

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO - UEMA
CENTRO DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIAS EXATAS E NATURAIS - CECEN
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA E GEOGRAFIA
CURSO DE HISTÓRIA

SARA RAYANA LIMA SALES

OS POSICIONAMENTOS DA REVISTA DO RÉDIO DIANTE DA
POPULARIZAÇÃO DO BOLERO NO BRASIL: uma análise das crônicas de Renê
Bittencourt na coluna Feira de Amostras (1949-1959)

São Luís

2019

SARA RAYANA LIMA SALES

OS POSICIONAMENTOS DA REVISTA DO RÁDIO DIANTE DA
POPULARIZAÇÃO DO BOLERO NO BRASIL: uma análise das crônicas de Renée
Bittencourt na coluna Feira de Amostras (1949-1959)

Monografia apresentada ao Curso de História, da
Universidade Estadual do Maranhão, como requisito
para a obtenção da graduação em História
Licenciatura Plena.

Orientadora: Prof.ª Dr.ª Carine Dalmonte.

São Luís

2019

Sales, Sara Rayana Lima.

Os posicionamentos da Revista do Rádio diante da popularização do Bolero no Brasil: uma análise das crônicas de Renú Bittencourt na coluna Feira de Amostras (1949-1959) / Sara Rayana Lima Sales. - São Luís, 2019.

78 f.

Monografia (Graduação) - Curso de História, Universidade Estadual do Maranhão, 2019.

Orientadora: Profa. Dra. Carine Dalmeida

1. Bolero. 2. Revista do Rádio. 3. Renú Bittencourt I. Título

CDU 808.53:78.085.2(81) 1949-1959_

SARA RAYANA LIMA SALES

**OS POSICIONAMENTOS DA REVISTA DO RÁDIO DIANTE DA
POPULARIZAÇÃO DO BOLERO NO BRASIL: *uma análise das crônicas de
René Bittencourt na coluna Feira de Amostras (1949-1959)***

Monografia apresentada ao Curso de História,
da Universidade Estadual do Maranhão, como
requisito para a obtenção do grau de
Licenciatura Plena em História.

Aprovado em: / /

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Carine Dalmás (Orientadora)
Doutora em História Social pela USP
Universidade Estadual do Maranhão

Prof. Dr. Fábio Henrique Monteiro Silva
Doutor em História Comparada pela UFRJ
Universidade Estadual do Maranhão

Profa. Dra. Soraia Sales Dorneles
Doutora em História Social pela Unicamp
Universidade Federal do Maranhão

A Deus e - minha avãTeresinha.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a Deus por me dar força e sustento para concluir o curso em meio a vários momentos de dificuldades.

À minha mãe e (Teresinha) mesmo em meio a vários problemas de saúde, sempre orou por mim e foi meu pilar de força e determinação para concluir mais essa etapa na minha vida, a minha querida tia Célia Sales pelos incentivos de sempre. Não só da minha família de sangue, mas também como se fossem, tia Sterlene Sousa e minha irmã de alma Rebeca Sousa, eu amo muito vocês.

À minha orientadora, profa. Dra. Carine Dalmonte, pela paciência enorme que teve comigo e por topar o desafio que foi me orientar por todos esses anos, que Deus lhe abençoe.

Aos professores do Curso de História pela competência e profissionalismo.

Ao professor Rogério Costa (CesILHA) por seus conselhos e ajuda durante o processo de desenvolvimento deste trabalho.

Às minhas amigas Mayara Carlyne, Denise Araújo, Milena Campos, Klyssia Galeno e Ana Paula que me aturam desde o CSVP. Obrigada pela ajuda com os surtos de ansiedade, e por estarem sempre comigo quando mais preciso.

Aos meus amigos da graduação, em especial Lucas Martins por dedicar um tempo para ler esta monografia e me ajudar nas piores crises, Quezia Guimarães, Samara Ramos e finalmente Adriana Santos, obrigada por sua paciência em me ajudar em diversos momentos da graduação.

Aos meus colegas do Núcleo de Estudos de História das Américas (NEHA) e alguns colegas de curso que também fizeram parte desta trajetória em especial a Sara Costa, Eliane Santos e a Helenice da Hora que também de partilhar comigo o amor pelo mundo dramático e me deu apoio em diversos momentos.

Às meninas da biblioteca do curso Luísa, Rejane e Rose por sempre serem prestativas e estarem com um sorriso no rosto todo dia.

E finalmente aos meus irmãos em Cristo da Igreja Assembleia de Deus, e em especial ao ministério de louvor Sion, agradeço pelas orações e por compreenderem várias das minhas ausências durante esse período.

Unos nacen con todo, y otros, Casi sin na~ pero
todos llevamos un ticket que disse: principio y final,
caballero.

(J ulio Iglesias)

RESUMO

Este trabalho é o resultado das análises dos discursos do jornalista Renê Bittencourt sobre a popularização do Bolero no Brasil em sua coluna Feira de Amostras presente nas edições da Revista do Rádio entre as décadas de 40 e 50, tendo em vista as transformações ocorridas na América Latina motivadas pelo fim da Segunda Guerra mundial, possibilitou mudanças nas concepções de criações artísticas, culturais e econômicas, adequadas à realidade dos países latino-americanos, proporcionando hibridismos e experimentos que se destacaram na música e nas artes. O rádio atua como um importante meio de comunicação servindo de instrumento para propaganda de marcas famosas, exibição de novelas nos programas musicais, com a apresentação de variados artistas, incluindo nacionais e internacionais, resultando na aproximação entre os países latino-americanos que com o espaço de popularidade, chama também a atenção de críticos, compositores e músicos brasileiros através das críticas nos jornais e revistas, tornou-se foco deste trabalho.

Palavras-Chave: Bolero, Revista do Rádio, Renê Bittencourt.

ABSTRACT

This work is the result of the analyzes of the speeches of journalist Ren  Bittencourt on the popularization of Bolero in Brazil in his column Feira de Amostras present in the editions of Revista do R dio between the 40s and 50s, in view of the transformations that have occurred in Latin America that motivated by the end of the Second World War, the moment made possible changes in artistic, cultural and economic conceptions of creation, adapted to the reality of the Latin American countries, providing hybrids and experiments that stood out in music and in the arts. The Radio acts as an important means of communication as an instrument for the dissemination of famous brands, novels and musical programs with the presentation of several artists, national and international, that resulted in the approximation between Latin American countries that, with space of popularity, who also flame the attention of Brazilian critics, composers and musicians that through the critics in the newspapers and magazines that have become the focus of this work.

Keywords: Bolero, Revista do R dio, Ren  Bittencourt

LISTA DE FIGURAS

Figuras 1 e 2 - Revista do Rádio - Ano 4, né31, 1950	27
Figura 3 - Revista do Rádio - Ano 2, né15, 1949	30
Figura 4 - Revista do Rádio - Ano 2, né15, 1949	30
Figura 5 - Revista do Rádio - Ano 2, né15, 1949	31
Figura 6 - Revista do Rádio - Ano 5, né49, 1950	34
Figuras 7 e 8 - Revista do Rádio - Ano 3, né31, 1950	39
Figura 9 - Revista do Rádio - Ano 3, né26, 1950	40
Figura 10 - Revista do Rádio - Ano 3, né67, 1950	41
Figura 11 - Revista do Rádio - Ano 3, né25, 1950	46
Figura 12 - Revista do Rádio - Ano 8, né289, 1955	47
Figura 13 - Revista do Rádio - Ano 3, né53, 1950	48
Figura 14 - Revista do Rádio - Ano 9, né384, 1957	48
Figura 15 - Revista do Rádio - Ano 8, né372, 1956	49
Figura 16 - Revista do Rádio - Ano 10, né453, 1958	49
Figura 17 - Revista do Rádio - Ano 7, né274, 1954	50
Figura 18 - Revista do Rádio - Ano 4, né80, 1951	51
Figura 19 - Revista do Rádio - Ano 4, né82, 1951	52
Figura 20 - Revista do Rádio - Ano 4, né87, 1951	52
Figura 21 - Revista do Rádio - Ano 4, né86, 1951	53
Figura 22 - Revista do Rádio - Ano 4, né88, 1951	53

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Desempenho Anual das crônicas que mencionam o Bolero na coluna Feira de Amostras da Revista do Rádio	35
Gráfico 2: Temas mais presentes nas crônicas	36
Gráfico 3: Os tipos de narradores mais frequentes nas crônicas	43

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 NAS ONDAS DO RÁDIO... MÚSICA E NACIONALISMO DESENVOLVIMENTISTA NO BRASIL DOS ANOS 40 A 50	16
2.1 A expansão do rádio no Brasil	16
2.2 A formação do Estado Nacional-Desenvolvimentista e sua legitimação via meios de comunicação	19
2.3 O bolero e sua inserção no Brasil	23
3 AS CRÔNICAS DE RENÉ BITTENCOURT NAS PÁGINAS DA REVISTA DO RÁDIO SOBRE BOLERO	27
3.1 A inserção da Revista do Rádio no mercado editorial brasileiro	27
3.2 Folheando a Revista do Rádio: um breve histórico sobre o periódico.....	29
3.3 A Coluna Feira de Amostras	33
4 RENÉ BITTENCOURT E O IMPACTO DA POPULARIZAÇÃO DO BOLERO NO BRASIL	38
4.1 O Bolero nas páginas da Revista do Rádio	38
4.2. As crônicas como fonte: significados e historicidade.....	42
4.3. As crônicas de René Bittencourt na coluna Feira de Amostras.....	43
4.4. Os temas mais frequentes nas crônicas e os posicionamentos de Bittencourt sobre a popularização do Bolero no país	46
4.5 O impacto das crônicas de René Bittencourt perante o público leitor da Revista do Rádio	51
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
REFERÊNCIAS	57
APÊNDICE	63

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho consiste na análise das crônicas do jornalista Renê Bittencourt sobre a popularização do Bolero publicadas na coluna Feira de Amostras da Revista do Rádio entre os anos de 1949 e 1959.

A Revista do Rádio (1948-1970) circulou durante 22 anos e representou um importante veículo de publicização e debate da programação das rádios brasileiras na época de expansão desse meio de comunicação no país. Este período ficou conhecido como a Era de Ouro do Rádio e abarcou as décadas de 1940 e 1950.

Nessa época, no Brasil e no conjunto da América Latina, circularam diversas revistas voltadas para a divulgação e debate das programações e produções culturais e a trajetória de artistas que se destacavam nos meios de comunicação em expansão. Dentre os temas que ocuparam as páginas dos periódicos nas décadas de 1940 e 1950, a questão da valorização da produção cultural nacional ganhou um espaço de destaque.

Uma das características fundamentais na criação de revistas na América Latina, de acordo com Regina Crespo, consiste na forma como puderam difundir debates e críticas melhor elaborados, estabelecendo relações entre distintas regiões por meio da abordagem de temas socioculturais. Nas palavras da autora:

Enquanto os jornais trabalham com os fatos no calor hora, o tempo das revistas é menos rígido e urgente. Menos submetidos ao imediatismo das notícias, os editores das revistas reservam aos temas e fatos que decidem trabalhar um tempo de elaboração maior e um espaço material (número de colunas ou páginas) eventualmente mais amplo (CRESPPO, 2011, p. 99).

As recorrentes análises de Renê Bittencourt sobre o tema da popularização do bolero expressam as possibilidades de difusão de debates e posicionamentos críticos sobre temas relacionados à produção cultural em revistas. Nas suas crônicas, Bittencourt posicionou-se na defesa de certo nacionalismo musical no Brasil, conforme procuraremos demonstrar como objetivo deste trabalho.

A historiadora Tônia de Luca (2008) ressalta a importância da imprensa como constituidora dos espaços públicos, na medida em que se preocupava em intervir em causas públicas como saúde, educação, produção cultural com o intuito de transformar a sociedade (De Luca, 2008, p.138).

A partir desta perspectiva observamos que a imprensa se constituía em uma fonte e objeto de pesquisa relevante para pesquisas acadêmicas nas últimas

dificadas. Especialmente após a superação dos estudos voltados para a história factual¹, que consideravam como fonte somente os documentos oficiais. A imprensa assim era caracterizada como falaciosa, indutiva e parcial, não se adequando às concepções do que representava um documento oficial (Capelato, 2015, p. 115).

As rupturas epistemológicas propostas pela Escola dos Annales a partir de 1929, permitiram aos historiadores romper com esses paradigmas tradicionalistas que consideravam limitadores dos seus campos de pesquisas e estudo.

A Escola dos Annales trouxe discussões como ampliações no campo historiográfico como a valorização da interdisciplinaridade da história com outras áreas do conhecimento, tais como, filosofia, sociologia e arqueologia que possibilitaram a incorporação de novos documentos e novas metodologias para as pesquisas historiográficas (De Luca, 2008, p. 112).

Transformaram-se assim as metodologias quanto ao uso das fontes, levando o historiador a deixar de se preocupar com a veracidade dos documentos e analisar sua autenticidade na relação com o contexto histórico centrado nas seguintes questões: onde foi escrito, quem o escreveu e para quem foi escrito.

As incorporações de tais mudanças no ofício do historiador possibilitaram o uso dos mais diferentes tipos de documentos, dentre os quais, destacou-se a imprensa representada nos jornais, revistas, folhetins, panfletos, entre outros que passaram a ser entendidos como suportes privilegiados para a compreensão do cenário sociopolítico e cultural de uma época. Como ressaltado pela historiadora Maria Helena Capelato:

A imprensa oferece amplas possibilidades para o estudo da história porque nela fica registrada a vida cotidiana de uma sociedade em seus múltiplos aspectos, o que permite ao historiador compreender como viveram os indivíduos de outras épocas, não só os "ilustres", mas também os sujeitos anônimos (CAPELATO, 2015, p. 115).

Capelato mostra que a imprensa exerce um desempenho importante nos acontecimentos do cotidiano, tornando seu uso em pesquisas historiográficas de extremo valor em diferentes épocas. A autora ressalta como os periódicos circulavam em muitos locais e registraram distintos marcos históricos.

Diferenciando-se de outros países da América Latina, em que a imprensa

¹ É uma historiografia voltada para aos fatos que eram descritos nos documentos. [...] A concepção positivista da história exigia objetividade na leitura dessas fontes por meio das quais se pretendia chegar à verdade do fato (Capelato, 2015, p. 114).

surge durante o s^oc. XVI com o estabelecimentos da invas^o europeia, no Brasil os pap^ois impressos surgiram tardiamente, apenas em 1808, com a cria^o da Imprensa Régia.² A partir de ent^o, peri^odicos come^oaram a ser produzidos no Rio de Janeiro e gradualmente foram se ampliando e expandindo-se a outras regi^oes.

