.

Os primeiros passos dessa embrionária categoria de trabalho têm início na *Rádio Clube* na década de 1920, quando Oscar Moreira Pinto convida o compositor e pianista Raul Moraes para fazer parte do elenco da rádio, tocando uma série ao vivo de recitais de piano.

Raul Moraes desde jovem dá início à sua carreira como pianista de alguns cafés de Recife e em cines da cidade, porém a partir de 1910 inicia sua jornada como pianista da dupla “Os Geraldos”, excursionando por todo o Brasil e retornando ao Recife por volta de 1920.

Em relatos já catalogados na Fonoteca da Fundarpe, percebemos que, na década de 1920, Raul Moraes assume a direção da programação musical da *Rádio Clube*, onde além de

regente, pianista e compositor, se tornaria responsável por ensaiar o elenco que iria compor a programação da rádio, pois até então tudo ocorria de forma improvisada e informal. Raul Moraes deixa para o ouvinte pernambucano um legado grandioso de um variado repertório de marchinhas, sambas, maxixes, entre outros estilos. Esse repertório ainda consta na memória musical do público pernambucano, tendo sido gravado por nomes consagrados como Antônio Carlos Nóbrega, Claudionor Germano, Expedito Baracho, entre outros. O brilhantismo de Raul Moraes nos faz refletir como a música pernambucana sempre esteve viva e efervescente na cidade do Recife e no estado de Pernambuco.

Entre muitas inovações proporcionadas pelo rádio, encontramos a entrada da figura feminina no espaço radiofônico, permitindo as mulheres da época, se espelharem nessas personalidades e criarem um campo de poder até então inexistente.

Segundo o Diário de Pernambuco, Aline Branco¹⁹ foi a cantora que em 1930 conseguiu mais popularidade na *Rádio Clube*, deixando a vida musical para se casar. Cantou na *Rádio Clube* de 1933 a 1942. No dia do seu casamento, já na igreja, a cantora descreve a presença de inúmeros fãs chorando pelo término de sua carreira enquanto outros alegravam-se com a cerimônia.

[...]E eu que também chorava, tomada de uma comoção indescritível, não sei se o fazia pela alegria de sentir toda aquela gente querida ao meu lado; ou pela tristeza de abandonar o convívio adorável dos ouvintes; ou pela saudade de deixar a Rádio Clube, a casa amiga que por quase dez anos me abrigava com tanto carinho, ou pela felicidade de me unir ao homem que amava. Talvez fosse por tudo isso que chorava, alegria, tristeza, saudade, felicidade. (BRANCO, 1983, sem paginação)²⁰.

Todo esse cenário delineado em Recife vai constituir um canal aberto para um futuro mercado de trabalho promissor para artistas, instrumentistas e cantores, sendo a *Rádio Clube* uma importante fomentadora desse mercado de trabalho.

O rádio deu identidade aos artistas: cantores, radioatores e locutores viam nesse veículo o seu meio de realização artística e profissional, a possibilidade de integrar um novo e seletivo grupo, o dos possuidores de boa voz. Foi assim que o Rádio Clube com o passar do tempo se tornou uma espécie de termômetro da produção cultural no rádio nordestino. Ele criou, descobriu, produziu e projetou valores que se tornariam regionalmente e nacionalmente conhecidos (SALDANHA, 2008, p. 67).

A música nas rádios finda por mobilizar um grande volume de capital por toda a estrutura envolvida gerando ícones e símbolos bem como a formação de gostos e opiniões. A ‘era do rádio’ veio corroborar, entre outras coisas, com uma alavancada econômica

¹⁹ Aline Branco foi o maior ídolo da voz feminina em Recife, da década de 1930 até 1942, segundo relatos do Diário de Pernambuco.

²⁰ Depoimento da cantora Aline Branco, encontrado nos arquivos da Fundação Joaquim Nabuco.

O cenário que surgirá dentro das rádios no Brasil e em Recife propiciará um crescente aumento de profissionais abrindo oportunidades para vários participantes no campo da música criando um mercado de trabalho que possibilitava a convocação de demandas musicais das diversas programações., pela relevância que esse equipamento de comunicação tomou, vindo despertar na população uma série de inovações como o interesse pelas informações, as demandas culturais e as questões musicais.

O rádio torna-se um instrumento de suporte midiático de importante difusão de notícias e músicas, passando a constituir um campo de poder, em que as disputas representarão para a população, a possibilidade de uma aproximação com o novo, com o inédito. Diante dessas questões queremos discutir como ocorreu a transformação do mercado de trabalho em Recife no campo artístico musical fomentado pela *Rádio Clube* entre 1930 e 1940.

2.2 Quadro Teórico

As construções e embates, muitas vezes imperceptíveis, remetem-nos a lutas simbólicas ocorridas nesse espaço midiático que findam por envolver a sociedade pernambucana como um todo, alterando o gosto desses atores sociais.

O *campo* para Bourdieu seriam os espaços simbólicos de confronto, as lutas internas ocorridas dentro desses espaços, havendo aí as conquistas e disputas entre as classes dominantes para com as dominadas. As lutas ideológicas do *campo* são invisíveis, imperceptíveis ao ator menos atento. São delimitações de poder em que a classe que exerce a supremacia ideológica busca estratégias para alcançar seus objetivos de dominação, utilizando-se das classes dominadas em grande maioria para obter o seu intento.

As ideologias, por oposição ao mito, produto coletivo e coletivamente apropriado, servem interesses particulares que tendem a apresentar como interesses universais, comuns ao conjunto do grupo. A cultura dominante contribuiu para a integração real da classe dominante (assegurando uma comunicação imediata entre todos os seus membros e distinguindo-os das outras classes); para a integração fictícia da sociedade no seu conjunto, portanto, à desmobilização (falsa consciência) das classes dominadas, para a legitimação da ordem estabelecida por meio do estabelecimento das distinções (hierarquias) e para a legitimação dessa distinção. (BOURDIEU, 1979. p. 10).

Para Ortiz (1983), o *campo* seria o espaço onde acontecem as manifestações de poder, sendo assim para ele, o *campo* se manifestaria por meio das relações de poder. “O *campo* se

particulariza, pois, como um espaço onde se manifestam relações de poder, o que implica afirmar que ele se estrutura a partir da distribuição desigual.” (ORTIZ, 1983. p. 21).

Como nos explica Bourdieu (1989), os meios de comunicação foram alvo de interesses das classes dominantes no intuito de imposição das conquistas dos desejos dessa classe. Esses interesses, segundo o autor, estão apoiados no capital econômico. Em outras palavras, com a finalidade de fortalecimento de sua própria vantagem econômica, as classes dominantes sobrepõem seus desejos aos desejos das classes dominadas.

Assim se estabelecem as relações dentro do rádio, por meio de um campo de poder em que os diretores e grandes protagonistas dessa história vão determinar o que poderia ser ouvido, e em que momento, quais seriam as personalidades importantes nesse cenário e quem não deveria aparecer nesse momento da era do rádio.

Paralelo a esse cenário o ouvinte se deleita com o novo contexto vivido de sons, que criava um campo de notícias, músicas e os entretenimentos mais variados ‘puxando’ pela criatividade do radiouvinte que estabelecia uma imagem de personalidades de cenas, de sensações e cores a partir das ondas sonoras. Com um simples girar de um botão. Esse panorama de cocriador juntamente com o rádio é estabelecido, criando um vínculo rádio-ouvinte.

Esse processo cria um elo de confiança e fidelidade tão fortemente construído que grande parte dos ouvinte acreditará em tudo que for veiculado as ondas sonoras, sendo capaz de criar disputas e tomar partido como no conta Goldferder (1980), no caso das “Cantoras do Rádio”.

Com as transmissões realizadas diariamente, o rádio inicia por romper as barreiras de tempo e espaço geográfico com o encurtamento entre ambos e aproximando pessoas, hábitos e países. Essas construções diárias acabam por nos ligar a outro conceito dos estudos de Bourdieu, que é o de *habitus*. Para ele o *habitus* seria uma sequência de sucessivos aprendizados com os quais o ator social passa a viver e a sofrer influências constituindo o estilo de vida e de suas práticas. O *habitus* também representaria, segundo Bourdieu, uma construção realizada no passado, mas que está sendo revisada no momento presente com os aprendizados atuais. O autor ainda cita que as instituições (escola, trabalho, igreja) são as grandes responsáveis por influenciar o *habitus* no ator social, transmitindo seus ideais de forma conscientemente e, às vezes, inconscientemente.

Para Ortiz (1983) o *habitus* orienta a ação, mas se ele é produto das relações sociais, acaba por reproduzir as mesmas relações que o aprisionaram, sendo assim a interiorização desses princípios pelos atores sociais, assegura a adequação entre as ações do sujeito e a

realidade da sociedade. “O *habitus* pressupõe um conjunto de ‘esquemas generativos’ que presidem a escolha, eles se remontam a um sistema de classificação que é. Logicamente, anterior a ação”. (ORTIZ, 1983. p. 16).

Para Setton (2002), a fala de Pierre Bourdieu faz uma distinção entre o hábito que seria essa conduta quase automática de agir pelo ator social e o *habitus* que estaria ligado às práticas individuais do agente com as correspondências das condições sociais desse. Seria a fusão dos sentimentos e atitudes construídas pelo agente social a partir de suas vivências na sociedade, como um conjunto de normas interiorizadas pelo ator social. Essa conduta delimitaria as ações do ser que estaria conectado a padrões dentro da classe social da qual faz parte, porém esse aprendizado estaria monitorado pelo próprio agente social em uma observação constante. A autora ainda nos diz que o conceito de *habitus* veio da necessidade empírica – e analítica – de apreender as relações de afinidade entre o comportamento dos agentes, as estruturas da sociedade e os condicionamentos sociais impostos por essas estruturas. Isso ocorre, porém, mediante um monitoramento do próprio ator social. Setton (2002) ainda nos faz refletir que, para Bourdieu, o *habitus* seria um sistema de ações e condutas que são transpostas para o agente social, mas que vem se juntar com todas as experiências passadas do referido agente. Funciona como uma matriz de apreciações das ações.

Observamos um intercâmbio entre as estruturas da sociedade e as condutas do indivíduo à medida que o social estabelece regras a serem seguidas pelo agente social. Essas formas são repassadas em estruturas mentais e normas de condutas, no entanto, são passíveis de investigação do próprio ator social, como um monitoramento de si mesmo.

Na ótica de Bourdieu, podemos dizer que o hábito de escutar o rádio criou *habitus*, sensações e rotinas na vida do radiouvinte, levando-o muitas vezes a repetir padrões.

Desde o seu advento no Brasil, o rádio sempre esteve presente na vida das pessoas, quer nos cômodos da casa, quer no ambiente de trabalho, em situações de recolhimento ou momentos de compartilhamento grupal. O rádio acompanhou os episódios da história, narrando-os, emocionou ouvintes, e apresenta-se, ainda hoje, como um meio de comunicação que participa da construção social da realidade, ao divulgar diariamente questões que problematizam o cotidiano e fazem a sociedade pensar e discutir sobre os assuntos abordados nas grades de programação (GOMES; RODRIGUES, 2016, p. 14).

Fazer parte do rádio como radialista, cantor, instrumentista, na era do rádio representava um campo simbólico de poder importantíssimo que ocorria com o aval dos ouvintes, pois para estes o rádio oportunizava um leque inovador de informações verídicas,

não se permitindo muitas vezes em fazer uma leitura crítica contestatória e observar um outro campo de informação.

Com tudo que é trazido pelo rádio nos apercebemos de um outro conceito importante de Bourdieu (1989) ligado ao *capital cultural* e a completude de conhecimentos do indivíduo, elencando a bagagem de informações desse ator social, desde a socialização primária da família até, posteriormente, suas vivências cotidianas. Esse *capital cultural* nos leva a dimensões simbólicas que estão pautadas nas relações sociais nas quais os recursos culturais vão sendo construídos. São propriedades culturais importantes que determinam a forma como os agentes se relacionam com a cultura, com a música e suas produções, além de interagir com outros agentes sociais.

Podemos perceber que o senso de estética é determinado por padrões de pessoas que o legitimam com maior *capital cultural*, ou seja, as camadas mais afortunadas da sociedade. Esses terão maiores chance de aglutinar conhecimentos e informações em proporção superior do que os que têm menos posses. Os participantes das classes populares, mais desprovidos do *capital cultural*, não se identificarão com a arte elitista eleita pelos mais afortunados.

A maior parte das propriedades do capital cultural pode inferir-se do fato de que, em seu estado fundamental, está ligado ao corpo e pressupõe sua incorporação. A acumulação de capital cultural exige uma incorporação que, enquanto pressupõe um trabalho de inculcação e de assimilação, custa tempo que deve ser investido pessoalmente pelo investidor (BOURDIEU, 1999, p. 2).

Se refletirmos, a partir do pensamento de Bourdieu, sobre o poder simbólico e o rádio, observaremos que esse instrumento de comunicação finda por influenciar seus radiouvintes de forma sutil. A cotidianidade da escuta do rádio estabelece, entre ele e os ouvintes, valores e conceitos, categorizando, hierarquizando graus de importância para aqueles radiouvintes sobre o que está sendo transmitido e mesmo sobre o que deve ficar fora do ambiente radiofônico. Essas características que parecem criadas pela população são, na verdade, construídas por quem pensa e reflete as programações do rádio.

As ideologias devem a sua estrutura e as funções mais específicas às condições sociais da sua população e da sua circulação, quer dizer, às funções que elas cumprem, em primeiro lugar, para os especialistas em concorrência pelo monopólio da competência considerada (religiosa, artística etc.) e, em segundo lugar e por acréscimo, para os não especialistas. Ter presente e as ideologias são sempre duplamente determinadas, - que elas devem as suas características mais específicas que não são os interesses das classes outras facções de classes que elas exprimem (...), mas também aos interesses específicos aqueles que a produzem e a lógica específica do campo de produção (BOURDIEU, 1989, p. 13).

Aqui tentamos compreender o rádio como um fomentador de espaços de um futura indústria cultural, mesmo sabedores de que essa cena de ‘cultura de massa’ só tenha se dado a

partir da década de 1960. Talvez imaginar o rádio nas décadas de 1930 e 1940 como o início de uma ‘indústria cultural’ seja antecipar bastante fatos que na verdade foram espelhados só a partir de 1960 como nos fala Renato Ortiz (1995), mas podemos acreditar que seria uma gestação em andamento do que tomaria corpo nas décadas de 1950 e 1960.

Não estou afirmando com isso que não havia organismos que não se preocupavam com o assunto; basta olharmos para os órgãos de publicidade, da televisão e dos empresários para encontrar muitos encontramos uma farta literatura especializada sobre o tema. Tratam-se, no entanto, de pontos de vista vinculados as instituições que possui o interesse imediato no mercado, mas que não se constitui em objeto de reflexão para os críticos e cientistas sociais. (ORTIZ, 1995, p. 15).

Apesar de ainda não haver uma indústria cultural propriamente dita, como nos fala Ortiz (1995), podemos perceber o largo interesse de personalidades do ramo comercial em se apoiar nas rádios brasileiras como uma estrutura que lhes fornecesse esse aparato econômico.

Um dos artifícios usados por alguns empresários para vender os produtos foram os jingles²¹ que, a partir de 1932, são veiculados ao rádio. O início desse tipo de propaganda musicalizada se deu com a criação de Antônio Gabriel Nássara, compositor do primeiro jingle do rádio brasileiro, essa modalidade, veio representar uma inovação financeira dentro do rádio, despertando interesse de setores ligados ao comércio que desejavam vender suas mercadorias. (PRIMEIRO, 2020). No início da década de 1930, instalava-se uma embrionária indústria cultural, se assim podemos chamar, com uma série de propagandas sendo fomentadas pelas agências de publicidades emergentes em Recife.

Rezende (1993) nos fala que a implementação de mudança sociais e econômicas irão transformar a cidade.

O modernista dimensionou as transformações com uma linguagem que procurava ser nova. A sua convivência com a modernização era tensa. Muitas vezes apaixonava, outras vezes amedrontava. Na sua busca do novo, não era incondicional admirador nas mudanças econômicas e sociais da sua época. A sua obra denunciava suas apreensões, suas tentativas de definir o que está acontecendo, sua percepção de que o homem pudesse estar sendo Prisioneiro das suas próprias invenções. (REZENDE, 1993, p. 22).

Diz-nos Rezende (1996) que nessa ótica da modernização que as cidades iniciam por vislumbrar, podemos compreender esse espaço criado dentro dos meios de comunicação e as inovações propiciadas por eles dentro dos lares. Uma cidade como Recife acostumada a viver

²¹Antônio Gabriel Nássara foi o criador do primeiro jingle brasileiro, encomendado por Ademar Casé, apresentador do “Programa Casé” na Rádio Philips. Fonte: <https://radios.ebc.com.br/todas-vozes/edicao/2014-07/primeira-propaganda-em-forma-de-musica-no-radio-brasileiro>. Acesso em: 14 set. 2020.

seus ‘dramas’ dentro do ambiente doméstico, com a modernização passa a sair do ambiente privado e se encaminhar para locais públicos e o rádio, o cinema e todas as novidades advindas com as tecnologias, corroboram com a criação desse cenário inovador.

Criou-se uma nova dimensão do público e do privado, numa cidade acostumada a viver seus dramas dentro do espaço doméstico, acompanhados pela censura e vigilância das famílias. O cinema provocavam rupturas, incendiava corações, multiplicavam desejos, redefinir os sonhos, trazer uma configuração nítida do que seria uma sociedade de massas, o reino da diversão tecnológica. (REZENDE, 1993, p. 26).

No início da década de 1930, instalava-se uma ‘embrionária indústria cultural’ (se assim podemos chamar) para todo o tipo de propaganda que passa a ser estruturada dentro das rádios brasileiras, fomentada por alguns empresários desejosos de aumentar seu capital financeiro. Veremos a seguir como as tecnologias emergentes a partir de 1925 influenciaram maciçamente o mercado de trabalho no rádio, criando espaços para nomes importantes da música no estado de Pernambuco.

2.3 Aspectos Metodológicos

Nosso roteiro metodológico partiu da revisão de literatura sobre o assunto em questão, buscando livros e artigos científicos referentes ao tema em pauta. A pesquisa de ordem qualitativa também envolveu imagens e áudios, que nos ajudaram a elucidar algumas questões. Ainda nos reportamos a entrevistas com personalidades como Renato Phaelante da Câmara e Gilvando da Costa Paiva, que possuem uma larga experiência no ambiente radiofônico.

Buscamos compreender que o fenômeno rádio foi um assunto pertinente a várias localidades do país, ocorrendo muitas similaridades entre as rádios brasileiras. Observamos o intercâmbio entre a *Rádio Clube* e as rádios do Rio de Janeiro, local onde na época se concentrava o grande poder midiático do país. O intercâmbio se fazia não só entre as músicas, mas também entre artistas locais e demais personalidades cariocas.

Em nosso estudo, além dos títulos e artigos científicos, tivemos a contribuição do acervo documental do Diário de Pernambuco que, no ano de 2018 (uma vez por semana), realizava um registro sobre a *Rádio Clube* no recorte temporal de nosso estudo.

Outra fonte de coleta de dados foi junto à Fundaj - Fundação Joaquim Nabuco, que nos forneceu boa parte do material iconográfico, como fotos, vídeos e áudios.

Encontramos várias imagens na Fundaj e no material disponibilizado pelo Diário de Pernambuco. Segundo Flick (2009), as fotografias representam documentos importantes, possibilitando novas formas de investigação, permitindo ao pesquisador perceber ambientes, práticas sociais, vestimentas, e outros aspectos que só por meio da fixação da cena (na fotografia), proporcionado pelas imagens, podemos observar. Flick (2009) ainda nos fala que os trabalhos iconográficos representam novas tecnologias e que graças a eles as pesquisas têm alcançado espaços inovadores, oportunizando a elucidação de alguns problemas e o vislumbre de novas observações, à medida que fixam cenas e nos trazem imagens visuais para posterior comparação com transcrições e diálogos que se tornarão textos.