O que manifesta a for^oa e import^oncia da imprensa no Brasil que com o passar dos anos necessitou de um mercado editorial espec^ofico para os jornais e para revistas.

Apesar de terem fun^oes similares elas se diferenciam principalmente no que se refere a editora^o, no caso dos jornais que tem uma editora^o mais acelerada diferentemente das revistas, j^oque elas n^o limitam suas circula^oes aos lugares de editora^o e origem.

O que demonstra um interc^ombio entre as opini^oes de intelectuais das cidades e at^o mesmo pa^oses mais long^oquos e o que torna seu campo editorial mais expandido e aberto para intelectuais de diversas cidades, que ^o um est^omulo na transitividade e de uma ampla circula^o dessas publica^oes e a apresentam diferentes c^orculos na divulga^o de cria^oes, cr^oticas, opini^oes e gerando questionamentos mais variados.

A Revista do R^odio reflete essas principais caracter^osticas em sua forma^o e cria^o, j^oque ela abordou uma diversidade de temas e pol^omicas em seu conte^odo, dentre as quais destacou-se a preocupa^o com a valoriza^o da m^osica brasileira no mercado fonogr^ofico e nos programas radiof^onicos e, conseq^uentemente, no combate ^o populariza^o de g^oneros estrangeiros, como o Bolero.

Para entender como de fato a revista se comportava utilizamos como suporte metodol^ogico os trabalhos das historiadoras Capelato (2015), De Luca (2008) e Crespo (2011). As autoras foram fundamentais para atentarmos a tr^os aspectos principais para a an^olise da Revista do R^odio como documento hist^orico.

Uma das primeiras caracter^osticas ressaltadas pelas historiadoras para entender a produ^o de uma revista foi sua posi^o como baluarte cultural, ou seja, a forma como se posicionava em rela^o a temas que adquiriram maior destaque no

² A cria^o da Imprensa Régia coincide com o estabelecimento da fam^olia real no Brasil (1808 a 1821). Foi introduzida por meio do decreto de 13 de maio de 1808 e ^o considerada como uma das primeiras tipografias brasileiras que teve objetivo de imprimir documentos, atos governamentais e pap^ois diplom^oticos. Fato que representou um marco importante para a imprensa brasileira que finalmente tem suas produ^oes locais e como tamb^om abriu portas para instala^o de novas tipografias particulares no pa^os. Dispon^ovel em: <http://mapa.an.gov.br/index.php/dicionario-periodo-colonial/204-imprensa-regia>. Acesso em: 19 de Outubro de 2018.

periódico por meio do seu corpo editorial ou das opiniões de colaboradores de destaque. Como ressaltado por Crespo:

São analisadas simultaneamente como polo emissor e campo de intersecção de propostas culturais, artísticas, literárias e políticas. Ainda que algumas dessas propostas sobressaíam pelo cunho individual e outras se caracterizem por uma orientação coletiva, todas se orientam pelas linhas indicadas pelo grupo que dirige o seu projeto editorial. Considerar as revistas como 'baluartes culturais' implica necessariamente conhecer a sua organização interna e seu organograma (CRESPO, 2011, p. 107).

Seguindo esse aspecto metodológico, entendeu-se que as crônicas de Renée Bittencourt tomadas como fontes desta pesquisa, tornaram a popularização do bolero no Brasil um tema de destaque e seus posicionamentos críticos colocaram a questão da valorização das músicas nacionais em contraposição a entrada e divulgação de gêneros estrangeiros como um tema relevante na revista.

A segunda característica também foi muito importante, pois consistiu em entender como era a relação da revista e seu público leitor com foco nas colunas Correio do F2 e Opinião do F2, em que os seus leitores podiam pedir por matérias com algum artista³ e também era um espaço aberto para opinarem sobre o periódico.

Esses espaços permitiram dimensionarmos algumas características do público leitor do periódico, já que 'estudar as relações das revistas com o público leitor', também, uma linha importante (Crespo, 2011, p. 108).

A terceira característica relacionou-se às concepções político-ideológicas que, no caso da Revista do Rádio, aproximaram-se de visões nacional-desenvolvimentistas que valorizavam o meio artístico nacional e proporcionava caminhos para identificação do leitor com essas propostas como ressaltado pela historiadora Regina Crespo:

Uma revista defende e as respostas que dão seu contexto imediato, a partir de seu próprio lugar geopolítico, social e ideológico de enunciação. Esses projetos e respostas materializam a busca e a manutenção de um público próprio e fiel, identificado com o seu projeto político ideológico (CRESPO, 2011, p. 108).

Levando essas características em consideração, o primeiro capítulo consiste na discussão da inserção do rádio no cenário político e cultural brasileiro,

³ Segundo Vaz Filho, a coluna intitulada 'Um Dia de Sua Vida', com sequências de fotos revelando a vida de um artista em casa. A produção fotográfica registrava fases do dia da personalidade escolhida. O subtítulo desse espaço era '24 horas na vida de um artista'. Mostrava-se o momento do despertar, o café da manhã, passeios etc. (VAZ FILHO, 2009, p. 135).

como um veículo de propagação de projetos político-ideológicos durante os anos 1940 e 1950. Nesse sentido, destacamos a relação entre as perspectivas nacional-desenvolvimentistas e as produções culturais da época que culminaram na inserção de gêneros estrangeiros como o bolero na programação de rádio brasileira.

No segundo capítulo, apresentamos uma descrição detalhada da Revista do Rádio, ressaltando seus aspectos físicos e estruturais e como contribuem para o cenário mercadológico das revistas brasileiras. Num segundo momento, destacamos o papel das crônicas na revista e seu uso como fonte histórica relevante para a compreensão das realidades socioculturais e políticas de uma época.

No terceiro capítulo, discutimos os aspectos estruturais das crônicas de Bittencourt e as principais estratégias argumentativas utilizadas para desenvolver as críticas ao bolero, a partir da análise de sete crônicas e por meio do diálogo entre revista de rádio e o público leitor nas colunas Opinião do Fê e Correio dos Fês, que mostram o resultado do alcance que as crônicas de Bittencourt tiveram com os leitores do periódico.

Os levantamentos dessas características culminaram no entendimento do tema para o estudo e elaboração de uma abordagem que enquadrasse os temas presentes nas crônicas como reflexo do mercado editorial de revistas, mercado fonográfico, mercado radiofônico, que proporcionaram mudanças e adaptações na música brasileira, ligados diretamente com o contexto social, político e econômico da época em que a Revista do Rádio, o Bolero e as crônicas estavam inseridos.

2 NAS ONDAS DO RÁDIO... MÚSICA E NACIONALISMO DESENVOLVIMENTISTA NO BRASIL DOS ANOS 40 A 50

Nas décadas de 1940 e 1950 a expansão do rádio acompanhou e contribuiu para a propagação de projetos político-ideológicos e concepções culturais no Brasil. Por isso, este capítulo aborda a função social do rádio como veículo de comunicação na propagação dos projetos nacional-desenvolvimentistas dos governos de Getúlio Vargas a Juscelino Kubitschek (1950-1961), com o propósito de localizar a forma como o Bolero se inseriu no ambiente comunicacional e no mercado fonográfico brasileiro, ao ponto de se tornar tema de debate entre os críticos.

2.1 A expansão do rádio no Brasil

Com sua introdução no Brasil marcada pela improvisação, o rádio teve sua primeira transmissão oficial em 7 de setembro de 1922, na comemoração do centenário da independência do Brasil, através de uma estação de pequena potência montada na exposição do centenário pela empresa Westinghouse Electric Company.

Após quase um ano da primeira transmissão, em julho de 1923, a Western Electric Company havia trazido também para seu estande na exposição⁴ duas emissoras de 500 watts, mas estas, ao contrário da primeira, não ficaram no Brasil. (Tinhorato, 2014, p. 45).

Com a vinda de emissoras para o país, Roquette Pinto desenvolve por um tempo transmissões experimentais, fundou sua própria estação de rádio e por isso é considerado um dos fundadores das transmissões radiofônicas no Brasil. Ele foi o primeiro a notar o grande potencial do rádio, tendo em vista que podia atingir pessoas de diversas regiões, idades e classes sociais e com o intuito de trazer uma educação⁵ acessível para todos através do rádio. O resultado foi a fundação, em parceria com Henrique Morize, da primeira estação de rádio brasileira, a Rádio Sociedade (PRA-2).

⁴ A exposição era o lugar ideal para apresentar a sociedade brasileira a novidade tecnológica que encantava o mundo: o rádio. A Westinghouse se encarregou de trazer os equipamentos e uma estação transmissora foi preparada no alto do Corcovado. Para a recepção foram instalados diversos aparelhos nos pavilhões da Exposição, e nas cidades de São Paulo, Petrópolis e Niterói. (Calabre, 2002, p. 48)

⁵ O próprio professor Roquette Pinto, que desde de 23 de maio de 1923 passara a contar com uma estação de 10 watts, oferecida pela Casa Pékán, de Buenos Aires, e montada na sala de Física Experimental da Escola Politécnica, foi o iniciador desse sistema de rádio familiar. Diante de um microfone instalado em sua casa, o pioneiro do rádio improvisava programas jornalísticos como o de informações comentadas (abria o jornal da manhã e comentava, no ar, as notícias que ia lendo), ou ainda de caráter declaradamente didático e educativo (Tinhorato, 2014, p. 51)

A historiadora Lia Calabre (2002) ressalta as dificuldades financeiras enfrentadas para a instalação do rádio no Brasil. Apesar do sucesso imediato das estações na Europa e nos EUA, ainda era muito difícil conseguir investimentos para manter a estação em que funcionava a Rádio Sociedade. O que diferenciava a situação do país com países europeus e os EUA em que o rádio estava em uma situação mais avançada, como apontado por ela abaixo, ao tratar sobre as principais dificuldades que existiam nas primeiras instalações do rádio no Brasil:

Em São Paulo, por exemplo, um aparelho de rádio, em agosto de 1924, era vendido por 1:200\$000 reais, enquanto uma família de trabalhadores composta por cinco membros, recebia uma média de 500\$000 reais por mês. Mas os problemas não se limitavam ao preço, a captação das transmissões também era elemento complicador da vida dos ouvintes. O sistema era precário pois os transmissores existentes eram de baixa potência exigindo a construção de antenas externas (CALABRE, 2002, p. 49).

As recepções das transmissões da Rádio Sociedade ocorriam através das galenas que ficaram conhecidas por suas excêntricas aparências, pelo tamanho e a quantidade de peças. Como descreve José Ramos Tinhorato:

Os galenas - como passaram a ser chamados familiarmente os aparelhos de recepção das transmissões radiotelefônicas, - eram montados em casa, quase sempre pelos próprios candidatos a ouvintes, usando normalmente caixas de charuto. Isso se tornava possível pelo fato de os aparelhos de galena serem compostos, fundamentalmente, de apenas cinco pequenas peças (cristal de galena; regulador de contato da galena; indutor; condensador variável de sintonia e fones de ouvido), e que para funcionar pediam apenas uma antena externa - geralmente esticada entre duas varas de bambu - e uma tomada de terra, invariavelmente a torneira da pia mais próxima (2014, p. 48).

A programação, apesar de não ser frequente devido aos recursos financeiros limitados, permitia a transmissão para as pessoas que tinham as galenas em suas casas. Com o passar dos anos o desenvolvimento do rádio no Brasil contou com opções tecnológicas mais modernas que permitiram mudanças nos alto-falantes, nos gramofones e nos aparelhos receptores (Calabre, 2002, p. 51).

As condições do rádio durante as décadas de 20 e 30 foram marcadas pela improvisação e adaptação do rádio como um livro falado para que informações fossem narradas e comentadas, como desenvolveu Roquette Pinto ao abrir espaço para que intelectuais estrangeiros debatessem assuntos importantes durante as programações radiotelefônicas.

Nesse período inicial, os locutores desempenhavam mais de uma função

pois predominava o improviso e a adaptação das transmissões. A relação do locutor com o público ouvinte também foi repleta de adaptações e mudanças no decorrer dos anos (Tinhorato, 2014, p. 54).

Para o rádio os anos 20 e 30 também foram marcados por uma programação num formato mais formal e educativo. Diferentemente, nas décadas de 1940 e 1950 o rádio já tinha um público consolidado e com uma transmissão de maior alcance, atingindo as classes mais populares e com uma maior interação entre o locutor e o público. Segundo Maia, estabeleceu-se uma relação diária entre os diversos programas veiculados e os radiouvintes, garantindo espaços de negociação (Maia, 2007, p. 3).

Uma das estações de rádio mais importantes nesses anos e que influenciou o comportamento das programações de outras estações foi a Rádio Nacional. De acordo com a historiadora Maria Clara Wasserman (2002):

A Rádio Nacional modificou sua programação e criou uma nova estrutura. A principal alteração foi a massificação dos programas de auditório, com o objetivo (atingido) de aumentar a audiência e a paixão em torno do próprio rádio. Essa nova prática trazia a participação direta das massas, representadas pelo nome pejorativo de "macacas de auditório", pois aquela plateia constituía-se, na sua maioria, de empregadas domésticas, negras e pobres, que se manifestavam de forma ruidosa diante dos ídolos que agora podiam ver de perto (WASSERMAN, 2002, p. 29-30).

A expansão do rádio possibilitou uma grande dinâmica sociocultural entre os anos de 40 e 50, que foi considerada como "era de ouro"⁶, pois favoreceu propaganda de marcas famosas, exibição de novelas e programas musicais com a apresentação de variados artistas nacionais e internacionais que se moldavam em torno de seu público ouvinte (Calabre, 2002, p. 80).

Tinhorato (2014) mostra um outro lado da relação do rádio com seus ouvintes, uma relação de intimidade entre emissor-ouvinte que foi com o passar dos anos humanizada ao ponto de ser uma das bases para dar popularidade ao rádio por tanto tempo, pois através dela foi suscitada a dependência afetiva e o desejo de possuir um aparelho de rádio em casa, mesmo com a chegada precária da televisão. Ele ainda aponta que o rádio era visto como uma caixa mágica que despertava o

⁶ No caso brasileiro, a chamada "Era do Rádio" estendeu-se desde a redemocratização iniciada em 1945 até a metade da década seguinte (COSTA; VIEIRA, p. 112, 2011).

fetichismo musical⁷ nas pessoas. Em outro momento, os artistas e o próprio microfone também se tornaram parte dessa característica.

A expansão radiofônica deu oportunidades para muitos artistas brasileiros e artistas internacionais ganharem espaço no cenário radiofônico brasileiro, na medida em que estar numa rádio representava uma vida repleta de fama, dinheiro e popularidade.

As relações com os ouvintes também tornaram o rádio um alvo de propaganda política. Este meio de comunicação passou a ser visto como um meio de aproximação entre pessoas de diferentes classes sociais e espaços além do urbano, pois, diferentemente da imprensa que ficava limitada ao espaço urbano, o rádio apresentava um maior alcance e era um veículo de comunicação consolidado e em franco processo de expansão, sobretudo entre as classes populares_ (Napolitano, 2016, p. 56).

2.2 A formação do Estado Nacional-Desenvolvimentista e sua legitimação via meios de comunicação

A tentativa de compreender o projeto de formação do Estado Nacional-Desenvolvimentista no Brasil demonstrou a importância dos meios de comunicação e dos incentivos governamentais para a legitimação dos projetos políticos, econômicos e socioculturais desenvolvimentistas. O rádio, particularmente, alcançava todos os públicos e havia uma forte identificação das classes sociais com sua programação.

Em 1945, o Brasil encontrava-se em um momento de transição política, pois foi o ano da derrocada da ditadura do Estado Novo (1937-1945), liderada nesses oito anos por Getúlio Vargas e vivia-se no Brasil uma oportunidade da democratização do sistema político.

A possibilidade de transição democrática no Brasil também foi favorecida pelo cenário mundial pós Segunda Guerra Mundial (1939-1945) que através das relações políticas do Brasil com muitos países, mas principalmente os Estados Unidos, influenciaram a reconfiguração do sistema político do país.

Do ponto de vista econômico, a relação com os Estados Unidos foi central

⁷ Definido por Adorno como "Consumo de música como mercadoria autofabricada, apreciada conforme a medida do seu próprio sucesso e não pela assimilação profunda da obra_ (apud NAPOLITANO; ADORNO, 2016, op. cit, p. 25).

no incentivo a projetos econômicos direcionados à industrialização do país. É um período em que ocorre uma redefinição da economia brasileira, através da utilização da política externa como instrumento estratégico para lograr a industrialização no país (Vinzentini, 2003, p. 198).

Os projetos nacional-desenvolvimentistas implementados nas gestões de Getúlio Vargas (1951-1954) e de Juscelino Kubitschek (1956-1961) apostaram na industrialização e no fortalecimento do Estado, como meios de desenvolvimento para o país, inspirando-se nos países hegemônicos ao redor do mundo,⁸ sendo importante ressaltar que:

Para o Brasil aquecer a sua economia e elevar o nível de produção seria necessário formular uma política que objetivasse a contenção do nível de inflação e primasse pelo desenvolvimento da indústria petrolífera. Tais medidas passariam pela compressão salarial e o recurso ao capital estrangeiro para suprir a falta de recursos nacionais. (VIEIRA CRUZ, 2011, p. 1).

Os programas de governo dos presidentes Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek tiveram similaridades. O projeto nacional-desenvolvimentista nos governos de Vargas e Juscelino possuem traços acentuados, traços em comum e apresentam uma continuidade (Vinzentini, 2003, p. 202).

Vargas foi caracterizado pela política de proximidade com as massas e que trazia a classe trabalhadora com participação direta nos processos políticos e econômicos, que tinham como base a industrialização. Juscelino Kubitschek, apesar de ainda ter como base econômica a industrialização aliada ao capital estrangeiro no país, a base econômica voltada para a industrialização representa essa similaridade ao desenvolver o projeto nacional-desenvolvimentista.

Mas para que possamos falar do plano nacional-desenvolvimentista é necessário compreender o projeto econômico nacionalista implantado por Getúlio Vargas durante o Estado Novo, de 1937 a 1945.

Vargas foi o primeiro presidente que teve a percepção e a capacidade de promover a ruptura com as elites agrárias e a implantação de indústrias de bens de consumo que fortaleceram economicamente o estado brasileiro. Este foi o principal legado de Vargas, que foi construído aos poucos, através de acordos e compromissos, de avanços e recuos (Bresser-Pereira, 2009, p.8).

⁸ Historiadores como Maria Helena Capelato (2007); Maria Vieira Cruz (2011); utilizam a palavra hegemonia para associá-la com a modernização gerada pela industrialização como base da economia.

Nem tudo eram aspectos positivos, como apontado por Maria Helena Capelato (2007, p.113) que ressalta o autoritarismo e a repressão com estratégias de manutenção da ordem e legitimação do poder estatal e sua associação ao desenvolvimento dos meios de comunicação sob forte controle estatal. Segundo a autora, a partir da criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que tinha encargo de produzir material de propaganda, incentivando a produção de cartazes, objetos, espetáculos, livros e artigos enaltecendo o poder (Capelato, 2007, p. 123), o governo impôs seu projeto ao país.

Em seu o segundo mandato, então como presidente eleito, de 1951 a 1954, Getúlio Vargas adotou o projeto nacional-desenvolvimentista, incentivou indústrias nacionais e procurou limitar a atuação de empresas e companhias estrangeiras no país. No entanto, Cláudio Aguiar de Almeida (1996, p. 38) chama a atenção para aspectos políticos que demarcaram continuidades do Estado Novo, que se baseavam nas políticas voltadas para a classe dos trabalhadores e no incentivo da produção cultural no país.

A partir do ano de 1953, Vargas diminuiu os recursos estatais para a indústria e outros setores econômicos que sofriam com a inflação e passou a investir em estratégias relacionadas à busca de apoio dos trabalhadores. Esses aspectos ampliaram a oposição política ao seu governo, principalmente no exército, pois houve cisões internas que refletiam a divisão básica que se dava entre os nacionalistas e seus adversários, chamados depreciativamente de entreguistas (Fausto, 1995, p. 407). As crises políticas resultantes das estratégias adotadas pelo governo culminaram com o suicídio do presidente.

Os opositores que formavam a União Democrática Nacional (UDN) foram os verdadeiros empecilhos para a gestão governamental de Juscelino Kubitschek, pois o governo era alvo constante da virulenta oposição udenista. A UDN através sobretudo de sua implacável Banda de Música, especializou-se na denúncia dos escândalos da administração e na obstrução aos projetos do Executivo (Benevides, 1991, p. 11).

O status de herdeiro de Getúlio Vargas tornou Kubitschek alvo de muita oposição principalmente da direita representada pela UDN e por uma parcela dos militares que juntos se identificavam com o anti-industrialismo e o antipopulismo, conforme mostrado por Lício Flávio de Almeida (2006):

Parte dela [da direita], especialmente alguns integrantes círculos militares, políticos profissionais e ocupantes de altos cargos no ramo civil do aparelho de Estado, não era exatamente antiindustrialista, mas, no essencial, antipopulista e estreitamente ligada à política dos Estados Unidos, o que a colocava, objetivamente, contra os que defendiam o prosseguimento do desenvolvimento capitalista industrial dependente apelando para a mobilização controlada das massas urbanas (ALMEIDA, 2006, p.81).

Um dos principais objetivos do governo Kubitschek consistiu em investir ainda mais na industrialização brasileira aliada ao capital estrangeiro, sem o respaldo das classes trabalhadoras.

Almeida (2006) destaca ainda uma série de desafios enfrentados pelo capitalismo, tais como o ingresso das classes populares na vida política, que durante o governo Kubitschek pouco estiveram presentes nos projetos nacional-desenvolvimentistas.

Outro fator importante nesse momento foi o sucesso dos planos de metas que previam modernizar o país em 5 anos. Esse plano, expresso no slogan "50 anos em 5", conseguiu investimentos de potências econômicas como Estados Unidos e Japão, aplicados pelo governo. A indústria cresceu e se diversificou, com a instalação, no Brasil de um forte setor de bens de capital e de bens de consumo de luxo, este simbolizado principalmente pela fabricação de veículos motorizados. (Almeida, 2006, p. 84).

Benevides (2006) caracteriza o governo Kubitschek como a junção do velho e do novo, entre a elite e as massas, ou seja, criou-se um novo tipo de nacionalismo que se distanciava bastante do nacionalismo empregado por Vargas. Juscelino Kubitschek não buscava apoio das massas de forma direta, pois sua meta era a inserção do capital estrangeiro no país, conseguindo superar as instabilidades mesmo em situações desfavoráveis como as intervenções da oposição ao governo como as crises militares, as intensas atividades dos sindicatos, ascensão dos movimentos camponeses e a intervenção da Igreja (Benevides, 2006, p. 15).

Esse projeto só pôde ser posto em prática graças à administração paralela sob o comando de um chefe executivo que diretamente articulava economia, política e ideologias com pessoas capazes para desenvolvê-lo na prática. Apesar do sucesso inicial das políticas do governo, com o passar dos anos os desgastes e limitações impostas pela dependência ao capital estrangeiro foram inevitáveis.

O desgaste sociopolítico e o afastamento das classes populares de uma participação mais ativa no projeto desenvolvido durante os cinco anos de mandato de

Kubistchek, proporcionou espaços para que essas bases nacionalistas anti-imperialistas se construíssem e contribuiu para que não fosse dada continuidade ao projeto nacional-desenvolvimentista nos próximos governos.

Apesar do desgaste sociopolítico do projeto nacional-desenvolvimentista, a produção cultural teve um expressivo desenvolvimento, no que se refere a comunicação com a imprensa e através do mercado fonográfico, que se potencializaram por meio da popularização do Rádio no Brasil, resultado do crescimento e da aceleração da urbanização gerados pela industrialização presente neste período.

A produção cultural no que se refere ao cenário musical brasileiro, passa por transformações e inserções de gêneros estrangeiros como o Bolero, que ganha um espaço de difusão no rádio e do mercado fonográfico.

Na medida em que a música popular mais comercial estava ligada aos interesses do cinema e do rádio, veículos ligados ao mercado de bens culturais que se afirmavam cada vez mais no meio urbano e que pareciam diluir todas as especificidades culturais consideradas `tpicas_ da nação, a idealização de um passado `puro e autenticamente popular_ apresentava-se como a arma mais mo neste processo de luta cultural (NAPOLITANO, 2014, p. 59, grifo nosso).

Napolitano deixa evidente a importância da música popular neste cenário que ligada aos interesses comerciais envolvendo o rádio e o cinema gerou diversas produções que movimentaram a economia e as relações sociais. Por isso, os anos em que Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek estiveram no poder governamental são considerados como marcos para os setores sociais, econmicos e culturais, pois estavam interligados para construção de uma identidade social e nacional.

2.3 O bolero e sua inserção no Brasil

Do ponto de vista musical, a massificação do aparelho radiofônico nos mostra as dimensões sociopolíticas e, ao mesmo tempo, o desenvolvimento da Música Popular Brasileira que passou por `hibridismos marcados pela inserção de gêneros musicais estrangeiros principalmente o Bolero, o Jazz, o Cha-Cha e transformações em suas estruturas musicais_ (Napolitano, p. 56, 2016). Como também impulsionou na criação de revistas de entretenimento, como exemplo da Revista do Rádio que expressou a capacidade de inserção do rádio em diferentes

setores sociais.

Com suas origens no subúrbio de Cuba, o Bolero foi conhecido pela imagem caricata de canções repletas de romantismo e interpretações dramáticas, mas que na prática foi um gênero negro que passou por diversas metamorfoses e ultrapassou fronteiras sociais, culturais e raciais ao ponto de no decorrer do século XX, o gênero negro cubano de bolero ter se transformado em um fenômeno transnacional latino-americano_ (Knights, 2000, p. 1).

O potencial de adaptabilidade do bolero relacionou-se a diferentes interpretações marcadas pela diversidade de compositores, intérpretes e ouvintes que agregavam desenvolvimento ao gênero negro que transitou com notoriedade por toda a América Latina e pelo Caribe. Cada país produzia o Bolero com suas próprias contribuições musicais através da criação de diferentes arranjos nas canções ou na composição com letras que ganhavam um tom crítico, nostálgico ou simplesmente apaixonado.

Knights⁹ (2000) ressalta aspectos que diferenciam o bolero em alguns países, comparando por exemplo, Cuba, México e Porto Rico. A análise demonstra como cada um esteve marcado por um intérprete que colocava suas características pessoais e do ambiente em que vivia nas canções (Knights, 2000, p. 3). No México destacou-se o compositor Agustín Lara, com composições que expressavam sentimentos ligados a amor passiona e a localização na estrutura tempo espacial¹⁰.

Em outra perspectiva, tem-se o bolero de Yucatán que são canções que mostram a vida cotidiana do campo. Em Porto Rico, o bolero apresentava conteúdo político com canções que denunciavam as desigualdades sociais do país, representadas pelo cantor Daniel Santos.

No Brasil, o bolero foi introduzido a partir dos anos 40 através das trilhas sonoras das radionovelas e das produções cinematográficas hollywoodianas que trouxeram, além dos boleros mexicanos, as rancheiras¹¹ e corridos.

⁹ Knights faz associações sobre a origem do bolero e sua transitividade que aconteciam através das companhias de teatro bufo e espetáculos de circos durante o século IX. Ainda comenta as relações estreitas entre Cuba e México, dando ao gênero negro musical espaço para se desenvolver no território mexicano (KNIGHTS, 2000, p.3).

¹⁰ Nas afirmações de Pineda, as modificações feitas por Agustín Lara são vistas como um marco de inovação para o Bolero mexicano já que: "as melodias aveludadas não são repetitivas e o cinquillo cubano desaparece do padrão rítmico. São as gaitas e maracas de percussão que mantêm um ritmo constante (de chaca-chaca) por trás das improvisações do piano lariano acompanhado de violinos sensuais e românticos[...]" (apud KNIGHTS; PINEDA, 2000, op. cit., p. 4);

¹¹ Rancheras são canções que lidam com questões políticas, eventos históricos e relacionamentos;

Conforme ressaltou Pitre-Vásquez (2009), o verdadeiro boom do bolero no Brasil foi no ano de 1941, após a vinda do cantor mexicano Pedro Vargas, durante uma turnê por países da América Latina com a Orquestra Típica de Miguel Lerdo de Tejada.