Outra fonte de observação do nosso estudo diz respeito às músicas da referida época, permitindo-nos investigar o que era tocado nas rádios entre os anos de 1930 a 1940, além de algumas particularidades de como se cantava e tocava, qual a instrumentação usada, bem como a influência da tecnologia sobre todos esses aspectos. Também nos reportamos à observação dos fonogramas da Plataforma Moreira Salles com repertório desse recorte temporal.

Contamos também com os estudos de Bauer e Gaskell (2008) para compreender as questões pertinentes a música, pois para eles a música representa uma expressão capaz de mensurar elementos culturais da sociedade em estudo.

[...] para tanto, é necessário se debruçar na observação da(s) música(s) e todas as nuances repassadas por ela(s), isso possibilitará entender o contexto social em que foi produzida. Uma estrutura particular de sons, está associada a um grupo social que a produz, ao qual está exposta, e que a escuta. (BAUER; GASKELL, 2008, p. 366).

Acreditamos, pelos nossos estudos, que com o surgimento do rádio se dá a formação de um mercado de trabalho e nessa pesquisa tentamos compreender esse espaço criado dentro do ambiente radiofônico, a partir de fotos, músicas e vídeos, disponibilizados por jornais da cidade, e instituições como a Fundação Joaquim Nabuco. Além desses elementos iconográficos, investigamos artigos e livros que abordam esse espaço de tempo (1930-1940), compreendendo também, as transformações dos gostos musicais que passam a ocorrer nessa época no Recife, bem como as implicações dessa mudança na sociedade. O rádio para além das veiculações culturais, educativas e informativas, nos remete a memória musical de uma época, findando por resguardar um valioso patrimônio da nossa ancestralidade no que há de mais precioso – a nossa memória.

Para elucidação de algumas questões aqui propostas, nosso estudo se debruçará sobre o pensamento de Pierre Bourdieu que faz abordagens entre os conceitos de “*Habitus, Campo*

e *Capital Cultural*” numa visão de como os meios de comunicação em massa podem intervir na sociedade como um todo. Esses meios de comunicação para Bourdieu representaram um local de disputas, passando a ser alvo de observação (para os que desejam executar as ‘manipulações’) desde o repertório musical a ser apreciado, bem como o tipo de programação veiculada ao rádio e a escolha de determinados cantores em detrimento de outros. Nesse contexto, se dá uma luta de poder propagada no ambiente radiofônico, ao que Bourdieu chamou de *campo*.

O rádio sendo um instrumento de suporte midiático de importante difusão de notícias e músicas, passa em muitos momentos, a constituir um *campo* de poder, em que as disputas representarão para a população, a possibilidade de uma aproximação com o novo, com o inédito.

Se pensarmos no rádio como condutor de um elenco de informações, perceberemos esse equipamento sendo parte da construção de um *capital cultural* veiculado pelas transmissões realizadas nas rádios, em que as disputas que perpassaram pelo ambiente radiofônico representaram lutas ideológicas alimentadas pelos integrantes do rádio.

Com todos esses aspectos anunciados tentamos nos utilizar do material coletado para elucidar a formação de um espaço de trabalho dentro da *Rádio Clube* (1930-1940) para instrumentistas e cantores, bem como a modificação de gostos e hábitos na sociedade Pernambucana.

3 O POPULAR X ERUDITO: NOVOS RUMOS NA RÁDIO CLUBE

O surgimento do rádio na América Latina representou um período de modernização, sendo considerado por alguns músicos um importante aparelho educacional. Musicólogos como Curt Lange²² e Mário de Andrade percebiam no rádio um instrumento a serviço da cultura e da educação e, como tal, a música erudita, para eles, deveria receber um lugar de destaque nas programações musicais.

Curt Lange e Mário de Andrade concordaram com a maior parte dos intelectuais da época em que o rádio deveria ser um instrumento educativo de serviço público e que, dentro dessa visão, a divulgação da música erudita deve ocupar um lugar privilegiado no conteúdo a ser oferecido (TORRES, 2019, p. 6).

Da parte de Mário de Andrade, havia uma preocupação em resguardar a cultura brasileira, conservando o passado artístico na tentativa da construção da identidade nacional brasileira. Andrade foi um dos primeiros autores, inspirados no modernismo, a preocupar-se com o tipo de música consumida no país. Acreditava que, para o desenvolvimento de uma nacionalidade artística, os brasileiros deveriam mergulhar na sua própria cultura, para poder desenvolverem um senso crítico e, só a partir daí, possuírem condições de deglutir a cultura de outras nações. Para Andrade, era necessário que os músicos brasileiros entendessem, em um âmbito mais profundo, a musicalidade do país e, se possível, criassem uma linguagem musical brasileira, para não ficar à mercê da cultura e linguagem europeia. A música brasileira é bastante inspirada em padrões americanos e italianos e, na visão do musicólogo, era importante ocorrer uma nacionalização da linguagem musical brasileira.

Monti (2017) descreve a preocupação de Andrade em registrar as canções folclóricas e, nessa tentativa, desbravar o Nordeste em expedições que catalogaram vários folguedos brasileiros.

A ausência de uma consolidação da identidade brasileira mantinha aberta as portas do país a cultura musical dos colonizadores europeus, que era facilmente importada, incorporada, imitada e absorvida de maneira rasa. Em outras palavras, para Mário de Andrade, faltava aos brasileiros uma tradição que tornasse o povo mais educado e criterioso na seleção e no consumo da cultura musical (MONTI, 2017, p. 72).

Mário de Andrade assume a direção do Departamento de Cultura e Entretenimento da cidade de São Paulo em 31 de maio de 1935. No ano seguinte, lança a proposta do projeto

²²Francisco Curt Lange foi um musicólogo nascido na Alemanha em 1903, falecendo 1997 em Montevideu no Uruguai. Foi um dos grandes inspiradores dos movimentos musicais na América Latina. Esteve no Rio de Janeiro, em 1934, a convite do músico Walter Burle Marx e teve contato com inúmeros artistas e intelectuais brasileiros ligados à arte, à política e à educação, entre eles Mário de Andrade.

‘Rádio Escola’, em que o caráter educativo do rádio deveria estar em primeiro lugar, porém sabedor de que nem todos os setores da sociedade abraçariam essa ideia.

No projeto, constava a idealização da instalação de alto-falantes em locais públicos para os que não tivessem acesso àquele equipamento. Essa atitude, na visão de Mário de Andrade, iria oportunizar aos mais desafortunados entrar em contato com as informações e com uma variada programação cultural, porém o projeto não foi adiante por falta de verba do Estado.

Nos primeiros anos de funcionamento, o rádio seguiu os ideais propostos por Curt Lange e Mário de Andrade com músicas de cunho erudito. Essa programação cultural ocorria graças a doações de sócios, que, além de subsidiarem o custeio e a manutenção das rádios, também cediam discos de óperas e de outros estilos eruditos para compor as programações das rádios em sua fase inicial. Esse fato acaba por realizar um afastamento da população menos afortunada, por não estar habituada com o estilo musical oferecido pelas programações musicais daquela época.

As primeiras transmissões eram precárias, permeadas de muitas interferências, causando muitos ruídos na recepção do ouvinte. Na programação inicial estavam incluídas árias de óperas, de discos cedidos dos próprios sócios, aulas e notícias, sendo um dos principais objetivos da rádio uma programação educacional. (BAUM, 2002, p. 4).

Mário de Andrade observava que alguns ouvintes mais ávidos por música popular e empresários de variados segmentos da sociedade impunham obstáculos para o sucesso do ‘projeto escola’, por estarem interessados em diversão fácil trazida pela radiofonia, além de encontrarem-se sequiosos em se apoiarem financeiramente nas propagandas veiculadas ao rádio. Dessa forma, se dá o interesse de alguns em tornar esse rádio com caráter mais popular. Ao longo dos anos, os receptores das ondas sonoras se tornam mais acessíveis à população, com preços mais populares, permitindo que a cada dia novos ouvintes pudessem ser inseridos no universo radiofônico.

Outro fator importante ocorre com a imposição advinda das guerras, em que as dificuldades econômicas no mundo vão surgindo e, de uma forma geral, as emissoras de rádio também sofrem perdas. No tocante às questões orçamentárias, serão realizados vários cortes nos custos. Esse panorama vai sendo percebido e programações pouco visitadas vão sendo descartadas. Foi o que concorreu para a extinção dos programas eruditos com pouca visibilidade.

Não pretendemos neste trabalho demarcar limites territoriais sobre o colonialismo e a decolonialidade, pois sabemos de todo o “emaranhado” da opressão cultural imposta pelo

“eurocentrismo” para com as colônias, as Américas e demais povos. O que desejamos aqui é investigar as questões ligadas ao erudito e ao popular pela lente do mercado de trabalho criado no espaço radiofônico.

Nos primeiros anos do rádio, além das dificuldades técnicas para emitir uma boa frequência, também havia o custo do equipamento que representava um objeto caro para grande parte da população. Nesse contexto, o conteúdo das veiculações do rádio acabaram sendo voltadas para um público mais restrito da sociedade, que finda por exercer um monopólio nos ditames das programações. Ainda não havia uma preocupação em atingir a grande maioria da população, conseqüentemente, a programação tinha um caráter elitizado com cunho erudito.

No início do século XX, eis que no Rio de Janeiro, surgem as casas falantes, também chamadas de Casas Edson²³ que, em 1904, passam a realizar uma grande produção de fonogramas²⁴ com os diversos estilos musicais existentes no país. Porém, apesar dessa produção ocorrer já em uma escala razoável, havia um mercado deficitário para esses músicos emergentes. Grande parte da população não possuía fonógrafos, além de, no país, segundo Tinhorão (1981), haver um certo preconceito quanto a essa forma de apreciação musical. As casas falantes de Frederico Figner e posteriormente o surgimento do rádio nos remetem a um emergente mercado de trabalho em que os profissionais da música passam a adentrar e cujo ambiente passa a ser cada vez mais vivo.

Conta-nos Tinhorão (1981) que esses profissionais da música em épocas anteriores à da era do rádio estariam fadados apenas aos trabalhos pertinentes às casas de edição de partituras e vendas das mesmas, ao emprego de casas de música ou talvez em algum trabalho eventual nas orquestras estrangeiras (companhias de teatro que estivessem passando pelo Brasil), em orquestras do próprio teatro musicado brasileiro ou ao fornecimento de música para dançar (grupo de choro ou na execução de um piano), e, finalmente, o engajamento, como instrumentistas nas bandas militares. Essas eram as chances de trabalho dos profissionais da música naquele início de século XX.

Tinhorão (1998) nos descreve ainda, que com o aparecimento do fonógrafo, dos cilindros e posteriormente dos discos, a música popular teria recebido uma ampliação em sua base artística e industrial.

²³Casas Edson ou Casas falantes fundada no Rio de Janeiro por Frederico Figner é fundada na década de 1900, passando a produzir fonógrafos em larga escala a partir de 1904. Relatos de Tinhorão (1981).

²⁴Fonogramas eram os primeiros discos gravados no Brasil e o fonógrafo o equipamento de captura dessas ondas sonoras. É o que nos conta Tinhorão no livro ‘Música Popular do Gramofone ao Rádio e TV (1981).

Com o aparecimento das gravações - primeiro em cilindros, e logo também em discos -, a produção de música popular iria ter ampliadas tanto suas bases artísticas quanto industrial: a primeira, através da profissionalização dos cantores (solistas ou dos Coros), da participação mais ampla de instrumentistas (de orquestras, bandas e conjuntos em geral) e do surgimento de figuras novas (O maestro - arranjador e o diretor artístico); a segunda, através do aparecimento das fábricas que exigiam capital, técnica e matéria-prima. (TINHORÃO, 1998, p. 259).

As novas técnicas de gravações mecânicas trazidas pelos fonógrafos das Casas Edson vão paulatinamente criando uma rede de consumidores que abrange os mais diversos usuários dos discos e que passam a se interessar por esse universo musical. A necessidade da profissionalização desses funcionários da música era emergente e foi propiciada pelo rádio.

Para Hupfer (2009), o rádio se constituirá em um entrelaçamento dos aspectos publicitários, com a manipulação das massas por uma elite pensante e conseqüentemente a transformação de um Brasil rural.

Parafraseando Maia (2007), as rádios brasileiras na década de 1930 abriram suas portas para a música popular buscando atingir o gosto e os favores fáceis do grande público, simplesmente para o entretenimento no ambiente doméstico. Segundo as pesquisas de Maia, os cantores deixaram um registro importante na memória afetiva dos ouvintes.

Um dos elementos mais importantes da memória radiofônica é a música. Mesmo após várias décadas, ouvintes conseguem cantarolar corretamente as canções ouvidas na juventude. E um grande respeito pelos cantores daquela época permanece, independente dos gostos atuais no campo musical (MAIA, 2007, p. 3).

Indiscutível observar o espaço de trabalho construído dentro do rádio que passa a oportunizar a ascensão de algumas minorias como é o caso de instrumentistas e cantores de baixa renda que emergem dentro desse local, bem como a entrada da figura feminina, que futuramente será alvo de grandes concursos (as cantoras do rádio).

As músicas trazidas aos ouvintes, ao longo dos anos, vão sendo redefinidas e assim passamos de um patamar erudito para a popularização das canções, elencando ao rádio, o regional e o folclórico que estavam bem mais próximos do cotidiano da população. Essa popularização musical trará ao ouvinte uma aproximação com o rádio que a cada dia aumentará, criando nesse ator social a sensação de que aquele ambiente também lhe pertencia.

Para Calabre Azevedo (2002), a chegada do rádio cria um mercado promissor, ocorrendo em um momento que o Brasil desejava romper com o passado buscando a modernização. Com essa inovação trazida pelo rádio, segundo a autora, as músicas eruditas aos poucos vão ficando para trás, começando a surgir um ambiente mais popular na escolha musical dos programas de rádio, estabelecendo assim, um clima de aproximação entre o artista e o ouvinte. Nesse cenário a partir da década de 1930 as emissoras passam a adotar um

clima de maior proximidade com os ouvintes e usar expressões pouco familiares para a época, eram termos como: “amigos ouvintes” e “caros ouvintes”, criando um desejo de aproximação entre a rádio e os ouvintes, fazendo com que os radiouvintes se interessassem ainda mais pelas programações e músicas trazidas pelas emissoras. Essas pequenas expressões, bem como o tipo de repertório tocado agora, e toda a programação trazida pelo rádio, criam um ambiente emocional no ouvinte fazendo com que este se sinta parte integrante daquele contexto do rádio sendo movidos por uma curiosidade do que aconteceria nos bastidores das emissoras.

A nova fase em que o rádio passa a se inserir a partir de 1930 traz elementos pertinentes ao conceito de *habitus* de Bourdieu, em que o agente social, por meio do hábito da escuta diária e rotineira de seus programas e músicas preferidas, vai modificando seu cabedal de informações e gostos. Esses atores sociais sofrem influências do rádio ao mesmo tempo que exercem uma influência sobre o espaço social.

Podemos destacar a *Rádio Clube* em Recife como um enorme espaço de trabalho que aos poucos foi costurando e criado na cidade, oportunizando um ambiente propício para o mercado de trabalho dos músicos da região. Propiciou o intercâmbio entre personalidades do Sudeste do país e a cada dia teve a preocupação na melhoria de sua tecnologia para irradiação a distâncias cada vez maiores. Além dessas inquietações, os dirigentes da *Rádio Clube*, desde cedo perceberam a importância de tornar o ambiente radiofônico mais popular, dentro da realidade da população recifense.

Com essa popularização, a comunidade menos afortunada também passa a adentrar ao ambiente do radiofônico com um estilo inovador de músicas, criando espaços dentro do rádio e modificando a paisagem sonora, na qual, anteriormente, ouviam-se apenas os consagrados clássicos. Assim, músicas inéditas, muitas vezes de cunho popular, começam a ser executadas nas programações, ambientando um novo plano de sons e criando uma rota musical na cidade do Recife. Como um exemplo disso encontramos as músicas da pianista Amélia Brandão Nery, um nome bastante expressivo na música popular e que vem despontar nas rádios e palcos recifenses, sendo conhecida como tia Amélia. Além de pianista, Amélia Nery também era compositora, nascida em Jaboatão-PE.

Aos 25 anos, Amélia volta seus estudos para as músicas folclóricas dos arredores da cidade de Jaboatão, o que deu um novo impulso à sua carreira. Em 1922, tia Amélia foi contratada pela *Rádio Clube* de Pernambuco e teve uma vida musical reconhecida. Entre suas

composições, destacamos “Casa da Farinha²⁵”. A canção é estrófica com introdução e interlúdio instrumental de piano e se encontra no Instituto Moreira Salles registrada no fonograma por número 380809. Nesse registro fonográfico, percebemos a interpretação da cantora Stefana de Macedo, com voz de soprano, sem fazer mistura dos registros vocais, utilizando-se de muitos portamentos unindo palavras, o que nos remete a uma sonoridade erudita.

Encontramos uma contradição entre a temática apresentada na música com ritmo e letras bem regionais de pessoas que vivem na roça e a forma eruditizada de cantar. As músicas de Amélia Brandão trazem a singularidade de expressões muito conhecidas e utilizadas na vida rural mostrando para o ouvinte pernambucano uma faceta da sociedade até então pouco divulgada. A letra da canção apresenta temas tipicamente rurais, de pessoas do campo e o dia a dia da roça de quem trabalha nela. Pelas canções da compositora, percebemos um universo musical completamente diferente do que encontrávamos no período inicial do rádio, ou seja, as músicas eruditas dos primeiros dias. A pianista prima pelo cotidiano e pelo regional, sendo esses ritmos uma marca de suas músicas.

Essa nova face folclórica e regional apresentada pela rádio pernambucana vem mostrar à população recifense a vida simples do povo e não mais as performances europeias das primeiras transmissões. As temáticas apresentadas nas músicas de Amélia Brandão vão se constituir em um aspecto inovador, mostrando aos ouvintes a realidade brasileira de cidades circunvizinhas de Recife e levando os ouvintes à apreciação daquele tipo de música que, até então, era pouco explorada. E constituindo, passo a passo, uma apreciação do que estava próximo do ouvinte.

A pianista e compositora Amélia Brandão em meados de 1925 era uma artista renomada com viagens ao Itamaraty e ao exterior, trazendo notoriedade para o estado. Amélia Brandão possibilitou uma visibilidade para o estado de Pernambuco com suas canções e ritmos regionais. Aqui podemos perceber a importância que a música Pernambucana representou desde 1925 e a expansão de nomes importantes como o da pianista, que em sua trajetória expande a música do estado para além das fronteiras do nordeste e do Brasil.

O rádio passa a criar um espaço para a cultura popular, advinda dos artistas locais em um tripé que se baseia na evolução tecnológica, no investimento em propagandas e,

²⁵ Essa partitura se encontra nos anexos desse trabalho. Disponível em: <https://discografiabrasileira.com.br/fonograma/53769/casa-de-farinha>. Acesso em: 10 out. 2021.

consequentemente, na criação do mercado profissional para instrumentistas e cantores. Percebemos uma ampliação de oportunidades do local e do regional antes nunca vista.

Fotografia 9 - A Pianista Amélia Brandão Nery, conhecida como Tia Nery



Fonte: Dicionário Cravo Albin (2002)²⁶

A necessidade de se firmar e se sustentar fizeram com que o rádio fosse de encontro a sua verdadeira vocação, a de meio de comunicação de massa. Contudo, só ao final da década de 1920, é que houve de fato uma maior abertura para a cultura popular dentro do rádio. Com isso, os artistas pernambucanos intensificaram a produção de discos com as cores da cultura local. Por sua vez, o Rádio Clube, ao divulgar essas obras, se popularizava e acompanhava a evolução da radiofonia nacional e mundial. (SALDANHA; CARRASCO, 2006, p. 159).

As programações foram cedendo espaço para o popular, sendo esse fenômeno recorrente em todas as localidades do país. Ao longo dos anos podia-se ouvir no rádio, muitos ritmos populares como o samba, a marchinha, a valsinha matuta, a embolada e músicas folclóricas. Essa modificação de estilos finda por causar um descontentamento da elite acostumada às antigas músicas eruditas. Era comum esses ouvintes escreverem para as rádios, queixosos com o rumo, de caráter mais popular, que as programações iam tomando.

Essas diferentes posições que ocupamos na sociedade nos remetem a um estilo de vida nos conectando a gostos, culturas e hábitos, localizando-nos dentro da sociedade. Essa localidade temporal e espacial do indivíduo criará um forte condutor do habitus com um sentimento de pertencimento ao local em que o sujeito está inserido nos referidos espaços de aprendizagens em que se encontra.

²⁶ A foto bem como o material coletado encontra-se no dicionário da música brasileira de Cravo Albin. Disponível em: <https://dicionariompb.com.br/tia-amelia/biografia>. Acesso em: 01 abr. 2021.

Na trajetória da popularização do rádio, encontramos figuras que vêm corroborar com essa caminhada radiofônica, muitas vezes também advindas de uma camada social privilegiada economicamente e, por isso mesmo, com um conjunto de maiores competências e recursos, estabelecendo um *capital cultural*. O rádio, estando como participe na vida das pessoas em momentos de lazer, no trabalho, ora coletivamente ora não, através da informação, das programações educativas e culturais, realiza várias construções, em uma coletânea de conhecimentos diários que Bourdieu (2007) denomina de *capital cultural*. Em outras palavras, o *capital cultural* seria a bagagem de informações que esse agente da sociedade pode adquirir em meio aos vários espaços de aprendizado onde está inserido. Nesse parâmetro, percebemos a cantora Celeste Coelho Brandão, com nome artístico de Alda Verona, nascida no Rio de Janeiro.

Alda Verona bem como Amélia Brandão e tantas outras figuras femininas aqui não citadas, abrem espaço na cena do rádio para que as vozes femininas pudessem ser ouvidas naquele ambiente, constituindo uma inovação nessa década e na sociedade Pernambucana. Essas musicistas passam a alocar no rádio as vivências de seus cotidianos trazendo um capital cultural inovador com o regionalismo das canções e temas do dia a dia que eram repassados por meio das músicas emergentes na *Rádio Clube*. Essas novidades trazidas findam por modificar o repertório dentro da rádio levando aos ouvintes um pouco dos temas que antes eram evitados, como o popular e o regional. O acúmulo desse conhecimento, que fazia parte da vivência da cantora Alda Verona, da pianista Amélia Brandão e tantas outras personalidades que adentraram ao ambiente radiofônico, oportunizará modificações na escuta dos ouvintes daquela época, em que o radiouvinte passa a se interessar pela sua cultura local e os novos ritmos vinculados a Rádio Clube, como maracatu, toadas, marchinhas, entre outros.

Entre as canções que Alda Verona gravou destacamos aqui duas: "Maracatu"²⁷, de Waldemar de Oliveira e Ascenso Ferreira, e "Foi na Beira do Rio"²⁸, de Waldemar de Oliveira e Samuel Campelo. Curiosamente, Alda Verona traz em seu canto uma expressão rebuscada de quem estudou canto lírico, ficando muito claro isso em sua interpretação. Porém, as músicas que aqui trazemos são canções de cunho popular, com ritmos do povo e letras que expressam o cotidiano da população pernambucana.

²⁷A partitura dessa canção encontra-se na sessão de partituras. Disponível em: <https://www.discografiabrasileira.art.br/fonograma/28026/maracatu>. Acesso em: 01 abr. 2021.

²⁸A partitura dessa canção encontra-se na sessão de partituras. Disponível em <https://discografiabrasileira.com.br/en/music-recording/28086/foi-na-beira-do-rio>. Acesso em: 01 abr. 2021.

A música “Maracatu” dos autores supracitados nos remete a ritmos regionais com uma leve sessão que se assemelha a um recitativo. Nesse trecho da música mais falada do que cantada – recitada –, há uma mudança rítmica, deixando de ser compasso simples, passando a compasso composto e ocorrendo uma quebra no andamento da canção, ficando a retomada da rítmica da música e das estrofes a critério da cantora. A canção é estrófica, apresentando acompanhamento de piano em ritmo acelerado de batuque, ocorrendo uma quebra no andamento, que se dá exatamente na mudança de compasso da entrada da récita. A cantora faz bastante uso de “R”, “S”, e “L”, assimilando-se ao canto erudito. A partir da segunda estrofe, a cantora faz um tempo mais livre na entrada de cada sessão, como uma fermata, em outras palavras, as entradas da segunda e terceira estrofe são mais demoradas, ocorrendo uma suspensão no início dessas estrofes.

Fotografia 10 - Alda Verona



Fonte: Dicionário Cravo Albin (2002).

Os compositores citados inovam com a música “Maracatu”, trazendo uma temática até então pouco discutida pela sociedade brasileira. Narrativas utilizadas na canção, com alusão ao candomblé e à capital da Angola, Luanda, são temas ocultados pela sociedade de 1930, sendo preferidos os sons clássicos das músicas eruditas. “Batida de bombos, estouro de bombos, ganzás, Luanda onde estás” nos remete a uma comunidade invisibilizada pelo país e que o rádio vem apresentar à população recifense.

A música “Foi na Beira do Rio”, registrada nos fonogramas do Instituto Moreira Salles pelo número 2761, demonstra uma voz próxima à do canto erudito, com exagero nos “R”, “L” e nos “S”. Não há mistura de registros de “peito e de cabeça”²⁹, a cantora se utiliza todo o tempo do registro mais agudo, mesmo nas partes graves. Faz uso de portamentos e a forma de cantar se assemelha muito aos cantores eruditos. Não encontramos registros de peito na gravação; a cantora é acompanhada por um piano.

Esses astros que passam a fazer parte da vida dos ouvintes trazem consigo suas bagagens culturais que aos poucos vão influenciando a população recifense. A entrada e participação dessas personalidades no ambiente musical das rádios, flexibilizou e oportunizou a entrada das músicas populares e folclóricas com inovações nos estilos que passam a circular no ambiente radiofônico, bem como uma grande mudança na forma de cantar e tocar. Dessa maneira, o rádio oportuniza a saída do formalismo e da rigidez das antigas formas de cantar e abre espaço para o novo para o popular. O roteiro das músicas deixa de ser de caráter erudito europeu e passa a ser a realidade brasileira, iniciando, assim, uma nova fase radiofônica no Brasil e em Recife. Os programas de auditório, como nos diz Tinhorão (1981), representaram um exemplo irrefutável do popularismo que invadiu as rádios, com a modificação inclusive no perfil dos ouvintes.

Inicialmente, é claro, as críticas ao espírito excessivamente popularesco dos grandes auditórios, com sua gritaria de fãs-clubes e seu ruidoso entusiasmo (...) não demonstravam consciência da mudança da realidade socio-econômica que as motivava. E em nome de um ‘bom gosto’ que traduzia, no fundo, apenas o gosto mais refinado de novas camadas de classe média em ascensão (TINHORÃO, 1981, p. 83).

Com a entrada de novos integrantes, oriundos de diferentes camadas socioeconômicas, o rádio sofrerá uma modificação que interferirá diretamente nos hábitos da população. O ouvinte passará a receber um repertório variado de músicas inéditas, além de um quantitativo de inovações trazidas por esse equipamento.

O rádio no Brasil abriu espaço para que gêneros e estilos regionais urbanos originários nas camadas mais pobres se difundissem, para um quadro regional mais amplo, como ocorreu com o samba, canções sertanejas e choros. Esse fato notável permitiu (...) a diversificação e o alargamento das possibilidades de escolha dos artistas e dos ouvintes, provavelmente ampliando e desenvolvendo seu universo de escuta ao invés de regridi-lo. (MORAES, 1999, p. 76)

²⁹Registros de cabeça comumente chamado de falsetes são os registros agudos (...) nos quais as cordas vocais vibram no comprimento menor que o comum. Observações no estroboscópio mostram que no canto em falsete, as membranas nas extremidades das cordas vocais parecem ser as únicas partes em vibração; no canto comum, as cordas vocais vibram como um todo. O canto em falsete usado a muito na música ocidental, e o termo já era conhecido na Itália do século XVI. (GROVE, 1994).

Como nos fala Pierre Bourdieu (1999), a imprensa tem a prerrogativa de manipular signos e processos estéticos que findam por moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos. Em outras palavras, a socialização de informações de músicas e demais formas de comunicação sugestionam opiniões e ações, atuando na construção social da realidade. Para o autor, o poder simbólico exerce uma dominação social e a imprensa, não se furtando a habitar esse ambiente monopolizador, finda por cooptar as massas. Nessa ótica de Bourdieu, o rádio representaria um perigo para a população, tanto pelos que desejavam elitizar aquele instrumento e tudo que nele fosse alocado, bem como aqueles que desejavam unicamente um espaço para obter recursos financeiros, sem haver uma preocupação do que era veiculado via ondas sonoras. Sob esse olhar de Pierre Bourdieu, o rádio, bem como os demais instrumentos de comunicação, seriam ambientes perigosos, principalmente estando a favor de uma minoria como é o caso do Brasil. Por isso mesmo, a necessidade de haver uma reflexão sobre o que é repassado nesse local de comunicação.

O campo de produção simbólica é um microcosmo da luta simbólica entre as classes: é ao servirem os seus interesses na luta interna do campo de produção (e só nesta medida) que os produtores servem os interesses dos grupos exteriores ao campo de produção (BOURDIEU, 1989, p. 12).

Parafraseando Pierre Bourdieu (1989), o poder simbólico é um poder invisível exercido com o consentimento e cumplicidade daqueles que não desejam saber todo o processo de manipulação, mas que estão sujeitos a ele e mesmo para os que detém o poder (relação dominado-dominador).

Bourdieu considera que o poder simbólico é operacionalizado através de sistemas (religião, educação, arte, política, mídia) que apresentam ferramentas de comunicação e conhecimento para não só fornecer uma interpretação do mundo, mas ajudar os que fazem parte desses sistemas a se integrarem socialmente. (SÁ; CAMPOS, 2018, p. 124).

A música representa um importante papel na sociedade brasileira e o novo repertório começará a ser vivido no ambiente radiofônico, formando um gosto musical inovador trazendo uma maior interação familiar dentro do ambiente doméstico. As canções e quem as executava passam a gerar símbolos e ícones que vão movimentar a opinião da população ricifense. Para Saldanha (2008), a música começa a ser vista como um entretenimento, constituindo um dos principais produtos da indústria cultural contemporânea.

As músicas começaram a fazer parte da vida do rádio e dos ouvintes por vários mecanismos, via propagandas com os jingles, nas telenovelas em que os ‘climas românticos’ sempre aconteciam pelo viés da música e também pelos programas de calouros.

Nessa disputa entre as programações das rádios e o que seria veiculado nelas (popular x erudito), podemos perceber bastante presente o conceito de *campo* de Pierre Bourdieu colocando as influências e as imposições de uma classe sobre a outra, e buscando estratégias para que as classes dominantes consigam o seu intento.

Categorizando os estilos trazidos pelo rádio, percebemos em falas de Renato Phaelante da Câmara e Gilvando da Costa (em entrevista nos apêndices desse trabalho) que as músicas que eclodiram no rádio, a partir de 1930, foram os frevos e frevos canções, de compositores renomados como Nelson Ferreira e Capiba, que possuíam uma larga experiência profissional em cafés, e também como instrumentistas dos cinemas mudos, passando a introduzir suas composições no cenário pernambucano.

No viés da popularização do rádio, passam a ser introduzidas nas programações algumas referências desse pertencimento da sociedade pernambucana, com a inclusão de músicas e cantores que os ouvintes mais apreciavam, abrindo caminhos para um novo nicho mercadológico com músicas populares e regionais.

Essas canções introduzidas no ambiente radiofônico desagradam uma pequena parte da população mais requintada que apreciava as músicas eruditas. Essa comunidade passa a contestar esse cenário musical que tem início nas rádios recifenses, opondo-se à popularização das programações no ambiente radiofônico, criticando esse viés adotado pelas rádios. Porém, esse novo material que adentra às emissoras representará um caminho sem retorno, haja vista que a população brasileira que apreciava essas canções começa a fazer uso frequente da escuta radiofônica.

Muitos intelectuais preocupavam-se em manter o rádio com a finalidade educativa, transmitindo uma produção cultural erudita e por isso passaram a fazer fortes críticas, à medida que ele se popularizava. A programação musical era bastante criticada, principalmente os sambas, marchas e canções; o preconceito contra a música popular era muito grande. (MENEGUEL; OLIVEIRA, 2016, p. 14).

Se formos observar as mudanças instaladas no rádio, sob a ótica de Bourdieu (2007), verificaremos que essas personalidades que adentram ao universo radiofônico vão constituir um poder simbólico a partir de suas peculiaridades na forma de cantar e de tocar, bem como nas canções e letras que traziam em suas bagagens musicais. Percebemos como essas inovações passam a ser uma preponderância nas rádios contagiando não só os cantores e instrumentistas, mas o público em geral que começa a apreciar essa nova sonoridade

O processo de surgimento de ídolos altamente populares influência no crescimento de reportagens com fotografias da família, da casa e dos detalhes do cotidiano. Do que gostam os artistas? O que vestem os astros e as estrelas? Onde moram? Eram as perguntas mais frequentes. As reportagens costumavam tentar responder a essas

perguntas destacando, na maioria da vezes, as mudanças na vida pessoal tais como: a nova casa, o carro recém comprado ou os modernos aparelhos eletrodomésticos. Muitos desses profissionais atuavam também no teatro e no cinema, mas era através do rádio que atingiam uma maior popularidade. (AZEVEDO, 2003, p. 2).

Esse *capital cultural* será disponibilizado diariamente pelas rádios brasileiras em uma sistemática de informações, no intuito de trazer o ouvinte para próximo das emissoras, conquistando-os. Nesse clima de aproximação, as rádios brasileiras buscam perfis de bandas locais que estivessem despontando na cena de cada localidade, não sendo diferente em Recife na década de 1930. Assim, surge a figura de Lourenço da Fonseca Barbosa, conhecido como Capiba, que, em 1931, comandava a ‘Jazz Band Acadêmica’ formada por um grupo de universitários. Na época, Capiba e sua banda faziam sucesso no Recife e em outras cidades do país. Nesse mesmo ano, a ‘Jazz Band Acadêmica’ é chamada para uma série de apresentações na *Rádio Clube*, popularizando o trabalho do grupo, bem como legitimando a música do estado.

Fotografia 11 - Jazz Band Acadêmica³⁰



Fonte: Diário da Manhã (apud MACHADO, 2016, sem paginação)

Corre o ano de 1931 quando um grupo de jovens universitários pernambucanos se reúnem e formam a Jazz Band Acadêmica, sob o comando do então acadêmico Lourenço da Fonseca Barbosa, Capiba, que se torna de imediato um verdadeiro “coqueluche”, realizando inúmeras apresentações no Recife e no Brasil inteiro. O rádio Clube de Pernambuco, sempre atento aos fatos e eventos importantes do Recife recebe a jazz Band Acadêmica que faz enorme sucesso ao microfone da PRAP. Também por essa época, Capiba, por diversas vezes se apresenta na Rádio Clube não só como o “batuta” da Jazz Band, mas em dupla com o seu irmão

³⁰Na imagem visualizamos sete rapazes, todos jovens e uma criança sentada no chão. Percebemos a presença de um piano (o instrumento de Capiba) por trás dos rapazes, uma tuba por trás de Capiba, um violão no canto esquerdo da foto, três saxes agrupados no canto direito da imagem e uma bateria ao centro. Capiba é o terceiro da direita para a esquerda, apresenta-se com os braços para trás sorrindo.

Mariano Barbosa – piano e clarinete. Dois nomes que com muito talento se transformaram em expoentes de nossa música popular. (CÂMARA, 1994, p. 28).

Nesse mesmo ano, Capiba cria a música “a valsa verde”, que se tornaria moda em Recife, passando a ser bastante executada na cidade. Capiba, como vários compositores do Recife, passam a explorar a musicalidade da cidade, trazendo ritmos de Maracatus e frevos para o cenário recifense. O compositor nos deixou mais de 200 canções entre sambas, frevos e músicas eruditas. Entre as diversas canções podemos destacar ‘Maria Betânia’, ‘A mesma rosa amarela’, ‘Olinda cidade eterna, os frevos ‘De chapéu de sol aberto’ e ‘Você diz que ela é bela’, todas essas canções caíram no gosto popular e se espalharam não só pela capital recifense, mas pelo Sudeste do país, fazendo com que a música pernambucana ganhasse um grande prestígio. Aos 20 anos gravou seu primeiro disco com a ‘Valsa meu destino’. Também musicou poemas de Carlos Drummond de Andrade e Vinícius de Moraes. Capiba deixou um grande legado musical em Pernambuco, espalhando seu brilhantismo e contagiando o país com sua genialidade.

3.1 Raul Moraes e Nelson Ferreira: os primeiros diretores musicais da *Rádio Clube* a impulsionarem a música popular

Os primeiros passos dentro do rádio pernambucano têm início na *Rádio Clube* na década de 1920, quando Oscar Moreira Pinto convida o compositor e pianista Raul Moraes para fazer parte do elenco da rádio, tocando uma série ao vivo de recitais de piano.

Raul Moraes desde jovem dá início à sua carreira como pianista de alguns cafés de Recife e em cines da cidade, porém a partir de 1910 inicia sua jornada como pianista da dupla “Os Geraldos”, excursionando por todo o Brasil e retornando ao Recife por volta de 1920.

Em relatos já catalogados na Fonoteca da Fundarpe, percebemos que, na década de 1920, Raul Moraes assume a direção da programação musical da *Rádio Clube*, onde além de regente, pianista e compositor, se tornaria responsável por ensaiar o elenco que iria compor a programação da rádio, pois até então tudo ocorria de forma improvisada e informal. Raul Moraes deixa para o ouvinte pernambucano um legado grandioso de um variado repertório de marchinhas, sambas, maxixes, entre outros estilos. Esse repertório ainda consta na memória musical do público pernambucano, tendo sido gravado por nomes consagrados como Antônio Carlos Nóbrega, Claudionor Germano, Expedito Baracho, entre outros. O brilhantismo de

Raul Moraes nos faz refletir como a música pernambucana sempre esteve viva e efervescente na cidade do Recife e no estado de Pernambuco.

Entre inúmeras composições de Raul Moraes, escolhemos o frevo “Aguenta quem Pode”³¹, que se encontra registrado nos fonogramas do Instituto Moreira Salles em uma versão cantada por Francisco Alves, gravada em 1930. Observamos que essa canção foi uma de tantas outras músicas pernambucanas gravadas em circuito nacional e também local. Nessas gravações encontramos um viés de dualidade na forma de cantar em Recife em comparação com a maneira que os cantores do sudeste do país cantavam. As gravações realizadas em Recife mostram os cantores de frevos com o sotaque regional da cidade enquanto a gravação realizada por Chico Viola (Francisco Alves) aparece com alguns excessos nos ‘R’ e ‘S’ com os resquícios do canto erudito. Outra peculiaridade dessa canção é que, quando gravada em Recife, tem caráter rítmico diferente da forma gravada por Francisco Alves, que soava como uma marchinha carnavalesca. Essa canção se encontra registrada no fonograma do Instituto Moreira Salles por número 3335-1 e nos anexos desse trabalho, em que trazemos a partitura, para uma melhor compreensão da canção abordada, bem como a letra que apresenta peculiaridades de Recife e seus blocos carnavalescos.