Conforme ressaltou Pitre-Vásquez (2009), o verdadeiro boom do bolero no Brasil foi no ano de 1941, após a vinda do cantor mexicano Pedro Vargas, durante uma turnê por países da América Latina com a Orquestra Típica de Miguel Lerdo de Tejada (Vásquez, 2009, p. 1). O financiamento da turnê veio dos Estados Unidos e a apresentação aconteceu no Cassino Balneário da Urca. O intérprete despertou a admiração dos brasileiros (Vásquez, 2009, p.2). No mesmo ano, o ambiente musical brasileiro foi marcado pela vinda do famoso compositor mexicano Agustín Lara, acompanhado da cantora Ana María González, que também impactou no público nacional.

A apresentação desses artistas resultou no aumento do interesse do mercado fonográfico brasileiro em produzir e vender discos de bolero. Além disso, artistas brasileiros passaram a compor suas próprias versões de um Bolero como observou-se com o lançamento do disco de Edu Lobo e Laurindo de Almeida chamado "Uma gaita em Sevilha/Velhas melodias"¹² (Vásquez, 2009, p. 2). Esta foi uma das primeiras produções brasileiras a serem vistas como bolero brasileiro.

A influência do bolero na música brasileira ainda apareceu no samba-canção que se diferenciava por possuir um ritmo mais acelerado que outras músicas românticas, e apresentava temáticas relacionadas ao amor e solidão. Essas características tinham o objetivo de conquistar ainda mais o público brasileiro com as letras, a melodia e o ritmo (Vásquez, 2009, p. 4).

A popularização do gênero musical ganhou bastante evidência nas décadas de 40 e 50, principalmente no cenário radiofônico brasileiro e também nos periódicos culturais, como as revistas que variadas vezes faziam reportagens dando destaques aos intérpretes e compositores ou os mencionavam.

Nos anos 40 e início dos anos 50, os gêneros musicais e filmes estrangeiros contaram também com os incentivos dados pelo governo de Getúlio Vargas, através dos meios de comunicação como o rádio, jornais e revistas (Almeida, 1996, p. 39).

A difusão do Bolero no país impactou em tendências musicais locais

¹² Pitre-Vásquez considera este disco um marco para história do bolero no Brasil. (2009, p. 3).

ganhando formatos mais sofisticados, letras mais complexas e harmonias motivadas pelo sucesso do jazz e do bebop, que também se tornaram alvos de rejeição por parte dos críticos. Estes dividiam-se entre os amantes da Bossa Nova, gênero sofisticado que se caracterizava pela maneira intimista de seus intérpretes, diferentemente dos intérpretes do bolero e sua carga de dramaticidade com rasgo nas performances. (Napolitano, 2016, p. 56).

De outro lado, colocavam-se os folcloristas, cujo significado foi descrito da seguinte forma pelo historiador Marcos Napolitano (2016):

A febre folclorista que tomou conta do país, à esquerda e à direita, entre fins dos anos 40 e, praticamente, toda a década de 50, serviu como uma legitimação cultural e intelectual, ancorada num projeto político que se tornava fundamental na medida em que crescia a urbanização: chegar às massas populares, seja para reforçar o patriotismo conformista (direita) ou a consciência nacional (esquerda). Ambos polos ideológicos partiam do mesmo pressuposto: o povo tinha uma identidade básica, ancorada na tradição, e deveria guiar-se por ela na sua caminhada histórica (NAPOLITANO, 2016, p. 59)

A historiadora Tônia Garcia (2010) mostra que as popularizações de gêneros estrangeiros se desenvolveram sob amplas críticas, especialmente de folcloristas que as entenderam como "contaminação" e "degeneração" da música nacional. Acreditava-se que era preciso elaborar estratégias a fim de preservar o que era nosso, de evitar que nos "aculturássemos" e "perdéssemos" nossa identidade. (Garcia, 2010, p. 9).

O Bolero, apesar de ter sido um gênero amplamente criticado no país, foi importante no sentido da aproximação cultural com o conjunto do continente (Garcia, 2010, p. 9). Os temas de suas canções puderam ser entendidos e interpretados de diversas maneiras pelo público brasileiro e capazes de romper barreiras socioculturais.

Os folcloristas defendiam a autenticidade da música nacional e a necessidade de ampliar seu espaço no rádio. Nesse combate dos folcloristas às músicas estrangeiras tornava-se necessário a busca pela tradição voltada ao sentimento de nacionalidade, que se estabeleceria através da valorização da música nacional brasileira nos veículos de comunicação. É que o cenário fonográfico brasileiro estava em constante transformação e a massificação do rádio nos anos 40 e 50, proporcionou discussões entre críticos e músicos da época sobre folclorismo, tradicionalismo e nacionalismo, buscando a valorização da música nacional.

3 AS CRXNICAS DE RENŞ BITTENCOURT NAS PĒGINAS DA REVISTA DO RĒDIO SOBRE BOLERO

Figura 1 e 2 - Revista do Rádio - Ano 4, n 31, 1950



Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1950_00031.pdf

Este capítulo tem o propósito de apresentar como as crônicas de Ren  Bittencourt se inseriram como um espaço crítico da dinâmica radiofônica e da lógica do mercado fonográfico na Revista do Rádio. Para tanto, analisamos a inser o da revista no mercado editorial brasileiro; a história da Revista do Rádio e o papel da coluna Feira de Amostras na constru o desse espaço crítico - presença e sucesso do bolero no Brasil entre 1940 e 1950.

3.1 A inser o da Revista do Rádio no mercado editorial brasileiro

Devido   variedade e a importância sociocultural das revistas na América Latina consideramos importante caracterizar algumas das fases do desenvolvimento e expansão desse periódico no Brasil. Segundo a jornalista Raniele Moura (2010, p.1), o processo de surgimento das revistas culturais brasileiras divide-se em três fases:

Na primeira fase (1808-1859), acompanhando o surgimento da imprensa em geral, as revistas se preocupavam em trazer uma variedade de temas para os leitores com caráter mais conservador em suas publica es (causada pela censura ainda existente), como afirmam Baptista e Abreu:

A primeira revista conhecida foi a chamada As Variedades ou Ensaios de Literatura criada em 1812, com publica o em Salvador. A revista segue os

moldes já utilizados em editoriais da época e tem o objetivo de trazer discursos sobre costumes e virtudes sociais, como também possibilitava aos leitores a importância das descobertas filosóficas, científicas_ (BAPTISTA; ABREU, 2010, p. 2).

No geral, as publicações dessa fase apresentam pouco uso das ilustrações e privilegiam o conteúdo literário, divulgando novidades artísticas e culturais.

A segunda fase (1860-1927) é marcada pela criação de revistas que ofereciam um conteúdo mais diversificado, recorrendo ao uso das charges e que expressavam um do lado mais político da imprensa. Os periódicos dessa fase teciam críticas aos governos, como foi o caso da Revista Ilustrada¹³ (Moura, 2010, p.2)

Na terceira fase (1928-1968), a imprensa modernizou-se a partir da formação de grandes empresas que passaram a apresentar um direcionamento mais técnico como, por exemplo, a Revista Cruzeiro¹⁴ que utilizou reportagens combinadas com fotografias em uma estrutura mais objetiva para atrair a atenção do leitor, essa característica foi considerada pelos demais veículos do jornalismo brasileiro como inovador e influenciou outras revistas como a Revista do Rádio.

Na Revista do Rádio os anúncios publicitários encontraram bastante espaço, pois a revista transformou-se na embalagem certa do produto publicidade_ (Martins, 2003, p. 75). Nesta foram abordadas temáticas presentes no cenário musical e radiofônico brasileiro que se adequam ao consumidor que é um ouvinte frequente do rádio.

As revistas eram constantemente atualizadas na forma de apresentação e conteúdo dos temas abordados. As jornalistas Inês Baptista e Karen Abreu afirmam que o mercado editorial das revistas no Brasil está ligado diretamente à utilização desses anúncios publicitários e que analisá-los constitui um dos caminhos para compreender a inserção das revistas no mercado editorial e seu público.

Segundo as autoras,

§ a percepção mercadológica aplicada ao mercado editorial que subdivide os grupos, anteriormente separados por gênero (revistas masculinas e femininas) ou por idade (histórias em quadrinhos infantis ou fotonovelas), que faz surgir revistas especializadas. [...] Os valores de comercialização apresentados nas capas das revistas ajudam a localizar os possíveis leitores

¹³ A Folha Ilustrada consistiu numa folha literária, artística e principalmente política, criada em 1876 no Rio de Janeiro por Mngelo Agostini. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/REVISTA%20ILUSTRADA.pdf>. Acesso em 20 de Outubro de 2018.

¹⁴ Com uma programação visual arrojada, privilegiando a fotografia e reportagens mais objetivas, O Cruzeiro logo dominou o mercado editorial tornando-se referência gráfica, literária e jornalística de um enorme pedaço da história do Brasil (MOURA, 2011, p. 9).

e o grupo socioeconômico e cultural aos quais pertencem (BAPTISTA; ABREU, 2010, p. 19,24).

As revistas especializadas se adequam ao que o leitor quer consumir, como também veiculam imagens conciliadoras de diferenças, atenuando contradições e demandas convenientes – maior circulação e ao consumo daquele impresso.

Conforme observado por Newton D'Ángelo (2013, p. 4) em 1923, já existiam as revistas Radiocultura (1928-29) e a Voz do Rádio (1935-36), consideradas pioneiras no mercado editorial e eram coordenadas por editores e colaboradores com fortes ligações com as primeiras experiências de radiodifusão no país.

O que proporcionou um caminho para que a Revista do Rádio pudesse surgir quando tudo já estava consolidado em torno da popularização massiva do aparelho radiofônico, que teve seu auge nas décadas de 1940 e 1950, foi explicado por Newton D'Ángelo:

Trata-se de um contexto de consolidação e popularização do rádio em território nacional, não apenas pela aquisição e disseminação de aparelhos receptores de forma mais ampliada, como também de participação das classes populares de modo mais visível no formato de sua programação: músicas populares, humorísticos, radionovelas e auditórios (DMNGELO, 2015, p.6).

3.2 Folheando a Revista do Rádio: um breve histórico sobre o periódico

Criada por Anselmo Domingues¹⁵, a Revista do Rádio representou o rádio em formato de revista. Ao folheá-la, deparamo-nos com um número entre 40 e 50 páginas.¹⁶ Ela circulou entre 1948 e 1970, e a publicação era a segunda revista mais lida e servia também para dar projeção aos artistas (Lemos; Bandeira, 2011, p. 2).

De periodicidade mensal, a Revista do Rádio foi distribuída em todo território nacional. Em 1950, após completar dois anos de publicação, tornou-se semanal como observado pelas jornalistas Haussen e Bachi (2001, p. 2), pois a demanda pela revista acompanhou a popularidade adquirida pelo aparelho radiofônico.

¹⁵ Criador e editor da Revista do Rádio. Anselmo começou a carreira escrevendo peças de teatro, como 'Rosa das sete saias' e 'Adão e Eva'. [...] Além de escritor, Anselmo também era radialista e ganhou destaque no meio jornalístico pela atuação como editor e diretor artístico da Rádio Educadora, depois chamada de Tamoio. Entretanto, seu grande projeto profissional era ter sua própria revista para falar com mais abrangência de assuntos do rádio brasileiro. Disponível em <http://brazilianpop-30-40-50.blogspot.com/>. Acesso em 05 de junho de 2019.

¹⁶ Exceto em publicações especiais em que os números dessas páginas aumentavam. (Constata-se o resultante da revisão detalhada dos números da revista)

Na primeira página, tem-se uma foto principal em sua capa e nenhum texto (Lemos; Bandeira, 2011, p. 5) as fotografias em preto e branco eram compostas em relação com o título do periódico¹⁷, número da edição, mês e ano de publicação e o valor de compra da revista. As medidas da revista eram de 19cmx27cm, formato padrão da revista até suas últimas publicações, como retratado na figura abaixo:

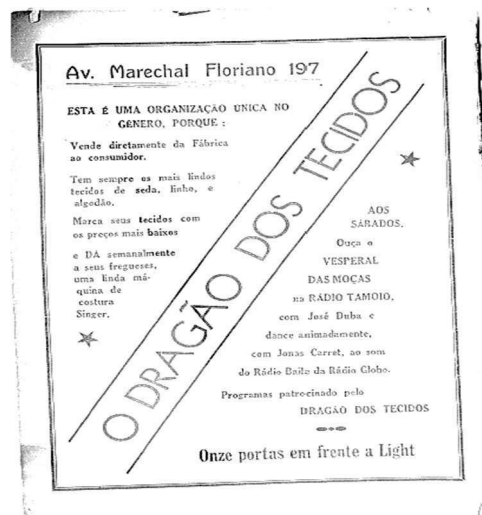
Figura 3 - Revista do Rádio - Ano 2, número 15, 1949



Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1949_00015.pdf

A segunda página é ocupada inteiramente por anúncios publicitários. Como ilustrado abaixo:

Figura 4 - Revista do Rádio - Ano 2, número 15, 1949



Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1949_00015.pdf

¹⁷ Capelato aponta a grafia como uma das características de diagramação que é composto por vários textos, títulos, manchetes que tem a intenção de estimular a compra desse periódico. É o ato de construir a página que implica distribuição dos elementos gráficos no espaço que vai ser impresso. (CAPELATO, 2015, p.135)

A partir dos anos 1940 e 1950, as propagandas se tornaram cada vez mais frequentes nas revistas radiofônicas, dado ao contexto sociocultural que o rádio estava ocupando nesses anos. Tratava-se de uma das principais formas de manter o patrocínio ao periódico.

Na terceira página temos a apresentação do conteúdo da edição sendo abordada no editorial que possuía temáticas que remetiam ao mundo radiofônico e na maioria das vezes era assinado por Anselmo Domingues. Essa página continha uma breve introdução do que viria no volume da revista, dirigindo-se aos leitores com estratégias de linguagem que indicavam uma intenção de proximidade e intimidade.

Figura 5 - Revista do Rádio - Ano 2, né 15, 1949



Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1949_00015.pdf

Esta página também traz notas informativas sobre o artista da capa da revista, sobre o corpo editorial, sobre as assinaturas, distribuição e o local de produção do periódico.

O corpo editorial contava com jornalistas, músicos, intérpretes, compositores e locutores que estavam diretamente envolvidos com o cotidiano das rádios brasileiras. Dentre eles, destacamos: Borelli Filho, J. C. Spary, Max Gold, Renú Bittencourt, Cíndia Molina, Roberto Reis, Gerson Souza Monteiro, Mário Borelli, Waldemir Paiva, Hílio Tys, Fernando Luós, Lício Domingos, Milton Matos, Emília Borba, Mário J. Blio, Henrique Campos, Adolfo Cruz, Paulo Siqueira, Jorge Andrade, J. Blio Lara e Manezinho Araújo. Nesse grupo constam representantes de distintos lugares do Brasil, tais como São Paulo, Belo Horizonte, Salvador e Recife, assim como do exterior, como Buenos Aires, Montevideo, Hollywood, Lisboa e Paris, conforme

informado pelo editorial (Cf. Revista do Rádio, 1949, p. 3).

Os assuntos dos editoriais¹⁸ eram variados, não se restringindo apenas aos meios radiofônicos, incluíam também assuntos relacionados à política e à sociedade. Pode-se dizer que a postura da própria revista, demonstrava a afinidade com os demais polos da nascente indústria cultural (Haussen; Bachi, 2001, p. 8).

A Revista do Rádio foi criada pelo radialista Anselmo Domingues com circulação entre 1948 a 1970, teve a duração exata de vinte e dois anos e a publicação era a segunda revista mais lida e servia também para dar projeção aos artistas (Lemos; Bandeira, 2011, p. 2). Era mensal e distribuída em todo território nacional. Em 1950, após completar dois anos de publicação, tornou-se semanal como observado pelas jornalistas Haussen e Bachi (2001, p. 2), pois a demanda pela revista acompanhou a popularidade adquirida pelo aparelho radiofônico

O que também se observou com a popularização da televisão, quando a partir da edição 532 de 28 de novembro de 1959, foi que o título do periódico passou a ser Revista do Rádio e TV, acompanhando assim a difusão deste novo meio de comunicação que passava obter um grande número de matérias sobre televisão, publicando-se inclusive a grade de programação das emissoras.

Da página três em diante temos uma organização em que as divisões mudavam de coluna para coluna, geralmente as entrevistas com pessoas do meio radiofônico ganhavam destaque e ocupavam em torno de 3 a 4 páginas, através de textos com linguagem bem acessível e com o uso de fotografias que chamavam atenção e geralmente tinham uma página toda para ela e com o uso de legendas, que davam ainda mais ênfase no comportamento e na vida do artista entrevistado.

Como afirmam Haussen e Bacchi (2001), a presença dessas fotografias ilustrava para os leitores uma "vida perfeita" que alimentava a construção da admiração pelos artistas valorizados na revista (Haussen; Bacchi, 2001, p.2).

O periódico aproximava os leitores de seus artistas no momento em que abordava suas vidas privadas através de fotos, entrevistas ou colunas biográficas em uma variedade de colunas, tais como: A pergunta da Semana, Discos, Teatro na Revista do Rádio, Cinema na Revista do Rádio, Rádio em revista, Mexericos da

¹⁸ De 1948 a 1951, os editoriais localizavam-se nas primeiras páginas da revista, porém, sem motivos aparentes, a partir de edição 00098, de 24 de julho de 1951, passaram para as últimas páginas do periódico. (Informações observadas durante a leitura da Revista do Rádio).

Candinha, mudada em 1953 para Segredos da Candinha (com fofocas sobre os artistas), Opinião do F², Vamos Cantar, Correio dos F²s, Radiobiografia, Radiolândia, Chacrinha Musical, Discolândia, Rua da Pimenta, Mexericos da Candinha, Feira de Amostras. Outras colunas frequentes sobre vida dos artistas foram Buraco da fechadura, Ficha completa, Eu sou assim e Entrevista teco-teco.

Além das reportagens sobre os artistas, a revista também dava espaço para alguns deles terem colunas ativas no periódico, como a coluna O diário de Emilinha, em que a cantora Emilinha Borba falava sobre sua vida pessoal, seus hábitos cotidianos, suas opiniões sobre diversos temas e respondia diretamente a seus f²s que mandavam cartas com perguntas sobre ela.

Assim como na coluna do radialista e posteriormente Aberlado Barbosa Chacrinha, através da coluna Chacrinha Musical¹⁹, falava-se sobre os sucessos musicais mais pedidos no seu programa de rádio, o Cassino do Chacrinha. Além de listar as melhores músicas, ele também analisava alguns discos de artistas famosos que faziam parte de gravadoras como a Victor e a S^onter²⁰.

A Revista do Rádio, entre os anos de 1940 e 1950, representava o rádio em revista, valorizando as programações, artistas famosos e debates relacionados a temas que mobilizavam os críticos do mercado fonográfico brasileiro.

Do ponto de vista do cenário mercadológico, a Revista do Rádio se mostrou como um periódico que usava seu espaço para divulgação de produções culturais relacionadas ao rádio.

3.3 A coluna Feira de Amostras

A coluna Feira de Amostras surgiu desde a edição treze da Revista do Rádio publicada em 1949, e foi publicada durante dezessete anos, entre 1948-1966.²¹

A popularização de músicas estrangeiras no país levou Bittencourt a proclamar-se defensor da música nacional, pois, segundo ele "os intérpretes do

¹⁹ De acordo com "enquetes" realizadas junto às fábricas gravadoras e nas casas de discos da cidade, e ainda pelos pedidos musicais recebidos durante a semana pelo "Cassino da Chacrinha. (REVISTA DO RÁDIO, 1950, p. 22)

²⁰ Gravadoras de maior destaque e sucesso no mercado fonográfico brasileiro na época.

²¹ O acervo digital da Hemeroteca Brasileira dispõe de muitas edições da Revista do Rádio, mas a partir dos anos de 1967 e 1968 grande parte dessas edições não estão disponibilizadas, devido a perda ou não estarem em condições materiais para serem digitalizadas, o que comprometeu a datação exata da duração da coluna Feira de Amostras no periódico. Por isso até o fim de 1966, a coluna apareceu regularmente na Revista do Rádio.

abacaxi²² tiravam o espaço que antes era ocupado pela música popular brasileira e por artistas nacionais.

Colocava-se como representante dos compositores nacionais assumindo a obrigação de usar seu espaço na revista para criticar os gêneros musicais estrangeiros como Rumba, Bolero e Tango.

Ocorre que Renê Bittencourt foi um dos compositores e empresários mais afetados por essa popularização. Por isso essa defesa em prol de um nacionalismo e de um mercado fonográfico e radiofônico brasileiro autêntico não fica só na parte coletiva, mas também tem o individual e pessoal do cronista, já que muitas de suas canções competiam diretamente com os gêneros estrangeiros.

Figura 6 - Revista do Rádio - Ano 5, né49, 1950

COMO SE FAZ UM SUCESSO
A HISTÓRIA DA CANÇÃO "SERTANEJA"

RENÊ BITTENCOURT E A SUA ODISSEIA ATRÁS DE UM INTERPRETE — ATE HOJE SE VENDE O DISCO DE ORLANDO SILVA — LÍDIA DE ALENCAR FOI QUEM CANTOU PRIMEIRO

Texto de CASPARY

Quem sabe o trabalho que dá fazer uma melodia conhecida é que poderá conhecer o valor de um sucesso musical. «Sertaneja» é talvez um dos maiores sucessos até hoje e, para Orlando Silva, por muito tempo constituiu a sua grande razão de destaque como intérprete da melodia brasileira.

O autor da canção porém é a antítese do homem sentimental e romântico pois, há muito, veio se destacando como animador e humorista de rádio.

Encontrar Renê Bittencourt e conhecer como foi que o sucesso «Sertaneja» não constituiu demasiado esforço. Amigo da lar e só sábado de casa para o seu serviço, o compositor e humorista abandonou-nos prontamente.

A princípio quis declarar que, ao fazer «Sertaneja» só viajava para buscar a inspiração.

— Sou um espírito boêmio e, como companheiro de Noel Rosa, há em Vila Isabel, é que me iniciou no samba. A princípio me dediquei ao violão e, nos bastidores, em casa, era só dedicando o que queria. Depois de pouco tempo, meu bom ouvido me ajudava e eu passava a ser um violonista.

— E a «Sertaneja» interrogou-me.

— Bem, vamos devagar. Depois que aprendi a tocar violão comecei a cantar. Muita gente não gostava da minha voz, mas naquele tempo, em que até o Noel Rosa era cantor destacado, eu também fui fazendo o que podia. Depois de algum tempo, inspirado nas cenas do interior e nas histórias sertanejas que fui conhecendo, resolvi fazer uma canção. Era a «Sertaneja»!

— E gravou logo?

— Qual, meu velho. Uma coisa é fazer a música e outra, muito diferente e trabalhosa é gravá-la. Cantando para todo mundo, ofereci minha música a gravadoras e trouxeram mas, com pura péria. Quando podia, eu mesmo ia para o microfone e cantava a canção. Levei três anos de Heróides para Pitágoras e desde Gaspar Formelli,



— Faço as duas coisas ao mesmo tempo. Muitas vezes, ao escrever uma canção já a tenho na cabeça há muito tempo. Escrevo onde e quando há tempo.

— Conta de compor à noite ou não?

— Quando fiz «Sertaneja» era um boêmio e como os boêmios, tocou e cantava à noite.

— E agora?

— Agora, com os encargos de família e o trabalho de rádio, imprensa e humorista que me tomam todo o tempo, quando consigo fazer alguma coisa é de noite.

— Já compôs na rua?

— Ah, violão, quando me sobra tempo, na mesa de um restaurante, concerto nas letras e depois algumas rimas, mas não chego a compor música completa, porque prefiro fazê-la com o meu violão ao lado.

— A última pergunta: quanto rendeu até hoje a «Sertaneja»?

— Até agora calculei em setenta mil cruzeiros os direitos arrecadados. Tanto-se em vista a época em que foi lançada e a ausência de anomalias que sempre predominou no Brasil com a arrecadação de direitos, considero-me feliz com tal quantia.

Foi assim que Renê Bittencourt nos contou a história de seu grande sucesso musical.

Muitos discos foram vendidos e até hoje Sertaneja é procurada. Com o violão, companheiro de muitos anos, a melodia vai saindo.



até Jorge Fernandes, ou carterias da época, todos recusaram minha melodia!

— E como foi que o Orlando gravou?

— Em 1940, já desanimado, estava em casa quando o Celso Guimarães telefonou pedindo licença para dar minha música a uma cantora que aparecia com grandes possibilidades: era Lídia de Alencar. A música, não sei como, foi encontrada numa gaveta da Nacional. Lídia cantou e agraciou. Foi então ao Orlando Silva e propôs a gravação. Aceitei e escolhi meu outro grande sucesso: «Óh! Mãe».

— Como é que você marca o ritmo de suas composições, Renê?

— Conta de caixa de fôfôro; tamborinha com os dedos no minúsculo ou assovião?

— Nada de caixas de fôfôro ou de betucada em cima das mesas. Eu gosto muito do meu violão e dedicando suas cordas é que eu consigo fazer alguma coisa.

— Costuma fazer a letra, ou a música primeiro?

Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1950_00049.pdf

A figura acima da edição 00049 da Revista do Rádio, em 1950, no qual o repórter Caspary traz uma entrevista de duas páginas sobre a repercussão da

²² Bittencourt utiliza a junção das palavras interpretes e abacaxi para criticar e ironizar os cantores do Bolero. Abacaxi: Expressão que indica que determinado problema muito complicado para se resolver. Disponível em <<https://www.dicionarioinformal.com.br/significado/abacaxi/58/>> Acesso em 04 de junho de 2019.

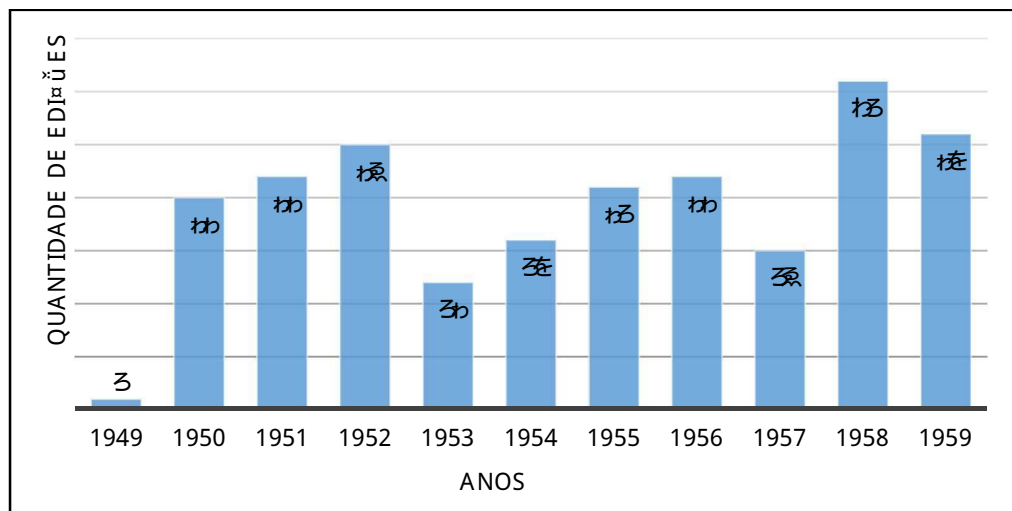
composição de uma das m sicas de mais sucesso de Bittencourt `Sertaneja_ (1940) que foi interpretada pelo cantor Orlando Silva. Durante a entrevista ele responde perguntas de como fez a composição, o sucesso da música e o quanto ela lhe rendeu, mesmo depois de dez anos de gravação.

Bittencourt foi uma figura muito importante no cenário musical j que além de sertaneja teve outras composições como `Felicidade_²³ (1932), `Sinh  Maria_ (1941), `Espera Maria_ (1942), `Minha prece_ (1946), `Garoto na Rua_ (1947), entre outros. E como representante de alguns gêneros musicais principalmente o samba e com o espaço que teve na Revista do Rádio com a coluna Feira de Amostras ele usava as crônicas para associava tais gêneros a `pragas_ que deveriam ser combatidas e exterminadas com seus intérpretes.

Ele frequentemente colocava o gosto massivo dos brasileiros em pauta: `Os nossos piores inimigos são os maus brasileiros que, enquanto você faz o seu brasileirossimo "Museu de Cera", eles apresentam museus norte-americanos, cubanos, franceses e esse famigerado museu onde eles s etocam (com licença da palavra) bolero_ (Bittencourt, 1951, p.7).