Francisco Alves (também conhecido como Chico Viola) foi um cantor do circuito carioca, considerado por muitos como uma das melhores vozes do rádio, gravou canções de Raul Moraes, de Nelson Ferreira, entre outros compositores pernambucanos, o que mostra que a música recifense desde muito tempo andava nos teatros de outros estados rodando o país. Esse intercâmbio já se refletia nas músicas que rodavam entre as estações locais e nacionais.

Para Renato Phaelante da Câmara e Gilvando Paiva³², começa a haver um intercâmbio musical entre as músicas nordestinas e os artistas do sudeste do país. Cantores do Rio de Janeiro como Vicente Celestino, Francisco Alves, Sílvio Caldas, Aracy de Almeida, entre outros acabavam por divulgar a música pernambucana em rede nacional. Esses cantores gravavam canções pernambucanas e findavam por vir ao Recife cantar os sucessos carnavalescos e também juninos de compositores recifenses. Essas canções tornam-se conhecidas e divulgadas pela *Rádio Clube*. A interseção entre a música pernambucana e os cantores do sudeste do país fica clara na música ‘Aguenta quem pode’ de Raul Moraes e gravada por Chico Viola desde 1930, em formato divergente da forma pernambucana de cantar.

³¹ A partitura dessa canção, se encontra nos anexos desse trabalho. Disponível em:

<https://www.discografiabrasileira.art.br/fonograma/30091/aguenta-quem-pode>. Acesso em: 01 abr. 2021.

³² Entrevistas encontradas nos apêndices desse trabalho.

Em 1931, ocorre a contratação do pianista e compositor Nelson Ferreira, que iria atuar até 1971 na *Rádio Clube*. O músico já tinha uma carreira consolidada de sucesso em cinemas e cafés noturnos e agora viria a assumir a direção musical da *Rádio Clube* de Pernambuco modificando boa parte de sua estrutura.

Nelson Ferreira traz consigo, para o Rádio Clube, uma imensa bagagem de experiência, atendendo assim, às necessidades da emissora, na época, muito mais preocupada com a qualidade e representatividade do seu elenco do que, propriamente, com a quantidade. (CÂMARA, 1994, p. 29).

Segundo nos conta Renato Phaelante da Câmara (1994), “a versatilidade de Nelson Ferreira era extraordinária”. Além de grande músico, exercia o papel de ensaiador com artistas das novelas do rádio, sendo o fomentar do desenvolvimento de programas diversos. Entre as programações criadas por Nelson Ferreira estavam ‘As Tardes Vitor’, realizadas aos domingos e a “Hora Azul das Senhorinhas”³³, sendo esse adaptado para que o público assistisse ao vivo.

A ‘Hora Perfumada e Sonora’, música de Nelson Ferreira, abria o programa e seguia com poesias declamadas por Ziul Matos, com canções tocadas ao piano por Ariovaldo Vaz. Sobre a ‘Hora Azul das Senhorinhas’, encontramos o seguinte relato de Renato Phaelante da Câmara:

Não era apenas um programa romântico feito para um público essencialmente feminino, mas um programa romântico para todos os gostos, sexos e idades. De todo modo, as jovens e senhoras mais românticas aguardavam o programa com inquietude. Era produzido de forma amadora, sem pagamento de cachês, mas, frisa-se: tinha alto nível, algo compatível à genialidade de Nelson Ferreira, maestro que comandava a atração. (PHAELANTE apud BESSA, 2018f, sem paginação).

Nelson Ferreira procurava criar novos programas para atrair os ouvintes ávidos por novidades. Nesse contexto, busca chamar a atenção dos radiouvintes, construindo um clima de romantismo e perspicácia entre um programa e outro, como é o caso da “Hora azul das senhorinhas.”.

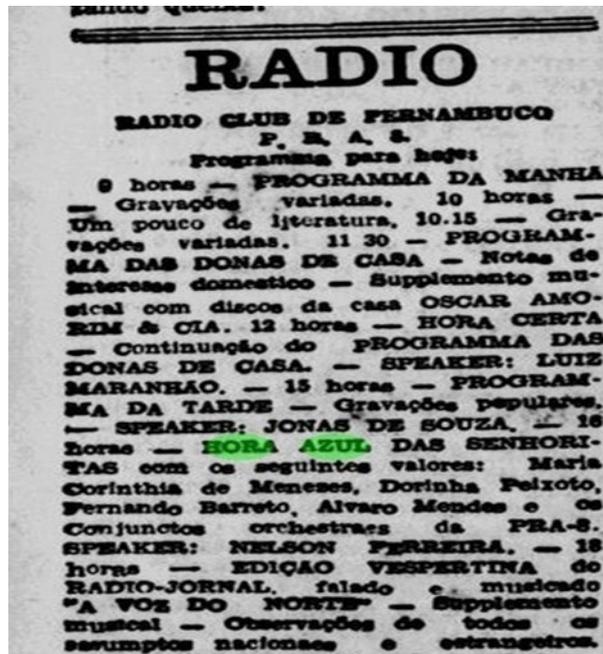
Em 1931, o maestro era o músico mais popular do Recife, sendo o diretor artístico da *Rádio Clube* e ficando sob sua responsabilidade as escalações de cada participante nos programas. Como diretor, promoveu modificações gradativas até chegar a uma programação que o agradasse.

³³ A Hora Azul das Senhorinhas contava com a participação de jovens da sociedade, mas a qualidade artística era de alto nível. Risoleta, filha do governador Carlos de Lima Cavalcante, cantava neste programa, assim como outras moças da época que se arriscavam no ambiente artístico e queriam dar projeção ao talento usando o meio de comunicação de massa mais moderno da época. Acontecia sempre ao entardecer e tinha duração das 16h às 17h nas quintas-feiras em princípio.

A produção de Nelson Ferreira era tão vasta que parte da história do Recife ficou registrada nas músicas que compunha. Desde 1921, a influência de Nelson Ferreira já se fazia presente. Por essa época Nelson tocava no Cine-Teatro Moderno o que de certa forma o aproximava de vários artistas que por ali passavam, entre esses artistas renomados podemos citar Pixinguinha. Belfort (2009) nos conta que esse encontro rendeu um importante intercâmbio musical entre os compositores.

Para alguns estudiosos, o maior legado que Nelson deixou foi ajudar na consolidação de um gênero musical próprio do Recife. O frevo foi a grande música da mídia, em parte, graças a Nelson Ferreira. O frevo poderia não ser o que é hoje. (BELFORT, 2009. p. 20).

Fotografia 12 - Título da Matéria: Eis A hora azul das senhorinhas: um programa dedicado às mulheres³⁴



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 09/07/2018. (BESSI, 2018f).

Para Renato Phaelante da Câmara (1994), Nelson Ferreira foi o tipo do profissional versátil, capaz de compor, tocar e produzir músicas e conceitos de programas e, a seu favor, contava com o seu carisma. Na entrevista ao Diário da Manhã, o próprio maestro Nelson

³⁴ A nota do recorte do jornal vem anunciando toda a programação realizada pela Rádio Clube, constando a “hora azul das Senhorinhas”, programa bastante apreciado pela população pernambucana daquela época, sendo mais uma criação de Nelson Ferreira, cativando não apenas as senhoras e moças da sociedade da época, mas também o público masculino.

Ferreira diz: “Podemos dizer que tornamos a PRA-8, modéstia à parte, a estação dos melhores programas do Brasil.”³⁵

Como diretor musical, Nelson Ferreira criou e dirigiu programas, transformando-se em uma das principais figuras dentro do Rádio Clube. Foi ele o responsável pela inclusão das revistas carnavalescas na programação da emissora e com isso, tornando-se também o responsável pela grande divulgação da música e do carnaval de Pernambuco através do rádio (SALDANHA, 2008, p. 70)

Fotografia 13 - Título da Matéria: Auditórios do rádio: lugar de encontro³⁶



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 19/11/2018. (BESSI, 2018c).

Se observarmos a foto acima, veremos um auditório, lugar de ensaio de uma orquestra (a orquestra da *Rádio Clube*, dirigida pelo maestro Nelson Ferreira) em que vários músicos estão presentes para ensaiar. Essa imagem nos faz perceber a formação de um grupo de trabalho (os músicos) que ali se reuniam investindo no esforço coletivo para a execução de uma produção musical. Esse espaço criado dentro da *Rádio Clube* passa a ser uma realidade nas rádios brasileiras, empregando diversos músicos.

A criatividade de Nelson Ferreira era tão grande que resolve simular a contratação de outros dois pianistas para a *Rádio Clube*. Essa ação iria despertar no público a curiosidade de imaginar qual dos instrumentistas era o melhor, o mais versátil. Com esse propósito, Nelson

³⁵Esta matéria compõe uma série de reportagens sobre os 100 anos da Rádio Clube, publicada toda segunda-feira nos cadernos especiais do Diário de Pernambuco. O jornal da época anunciava um dos programas mais esperados, ‘a hora azul das senhorinhas’.

³⁶Na foto visualizamos a orquestra da PRA-8 na década de 1940, tendo como maestro e compositor Nelson Ferreira ao piano. Observamos 15 músicos em uma sala de ensaio, espécie de auditório e um grupo de sopro disputando um único microfone.

Ferreira passa a anunciar a contratação de mais dois pianistas na *Rádio Clube*: ‘Heráclito Alves’ e ‘Da Costa e Silva’, ambos pianistas fictícios, sendo os dois codinomes criados pelo maestro para divulgar o próprio som executado por Nelson Ferreira. Assim, o maestro começa a divulgação dos dois novos pianistas contratados da Rádio que, na verdade, eram o próprio Nelson Ferreira. O público ouvia atento, tentando diagnosticar qual dos três pianistas era o melhor. Com essa manobra, o maestro desperta a curiosidade do público e instiga uma competição hipotética, ampliando e aguçando a escuta dos ouvintes.

Certo dia, os ouvintes do Rádio Clube são agradavelmente surpreendidos com o surgimento de mais dois pianistas cobrindo os programas de “Quarto de hora”. Heráclito Alves e da Costa Silva. Completamente perplexos o público observa que os dois novos pianistas são tão talentosos e sensíveis quanto o maestro Nelson Ferreira, embora vez ou outra, alguém queira apostar que Nelson ainda é o melhor. A maioria dos ouvintes tem razão, no entanto, é difícil ou quase impossível definir quem é o melhor. E, não pode ser diferente, os dois são o próprio maestro utilizando-se de codinomes diferentes, com o intuito de criar um clima competitivo. Mas, ele alcança seu objetivo. Com o passar do tempo, o público ouvinte passa a dividir sua preferência entre os três pianistas, sem nem de longe desconfiar que todos eles são o irrequieto Nelson Ferreira. (CÂMARA, 1994, p. 79).

Apesar da vida musical de Nelson Ferreira ter começado ainda quando era bem jovem, a entrada do maestro para a *Rádio Clube* veio impulsionar sua carreira. De fato, foi uma via de mão dupla tanto para a rádio como para Nelson Ferreira. O maestro, ao mesmo tempo que exercia seu brilhantismo na rádio, ampliando as programações, também mantinha contato com grandes nomes do sudeste do país. Isso nos faz refletir que mesmo antes de assumir a direção musical da *Rádio Clube*, Nelson Ferreira já intercambiava a música pernambucana em outros estados e mesmo fora do país, conduzindo ritmos regionais para outras localidades e apresentando a música pernambucana a diversos locais.

Fotografia 14 - Título da Matéria: Nelson Ferreira: 40 anos do adeus do dono da música pernambucana³⁷



Fonte: JC Imagem (apud TELES, 2016, sem paginação).

Nelson Ferreira foi um grande incentivador da música Pernambucana, antes mesmo do carnaval, ele já realizava a divulgação das músicas que seriam tocadas nas festas de momo e, assim, chegando nos dias da folia, as canções já eram conhecidas do público e também divulgadas no sudeste do país.

Sem dúvida, Nelson Ferreira foi um grande nome na cena musical de Recife, impulsionando a população a novas expectativas diante da música oferecida pela radiofonia pernambucana graças a sua genialidade.

A música, enquanto registro ou documento, possui um caráter simbólico traduzindo por si mesma o contexto da sociedade que está inserida, sendo um produto cultural, que resguarda a memória de seu povo. Segundo Renato Phaelante da Câmara (1994), no Recife, nomes como Nelson Ferreira, Capiba, Levino Ferreira, entre outros compositores, já eram expoentes da música pernambucana mesmo antes de 1930, expandindo as músicas populares e apresentando artistas locais à população recifense.

O maestro Nelson Ferreira, visando divulgar o carnaval e o frevo através do rádio, reuniu um grupo de renomados músicos compositores tais como, Levino Ferreira, Felinho, Zumba, Zuzinha, Lourival Oliveira, entre outros, e formou a orquestra de frevos que se tornou conhecida e lançou os principais compositores e intérpretes dos grandes sucessos do carnaval do Recife e de Pernambuco. (SALDANHA, 2006, p. 64).

³⁷A fotografia apresenta a figura de Nelson Ferreira a frente da orquestra da Rádio Clube. No canto direito da imagem, visualizamos um piano (o instrumento de Nelson Ferreira), um microfone ao centro do palco e vários instrumentistas com seus respectivos instrumentos. Além de Nelson Ferreira, percebemos 13 músicos, todos homens e todos vestidos de paletó, como era um costume da época as apresentações serem feitas com roupas formais. Não há a presença de mulheres na foto, o que demonstra que a orquestra da rádio era essencialmente formada por homens.

Com todo esse cenário desenhado até agora percebemos a importância dos primeiros maestros que adentraram ao ambiente da *Rádio Clube*, bem como os artistas que passaram por lá. Foram grandes impulsionadores da música pernambucana e da criação de espaços dentro do ambiente radiofônico, semeando um espaço vindouro de uma emergente indústria cultural.

A imagem nos apresenta importantes personalidade para a música pernambucana realizando intercâmbios com músicos de diversas regiões, essas personalidades foram marco na história da música regional, criando espaços para a música pernambucana dentro da *Rádio Clube*, bem como no país.

3.2 A contribuição do aparato tecnológico para a consolidação do mercado de trabalho dentro da *Rádio Clube*

Com o passar dos anos, findam por surgir outros agentes de mudanças na qualidade radiofônica, como foi o aparecimento do microfone, que influenciará maciçamente na ampliação sonora, modificando a forma de cantar e tocar no rádio. Essa melhoria dentro das rádios também se fará mais presente com a passagem da gravação mecânica para a elétrica, trazendo várias inovações nos discos e nos palcos, tanto para os instrumentistas como para os vocalistas. Esses novos equipamentos tecnológicos (como o microfone e a gravação elétrica) repercutiram diretamente na forma de cantar e tocar dos músicos, ‘puxando’ o som para mais próximo da coloquialidade.

Antes de 1920, os cantores populares utilizavam algumas técnicas dos cantores eruditos, como a voz plena, para projetarem a voz em salas de concerto e teatros. Esses cantores traziam uma singularidade no cantar, fazendo uso de legatos³⁸ e portamentos³⁹ sendo uma tônica todos possuem um grande volume vocal. Os vocalistas dessa época utilizavam uma dicção pouco usual, comparada com as da atualidade, com bastante projeção nos “R” e “S”, aproximando-os do canto erudito. Nessa fase, no início da radiofonia, vigorava um canto pouco coloquial, comparado com o da atualidade, os vocalistas se espelhavam no ‘Bel Canto’⁴⁰, utilizando algumas técnicas realizadas por essa escola. Apoiavam os sons nas consoantes com uma excelente articulação, voz primorosamente afinada e boa respiração.

³⁸Legato é a atitude de ligar notas ou trechos musicais (BEHLAU, 2009).

³⁹Portamento significa ir de uma nota a outra de diferentes alturas, fazendo uma curva no som (BEHLAU, 2009).

⁴⁰Escola ou técnica de canto de tradição italiana, desenvolvida em especial desde o final do século XVII até ao século XIX, que se baseia no virtuosismo vocal.

Com o surgimento do microfone ocorre a possibilidade de vozes menos potentes competirem no mercado fonográfico com condições similares às das vozes com grande volume vocal. Situação semelhante acontecia com os instrumentos de cordas como o violão e violino, considerados pouco audíveis nas gravações, mas que agora poderiam disputar o mesmo espaço das gravações com os pianos. Anteriormente por falta de recursos tecnológicos, instrumentos com menor volume sonoro não eram muito requisitados nas gravações dos antigos fonógrafos e o mesmo ocorria com as vozes, em que cantores com pequeno volume vocal, na grande maioria, não eram muito escalados. Com as novas implementações tecnológicas, os floreios tanto instrumentais como vocais passam a aparecer nas gravações e apresentações, sendo possível essas variantes na música graças às tecnologias implantadas a partir de 1920.

Liberados das limitações da gravação mecânica, que os obrigava quase a gritar para registrarem suas vozes, os cantores podem agora cantar de forma mais natural, além de terem um som de muito melhor qualidade na produção das gravações. (SEVERIANO; MELLO, 2006, p. 50).

Nesse aspecto da passagem da voz ‘eruditizada’ para a voz ‘coloquial’, podemos mencionar a figura de Mário Reis, cantor carioca que fez sucesso como um dos primeiros cantores brasileiros a se expressar nos palcos com voz aguda (até então era incomum vozes agudas nas apresentações de músicas populares), sendo uma constante no Brasil de 1920 a 1930, cantores com vozes fortes de barítono⁴¹.

Para Jairo Severiano, a forma singular de Mário Reis cantar teria sido um marco no canto brasileiro que, para ele, inicia um novo momento musical no país e nas rádios, inovando o canto e repercutindo em muitos cantores do país.

Acreditando que a maneira certa de cantar exigia uma aproximação da língua falada – o que representava o oposto à eloquência do bel canto – e utilizando ao máximo sua apurada musicalidade, sua dicção impecável e seu perfeito domínio sobre a divisão do fraseado musical, Mário desenvolveu uma técnica de interpretação que revolucionou nossa forma de cantar. (SEVERIANO, 2008, p. 112).

Essa forma de cantar inovadora passa a fazer parte do *métier* das rádios que, aos poucos, vão costurando um novo jeito dos cantores se expressarem nas emissoras. A coloquialidade dos sons quebrará a rigidez imposta pela falta de recursos técnicos das épocas anteriores, abrindo espaço para o aprendizado de um *capital cultural* em construção. Esses elementos vão sendo assimilados pela sociedade como uma nova possibilidade sonora,

⁴¹Barítono voz intermediária masculina localizada entre as vozes agudas de tenor e graves de baixo (GROVE, 1994).

constituindo recursos e competências que transformará tanto a sonoridade quanto o tipo de música disponibilizada nas rádios, onde a partir de agora o ouvinte encontrará um viés bem mais próximo da população.

Pierre Bourdieu nos fala do *capital cultural* como uma ação construída coletivamente e individualmente em um processo histórico a ser utilizado pelos agentes da sociedade.

O capital cultural no estado objetivado apresenta-se com todas as aparências de um universo autônomo e coerente que, apesar de ser o produto da ação histórica, tem suas próprias leis, transcendentais às vontades individuais (...) é preciso não esquecer, todavia, que ele só existe e subsiste como capital ativo e atuante, de forma material e simbólica, na condição de ser apropriado pelos agentes e utilizado como arma e objeto das lutas que se travam nos campos da produção cultural. (BOURDIEU, 1979, p. 4).

Nesse formato de construção do *capital cultural*, encontramos em Recife a figura do cantor Vicente Cunha, como um personagem importante na música pernambucana e que veio contribuir com a formação de um *capital cultural*. Vicente Cunha passa a aderir à performance inédita do cantor carioca Mário Reis e será no Recife um influenciador de uma geração de cantores que, como ele, passam a usufruir das oportunidades trazidas pelas tecnologias da radiofonia (do microfone e da gravação elétrica). O tenor passa a apresentar na *Rádio Clube* uma inovação, deixando uma contribuição singular na forma de interpretar e um legado para as sucessivas gerações. As novidades trazidas pelo pela forma suave de Vicente Cunha cantar, demarcará um território inovador entre a forma eruditizada do canto e a forma popular e coloquial do cantor se expressar. Essa inovação comporá as novas performances musicais trazidas para dentro da *Rádio Clube*, em que a suavidade e espontaneidade do canto traduzirá uma aproximação com a realidade do ouvinte, que não tinha hábito de escutar os cantores eruditos. Todos esses elementos representarão um deslocamento das canções eruditas das programações em detrimento do popular, já que o ouvinte se identificaria muito mais com a suavidade dos novos estilos e formas de cantar do que dos clássicos eruditos.

Trazemos aqui, entre várias canções gravadas pelo tenor, a canção intitulada “Ai! Que viola”⁴², em ritmo de batuque, de João Valença e Raul Valença, disponibilizada em forma de partitura nos anexos desse trabalho, para que o leitor possa adentrar melhor no estilo trazido por Vicente Cunha para a *Rádio Clube*. Essa música se encontra nos registros fonográficos do Instituto Moreira Salles catalogada no fonograma de número: 50357-2. Na canção, podemos perceber o ritmo de batuque, bem como a poesia que fala de uma viola que pode ser

⁴²Ai! Que Viola. A partitura dessa canção encontra-se no final do trabalho na sessão de partituras. Disponível em: <https://discografiabrasileira.com.br/fonograma/36064/ai-que-viola>. Acesso em: 01 abr. 2021.

“adornada” com laços de fita para agradar o amor do dono do instrumento. Tanto o estilo da música, como a letra da canção são inovações trazidas para o espaço do rádio. A canção, gravada em 1930, remete a termos de cunho bastante populares como “mode agradar seu amor”, que conhecemos como expressões utilizadas no interior do Brasil, referentes ao termo “para agradar seu amor”. Na música, o cantor traz duas importantes contribuições na formação de um novo *capital cultural* para os ouvintes pernambucanos: o ineditismo de sua interpretação e o tipo de música cantada que fugia dos padrões eruditos inseridos no rádio naquela época.

Essa mudança sonora dentro das rádios também nos remete aos pensamentos de Bourdieu sobre o que seria interessante ser elencado nesse ambiente a partir de 1930. Um questionamento importante a ser feito seria por que a música popular agora passar a ser o grande ‘trunfo’ das rádios. A preocupação com a escolha de canções com caráter mais próximo dos ouvintes, abordando termos e temas regionais. Outra reflexão que nos surge é a presença da figura feminina nos espaços radiofônicos. Sabemos que o início do rádio se constituiu em um ambiente predominantemente masculino, porém, a partir de 1930, observamos a figura da mulher adentrando nesses locais e ocupando os mesmos espaços antes concedidos só aos homens. Um exemplo claro disso foi a personalidade de Carmem Miranda, a cantora mais bem remunerada do Brasil e, posteriormente, dos Estados Unidos. Essas personalidades femininas que adentram ao ambiente radiofônico findam por aumentar a audiência das rádios como um todo e a criar nesse espaço cada vez mais visibilidade da população.

Na música de João Valença e Raul Valença encontramos vozes femininas no refrão, demonstrando a flexibilização desse local que até então era masculino. Agora com a entrada da mulher abrem-se os espaços para essa minoria no mercado de trabalho.

Esse aspecto da popularização das vozes para uma realidade mais próxima da forma de falar (em outras palavras, a coloquialidade do canto), bem como o caráter das letras e ritmos que passam a adentrar ao ambiente radiofônico nos remetem às mudanças inseridas no rádio, saindo do ambiente erudito das músicas clássicas para o popular e, por vezes, o folclórico. A letra trazida por Vicente Cunha nos mostra uma mudança e deslocamento desse universo erudito para uma realidade próxima da população brasileira com cantos, ritmos e letras que representavam o povo recifense, tudo isso graças a tecnologia que aos poucos é implementada dentro do ambiente do rádio.

Fotografia 15 - O cantor Vicente Cunha



Fonte: Dicionário Cravo Albin (2002).

As músicas que fazem parte da vida dos recifenses vão sendo trazidas para o ambiente radiofônico e constituindo a memória musical e afetiva dos radiouvintes. Essas recordações fizeram parte da história da nossa sociedade e tem um sentido forte de pertencimento. São lembranças repletas de sons e sensações que estão impregnadas no espaço psíquico de quem viveu a história da ‘Era do Rádio’. Muitas narrativas acontecem sobre histórias ‘não ditas’ em diferentes âmbitos: memórias bucólicas e ingênuas que perpassam pelo espaço radiofônico, bem como memórias competitivas que caminham no mesmo ambiente.

Em outros termos, o ser humano adquire disposições e preferências à medida que incorpora valores, gostos e costumes imanentes às estruturas sociais, interiorizando dessa forma o mundo exterior, o que leva os indivíduos a agirem de uma determinada maneira forjando o que Bourdieu chamou de senso prático. (SÁ; CAMPUS, 2018, p. 130).

Para Maia (2007), na era do rádio a música foi tão importante para os radiouvintes que foi capaz de criar um clima nostálgico e arrebatador de corações, passando a ser uma das principais fontes da escuta musical, já que nem todos podiam adquirir discos.

Encontramos alguns relatos na Fundaj que vem compartilhar com os pensamentos de Maia (2007), entre algumas narrativas percebemos o depoimento da cantora Aline Branco descrevendo a importância do rádio e os programas de auditórios. Esses programas representaram uma novidade para o público e para os próprios atores que construíam o evento. “Dentro do programa que acontecia nos auditórios, havia enquetes, brincadeiras, poesias, teatro, com participação de parte dos artistas da rádio. Tocavam violino, piano, tinha

um quinteto de cordas”. Aline Branco, nome artístico forte da programação da *Rádio Clube* cita como eram realizadas as programações.⁴³

As melhorias tecnológicas da *Rádio Clube* tornarão essa emissora um expoente na qualidade e na abrangência de sua transmissão, permitindo alavancar muitos setores de suas programações. Entre algumas preocupações da rádio, havia o interesse em aproximar-se do público – do ouvinte. Nessa conquista, quanto mais variada fossem as programações, maiores seriam as chances de um quantitativo elevado nas audiências. Dessa inovação, surgem inúmeros programas como as transmissões futebolísticas, as rádios novelas (que vão encaminhar muitos artistas e cantores para outros segmentos) e os programas de auditório.

Veremos a seguir, como a necessidade dos ouvintes em assistirem os programas das rádios, criará os auditórios e com eles os fãs clubes, ainda perceberemos a preocupação com questões ligadas a performance que antes não existiam, e a criação do novo mercado de trabalho pra os músicos recifenses.

⁴³Depoimento da cantora Aline Branco, encontrado nos arquivos da Fundação Joaquim Nabuco.

4 O ESPAÇO DE TRABALHO CRIADO NO RÁDIO, PARA OS INSTRUMENTISTAS E CANTORES ENTRE OS ANOS DE 1930 E 1940 NO RECIFE

A canção no Tempo (2006), de Severiano e Mello, nomeia como Época de Ouro, a partir de 1930, a fase de talentosos artistas que eclodiram no cenário musical brasileiro, elegendo alguns fatores que corroboraram para a abertura deste nicho de mercado, favorecendo os músicos da época. Parafraseando os autores, podemos citar: 1) A participação de um grande volume de recursos financeiros fornecidos por publicitários da época, simpatizantes à causa do rádio e interessados em lucrar com ele; 2) a profissionalização dos músicos na década de 1930; 3) o declínio do cinema mudo, que vem a desempregar dezenas de instrumentistas que aguardavam no rádio uma oportunidade no mercado emergente; 4) o surgimento de novos equipamentos que a cada dia eram introduzidos no mercado a partir da década de 1930, a exemplo do microfone; 5) a passagem da gravação fonomecânica⁴⁴ para o sistema elétrico.

A época de ouro originou-se da conjunção de três fatores: a renovação musical iniciada no período anterior com a criação do samba, da marchinha e de outros gêneros; a chegada ao Brasil do rádio, da gravação eletromagnética do som e do cinema mudo; e, principalmente, a feliz coincidência do aparecimento de um considerável número de artistas talentosos numa mesma geração. Foi a necessidade de preenchimento dos quadros das diversas rádios e gravadoras surgidas na ocasião que propiciou o aproveitamento desses talentos. (SEVERIANO; MELLO, 2006, p. 85).

As rádios brasileiras nos seus primeiros anos passam uma certa dificuldade para se firmarem, pelo alto custo que isso representava, não sendo diferente com a *Rádio Clube* em Recife. De início a emissora era mantida por um pequeno grupo de sócios que realizavam o pagamento das despesas da rádio e também decidiam a programação a ser apresentada.

Por volta de 1920 até 1926 as propagandas, ainda não existiam, o que dificultava bastante o funcionamento e a manutenção das programações. Ao longo dos anos, alguns patrocinadores passam a fazer parte da dinâmica econômica da *Rádio Clube* facilitando o gerenciamento financeiro e pagamento dos gastos da emissora. Era comum os primeiros anúncios dos patrocinadores serem falados anunciando antes ou depois de cada música quem oferecia ou patrocinava aquela canção, frases como: “Discos Odeon oferecem” ou “Concerto

⁴⁴ As gravações fonomecânica eram feitas por meio de um fonógrafo - que segundo Aurélio - consistia em um antigo aparelho capaz de imprimir em cilindros ou discos metálicos os sulcos criados pela vibração das vozes (AURÉLIO, 2004).

Vivaldi” ou então “Victor Discos apresentam a música de Chopin”. Essa peculiaridade nos mostra a preocupação em alocar a propaganda dentro do ambiente radiofônico, para a manutenção dos gastos.

Como nos fala o jornalista Gilvando Paiva, nos anexos desse trabalho, o rádio passou a ser uma importante fonte de divulgação, de notícias e entretenimento, vindo a ser uma excelente oportunidade de emprego para centenas de pessoas como eletricitas, discotecários, contrarregras, operadores de som, locutores, cantores e escriturários, segundo o jornalista era muito simples, bastando apenas passar por um treinamento de especialização para trabalhar no rádio. Segundo o jornalista, muitas vezes, o treinamento era oferecido pela própria emissora que se encontrava carente dessa ou daquela mão de obra. O rádio, segundo ele, oportunizou trabalho para vários segmentos de profissionais criando empregos que não existiam como é o caso da profissão de radialista que surgiu com o próprio rádio.

Tinhorão relata que as propagandas já aconteciam em forma de pregões, quando os vendedores anunciavam seus produtos a base do “grito”, para venderem suas mercadorias.

A ideia de usar frases musicais para atrair compradores não era nova, pois pelo menos desde o século XIX, os vendedores de rua usavam esse mesmo esquema – embora confiando apenas no alcance da própria voz – ao gritarem suas mensagens sobe forma de pregões. (TINHORÃO, 1981, p. 88).

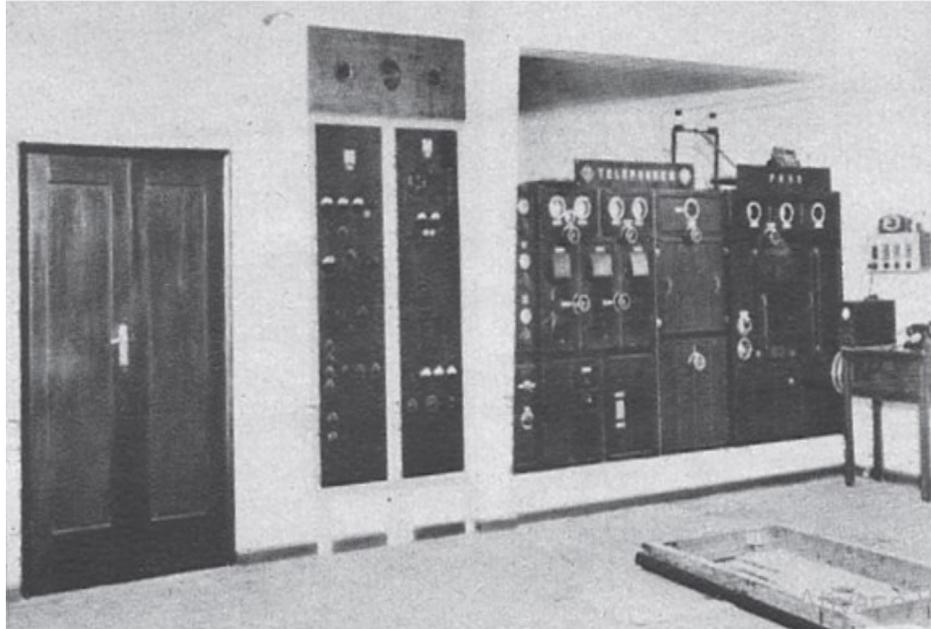
A publicidade no rádio a princípio não possuía uma frequência sistemática, porém com o sucesso dessa nova modalidade de anunciar produtos, as propagandas passaram a despertar a atenção de muitos comerciantes e ouvintes e a partir de 1940 ocorre o ápice dessa inovação nas rádios; portanto, se fazia necessária uma propaganda bem elaborada.

No Brasil, a publicidade começou na década de 1930 no formato de patrocínios e sem frequência sistemática. Não demorou muito para despertar o interesse e intervenção do governo. No dia 1º de março de 1932 foi editado então o Decreto-lei nº 21.111, assinado pelo presidente Getúlio Vargas, que balizava os serviços de comunicação no Brasil. Do decreto, destaque para a nova regra: o tempo total destinado à emissão dos anúncios da programação diária não poderia ultrapassar 10%. Alguns anos depois, em julho de 1934, o Governo Federal editou o Decreto lei 24.655, dobrando o limite da publicidade para 20%. (DECRETO..., 2018, sem paginação).

As primeiras propagandas realizadas no rádio pernambucano foram de cinco anunciantes: Philips do Brasil, Telefunken, Café São Paulo, Loteria Federal e do refrigerante Fratelli Vita. Abílio de Castro nos fala dos primeiros anunciantes: “A propaganda era o tempo todinho, era a Philips do Brasil, a Telefunken, o Café São Paulo, Loteria Federal, e a Fratelli

Vita, sendo que esse último foi o primeiro anunciante, e cada um pagava 50 mil réis por mês.⁴⁵”

Fotografia 16 - A novela pioneira que valeu o título de Borjalo⁴⁶



Fonte: MARANHÃO FILHO (2018, p. 10).

Com a inovação das propagandas é criado um suporte financeiro, propiciando uma maior facilidade para contratação de novos profissionais ocorrendo assim a criação de um quadro fixo de profissionais.

Podemos perceber os espaços criados em que a música de alguma forma se insere como elemento primordial ou quando não, ela - a música, participa como material coadjuvante nas programações. Entre tantas demandas podemos citar o som das novelas dos rádios, que funcionavam como importante pano de fundo, naquela programação, a música para os jingles, os programas de calouros que permaneciam presentes no contexto diário das rádios e dos ouvintes sendo referência no entretenimento.

Maia (2007), nos diz que é importante observar a música no ambiente radiofônico não isoladamente, mas dentro de um contexto, onde tudo ocorre coletivamente. Observar a ‘era do rádio’ não com o olhar da atualidade, mas como a capacidade que esse equipamento teve em

⁴⁵Essa narrativa foi descrita por Abílio de Castro, em material catalogado pela Fonoteca da Fundarpe do CD 1009 digitalizados pela Fonoteca - Faixa 1 - O rádio ontem, hoje e sempre.

⁴⁶Na imagem observamos as primeiras instalações dos equipamentos radiofônicos da Rádio Clube na década de 1920, nos acervos do Diário de Pernambuco.

amplificar a diversidade musical, contribuindo com a população e popularizando os gostos de uma geração.

Todos esses trabalhos que passam a ocorrer dentro da *Rádio Clube* findam por criar um leque inovador na profissionalização dos instrumentistas e cantores, bem como contribuem para aproximar os radiouvintes do ambiente radiofônico e a criar um ambiente de pertencimento com aquele cenário do rádio. Esse cenário dia a dia vai representar uma grande modificação nos radiouvintes, saindo dos antigos padrões mais eruditos e contemplando a música que acontecia na vida e no cotidiano dos ouvintes.

4.1 As propagandas no rádio e a criação dos auditórios

Para além do divertimento proporcionado pelo rádio, ele se torna uma fonte promissora de recursos com a veiculação das propagandas de empresas que percebem nesse ambiente uma porta aberta para a divulgação de seus produtos. A partir daí, os anúncios passam a influenciar a vida financeira das emissoras.

Renato Phaelante da Câmara, em seu livro *Fragmentos da História do Rádio em Pernambuco* (1994), nos diz que, em 1930, divulgar os produtos na *Rádio Clube* passa a ser um excelente investimento, haja vista que o número de ouvintes a cada dia era ampliado.

As propagandas faladas, com os jingles, abrirão espaço para captação de novos recursos que possibilitarão uma melhoria na vida econômica de vários profissionais, os futuros trabalhadores do rádio. Entre eles estavam os instrumentistas e cantores, que agora poderiam ser contratados, mantendo um quadro de profissionais dentro do rádio para atuarem nas mais diversas modalidades musicais que o rádio suscitava a partir de então.

Na narrativa de Saldanha (2008), entre 1939 e 1940, várias agências de publicidade vão surgindo com a intenção de captar recursos para a *Rádio Clube*, aumentando o capital e desobrigando os encargos financeiros de seus sócios. Todos os recursos advindos dessas agências possibilitavam a entrada de novos músicos no cenário recifense, influenciando a música local. Nessa perspectiva, a vida musical da cidade cresce bastante, possibilitando à emissora (*Rádio Clube*) condições de novas contratações de cantores, instrumentistas e orquestras.

Nos registros de Renato Phaelante da Câmara (1994), os maiores publicitários da década de 1930 foram Oscar Moreira Pinto e Abílio de Castro, buscando recursos para manter

a programação da *Rádio Clube* saldando todas as dívidas do estabelecimento radiofônico. O restante desses recursos eles dividiam entre si, como pagamento da captação financeira.

Nós carreávamos grande volume de propaganda. Eu, principalmente. Havia casos interessantes como, por exemplo, os da fratelli Vita e da Nova Aurora. Esses dois anunciantes nos autorizavam a patrocinar qualquer figura extraordinária que aparecesse. Fazíamos o programa, citávamos os patrocinadores e eles pagavam satisfeitos sem prévia autorização. (CASTRO apud CÂMARA, 1994, p. 53).

A publicidade crescente, a popularização do rádio e dos artistas nele envolvidos, além de uma plateia emergente e a apreciação cada vez maior da música popular, finda por despertar um interesse nas emissoras em ampliar seus espaços físicos.

Segundo a fala de José Renato⁴⁷ temos os locutores Ziul Matos e Tavares Maciel que organizariam a “Agência Guararapes” sendo esta, a responsável pelo primeiro programa de auditório do Recife. Desde 1930 o rádio toma um grande impulso mercadológico e algumas empresas se especializam em realizar publicidades. (BESSA, 2018a).

O Diário de Pernambuco no caderno “Notícia de Viver” traz a matéria por título a “Invenção do Reclame no Rádio”, quando a *Rádio Clube* realizava 100 anos. O Jornal relata que o senhor José Renato, locutor alagoano, já estabelecido na área, cria no ano de 1930 a “Agência Norte Ltda” que se tornaria a primeira em produção sistemática de publicidade no Recife. (BESSA, 2018a).

Essa curiosidade gerada nos ouvintes sobre o clima misterioso e o que acontecia dentro das emissoras finda por gerar nos radiouvintes um clima de pertencimento, impulsionando-os a buscarem os espaços radiofônicos e tentarem assistir as programações disponibilizadas pelas rádios.

Segundo Câmara (1994), no ano de 1932, a PRAP (como era chamada inicialmente a *Rádio Clube*), inaugura em 04 de abril o seu teleteatro. Os programas de auditório, segundo Tinhorão (1981) teriam surgido em 1935, sendo o seu ápice entre 1940 a 1950, quando finalmente começam a sofrer os impactos da televisão.