As crônicas de Bittencourt mencionando o bolero durante os dez anos de análise foram duzentas e treze ao total, conforme demonstramos no gráfico abaixo:

Gráfico 1: Desempenho Anual das crônicas que mencionam o Bolero na coluna Feira de Amostras da Revista do Rádio



Fonte: Revista do Rádio. Coluna: Feira de Amostras (1949-1959)
Elabora o própria

Nesse intervalo de dez anos, percebemos o desenvolvimento das crônicas

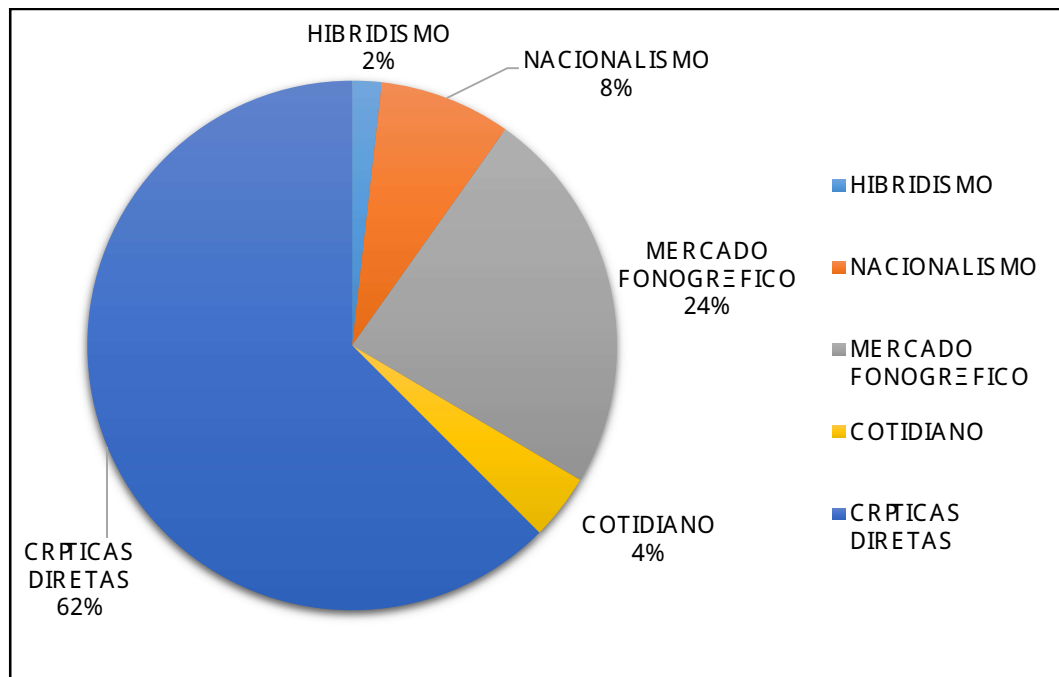
²³ Informa es extraídas do site Dicionário MPB. Disponível em <<http://dicionariompb.com.br/rene-bittencourt/dados-artisticos>> Acesso em 2 de Junho de 2019.

que abordavam o Bolero na coluna Feira de Amostras. Nos anos de 1949, 1953, 1954 e 1957 apareceram menos crônicas abordando o Bolero, pois o mercado fonográfico das vendas desses discos estava em baixa. Nos anos de 1950, 1951, 1952, 1955, 1956, 1958 e 1959 a situação mudou, e boleros apareceram como sucessos nos programas, programas de rádio e vendas de discos.

As crônicas de Bittencourt tinham temas que envolviam discussões em torno do hibridismo²⁴, nacionalismo, mercado fonográfico, histórias do cotidiano e algumas críticas de formas bem diretas e ofensivas.

No gráfico abaixo temos a demonstração dos temas mais recorrentes e destacados nesta análise:

Gráfico 2: Temas mais presentes nas crônicas



Fonte: Revista do Rádio. Coluna: Feira de Amostras (1949-1959)
Disponível em: <http://bndigital.bn.br/acervo-digital/revista-radio/144428>
Elaborado por Priscila

O gráfico aborda o intervalo de dez anos (1949-1959) que foram observados durante a análise do trabalho. As críticas diretas que eram voltadas para os leitores que consumiam o bolero, os intérpretes do gênero musical e principalmente para as estações de rádio que apareceram num total de 140 crônicas que representam

²⁴ Hibridismo: são processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas. (CANCLINI, 2013, p. 19)

62%. Elas mostram o objetivo de Renú Bittencourt em causar impacto e dar maior visibilidade às suas crônicas, no sentido de atingir público leitor.

Apesar da porcentagem de 24%, discussões em torno do mercado fonográfico brasileiro tiveram o total de 53 crônicas, que também torna evidente suas opiniões, mediante a ascendente popularidade do bolero no país. Já 8% representam as dezoito crônicas voltadas para a discussão em torno de um nacionalismo que tentava preservar e valorizar a música popular brasileira.

O tema cotidiano, apesar de estar somente em 9 crônicas ou 4%, mostra um outro lado de Bittencourt que utiliza histórias para ilustrar ambientes e personagens de forma mais leve e descontraída em suas crônicas.

O hibridismo ocupou 2%, mas não deixa de ser um tema importante na medida em que demonstra a opinião de Bittencourt sobre trocas culturais no período.

4 RENS BITTENCOURT E O IMPACTO DA POPULARIZAÇÃO DO BOLERO NO BRASIL

Este capítulo tem a intenção de entender como as crônicas de Renée Bittencourt constituíram importantes representações na defesa do nacionalismo musical e, conseqüentemente, de um mercado fonográfico voltado para a valorização das músicas nacionais por meio de críticas ao espaço atribuído ao bolero nas programações de rádio. Para isso, primeiramente, analisaremos a inserção do bolero na Revista do Rádio e o significado das crônicas como suporte crítico. Por último, abordaremos crônicas que sintetizaram o posicionamento crítico de Renée Bittencourt sobre o bolero, fundamentado no combate ao que fora denominado estrangeirismo no meio radiofônico e mercado fonográfico brasileiro.

4.1 O Bolero nas páginas da Revista do Rádio

Como antes abordado, as décadas de 40 e 50 são caracterizados como fase de ouro do rádio. Pois foi um momento em que o rádio adquiriu maior popularidade, intimidade emissor-ouvinte e alcance internacional (Tinhorato, 2014, p. 149).

Segundo Lia Calabre (2003):

Nas décadas de 1940 e 1950, as transmissões radiofônicas brasileiras ganharam alcance internacional. Foi o tempo das poderosas emissoras de rádio que mantinham enormes estruturas artísticas e administrativas irradiando seus programas para todo o país. A maior representante desse período foi a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, que ocupou por duas décadas o posto de emissora líder de audiência (CALABRE, 2003, p. 1).

As jornalistas Haussen e Bachi (2001) mostram como a Revista do Rádio explorava a vida cotidiana dos artistas em suas relações familiares, seus lares e hobbies – em geral, a vida de artistas e radialistas, muitas matérias mostram a vida cotidiana destes personagens – (Haussen; Bachi, 2001, p. 2). Isso tudo se tratava de uma estratégia para demonstrar como fora dos holofotes os artistas eram pessoas comuns, assim como os leitores da revista.

A relação da revista com os leitores mostrava essa proximidade principalmente através das cartas enviadas pelos leitores para a redação da revista

com pedidos específicos sobre determinadas notícias, reportagens e matérias de destaques para cantores, radialistas atrizes e compositores nacionais e internacionais.

A Revista do Rádio exerceu um papel importante no contexto de combate aos 'estrangeirismos' na música brasileira, como ressaltado pela historiadora Tônia Garcia "o periódico não deixou de colaborar com a monumentalização de compositores e intérpretes ligados ao g. negro, contribuindo com a invenção de uma tradição para a música popular brasileira" (Garcia, 2010, p. 20). A revista não tinha vínculo com emissoras, o que favorecia a liberdade na abordagem dos temas.

Os gêneros musicais internacionais como o bolero, a rumba, o tango e o Jazz foram mencionados por diversas vezes na revista. Foi principalmente na transição entre as décadas de 1940 e 1950 que o sucesso do bolero se tornou tema de destaque nas colunas Chacrinha Musical, Vamos Cantar e Feira de Amostras.

A primeira, assinada por Abelardo Chacrinha Barbosa, apresentava um teor mais informativo com menções aos sucessos da semana, ou seja, com as músicas mais pedidas nas casas de discos da cidade e em seu programa de rádio conhecido por Cassino Do Chacrinha, além de alguns rápidos comentários sobre alguns artistas e lançamentos recentes de algumas gravadoras. Nos sucessos da semana, diversas vezes os boleros apareceram entre as três músicas mais pedidas, como observamos no exemplo abaixo:

Figuras 7 e 8 - Revista do Rádio - Ano 3, número 31, 1950



Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1950_00031.pdf

Como é possível observar, no número acima figurou em 1º lugar

'Hipocrita_' de Fernando Fernandez, em 2º lugar - 'Pecado_' Chucho Martinez e em 3º lugar - 'Ay de mi_' tamb¶m de Chucho Martinez²⁵.

A coluna Vamos Cantar era uma coluna que apresentava as letras de m¶sicas pedidas pelos leitores da revista que se tornou um sucesso t² o grande dentro da revista ao ponto de, posteriormente, tornar-se material para uma revista pr¶pria.

Figura 9 - Revista do R¶dio - Ano 3, n¶ 26, 1950



Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1950_00026.pdf

Neste quadro, a coluna Feira de Amostras assinada pelo jornalista Ren¶ Bittencourt, membro da Sociedade Brasileira de Autores, Compositores e Escritores da m¶sica, abordava atrav¶s de cr¶nicas, cr¶ticas e charges, temas que, na sua perspectiva, afetavam o cen¶rio musical e radiof¶nico brasileiro.

A revista posicionou-se em variadas situa¶es sobre o tema da populariza¶o dos g¶neros musicais estrangeiros no Brasil. Na edi¶o 302, Anselmo Domingues dedicou o editorial intitulado A quest¶o da m¶sica nacional e da m¶sica estrangeira ao tema:

Sim, se eles fazem o mesmo? Se nos fecham a porta de vez? Por a¶ se v,

²⁵ Ambos os cantores e compositores Chucho Martinez e Fernando Fernandez s¶o de origem mexicana.

quanto a coisa precisa ser equilibrada. Em poucas palavras dever^oamos dizer que o ideal seria isto: importarmos pouco e exportarmos muito, mas s^Æ do bom, muito bom. A campanha partiria da^o. Com os nossos aplausos. Que por certo acompanhariam os outros. (DOMINGUES, 1955, p. 50, grifo nosso)

O jornalista aponta que a revista n^o se posicionava contra os g,neros estrangeiros, mas sim quanto a desvaloriza^o dos compositores e artistas brasileiros que perderam espa^o no mercado fonogr^ofico para os g,neros de m^usicas estrangeiras, como o Bolero.

A partir disso, sustentou a proposta do esfor^o para que se buscasse um equil^obrio entre a exporta^o no mercado fonogr^ofico nacional com as produ^oes estrangeiras, como ilustrado abaixo:

Figura 10 - Revista do R^odio - Ano 3, n^o 67, 1950



Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1950_00067.pdf

A análise da coluna Feira de Amostras, no período entre 1949 a 1950, procura explorar a forma como o estrangeirismo no meio musical brasileiro foi objeto de debates entre especialistas no tema.

O espaço que a Revista do R^odio representou para os artistas se prolongou até a década de 1970, quando os aparelhos de televis^oo começaram a popularizar-se gradualmente e foi encerrada que devido a morte de seu criador e editor Anselmo Domingues.

4.2 As crônicas como fonte: significados e historicidade

A crônica é um gênero textual baseado em fatos e acontecimentos do cotidiano. Sua análise possibilita ao leitor variadas interpretações e

Pode ser percebida como uma forma privilegiada de narrar o vivido, pois entre o fato e a ficção, ela abre portas especiais para acessar a sociedade contemporânea: o gênero menor da literatura assume, dessa forma, um espaço privilegiado na reflexão histórica. (MARONEZE, 2014, p. 1).

Sendo assim, como objeto de estudo, a crônica proporciona ao historiador uma riqueza de detalhes sobre a época. Isto porque, enquanto gênero, a crônica expressa uma liberdade textual que consegue transitar entre os dois tipos textuais, o literário e o jornalístico, de modo que, dependendo do contexto e maneira em que foi escrita,

Pode estar aberta à poeticidade, à referencialidade ou mesmo à expressão dos sentimentos do seu autor sobre os fatos do cotidiano. Assim, como também todas essas funções da linguagem podem se misturar, fazendo dela uma narrativa de difícil classificação. (MICHELIN, 2005, p.107).

Michelin expressa a dificuldade que estudiosos, seja do jornalismo ou na literatura, tem em caracterizar a crônica nas divisões específicas de cada uma das áreas. Nesse sentido, mostra como essa riqueza textual torna a crônica um gênero textual importante e, ao mesmo tempo, rico em significados e em possibilidades de leitura. (Michelin, 2005, p. 107).

Tomar a crônica de Renata Bittencourt como fonte de estudo nos possibilita explorar o impacto do bolero nos meios de produção e difusão musical brasileiros. Particularmente a maneira como a popularização do Bolero no mercado fonográfico nacional ocupou a atenção dos críticos musicais. As crônicas analisadas expressam a preocupação de se posicionar frente a uma tendência musical que se popularizava na época e que encontrou um espaço profícuo na Revista do Rádio.

Este trabalho volta-se para as crônicas chamadas de crônicas jornalísticas, que apesar da diversidade na interpretação, consistem em um tipo de crônica opinativa, que geralmente estrutura-se a partir de figuras de linguagem como ironia, sarcasmo, crítica e humor. Costumam ser escritas em primeira pessoa ou através de um personagem (Michelin, 2005, p. 106).