Em 1940 os espaços chamados de “aquário” vão sendo modificados, e as salas tornam-se um pouco maiores, porém ainda não eram os auditórios, apenas uma sala mais ampla, com vidraças maiores. O público, agora sentado, poderia apreciar o espetáculo e assim ouvirem os seus artistas preferidos, confortavelmente acomodados em cadeiras. Esses miniauditórios findam por serem preparados para receber esse privilegiado público onde a separação ocorria apenas por uma vidraça. De um lado estava o público e do outro os músicos, radialistas e

⁴⁷José Renato, locutor alagoano, um dos primeiros nomes a trabalhar com publicidade (BESSA, 2018a).

demais trabalhadores do rádio. A intensão era agradar essa pequena plateia que não se opunha a pagar caro para se sentir fazendo parte desse espetáculo. Os dirigentes das rádios sabedores de toda esse intensão, procuravam agradar esse restrito público e misturava variadas atrações. Entre as modalidades artísticas os ouvintes encontravam: música, teatro, a presença de artistas de sucesso, orquestras, humoristas, entre outras categorias de entretenimento.

Encontramos narrativas como da cantora Aline Branco que descreve os programas de auditórios e o que acontecia naqueles espaços.

Dentro do programa havia enquetes, brincadeiras, poesias, teatro, com participação de parte dos artistas da rádio. Tocavam violino, piano, tinha um quinteto de cordas”, contou Aline Branco, nome artístico forte do programa, durante depoimento à Fundação Joaquim Nabuco. (BRANCO apud BESSA, 2018f, sem paginação).

Esses espaços vão criando oportunidades para iniciar novos talentos além dos talentos já descobertos, nos conta Saldanha (2008), que surgem nomes como Emanuel Silva, Dulce Lima (Salomé Parisio), Rotílio Santos (Gildo Moreno), Ernani Dantas, Ubaldo Lima, Luiz Bandeira entre outros.

Em 1940 surge em Recife, os primeiros programas de auditório que abririam as portas para inúmeros talentos, recebendo sempre produção de alguma agência de publicidade. Ao longo dos anos as agências de publicidades vão se avolumando na tentativa de angariar mais recursos para as rádios. O prestígio das rádios e das programações se ampliaram bastante, bem como a audiência das mesmas, em especial a da *Rádio Clube* que adquire capacidade de contratar vários novos artistas. Essa possibilidade financeira abrirá espaços determinantes para as novas perspectivas musicais de instrumentistas, cantores bem como para as novas bandas, marcando assim um ponto decisivo na cena que se instala nesse momento em Recife, com a profissionalização cada vez maior dos instrumentistas e cantores.

Nesse período surgiram os primeiros programas de auditório. Programas de vital importância para a revelação de novos talentos. Tais programas eram produzidos pelas agências de publicidade que começavam a aparecer, como a “Agência Norte” e a “Agência Guararapes”.

(...)No transcorrer da década de 1940, novas agências de publicidade foram surgindo com o intuito de captar recursos para a emissora, aumentando o seu volume de capital. Com a publicidade tomando um espaço cada vez maior na programação, o poderio e importância da rádio foram aumentando e em igual proporção a sua audiência. Com isso, novos programas foram surgindo, assim como a capacidade do Rádio Clube em contratar artistas de renome nacional e internacional. (SALDANHA, 2008, p. 63).

Fotografia 17 - Título da Matéria: Eis A hora azul das senhorinhas: um programa dedicado às mulheres



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 09/07/2018 (BESSA, 2018f).

Em todo o Brasil as pequenas salas com as vitrines, vão perdendo espaço para os grandes auditórios que aos poucos vão sendo construídos. Para Saldanha (2008) o programa de calouros teria surgido muito antes das empresas de publicidade terem aparecido, segundo ele, os primeiros passos desse programa teria tido início com a “Hora Azul das Senhorinhas”, criado pelo maestro Nelson Ferreira. Esse programa era levado ao ar sempre às quintas feiras de 16 às 17 horas.

As programações do rádio aumentavam e o maestro Nelson Ferreira se vê compelido a fazer inovações no rádio, assim, resolve criar a ‘hora azul das senhorinhas’, um programa que anunciava algumas personalidades da sociedade recifense que ali cantavam. Na imagem acima, podemos observar a programação com essas figuras da sociedade Pernambucana. Era, segundo Saldanha (2008), um ponto alto da semana na *Rádio Clube*, em que pessoas da sociedade cantavam clássicos da época para a população recifense ouvir, segundo Saldanha, ‘a hora azul das senhorinhas’ representou o primeiro programa de calouros da cidade, abrindo espaço para a entrada da mulher no ambiente radiofônico e o surgimento de um futuro programa de calouros.

Para além de todo o lado musical percebemos outros itens, entre eles podemos elencar as questões pertinentes ao trabalho em grupo, que irá gerar uma socialização entre os pares dentro do ambiente radiofônico, aquele ambiente inovador não só para os ouvintes, mas para

os trabalhadores do rádio começa a ser apreendido pelo radiouvintes e trabalhadores da radiofonia.

O surgimento do rádio e as novidades sonoras advindas com a radiodifusão se traduzirão em um ambiente inovador de sentimentos, novos saberes e competências que serão estabelecidos com o gosto musical, o aprendizado de novos estilos, até a entrada de novos profissionais da música no circuito das emissoras. Assim o rádio passa a exercer uma socialização em que a escuta e aprendizagem, é iniciada desde o público infantil, até o radiouvinte adulto, que agora tem a oportunidade de adquirir outros hábitos e conhecimentos por meio desse equipamento, aos poucos, os ouvintes passarão a ter uma curiosidade sobre o ambiente radiofônico e o que se passava dentro das rádios.

Dessa forma, percebemos uma grande contribuição para todo esse novo cenário de popularização das rádios era a presença cada vez mais marcante da música popular causando maior interesse na plateia quando esta era executada presencialmente. Phaelante da Câmara (1994), nos fala da importância da *Rádio Clube* na divulgação da música pernambucana pela emissora, bem como o intercâmbio entre os artistas do sudeste e os profissionais da *Rádio Clube*. Encontramos também os programas de calouros que representaram uma oportunidade ímpar de jovens talentosos e anônimos mostrarem o seu brilhantismo. Na grande maioria das vezes eram pessoas comuns com pouco estudo e de baixa renda que visualizavam nesses programas a chance de galgarem uma ascensão social. Apesar desses programas terem surgido a partir de 1935, só a partir de 1940 teve um grande apogeu. Instrumentistas e cantores que vislumbraram no rádio a possibilidade de uma ascensão social.

Os tais “Programas de Auditório” e inserido nestes os “Programas de Calouros”, terminariam por revelar muitos daqueles que seriam os futuros ídolos da canção popular brasileira. No rádio, esses programas entrariam em declínio até desaparecer por completo na década de 1960, quando cederam lugar à música gravada dos disc-jockeys. (SALDANHA, 2008, p. 85).

Nos primeiros anos do rádio, por haver muita improvisação e grande parte das programações serem realizadas de forma amadorística, era comum cantores já conhecidos dos radialistas comparecerem às emissoras e se oferecerem para cantar sem nenhum tipo de remuneração. Era uma embrionária carreira de cantores e instrumentistas que estava sendo plantada. Nos conta Tinhorão (1981) que, ainda não havendo uma remuneração entre essa classe emergente de músicos, mesmo assim, representava um status para um indivíduo dizer que iria participar de alguma programação dessa ordem.

Isso quer dizer que o rádio, dando personalidade a cantores e locutores ante um público anônimo, abria inesperada perspectiva de realização artística para um novo

tipo de futuros profissionais: os possuidores de boa voz. E, assim, muitas dessas pessoas, com veleidades artísticas até então não aproveitadas, candidataram-se à atividade no rádio - conforme logo se descobriria - se falar ou cantar diante dos microfones não dava dinheiro, envolvia a criação de um mito que lisonjeava a vaidade pessoal, pela conquista da popularidade. (TINHORÃO, 1981, p. 41).

Fotografia 18 - Título da Matéria: a invenção do reclame no rádio⁴⁸



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 21/05/2018. (BESSA, 2018f).

Dentro do ambiente radiofônico os espaços passam a ser alterados e preparados para receber a população de trabalhadores que nele ingressavam. Na imagem acima, percebemos um estúdio preparado para receber os 'trabalhadores do rádio' que estariam aptos a realizar gravações, e implementar as programações do rádio, que a cada dia aumentavam. Esses espaços e os profissionais que lá estavam, criaram na *Rádio Clube*, um novo momento da radiofonia.

Calabre Azevedo (2003) nos fala que os artistas do rádio findam por perceber a sua importância social e o papel que desempenhavam naquela sociedade. Várias particularidades da vida desses sujeitos da arte passam a despertar curiosidades nos ouvintes. Esses protagonistas, sabedores desse contexto, alimentavam a imagem da figura mista de seres humanos normais e, ao mesmo tempo, de estrelas.

⁴⁸Observamos uma sala de ensaio preparada com cadeiras, estantes de partituras, 2 pianos e paredes preparadas para uma ambientação acústica.

Fotografia 19 - Título da Matéria: Quando o Feminismo chega a Rádio Clube⁴⁹



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 02/07/2018. (BESSA, 2018d).

Nessa foto podemos perceber a importância da *Rádio Clube* na sociedade pernambucana, em que a elite pernambucana de mulheres se posiciona para um foto. Observamos por essa foto como a mulher passa a existir dentro do ambiente do rádio como peça importante. A figura feminina inicia sua jornada artística como cantora, atriz, algumas locutoras que ao longo dos anos vão surgindo e disputando o espaço que antes era essencialmente masculino. Na história do rádio podemos perceber que a mulher teve um papel fundamental no tocante a popularização do rádio. Personagens que antes eram inexistentes na sociedade brasileira passam a ter vez e voz. Esses locais, criados para a figura da mulher, surgiu a partir da necessidade das vozes femininas dentro do ambiente radiofônico, criando assim espaços para essas personalidades. Em Recife figuras como Alda Verona, Aline Branco, Amélia Brandão, entre tantas outras, nos mostram a inovação que a figura feminina representou no rádio Recifense.

4.2 O mercado de trabalho criado em Recife com a Rádio Clube

Ao longo dos anos percebemos um intercâmbio entre os músicos do sudeste do país e de Pernambuco, por meio de gravações e apresentações que ocorriam no Rio de Janeiro e em

⁴⁹Foto retirada do arquivo nacional. A imagem mostra 17 mulheres da alta sociedade pernambucana da década de 1928 que representavam as primeiras eleitoras brasileiras, entre elas a escritora e feminista Martha de Hollanda. Os primeiros discursos da escritora aconteceram na rádio Clube de Pernambuco, transmitidos em 1831

Recife. As músicas populares que chegavam ao Recife com caráter regional, vinham do sudeste do país, porém, em sua grande maioria, eram compostas por nordestinos, nomes como João Miranda, João Pernambuco, Luperce Miranda, Augusto Calheiros e Minona Carneiro, que gravavam emboladas, cocos e toadas, representantes da cultura nordestina.

Na entrevista feita com escritor Renato Phaelante da Câmara⁵⁰, ele descreve esses primeiros anos da vida musical pernambucana e as contribuições oferecidas pelos artistas locais como de suma importância para a popularização da música no Recife. Segundo o autor, os programas de auditório consolidaram a música popular e folclórica no rádio pernambucano. Renato Phaelante da Câmara narra que o próprio Nelson Ferreira, no intuito de divulgar a música pernambucana, tem a ideia de criar a revista do rádio, na qual os frevos e outras peculiaridades da música vão sendo comentadas com imagens e textos sobre a cena musical pernambucana.

Os frevos pernambucanos já eram cantados e muitos deles gavados por cantores do sudeste, como é o caso de “Não Puxa Maroca”⁵¹, de Nelson Ferreira e Samuel Campelo, gravado por Pixinguinha, o que mostra que esse intercâmbio entre nordeste e sudeste já era estabelecido.

Segundo as entrevistas de Renato Phaelante da Câmara e Gilvando Paiva, a forma de propagar a música pernambucana acontecia em duas modalidades, tanto com os artistas do sudeste como com os artistas locais que participavam dos programas de auditórios nas rádios cariocas, levando a música regional para aquela cidade do Rio de Janeiro e ampliando a divulgação das músicas nordestinas para as emissoras do país. Segundo os autores, além do frevo e das músicas das festas juninas, um outro estilo musical que tocava bastante na *Rádio Clube*, nas décadas de 1930 e 1940, era, em sua maioria, a música romântica. Essa música era a preferida nos bailes realizados nas residências e nos clubes, liderava a venda dos discos em Recife.

Segundo Renato Phaelante da Câmara, em entrevista, que consta nos anexos deste trabalho, a *Rádio Clube* possuía um corte de acetato⁵², o que possibilitava aos artistas locais gravarem marchas carnavalescas com os floreios necessários do estilo.⁵³

⁵⁰ Essa entrevista encontra-se nos apêndices desse trabalho.

⁵¹ Não Puxa Maroca, acervo Instituto Moreira Salles. Para melhor compreensão do leitor, nos anexos desse trabalho, encontramos essa partitura. Disponível em: <https://discografiabrasileira.com.br/composicao/37214/nao-puxa-maroca>. Acesso em: 01 abr. 2021.

⁵² Os discos (as ondas sonoras) eram impressos em material chamado de acetato.

⁵³ As gravações com várias vozes juntas soavam um bloco de sons, caracterizando os grupos de Recife. (Renato Phaelante nos relata essa questão)

Em 1940 são criados os primeiros programas de auditório em Recife, que abririam as portas para inúmeros talentos, recebendo sempre produção de alguma agência de publicidade. Ao longo dos anos as agências de publicidades vão se avolumando na tentativa de angariar mais recursos para as rádios. O prestígio das rádios e das programações se ampliaram bastante, bem como a audiência delas, em especial a da *Rádio Clube* que adquire capacidade de contratar vários novos artistas. Essa possibilidade financeira abrirá espaços determinantes para as novas perspectivas musicais de instrumentistas, cantores bem como para as novas bandas, marcando assim um ponto decisivo na cena que se instala nesse momento em Recife, com a profissionalização cada vez maior dos instrumentistas e cantores.

Fotografia 20 - Título da Matéria: Chacrinha da Clube ao sucesso.



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 06/08/2018 (BESSA, 2018e).

Na imagem acima podemos perceber o importante papel dos trabalhadores da *Rádio Clube*, personagens com Chacrinha, que iniciaram sua carreira artística na rádio recifense, vindo (o apresentador) mais tarde a ser ícone das programações da televisão brasileira. Isso nos leva a crer o importante papel da *Rádio Clube* na formação desses profissionais bem como do mercado de trabalho criado dentro da rádio para esses atores sociais.

Muitas personalidades iniciaram suas carreiras na *Rádio Clube*, entre eles a figura de Abelardo Barbosa, mais conhecido como Chacrinha. Abelardo no ano de 1935 inicia sua vida

de locutor na *Rádio Clube*. Amante da música encontramos a participação de Chacrinha em primeira instância como percussionista no conjunto de jazz, chamado “Bando Acadêmico”. Em 1940 Chacrinha inicia na rádio Tupi do Rio de Janeiro e a partir daí sua carreira artística é impulsionada. Encontramos a narrativa do jornalista Jota Alcides (apud BESSA, 2018e, sem paginação), discorrendo sobre os primeiros anos de Chacrinha como radialista da *Rádio Clube*: “É o mesmo Chacrinha que começou a carreira artística em 1935, aos 18 anos, como locutor da *Rádio Clube* de Pernambuco”.⁵⁴

A direção da rádio buscando um maior aporte financeiro-comercial resolveu dar preferência a uma programação mais voltada para o gosto popular. Isso levou à descoberta do potencial de mercado existente para esse novo filão, o da arte popular e das manifestações folclóricas (SALDANHA, 2008, p. 64).

Vários artistas consagrados tiveram suas carreiras iniciadas na Rádio Clube em Recife, migrando posteriormente para o Rio de Janeiro, assim podemos citar o próprio Abelardo Barbosa (Chacrinha), Jackson do Pandeiro, Antônio Maria, entre outros.

Podemos perceber ao longo do estudo a importância da *Rádio Clube* de Recife na criação de um mercado de trabalho para instrumentistas e cantores entre os anos de 1930-1940 na capital Pernambucana, haja vista todas as conexões artísticas realizadas no Recife, bem como a criação dos espaços para comportar um maior número de pessoas.

Observando as narrativas de Gilvando Paiva e Renato Phaelante da Câmara percebemos nas respectivas falas como a *Rádio Clube* foi importante para a formação para a formação de um mercado de trabalho.

Gilvando Paiva descreve o pioneirismo da *Rádio Clube* e os intercâmbios realizados entre os cantores e instrumentistas do sudeste do país que aqui vinham realizar apresentações e gravações. O jornalista cita a importância do maestro Nelson Ferreira e Capiba nessa troca de saberes musicais com instrumentistas como Pixinguinha e cantores renomados do Rio de Janeiro. O escritor ainda nos conta sobre o legado que o frevo pernambucano trouxe no circuito nacional das rádios brasileiras, e a apreciação desse instrumento de comunicação a partir da popularização das músicas no rádio. Gilvando nos fala ainda, em sua entrevista: “Era uma oportunidade de emprego para muitas pessoas, tais como eletricitas, discotecários, contrarregas, operadores de som, locutores, cantores e escriturários. Bastava apenas passar por um treinamento de um treinamento de especialização para trabalhar no rádio.”⁵⁵, o que

⁵⁴Encontramos a matéria inteira sobre Abelardo Barbosa no caderno especial do Diário de Pernambuco em 06/11/2018. (BESSA, 2018e).

⁵⁵Entrevista de Gilvando Paiva nos apêndices desse trabalho.

nos mostra a importância da *Rádio Clube* para a criação de um mercado de trabalho na cidade, principalmente para instrumentistas e cantores.

Renato Phaelante da Câmara nos conta que os programas de auditório que aconteciam na cidade abriam espaço para vários cantores e narra que também acontecia o intercâmbio entre os artistas cariocas. Esses artistas além de virem a Recife cantar e apresentarem-se em programas variados, ainda realizavam gravações na *Rádio Clube*, que já possuía um sistema de gravação. Tudo isso gerava emprego e possibilidades de contratações variadas em Recife.

Conta-nos Renato Phaelante da Câmara que “os programas de auditório surgiram depois dos anos de 1930 e com isso o rádio foi recebendo compositores, cantores, com o advento dos auditórios. Havia concursos de vozes e naturalmente depois desses concursos as rádios foram recebendo esses cantores.”⁵⁶ A narrativa de Renato Phaelante da Câmara nos possibilita crer sobre a importância da *Rádio Clube* na criação desse nicho de mercado para os músicos em Recife.

Na atualidade percebemos os registros visuais como as imagens (fotografias), os registros sonoros e visuais (vídeos), se apresentam como novas fontes documentais capazes de fornecer dados de relevada importância para o pesquisador. Os novos estudos nos fazem perceber outros materiais e novas fontes de dados a serem estudados pelos pesquisadores. Flick (2009) nos fala sobre a importância dos materiais iconográficos como novas fontes de informação passíveis de observação e elucidação de questões pertinentes a pesquisa.

Em nosso estudo encontramos fotos disponibilizadas pelo acervo do Diário de Pernambuco e Fundaj, que nos possibilitaram realizar um detalhamento sobre algumas questões pertinente ao estudo como: mercado de trabalho, formação de plateia, a importância da *Rádio Clube* na sociedade de 1930-1940, as primeiras gravações realizadas em sistema mecânico (fonógrafo), novas personalidades que adentram à *Rádio Clube* e que representarão uma grande contribuição para a música popular dentro da rádio, além da importância econômica que as propagandas realizaram na *Rádio Clube*. Catalogamos algumas imagens que consideramos importantes citá-las como de relevância para a elucidação de questões pertinentes ao mercado de trabalho criado pela *Rádio Clube* para instrumentistas e cantores em Recife.

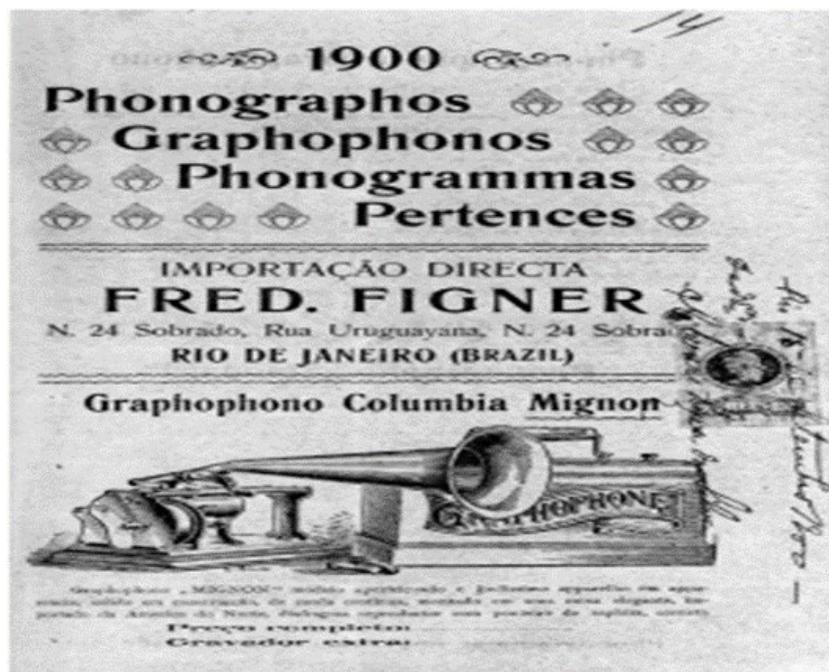
Podemos perceber a importância das primeiras gravação mecânicas realizadas no Brasil em sistemas de fonógrafos e o marco que esse equipamento representou na consolidação da profissionalização dos músicos no Brasil. Dessa forma apresentamos a

⁵⁶Entrevista de Renato Phaelante nos apêndices desse trabalho.

imagem de um fonógrafo, representando a formação de um mercado de trabalho no início do XX e permitindo a gravação dos primeiros discos no país, o que impulsiona um novo espaço para os músicos em todo o Brasil.

Tinhorão (1981) nos fala que antes da tecnologia instalada com o rádio e com o fonógrafo havia um restrito mercado de trabalho para os músicos e que o rádio teria vindo implementar e consolidar uma carreira para os instrumentistas e cantores. Aliado a esse espaço criado pelo rádio encontramos a musicalidade Pernambucana evidenciada por muitos compositores como Raul Moraes, Capiba, Nelson Ferreira, Ascenso Ferreira, entre tantos outros. Todos esses elementos nos fazem perceber a formação do mercado de trabalho na *Rádio Clube*.

Fotografia 21 - Título: A Casa Edison e a formação do mercado fonográfico no Rio de Janeiro no final do século XIX e início do século XX⁵⁷



Fonte: Gonçalves (2011, p. 105).

Também observamos a importância que as propagandas (jingles etc.), representaram dentro do rádio, criando uma receita possível de novas contratações e livrando o sócios dos

⁵⁷ Essa era a capa do catálogo da 'Casa Edson' que Frederico Figner comercializava os 'Graphophono Mignon'. Junto com o aparelho vinha uma caixa de madeira para o transporte do gramofone. O aparelho tinha por finalidade reproduzir as vozes humanas e para a escuta possuía um tubo de metal em forma de corneta, por onde o som era conduzido.

encargos financeiros. Podemos vislumbrar a importância que essa receita representou para a *Rádio Clube*. Em a “Invenção do Reclame” no rádio na foto abaixo, percebemos a parede do mural do Capibaribe pintado com a propaganda do refrigerante Fratelli Vita, um dos primeiros patrocinadores dos comerciais. Essas imagens nos faz entender a importância da propaganda naqueles primeiros anos da radiofonia. A propaganda veio contribuir com o volume financeiro para pagamentos e todas as despesas da *Rádio Clube*, inclusive contratação de profissionais.

Fotografia 22 - Título da Matéria: a invenção do reclame no rádio⁵⁸



Fonte: Diário de Pernambuco, publicado em 21/05/2018. (BESSA, 2018a).

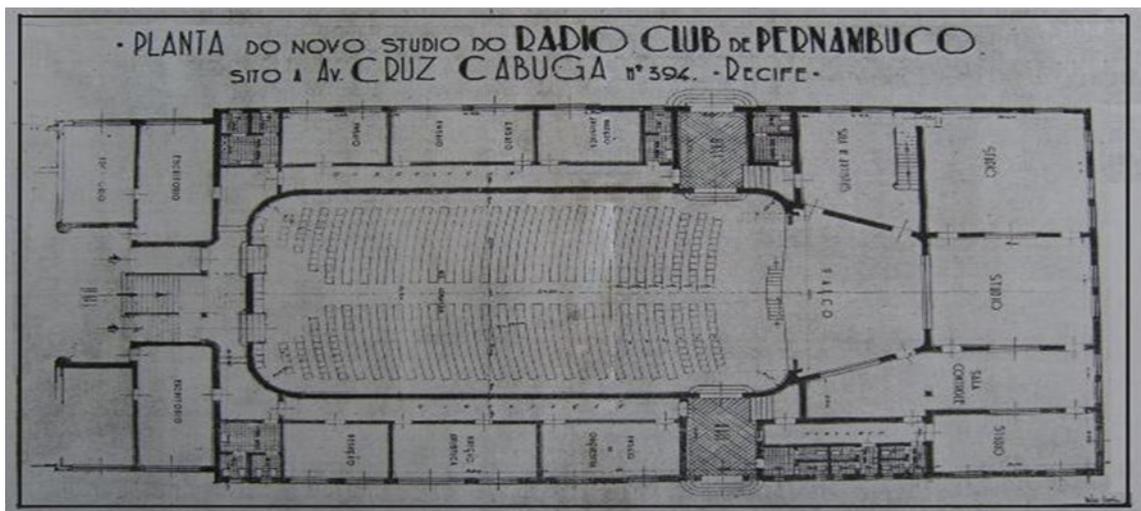
Para além das propagandas existentes no ambiente radiofônico, os dirigentes das rádios, perceberam a importância da criação de espaços maiores, onde pudessem acomodar os ouvintes, ávidos em assistirem as programações realizadas nas rádios. Para comportar o crescente público que começa a buscar o ambiente radiofônico, a *Rádio Clube* passa a aceitar uma pequena plateia que diante de um vidro observava o que se passava na emissora. Esses espaços começam a se tornar pequenos e as emissoras decidem ampliar esses locais criando os famosos “aquários”. No novo espaço criado (os aquários) a pequena plateia agora podia assistir as programações sentados e prestigiar seus artistas preferidos, mediante o pagamento de um ingresso.

⁵⁸Propaganda da Fratelli Vita pintada às margens do Capibaribe que mostrava o investimento da empresa nesta área de publicidade

Era o chamado “tempo dos aquários”, quando os estúdios se transformaram em uma espécie de “mini-auditório”, uma espécie de palco teatro forjado, onde locutores e artistas eram separados de um suposto e privilegiado público, por uma parede de vidro, o “aquário”. De um lado os protagonistas, do outro, alguns presentes convidados postados em algumas cadeiras estrategicamente colocadas, para uma simulação de plateia. (SALDANHA, 2008, p. 78).

Esses ouvintes desejavam seguir seus artistas preferidos e vê-los de perto. Leonardo Saldanha (2008), nos disponibiliza em sua tese de doutorado a planta baixa da *Rádio Clube*. Por essa imagem abaixo percebemos a preocupação em criar maiores espaços para acomodar a comunidade de ouvintes que desejava ouvir e ver seus astros preferidos, o que nos remete a existência de um corpo de trabalhadores em ação nos programas de auditórios e para tal a necessidade da remuneração e a criação desse mercado de trabalho para os artistas envolvidos.

Fotografia 23 - Título: Planta baixa da Rádio Clube de Pernambuco



Fonte: Acervo particular de Leonardo Saldanha (SALDANHA, 2008).

A participação dos ouvintes nas rádios começa a ganhar espaço com a criação dos “auditórios” em um clima contagiante onde o teatro, as músicas e principalmente os programas de “calouros” ganham espaço. A plateia agora poderia interagir ativamente com toda a programação oferecida, ‘chorando e cantando’ com os apresentadores dos rádios e os participantes das programações. Nesse clima contagiante de alegria, nos diz Saldanha (2008), que surgem os primeiros programas de auditório programas estruturados para serem vistos e não somente escutados. Essas novas estruturas dos auditórios, extinguem de uma vez as pequenas salas ou ‘aquários’, como eram chamados os primeiros espaços anteriores aos

auditórios e cedendo espaço para as grandes apresentações. Na imagem abaixo podemos perceber o interesse dos dirigentes das rádios em ampliar esses espaços para receber uma plateia cada dia mais ávida em assistir as programações ao vivo.

No tocante as músicas e partituras disponibilizadas nos anexos desse trabalho, observamos a importância desse material para a compreensão do nosso objeto de estudo. Elencamos cinco partituras de compositores diversos (Raul Moraes, João Valença, Amélia Brandão, Valdemar de Oliveira, Ascenso Ferreira e Samuel Campelo) da referida época, que nos remetem a várias questões abordadas nesse estudo. Percebemos que ao longo dos anos as músicas das programações no rádio saíram de um contexto erudito para as representações populares, ocorrendo esse fato por questões diversas que já foram abordadas ao longo do texto. Porém essa mudança no contexto musical aproximou o público das programações do rádio. As músicas que passam a ser reproduzidas a partir de 1930 na *Rádio Clube*, transmitem um sentimento de pertencimento dos ouvintes com a rádio, no tocante aos ritmos, as melodias e as letras que nos fazem compreender a música como parte viva e representativa daquela comunidade pernambucana.

As canções e partituras disponibilizadas nos anexos nos remetem a visão de Bauer e Castell (2008) que expressam a importância de compreender a música como parte daquela coletividade. As canções que aqui elencamos são músicas regionais, populares que fizeram parte da conjuntura da coletividade daquele momento (1930-1940) nos mostram o que era cantado, como era executado (tocado), qual a instrumentação utilizada, nos exemplificando, dessa forma, um contexto do que era apreciado na sociedade Pernambucana daquela época. Percebemos nessas gravações, disponibilizadas pelo Instituto Moreira Sales, um naipe de instrumentistas, representantes de uma classe de trabalhadores que estavam a serviço do rádio e conectando essa informação com a figura de número 14, podemos vislumbrar essa formação do espaço de trabalho dentro da *Rádio Clube*. Nosso objeto de estudo refere-se a essa criação desse espaço de trabalho dentro das rádios, especificamente da *Rádio Clube*, levando-nos a crer o importante papel dessa rádio para esse nicho mercadológico. Abrindo espaço para a formação da profissionalização de instrumentistas e cantores em Recife e sendo a *Rádio Clube* participe desse contexto.

Todos os itens linkados nos levam a crer a importância da *Rádio Clube* como um grande espaço de formação de um mercado de trabalho para os músicos em Recife, também propiciando uma renovação nos gostos musicais da população com a entrada da música popular no ambiente radiofônico e aproximando os ouvintes do rádio.

Percebemos através de nosso estudo a transformação do campo artístico musical em Recife a partir da formação de um mercado de trabalho fomentado dentro da *Rádio Clube* de 1930 a 1940 e a abertura desse espaço de trabalho que tem início com os primeiros maestros da rádio somando ao brilhantismo de grandes personalidades de Recife. Todos esses elementos culminaram na abertura de um nicho de trabalho em Recife com a transformação do campo artístico musical da cidade nas décadas de 1930 a 1940.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nosso esforço, até aqui, foi tentar compreender como se deu a formação de um mercado de trabalho em Recife a partir da *Rádio Clube* entre os anos de 1930 a 1940, para instrumentistas e cantores.

É importante refletir que, ao longo dos anos, uma ‘mercado de trabalho’ foi sendo preparado com construções em diversos segmentos como: entretenimento, cultural, informativo, esportivo, político, entre outros, porém todos eles tangenciam para a socialização dos radiouvintes, ficando estabelecido, um clima de pertencimento entre aquele instrumento de comunicação e o ouvinte.

Com base em todo o clima nostálgico criado dentro do rádio, percebemos o interesse governamental de se apropriar desse instrumento de comunicação e usufruir desse espaço como condutor de suas próprias propagandas governamentais, inserindo com elas um senso de nacionalidade. As mensagens repassadas no rádio surgiram de um campo político de poder, como nos fala Bourdieu, onde as lutas de ideais e interesses foram disfarçadamente apresentadas à população brasileira.

Observamos como a mídia se apropriou da memória musical dos radiouvintes, passando a usufruir dos recursos econômicos criados por meio dessa memória afetiva. É nítido perceber a construção de espaços criados para conduzir essa plateia a ver, presencialmente, todo o aparato musical que acontecia dentro do rádio com a criação de aquários (a princípio) e depois os grandes auditórios. O intuito era o de recepcionar um público que não se contentava mais em apenas ouvir via ondas sonoras suas canções e artistas preferidos, mas desejavam vê-los presencialmente. Todos esses elementos nos sugerem dados para compreender que a *Rádio Clube* foi uma grande fomentadora de um mercado de trabalho para instrumentistas e cantores, criando entre os anos de 1930 e 1940 uma estrutura para esses profissionais.

Com o término do estudo, observamos como esse campo de lutas identitárias construído dentro do ambiente radiofônico, influenciou a população recifense inserindo no ambiente doméstico um novo universo musical com músicas populares e regionais. Ao simples girar de um botão, um mundo de sons era trazido para os lares, com as mais variadas canções, com os jingles e todo um aparato de informações que se manteve conectado à comunidade recifense.

Por todos os itens abordados nesse trabalho, percebemos como o rádio fomentou esse campo artístico, criando oportunidades de empregos. O radiouvinte passa a engajar-se ao

ambiente do rádio como um local de seus afetos e memórias, deixando o local de passividade, sentindo-se pertencente à comunidade radiofônica com seus artistas e canções preferidas, acreditando ser parte integrante daquele instrumento de comunicação.

Dessa forma esse trabalho busca trazer contribuições para a memória musical de nossa cidade, esclarecendo algumas questões dos atores sociais que participaram desse período. Elencamos aqui alguns dos itens como campo de trabalho, profissionais da época, ascensão social de algumas minorias por meio do rádio, as mudanças ocorridas com essa escuta e os impactos criados na comunidade por todo esse aparato de novidades inseridas em Recife durante esses dez anos. Entretanto, é importante esclarecer que esse trabalho apresenta limitações no que concerne às informações dos bancos de dados da cidade, haja vista que grande parte do material ainda não se encontra disponível para estudo. Também encontramos a problemática trazida pela pandemia em que boa parte dos acervos de pesquisa encontram-se há quase um ano fechados.

Sugerimos, assim, para estudos futuros, um corte temporal mais alongado (1930-1950), em que possamos investigar com maior clareza alguns dos tópicos aqui trazidos, bem como outros elementos que possam surgir com a inclusão de mais dez anos de estudo.

REFERÊNCIAS

- ALCIDES, Jota. **Pra-8: o rádio no Brasil**. Brasília: Fatorama, 1997.
- ARRAES, Marcos Alexandre. Embates discursivos: a modernidade no Recife na primeira metade do século XX. **Revista de História**, Campo Grande, v. 3, n. 5, p. 115-134, jan./jun. 2011.
- AZEVEDO, Lia Calabre de. **Na sintonia do tempo: uma leitura do cotidiano através da produção ficcional radiofônica (1940-1946)**. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1996.
- AZEVEDO, Lia Calabre. A era do rádio: memória e história. In.: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 22, 2003, João Pessoa. **Anais ...** João Pessoa: ANPUH, 2003.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
- BAUM, Ana. Construção da memória da mídia Pernambucana. In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2, 2002, Florianópolis. **Anais ...** Florianópolis: UFSC, 2002.
- BEHLAU, Mara e REHDER Maria Inês. **Higiene vocal para o canto coral**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Editora Revinter, 2009.
- BELFORT, Ângela Fernanda. **Nelson Ferreira o dono da música**. Recife: Comunigraf, 2009.
- BESSA, Sílvia. A invenção do reclame no Rádio. **Diário de Pernambuco**, Edição Especial: 100 anos da Rádio Clube, Caderno Notícias de Viver, Recife, 23 abr. 2018a.
- BESSA, Sílvia. A propaganda no rádio na época da Fratelli Vita. **Diário de Pernambuco**, Edição Especial: 100 anos da Rádio Clube, Caderno B 04. Recife, 17 dez., 2018b.
- BESSA, Sílvia. Auditório do Rádio: Lugar de encontro. **Diário de Pernambuco**, Edição Especial: 100 anos da Rádio Clube, Caderno B 06. Recife, 19 nov., 2018c.
- BESSA, Sílvia. Auditório do Rádio: Quando o feminismo chega à Rádio Clube. **Diário de Pernambuco**, Edição Especial: 100 anos da Rádio Clube, Caderno A 10, Recife, 02 jun. 2018d.
- BESSA, Sílvia. Chacrinha da Clube ao sucesso. **Diário de Pernambuco**, Edição Especial: 100 anos da Rádio Clube, Caderno B 10, Recife, 06 ago. 2018e.
- BESSA, Sílvia. Eis A hora azul das senhorinhas: um programa dedicado às mulheres. **Diário de Pernambuco**, Recife, 09 jun., 2018f. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2018/07/eis-a-hora-azul-das-senhorinhas.html>. Acesso em: 21 jun. 2021.
- BESSA, Sílvia. Há 80 anos, a hora do Brasil chegava ao Rádio. **Diário de Pernambuco**, Edição Especial: 100 anos da Rádio Clube, Caderno A 10. Recife, 20 ago., 2018h.
- BESSA, Sílvia. História da Rádio que cresceu junto com o Recife. **Diário de Pernambuco**, Edição Especial: 100 anos da Rádio Clube, Caderno A 10. Recife, 21 de maio de 2018i.

Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2018/04/recife-dos-anos-20-e-a-radio-clube.html>. Acesso em: 18 ago. 2021.

BESSA, Sílvia. Nem Speaker, nem falador, locutor. **Diário de Pernambuco** Edição Especial: 100 anos da Rádio Clube, Caderno B 10. Recife, 22 out. 2018j.

BESSA, Sílvia. Partida narrada pela Rádio Clube em 1931 se tornou marco histórico para o Brasil. **Diário de Pernambuco**, Recife, 30 abr., 2018l. Disponível em <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2018/04/partida-narrada-pela-radio-clube-em-1931-se-tornou-marco-historico-par.html>. Acesso em: 05 fev. 2021.

BESSA, Sílvia. Rádio Clube, a pioneira do Brasil, comemora 100 anos. **Diário de Pernambuco**, Recife, 06 abri., 2018m. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2018/04/radio-clube-a-pioneira-do-brasil-comemora-100-anos.html>. Acesso em: 21 jul. 2020.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOURDIEU, Pierre. Os três estados do capital cultural. In: NOGUEIRA, Maria Alice. **Escritos de educação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. p. 71-79.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Diefel, 1989.

BRANCO, Aline. Projeto Memória do rádio Pernambucano [Entrevista concedida a] Luiza Sanguinetti. Acervo FUNDAJ. 30 mai. 1983, 1 CD-ROM, faixa 01.

CÂMARA, Renato Phaelante da. **Fragmentos da história do rádio clube de Pernambuco, 1945**. Recife: CEPE, 1994.