4.3 As crônicas de Renê Bittencourt na coluna Feira de Amostras

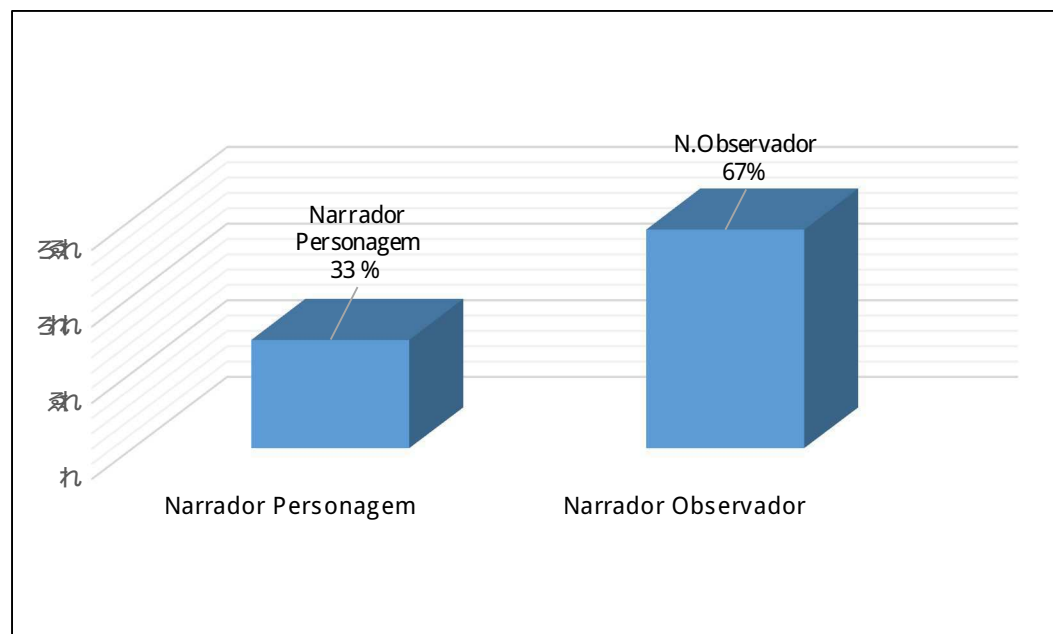
Como dissemos, as crônicas constituem importantes fontes históricas porque registram o cotidiano de uma época por meio de narrativas diversificadas e, geralmente, de fácil entendimento e acesso. Por esta razão, encontraram espaços frequentes em jornais e revistas, conforme destacou Luiz Antônio Maroneze:

A crônica é pensada como fonte privilegiada, como tecnologia do imaginário e como espaço de memórias para os espaços urbanos. Espera-se apontar um caminho possível entre a crônica e o fazer histórico, cruzando cronistas e críticos, cientistas sociais e pensadores que apontam para a riqueza do detalhe na busca de um entendimento maior (MARONEZE, 2014, p.2).

Como o assinalado pelo historiador, as crônicas servem para refletirmos sobre construções socioculturais que, no caso desta pesquisa, fizeram-se presentes através do impacto causado pela popularização do bolero no Brasil.

Observemos o gráfico abaixo:

Gráfico 2 - Formas de atuação de Renê Bittencourt na Coluna Feira de Amostras



Fonte: Revista do Rádio. Coluna: Feira de Amostras (1949-1959)
Disponível em: <http://bndigital.bn.br/acervo-digital/revista-radio/144428>
Elaboração própria

O gráfico mostra como se davam os posicionamentos de Bittencourt, a partir das narrativas nas crônicas. Como narrador observador tivemos o resultado na porcentagem de 67% que equivale as 143 crônicas em sua totalidade, já como narrador personagem, tivemos 33% que equivale a 71 crônicas. Aspecto 1 enumerado

acima.

Estes percentuais mostram como preferimos realizar a análise da Coluna Feira de Amostras. É que nos preocupamos em analisar e entender os seguintes aspectos nas crônicas de Renée Bittencourt:

- V O modo como o autor se colocava nas crônicas;
- V Para quem elas eram direcionadas (Relações público-leitor);
- V O impacto da popularização no mercado fonográfico;
- V Aspectos políticos que eram por elas retratados;
- V Posicionamentos da Revista do Rádio sobre as crônicas de Bittencourt.

Neste sentido, seguem algumas exemplificações da análise:

Exemplo 1:

‘Confesso que senti um grande arrependimento por dar combate às músicas estrangeiras, porque, se eu soubesse que (com licença da palavra) bolero curava tanta doença, talvez não o tivesse combatido, como o tenho feito até agora.’ (BITTENCOURT, 1950, p. 8, grifo nosso).

Exemplo 2:

‘Quando os dois "compositores" encontraram-se, um deles meteu a mão no bolso e, quando o outro esperava uma faca ou um revólver, veio coisa pior: (com licença da palavra) bolero...’ (BITTENCOURT, 1953, p. 28, grifo nosso).

A diferença de abordagem de uma crônica para outra reflete as verdadeiras intenções de Renée Bittencourt para com os leitores, uma característica comum em grande parte das crônicas analisadas é a facilidade para tratar histórias que ele atuava como um narrador observador como no exemplo 2, em que alerta os leitores os malefícios e suas críticas ao Bolero e outros gêneros musicais, mas não está como integrante da situação narrada como nesse exemplo.

Já como narrador personagem, como no exemplo 1, ele geralmente utilizava-se de suas opiniões mais diretas para responder e advertir os leitores da sua coluna como forma de colocar a valorização da música brasileira e ao mesmo tempo beneficiar a si próprio, já que suas composições disputavam o sucesso nos rádios e no mercado fonográfico.

Esse exercício está associado a diversos processos, como explica a jornalista Maria Francisca Oliveira Santos:

A prática discursiva vai envolver processos de produção, distribuição e consumo textual, sendo a natureza desses processos variável em relação aos diferentes tipos de discurso em consonância com fatores sociais. O discurso como prática social se volta não somente aos aspectos econômico-políticos, mas também aos de caráter cultural e ideológico (SANTOS, 2008, p. 5).

As crônicas de Bittencourt permitem a análise e entendimento de diversos aspectos sociais e culturais pertencentes ao contexto das décadas de 1940 e 1950, como o exemplo abaixo:

O senhor Melo Barreto, diretor do Serviço de Censura de Diversões Públicas, declarou à imprensa que punirá severamente, os proprietários de cinemas que não exibirem pelo menos, seis filmes brasileiros, por ano. Muito bem, senhor diretor! Bravos! Em rádio estamos precisando do senhor não para censurar ou elogiar, mas, somente para punir... e muito! (BITTENCOURT, 1950, p. 9).

A crônica acima tem por título 'Bravos, senhor diretor' e refere-se ao momento em que o país passava por uma diversidade de experimentações e hibridismos. Situação que criticada por diversos jornalistas, críticos e músicos ligados ou defensores das correntes mais tradicionalistas do folclorismo no Brasil.

Sobre a relação com o público leitor da Feira de Amostras, Renée Bittencourt cultivou um relacionamento direto como é possível observar no trecho:

Lembrem-se que a infecção pega com mais facilidade em corpo sífilítico! A infecção, no caso, é a música estrangeira. A sífilis é a nossa displicência. Portanto, vamos tratar da nossa sífilis! Vamos lutar para fazer as nossas músicas dignas de nós mesmos e de todo mundo! (BITTENCOURT, 1951, p. 35).

Bittencourt inclui em muitas das crônicas expressões como 'com licença da palavra', 'interpretes do abacaxi', 'pragas' para demonstrar sua intenção criticar e ironizar diretamente o Bolero para os leitores que gostavam do gênero musical.

A Revista do Rádio, por meio de seu criador e editor Anselmo Domingues, proporcionou essa liberdade a Bittencourt em sua coluna. Não se mostrou abertamente a favor das críticas em sua coluna aos gêneros estrangeiros, mas expressou uma posição de defensor da proposta de que a música brasileira fosse mais valorizada e mais escutada pelos leitores.

Não apenas contra a invasão estrangeira, mas heroicamente a favor dos ritmos nacionais. Talvez fossem contra demais. Até mesmo contra os

artistas estrangeiros. Excesso de zelo, certamente. Mas o fato é que daqui das colunas de casa partiram os primeiros brados (DOMINGUES, 1955, p. 50, grifo nosso)

Algumas leitoras perguntam: Por que Renato Bittencourt combate a música estrangeira e combate para Manoel Monteiro e Ester de Abreu? Esses cantores não são portugueses? Lembre-se a resposta: Em primeiro lugar, mais uma vez, eu não combato música estrangeira, e sim o excesso de música estrangeira (BITTENCOURT, 1951, p. 17, grifo nosso).

A postura moderada do editor Anselmo Domingues mostra que o periódico se preocupava com a valorização da música nacional, mas não desvalorizando os gêneros estrangeiros. Diferentemente de Renato Bittencourt que fez críticas duras aos gêneros estrangeiros, demonstrado pelos termos pejorativos e diretos aos artistas estrangeiros. Em ambas as citações, pode-se observar que o mercado fonográfico brasileiro e radiofônico estava marcado pela popularização dos gêneros estrangeiros sendo o bolero alvo de crítica de Bittencourt.

4.4 Os temas mais frequentes nas crônicas e os posicionamentos de Bittencourt sobre a popularização do Bolero no país:

Para analisar duzentas e treze crônicas de Renato Bittencourt, selecionamos sete que representam os argumentos do sobre a popularização do bolero no Brasil.

Figura 11 - Revista do Rádio - Ano 3, número 25, 1950

ANÚNCIOS 100 % RADIOFÔNICOS

Precisa-se com urgência de boleros e foxes em versão brasileira. Em idioma original é favor trazer porque eu não tenho o pescu niquel. Tratar com Francisco Alves, de colarinho e gravata, na Rádio Nacional aos domingos, ou, de segunda-feira e sábado de calção e tamancos, em Miguel Pereira.

Precisa-se com urgência de boleros e foxes em versão brasileira. Em idioma original e favor trazer porque eu não tenho o pescu niquel. Tratar com Francisco Alves, de colarinho e gravata, na Rádio Nacional aos domingos ou, de segunda-feira e sábado de calção e tamancos, em Miguel Pereira. (BITTENCOURT, 1950, p. 29, grifo nosso)

Gratifica-se generosamente a quem der notícias de um bichinho fugido do rádio carioca. O animalzinho que é de estimação, é de cor morena com salpicos brancos na cabeça e atende pelo nome de: Sílvio Caldas.

c
b
g
e

Pede-se a quem souber onde tem circo armado, o obséquio de comunicar imediatamente a Paulo Graçinda na Rádio Tupi, ou a César de Alencar, na Rádio Nacional. Gratifica-se bem por tratar-se de caso de necessidade premente.

★

MUITO BEM, COLEGAS!

No último carnaval, tivemos mais uma prova da grande fertilidade dos nossos compositores, em idéias novas, originais e isen-

A
te
ar
de
fa
en
da
Cl
ei
A
se
po

★

A figura 11 e citação da crônica representam a temática da hibridização. Bittencourt aborda o tema em forma de anúncio ao qual agrega uma crítica à rádio nacional, que buscava artistas que cantassem boleros e foxes em português, utilizados pelo cronista em um tom de ironia e humor.

Essa situação demonstra descontentamento do cronista com as versões brasileiras de boleros e foxes (híbridas). O ato de colocar uma crônica em formato de anúncio demonstra a frequência com que essas versões eram tocadas na rádio nacional, uma das principais estações de rádio do país.

Figura 12 - Revista do Rádio - Ano 8, número 289, 1955



Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1955_00288.pdf

A crítica ao mercado fonográfico²⁶ e seus programas é pesada nas crônicas radiofônicas sobre os alvos da crônica representada pela figura 12. Observa-se que Bittencourt faz uma crítica às pessoas que ganham em cima da divulgação da música estrangeira no mercado brasileiro, principalmente porque a música popular brasileira estava sendo desvalorizada. Posicionamento propício para um contexto em que se buscava igualar valores e direitos de autores nacionais e estrangeiros. Mas as dificuldades e

²⁶ Havia crescido na década de 50 provocado pelo ecletismo dos gêneros musicais que traziam estabilidade para o novo mercado de disco. As gravadoras mediante essa enorme diversidade de ritmos, passou a produzir diretamente para agradar o público. Para o artista, tornou-se símbolo de prestígio o lançamento de um LP no mercado, que era ainda custoso e, portanto, difícil para qualquer um gravar. (WASSERMAN, 2002, p. 34).

descrença da possibilidade de os compositores brasileiros alcançarem essa situação ideal foi ironizada com a menção ao samba chamado 'vou gargalhar'.

Figura 13 - Revista do Rádio - Ano 3, número 53, 1950

DECEPÇÕES

O turista que vem ao Brasil, vem convicto de que vai sentir pelo menos três sensações: Tomando o melhor café do mundo, comendo banana e ouvindo o samba no seu país de origem:

Puro engano. Essas sensações, são transformadas em tristes decepções porque, o bom café e a boa banana do Brasil, só se encontram... fora do Brasil. Quanto ao samba, nem é bom falar! Basta dizer ao leitor que um turista estrangeiro quis brigar com um avião, no Aeroporto Santos Dumont, pensando que o avião tivesse perdido a rota e tivesse descido em Cuba ou no México, pois ao saltar do aparelho, recebe no ouvido, um verdadeiro dilúvio de boleros e rumbas, desfechado por um serviço de alto-falantes.

No Aeroporto Santos Dumont, pensando que o avião tivesse perdido a rota e tivesse descido em Cuba ou no México, pois ao saltar do aparelho, recebe no ouvido, um verdadeiro dilúvio de boleros e rumbas, desfechado por um serviço de alto-falantes. (BITTENCOURT, 1950, p. 35, grifo nosso)

Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1950_00053.pdf

Bittencourt na crônica acima aponta três características que demonstram o nacionalismo e o sentimento de pertencimento ao país que são o café, a banana e o samba. A discussão principal da crônica consiste na crítica da popularização massiva dos gêneros estrangeiros como Boleros e Rumbas através da clara decepção de um turista ao chegar no Brasil, mas não ouvir um samba que era o símbolo da música nacional.

Figura 14 - Revista do Rádio - Ano 9, número 384, 1957

★ BOLERO!

- Seu nome?
- Consegues Antuérpia da Silva.
- Idade?
- Trinta anos.
- Brasileiro?

- Sim, senhor.
- Que Estado?
- Mais ou menos, apesar de não ter dormido a noite inteira com a maldita vitrola da casa ao lado que tocou bolero a noite toda!...

Mais ou menos, apesar de não ter dormido a noite inteira com a maldita vitrola da casa ao lado que tocou bolero a noite toda! (BITTENCOURT, 1957, p. 45, grifo nosso)

Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1957_00384.pdf

Figura 15 - Revista do Rádio - Ano 8, né372, 1956

★ GRANDE CONVITE !

— Olha, meu amigo, venha à minha casa domingo. Vou fazer uma festinha com uma hora de arte! A tardinha haverá canto e declamação; das dezenove às vinte horas, um suculento jantar;

das vinte em diante, um baile com discos estrangeiros maravilhosos! Posso contar com você?

— Pode, mas, só das dezenove às vinte horas...