CASTRO, Abílio de. **O início da rádio clube**. Recife: Acervo FUNDAJ, 1984. 1 CD-ROM, faixa 1. Cd 1001

COUCEIRO, Sylvia Costa. A sedução da noite nos cafés do Recife dos anos 1920: entre prazeres e transgressões. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 24, 2007, São Leopoldo. **Anais ...** São Leopoldo: ANPUH, 2007.

DECRETO abriu porta para anúncios. **Diário de Pernambuco**, 17 dez. 2018. Disponível em: <http://www.impresso.diariodepernambuco.com.br/noticia/especiais/2018/12/decreto-abriu-porta-para-anuncios.html>. Acesso em: 10 abr. 2020.

DICIONÁRIO cravo albin da música popular brasileira. 2002. Disponível em: <http://dicionariompb.com.br/>. Acesso em: 17 mar. 2021.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da língua portuguesa**. 5. ed. Curitiba: Positivo, 2010.

FLICK, Uwe. **Introdução a pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed. 2009.

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

GOMES, Geovana Zoccal. O campo social e suas transformações: batalhas e práticas do campo da cooperação internacional para o desenvolvimento. In.: SEMINÁRIO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS DA ABRI, 3, 2016, Florianópolis. **Anais ...** Florianópolis: ABRI, 2016.

- GOMES, Adriano Lopes; RODRIGUES, Edvânia Duarte. **Rádio e memória: as narrativas orais na reconstituição da história da rádio Poti**. Natal: EDUFRN, 2016.
- GONÇALVES, Eduardo. A Casa Edison e a formação do mercado fonográfico no Rio de Janeiro no final do século XIX e início do século XX. **Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio**, Rio de Janeiro, n. 9, p. 105-122, ago/dez, 2011.
- GROVE. **Dicionário Grove de Música**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- HUPFER, Maria Luisa Rinaldi. **As rainhas do rádio: símbolo da nascente indústria cultural brasileira**. São Paulo: Senac, 2009.
- MAIA, Marta Regina. A diversidade musical do rádio paulistano nas décadas de 30 a 50 INTERCOM. In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 5, 2007, São Paulo. **Anais ...** São Paulo: INTERCOM, 2007.
- MACHADO, Fernando. De volta ao passado. **Fernando Machado Blog**. 14 jun. 2016. Disponível em: <https://www.fernandomachado.blog.br/novo/de-volta-para-o-passado-2555/>. Acesso em: 02 jun. 2021.
- MARANHÃO FILHO, Luiz. A novela pioneira que valeu pesquisa de Borjalo. **Diário de Pernambuco**, Edição Especial: 100 anos da Rádio Clube, Recife, 26 nov. 2018.
- MENEGUEL, Yvonete Pedra; OLIVEIRA, Oseias de. **O rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava**. 2016. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>. Acessado em: 11 abr. 2016.
- MONTI, Ednardo Monteiro Gonzaga do. “Terminologia Musical” e “Origem do Fado”: cultura política e identidade nacional nos estudos musicológicos de Mário de Andrade, **Revista Ilustração Musical (1930-1931)**. **Educar em Revista**, Curitiba, Brasil, n. 65, p. 67-83, jul./set. 2017.
- MORAES, José Geraldo Vinci de. Rádio e música popular nos anos 30. **Revista de história**, São Paulo, n.140, p.75-93, 1999.
- ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Editora brasiliense, 1995.
- ORTIZ, Renato. **A Sociologia de Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983.
- PRESTRELO, Vittor Leandro Bezerra. Cotidiano e trabalhadores pobres: a difícil tarefa de habitar o Recife nos anos de 1920. In.: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 27, 2013, Natal. **Anais ...** Natal: ANPUH, 2013.
- PRESTRELO, Vittor Leandro Bezerra. **A ideologia do progresso: cotidiano e trabalhadores pobres no Recife. (1920-1930)**. 2013. Dissertação (Mestrado em História Social da Cultura). - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2013.
- PRIMEIRO jingle brasileiro – jingle pão bragança. [2020]. Acesso em: <https://jingleviral.com/primeiro-jingle-brasileiro-jingle-pao-braganca/> Acesso em: 14 set 2020.
- RADIO clube 65 anos 100 kilowatts. Recife: Acervo FUNDAJ, 1984. 1 CD-ROM, faixa 1.
- REZENDE, Antônio Paulo. A modernidade e o modernismo – significados. **CLIO: Revista de Pesquisa Histórica**, v. 1, n. 14, p. 7-23, 1993.

REZENDE, Antônio Paulo. O Recife na década de vinte: modernidade e identidade. **CLIO: Revista de Pesquisa Histórica**, v. 16, n. 1, p. 17-28, 1996.

RIBEIRO, José Wagner; LIMA, Sheyla Crystina de Albuquerque. O rádio no Brasil: do cenário nacional às rádios comunitárias em Alagoas. In: **ENCONTRO NORDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA**, 2016, Alagoas. **Anais ... Alagoas: UFAL**, 2016.

SÁ, Giovanni Duarte; CAMPOS, Andrea. Reflexões bourdieusianas: problematizando o papel dos meios de comunicação na contemporaneidade. **Praça: Revista Discente da Pós-Graduação em Sociologia da UFPE**, Recife, v. 2, n. 1, p. 122-136, 2018.

SALDANHA, Leonardo Vilaça; CARRASCO, Claudiney Rodrigues. O advento da música popular urbana do Recife no rádio e os seus desdobramentos na PRA-8. In: **CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA**, 16, 2006, Brasília. **Anais ... Brasília: ANPPOM**, 2006. p. 158-162.

SALDANHA, Leonardo Vilaça. **Frevendo no Recife: a música popular urbana do Recife e sua consolidação através do rádio**. 2008. 297 p. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008. Disponível em:

<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/284647>. Acesso em: 11 ago. 2021.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 20, p. 60-70, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-24782002000200005>. Acesso em: 10 nov. 2021.

SEVERIANO, Jairo; MELLO, Zuza Homem de. **A canção no tempo: 85 anos e músicas brasileiras**. São Paulo: Editora 34, 2006.

SEVERIANO, Jairo. **Uma história da música popular brasileira: das origens à modernidade**. São Paulo: Editora 34, 2008.

TINHORÃO, José Ramos. **História social da música popular brasileira**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1998.

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

TELES, José. Nelson Ferreira: 40 anos do adeus do dono da música pernambucana. **Jornal do Comércio**, Recife, 21 dez., 2016. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/canal/cultura/noticia/2016/12/21/nelson-ferreira-40-anos-do-adeus-do-dono-da-musica-pernambucana-264278.php>. Acesso em: 19 jun. 2021.

TORRES, Inês de. O curt lange e Mário de Andrade: music, política cultural e de transmissão pública na década de 1930. **Sociologia & Antropologia**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 577-595, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/2238-38752019v9210>. Acesso em: 14 set. 2020.

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM GILVANDO DA COSTA PAIVA

Em nossa pesquisa elaboramos uma entrevista com quatro perguntas em que temos como participantes: Gilvando da Costa Paiva e Renato Phaelante da Câmara. Nenhuma dessas personalidades viveu nas décadas de 1930 a 1940, mas por possuírem uma larga experiência com rádio e terem trabalhado e vivido muitos anos em função da radiofonia, acreditamos que as contribuições são de grande valia.

Gilvando da Costa Paiva

Gilvando da Costa Paiva é jornalista e radialista, ex-servidor da Sudene, onde exerceu a função de comunicador social. Paralelamente ao seu trabalho na Sudene, no turno da noite, trabalhou como redator e copidesque no Jornal do Commercio, do Recife. Sua experiência em rádio remonta aos anos 60, quando participou do Curso de Locutagem, na *Rádio Clube* de Pernambuco, ministrado pelo radialista Jota Austragésilo. Ao se aposentar do serviço público, passou a produzir e apresentar o programa radiofônico “Uma Saudade a Mais”, musical de reminiscências levado ao ar de 2002 a 2011, nas manhãs de sábado, das 7h às 11h, na Rádio Universitária AM, do Recife (820 khz).

1. As músicas que começaram a acontecer no rádio (1930-1940) modificam de alguma forma a população recifense daquela época? Se sim, como pode ter ocorrido isso?

Nos anos 30 e em boa parte dos anos 40 do século passado, só havia uma emissora em Pernambuco, a *Rádio Clube*, que é pioneira na radiofonia sul-americana. Sua principal concorrente, a Rádio Jornal do Commercio, foi inaugurada somente em 1948. Desse modo, é correto afirmar que apenas uma emissora divulgava as músicas dos anos 30 e 40. Foi exatamente na década de 30 que o maestro Néelson Ferreira, diretor musical da *Rádio Clube*, começou a compor e divulgar frevos e canções, que eram gravadas no Rio de Janeiro por artistas de lá, embora já existissem artistas locais que se apresentavam em programas de auditório existentes na época. O músico e compositor Capiba, que havia trabalhado como pianista nas salas dos cinemas, cujos filmes eram mudos até 1930, também já compunha frevos e outros tipos de músicas, que igualmente eram gravadas pelos artistas do Rio de Janeiro. Durante as festas de Momo, assim como nos festejos de São João, os grandes nomes

nacionais da música popular dos anos 30 e 40 vinham cantar seus sucessos carnavalescos nos programas de auditório da *Rádio Clube* e nos bailes dos clubes da capital pernambucana. Essa é a razão pela qual o carnaval do Recife se tornou muito forte, ganhando fama no país inteiro.

Quando não era época das festas carnavalescas ou juninas em Pernambuco, nos anos 30 e 40 do século XX, a *Rádio Clube* divulgava músicas com os maiores cartazes nacionais, como Vicente Celestino, Francisco Alves, Carmen Miranda, Sílvio Caldas, Aracy de Almeida, Noel Rosa e Marília Batista, entre outros. No entanto, os programas de auditório mostravam os artistas nordestinos, oriundos não só de Pernambuco, mas também de outros Estados da região.

2. Como acha que se deu o processo dos fãs clubes? Qual o perfil desse público?

O processo dos fãs-clubes teve como origem a predileção de muitas pessoas por determinados cantores. Foi um costume importado do exterior, principalmente dos Estados Unidos da América. Funcionava da seguinte forma: aproveitando-se da situação, os empresários dos artistas incentivavam as pessoas a se juntarem para formar os fãs-clubes. Daí nasciam as facções, que se manifestavam onde o cantor fosse se apresentar. Nessas ocasiões, os integrantes ostentavam faixas e cartazes com fotografias e frases exaltando aquele que era cultuado. No Brasil, por exemplo, ficaram famosos os fãs-clubes dos cantores Cauby Peixoto, Marlene e Emilinha Borba. Estes foram os mais vibrantes e longevos. Para se ter uma ideia, até hoje ainda há pessoas que dizem pertencer ao fãs-clubes da Emilinha. Faziam parte desses grupos pessoas pertencentes às classes sociais B e C, sendo a maioria do sexo feminino.

3. Quais os tipos de música eram mais ouvidas naquela época?

A música que mais tocava na *Rádio Clube* de Pernambuco, nas décadas de 30 e 40 do século passado, era, em sua maioria, a música romântica. Ela era, igualmente, a preferida nos bailes realizados nas residências (muito comuns na época) e nos clubes, mesmo os populares localizados nos subúrbios mais distantes. A música romântica também liderava a venda de discos no comércio recifense.

4. Acredita que o rádio veio trazer um espaço de trabalho na cena recifense?

Não só no Recife, como no mundo inteiro, o rádio era mais do que uma fonte de divulgação de notícias e entretenimento. Era uma oportunidade de emprego para muitas pessoas, tais como eletricitas, discotecários, contrarregras, operadores de som, locutores, cantores e escriturários. Bastava apenas passar por um treinamento de especialização para trabalhar no rádio. Muitas vezes, o treinamento era oferecido pela própria emissora que se encontrava carente dessa ou daquela mão de obra, o que ainda hoje acontece.

APÊNDICE B – ENTREVISTA COM RENATO PHAELANTE DA CÂMERA

Renato Phaelante é diretor de teatro, pesquisador, ator e escritor. Trabalhou na Fundação Joaquim Nabuco e nessa instituição foi coordenador da sessão de documentações e da Fonoteca dessa instituição. Publicou alguns trabalhos e entre eles o livro “Fragmentos da História do *Rádio Clube* de Pernambuco”. O programa Memória de Nossa Gente, foi uma produção dele. Licenciado pela Universidade Federal de Pernambuco, é pós-graduado em História de Pernambuco, pela UFPE.

1. As músicas que começaram a acontecer no rádio (1930-1940) modificam de alguma forma a população recifense daquela época? Se sim, como pode ter ocorrido isso?

Nessa época em Recife aconteciam os programas de auditório. Muitas músicas que eram tocadas nas rádios recifenses também aconteciam no Rio de Janeiro, a capital federal⁵⁹ daquela época. O Rio de Janeiro, era quem promovia as músicas da grande maioria dos rádios. Artistas como Francisco Alves, Dalva de Oliveira, Orlando Silva, tornaram-se conhecidos por serem artista de renomes nacionais e os artistas locais não apareciam muito, apenas se apresentavam nos auditórios. Esses cantores locais gravavam as músicas na *Rádio Clube* de Pernambuco, que possuía um corte para acetatos. Eram gravadas as marchas carnavalescas como frevos de rua e frevos canções e os frevos de bloco que eram pouco tocados. Os compositores mais famosos daquela época em Recife eram Nelson Ferreira e Capiba e as músicas deles eram cantadas antes e durante o carnaval, era o que tocava. As músicas dos dois, eram cantadas antes do carnaval e durante as festas de momo era o que se tocava em Recife, as marchas carnavalescas.

2. Como acha que se deu o processo dos fãs clubes? Qual o perfil desse público?

Os programas de auditório surgiram depois dos anos de 1930 e com isso o rádio foi recebendo compositores, cantores, com o advento dos auditórios. Havia concursos de vozes e naturalmente depois desses concursos as rádios foram recebendo cantores, como meu pai Francisco Phaelante, como Luiz Bandeira, que depois torna-se um grande compositor,

⁵⁹Até o ano de 1959 o Rio de Janeiro era a capital do Brasil, vindo a ser transferida para Brasília, no ano de 1960.

Fernando Barreto e muitos outros cantores, porém esses começam a surgir nos auditórios, nos anos [19]40.

3. Quais os tipos de música eram mais ouvidas naquela época?

Havia um período elitista entre os anos de 1930 e 1940, que com o advento dos auditórios passam a ser modificados pelos programas de auditórios, onde por meio de concursos, eram escolhidos os cantores de melhor voz.

Nesse começo do rádio, a música de carnaval era a que mais era tocada e mais popular e a orquestra de Nelson Ferreira era a que dominava os auditórios e tocava em teatro, nas ruas no período de carnaval e depois foi tocar nos clubes onde havia os carnavalescos. No entanto nas emissoras de rádio, se tocava música mais tratada.

4. Acredita que o rádio veio trazer um espaço de trabalho na cena recifense?

O rádio abriu espaço para inúmeros artistas entre eles podemos destacar o próprio Nelson Ferreira, Capiba, Zumba, Levino Ferreira, Felinho, Zé do Carmo, se tornaram grandes compositores que fizeram músicas inesquecíveis de carnaval e que o rádio ajudou na divulgação do trabalho desses artistas. O que representava uma grande audiência nos programas da *Rádio Clube*, eram as marchinhas cariocas que eram muito bem interpretadas pela orquestra de Nelson Ferreira.

ANEXO A – PARTITURA DA MÚSICA “AGUENTA QUEM PODE”

Aguenta Quem Pode

ed. por
C.A.da Silva

Frevo

Raul Moraes
(1891 - 1937)

Voice

Eu sei que mui - ta gen - te se can - san - do, ___ i - nu - til - men - te, ___ an -

7 da fa - lan - do! ___ dos Va - ga - lu - mes sem ter ra - zão! ___ Que se mor - da de ci - ú - me, é

15 mi - nha / o - pi - ni - ão! Mas pa - ra con - so - lar com to - da / in - tri - ga, ___ é bom / es - cu - tar

22 ___ a ___ nos - sa can - tí - ga, ___ céu / es - mo - re - ci - do, ___ olhe se / a - co - mo -

28 - de, por - que - já é sa - bi - do, a - guen - ta quem po - de. ___

ANEXO B – PARTITURA DA MÚSICA “AI, QUE VIOLA!”

Ai, Que Viola!

(bataque)

Transcrição: Alex Sobreira (gravação de Vicente Cunha, 1930)

João Valença / Raul Valença

$\text{♩} = 85$

aique vi o la tão bo ni ta é a vi o la decan ta dor en fei teela de fi ta mo

deagradarseu a moor en fei teela de fi ta mo deagradarseu a mor tocaza bumba to ca tam

bém ma ra cá e ssa vi o la vamos no samba lou var vo cê que sabe vamos sa pa te ar vo cê que

sabe vamos sa pa tear sa pate ar dan çar sa pate ar olha vi o la decan ta do or aique vi

ANEXO C – PARTITURA DA MÚSICA “CASA DE FARINHA”

Casa de Farinha

(maxixe)

Transcrição: Alex Sobreira (gravação de Stefana de Macedo, 1930)

Amélia Brandão

$\text{♩} = 80$

(INTRODUÇÃO)

Cdim7 C G7 C Cdim7

7 C G7 To Coda C G7 C

co mo é saudá vel vi ver a qui na ro ça quem a

12 G7 C G7 C

tu ra tem um grão de esti ma ção eu quero bem a minha enxa dae ao ma cha do também

16 G7 C E7 Am E7

to da que la minha pranta ção e se um dia eu da qui me arre ti rar se me obri gas se ma dei xar e ssa te

21 Am Dm E7 Am E7 D.S. al Coda Am C

ri nha eu sei que me ca ba va de sau da de quando pen sassem minha ca sa de fa rinha

ANEXO D – PARTITURA DA MÚSICA “MARACATU”

Maracatu

ed. por
C.A.da Silva

Valdemar de Oliveira – Ascenso Ferreira

F#

Canto

Ba-ti-da de bom-bo, es-tou-ro de bom-bas, ba-tu-ques de/in - go-nos, can-ti-gas de ban-zo, ran-gir de gan-

zás! Lu - an - da, Lu - an - da, a - on - de/es - tá - ás?

Lu - an - da, Lu - an - da, a - on - de/es - tá - ás? A lu - a cres-

cen-te, de/es-pe-lhos lu - zen-tes, co-la-res e pen-tes, quei-xa-res e den-tes de Ma-ra-ca - já!

Lu - an - da, Lu - an - da, a - on - de/es - tá - ás? Lu - an - da, Lu -

an - da, a - on - de/es - tá - ás? A bal-sa no ri - o, cai no cor - ru-

pi-o, faz pas-se ma - ci-o, mas to-ma des - vi-o, que nun-ca so - nhou! Lu-an-da, Lu-

an - da, a - on - de/es - to - ou? Lu - an - da, Lu - an - da, a - on - de/es - to - ou?

ANEXO E – PARTITURA DA MÚSICA “FOI NA BEIRA DO RIO”

ed. de C.A. da Silva
Revisão de
Katarina Meneses
(Abril - 2021)

Foi Na Beira do Rio
Toada

Valdemar de Oliveira/
Samuel Campelo – 1929

Aprox. ♩ = 86

F C7 F C7 F

Voz

Intro. Piano

7

F

mf

1. Foi na beira do rio o, foi na
2. Foi na beira do rio o, e/e - ra
3. Foi na beira do rio o, quan - do/a

12

C7

beira do rio o, que/en - con - trei meu a -
noi - te/in - da ce - do, que/en - con - trei meu a -
lu - a sa - í - a, que/en - con - trei meu a -

16

F

mor oh, ti - ri - tan - do de fri - o.
mor oh, tre - e - men - do de me - do.
mor oh, e - lhe dei a - le - gri - a.

20

1ª vez

C7 F C7

O sol i - a mor - rer, a lu - a nas - cer, na ser - ra se/ou - vi - a/a Pin -