Das vinte em diante, um baile com discos estrangeiros maravilhosos! Posso contar com você, ? Pode, mas, sÆ das dezenove -s vinte horas... (BITTENCOURT, 1956, p.23)

Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1956_00372.pdf

Essa temática envolve histórias que remetem ao cotidiano do cenário radiofônico e que envolvem personagens, como no caso do indivíduo que não conseguiu dormir por conta do barulho causado pelo Bolero ou a história sobre o grande convite que foi o baile com discos de músicas estrangeiras. Os personagens materializam as opiniões de Bittencourt sobre o bolero e o estrangeirismo musical.

Figura 16 - Revista do Rádio - Ano 10, né453, 1958

★ CADEIA É MELHOR !

De madrugada, Leny Eversong ouviu rumores dentro de casa. Era um ladrão. Corajosamente, levantou-se, passou uma "gravata" pelo gogó do bicho, deu-lhe uns pescoções, amarrou-o todinho, deitou-o no chão e (é agora !) sentou-se em cima, descarregando sôbre o meliante seus cento e tantos quilinhos.

O homem gemia, gemia tanto, que mais parecia um cantor de boleros, enquanto a cantora, impassível, lia um almanaque (guia de produtor). Foi quando, com a voz quase sumida, o ladrão apelou...

— Minha senhora, pelo amor de Deus, quer fazer o favor de chamar a polícia de uma vez ?

O homem gemia, gemia tanto, que mais parecia um cantor de boleros, enquanto a cantora, impassível, lia um almanaque (guia de produtor). Foi quando, com a voz quase sumida, o ladrão apelou... (BITTENCOURT, 1958, p. 37, grifo nosso)

Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1958_00453.pdf

A crônica acima dirigiu-se especialmente a artistas, compositores e leitores da revista que o bolero como no caso acima em que o julgamento na crônica consiste

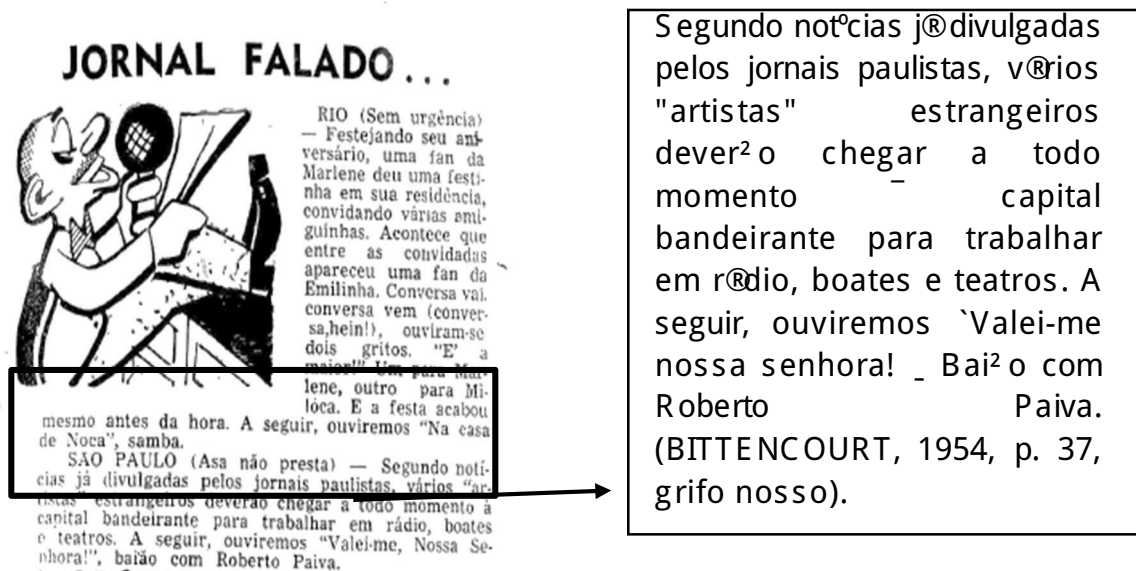
em zombar da forma como os intérpretes do bolero cantavam. A forma dramática é vista por Bittencourt como algo exagerado já que ele a compara com um gemido.

Assim como outros críticos musicais da época, Bittencourt considerava as interpretações dos cantores de bolero exageradas e performáticas culminando no exagero.

As seis crônicas analisadas acima representam a frequência e a importância da crítica ao Bolero nas crônicas de Bittencourt, apesar de estarem separadas por temática, algumas delas podem ser caracterizadas com mais de um dos temas analisadas.

Como o exemplo abaixo:

Figura 17 - Revista do Rádio - Ano 7, nº274, 1954



Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1954_00274.pdf

A crônica acima faz crítica a vinda de artistas estrangeiros para o Brasil porque ocupavam os espaços destinados aos artistas nacionais.

Outra temática pertinente a crônica consiste na valorização do nacionalismo, a partir do momento em que Bittencourt coloca o baião como estratégia de salvação e humor ao mesmo tempo.

Essa heterogeneidade é justamente uma das funções principais das crônicas e se aplica às crônicas de Bittencourt através da diversidade que pode abranger.

Como foi ressaltado por Maria Maroneze:

Ao investigar as sociedades no acontecimento urbano, no devir da cronologia

inexorável, ela tem que ser rápida e curta: não há espaço e tempo para tratados e distanciamentos metafísicos. Contudo, é neste instante do fragmento que o cronista consegue devolver aos leitores um pouco do sentido da vida social das cidades. A partir de suas críticas, políticas e da tradução política do cotidiano, ele constrói imaginários, discute ideias e pensamentos para analisar a ação do tempo sobre a sociedade e seus espaços (MARONEZE, 2014, p.4).

Por meio das crônicas publicadas na coluna Feira de Amostras, Bittencourt defendeu o compositor brasileiro e, a partir disso, seus próprios interesses enquanto compositor.

4.5 O impacto das crônicas de Renée Bittencourt perante o público leitor da Revista do Rádio

As figuras abaixo retratam a diversidade de opiniões dos leitores sobre a popularização de gêneros estrangeiros como o Bolero e também sobre as crônicas de Bittencourt na coluna Feira de Amostras.

Figura 18 - Revista do Rádio - Ano 4, número 80, 1951

TRES CONTRA UM...

HELENA M. PIO da rua Bartolomeu Lourenço, 86, em Jundiaí, em São Paulo, opina que as três maiores pragas do rádio podem ser assim apontadas: 1.º — Bolero; 2.º — Foxe e 3.º — Rumba. E acrescenta: “Por causa das três misérrimas, o samba e outros ritmos brasileiros estão desaparecendo do seu próprio país, dando lugar a melodias que, francamente, não representam nossos gostos”.

Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1951_00080.pdf

A figura acima representa a opinião da leitora Helena M. Pio sobre o Bolero, Fox e a Rumba que ela considera como as três maiores pragas do rádio principalmente porque tomaram o lugar das músicas populares brasileiras que acima é representada pelo samba.

Figura 19 - Revista do Rádio - Ano 4, né82, 1951

"EM DEFESA DOS BOLEROS" . . .

SANDRA HELENA DE AGUIAR, da rua Idumé, 380, em Braz de Pina, protesta contra a campanha do Manézinho Araujo em cima dos "falsos cartazes estrangeiros". Considerando que o Manézinho é um "abacaxi nacional", Sandra diz-se defensora dos boleros e artistas dalém-fronteiras, apesar de fan ardorosa de Carlos Galhardo e outros bons valores cá de casa.

Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1951_00082.pdf

Na figura acima em destaque, a leitora Sandra Helena ¶ acha que a campanha que Manezinho Araujo faz contra o bolero ¶ desnecessªria j® que como consumidora e leitora da revista ama os boleros quanto os cantores brasileiros.

Figura 20 - Revista do Rádio - Ano 4, né87, 1951

NÃO É PRECISO "MATAR" O BOLERO! . . .

EBREIA DE C. A. B. GUIMARAES, na avenida Ataulfo de Paiva, 427, no Rio, acha que embora seja louvável a iniciativa de Manézinho Araújo e René Bitencourt, trabalhando pela valorização da nossa música, não se admite que os dois desacatem a música estrangeira... e principalmente o artista de além-fronteiras. Esclarece que o artista alienigena não têm culpa do descalabro que por aqui exista... que ele deseja ganhar a sua vida como qualquer outro mortal. E que o cantor de boleros gosta do cantor de sambas. Não é preciso, portanto, matar o bolero... ou o seu intérprete, fuzila a Ebreia.

Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1951_00087.pdf

Na figura acima, a leitora E breia de C. A. B Guimar² es se mostra favorªvel em rela'2o a valoriza'2o da mßsica brasileira, mas crªtica a postura ofensiva de Manezinho Araujo²⁷ e Ren¶ Bittencourt em rela'2o as mßsicas estrangeiras pois o cantor de boleros precisa cantar suas mßsicas para sobreviver.

²⁷ Compositor e jornalista tamb¶m representou a oposi'2o aos g,neros musicais estrangeiros juntamente com Bittencourt na Revista do Rádio.

Figura 21 - Revista do R@dio - Ano 4, né86, 1951

CAMINHANDO... PARA TRÁS

HELENA MARIA MENDES, da rua Conde de Bonfim, 138, no Rio, escreve-nos para que digamos a Eliana "para ficar boazinha e aparecer apenas nos c

nemas, em beneficio dos ouvintes". Depois, argumenta que o rádio está caminhando para tras, apresentando apenas novelas e mais novelas, programas detestáveis e boleros em cima de boleros".

OLHA A DIFERENÇA!...

Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1951_00086.pdf

Na figura acima, a leitora Helena Maria Mendes faz uma crítica da intensidade do bolero nos programas de rádio, fazendo com que o rádio caminhasse para trás já que os ouvintes passariam a não mais acompanhar as programações radiofônicas.

Figura 22 - Revista do R@dio - Ano 4, né88, 1951

PRA QUE O "ATAQUE"?...

ZÉLIA DA SILVA VELOSO, da rua, Miguel Couto, 115, 2.º andar no Rio considera que

la rua Garcia Pereira, 12, em

o René Bittencourt deveria parar com os seus ataques ao "bolero", a melodia que, no seu entender é muito bonita e que não deseja brigar com o samba. E argumenta, depois, que até mesmo no Brasil se faz boleros, como no caso do "Que Será" e "Brumas".

Fonte: http://memoria.bn.br/pdf/144428/per144428_1951_00088.pdf

A leitora Zélia da Silva pede que Bittencourt pare com suas críticas ao bolero afirmando que o gênero musical é muito bonito e que não pretende competir com o samba. Já que no Brasil também se fazem boleros.

A coluna Opinião do F2 representou de forma reduzida as opiniões, sugestões, críticas, queixas e reclamações dos leitores, sobre qualquer assunto ou detalhe ligado ao rádio. As cinco cartas em destaque mostraram a diversidade de opiniões quanto a popularização dos gêneros musicais estrangeiros no país, principalmente o bolero. E algumas opiniões destacadas se referiam diretamente ao jornalista René Bittencourt e suas opiniões quanto ao bolero, como ressaltado na figura 20 e 22, em que as leitoras ressaltam que não há necessidade de atacar o bolero e seus intérpretes para defender a música nacional, teriam espaços para todos os gêneros musicais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho analisou o impacto da popularização do bolero Brasil nas décadas de 1940 e 1950, com base nas crônicas publicadas por Renú Bittencourt na coluna Feira de Amostras, publicada na Revista do Rádio. Para isso, foi necessário compreender o desenvolvimento do rádio vinculado aos projetos nacional-desenvolvimentista que proporcionou condições para a consolidação de um mercado editorial de revistas que culminou na criação da Revista do Rádio.

O rádio também contribuiu diretamente com o aparecimento das crônicas de Bittencourt na Revista do Rádio, já que com a popularização do bolero no Brasil compositores e artistas passaram a reivindicar seu espaço do ponto de vista cultural e econômico através das críticas diretas ao bolero e outros gêneros que marcavam presença no mercado fonográfico brasileiro.

A Revista do Rádio, diferentemente de outros periódicos como a Revista de Música Popular Brasileira, que tinha a proposta de defender o nacionalismo baseado nas bases folcloristas urbanas, tratava da inserção dos gêneros estrangeiros no país de forma amena e sem adquirir posicionamentos, pois grande parte dos leitores do periódico eram fãs dos gêneros estrangeiros, como o bolero.

Por isso, conclui-se que a Revista do Rádio como um periódico não se posicionava contra os gêneros estrangeiros, mas sim quanto à desvalorização dos compositores e artistas brasileiros que naquele cenário perderam espaço e mercado para os estrangeiros.

O periódico reconhece que as intervenções contra os gêneros estrangeiros que Bittencourt faz na revista como heroísmo com excesso de zelo e entende que ele quer que a valorização da música nacional por parte dos brasileiros, que davam prioridade para os artistas estrangeiros.

Esse reconhecimento do impacto das crônicas de Bittencourt perante aos leitores que se davam pelas cartas diretas dos leitores com as opiniões direcionadas a Bittencourt através da coluna Opinião do F2, em que seus descontentamentos com as críticas de Bittencourt ao bolero, mas outros apoiavam o jornalista em suas opiniões.

Essa característica diferencia e representa a singularidade da Revista do Rádio e para o entendimento das crônicas de Bittencourt como uma troca, pois a coluna Feira de Amostras e a coluna Opinião do F2 dialogavam diretamente entre si.

A solução apontada pela Revista do Rádio é que possa haver um equilíbrio entre a exportação e importação da música e caso ocorresse isso, os gêneros estrangeiros e nacionais poderiam conviver no mercado fonográfico.

As crônicas de Bittencourt representavam as tentativas de valorização da música popular brasileira no mercado fonográfico e a legitimação de um projeto ideológico que tentava impulsionar o nacionalismo mediante às invasões estrangeiras.

Entendeu-se que as motivações do cronista também eram pessoais, pois como empresário e compositor sofria com as consequências da popularização do bolero no mercado fonográfico e radiofônico.

A revista desempenhou um papel de extrema importância e que era uma das características básicas nas criações de revistas na América Latina e que mostra uma frequente relação entre lugares através da cultura, literatura e nas produções artísticas, conforme as explicações da historiadora Regina Crespo que

Enquanto os jornais trabalham com os fatos no calor hora, o tempo das revistas é menos rígido e urgente. Menos submetidos ao imediatismo das notícias, os editores das revistas reservam aos temas e fatos que decidem trabalhar um tempo de elaboração maior e um espaço material (número de colunas ou páginas) eventualmente mais amplo (CRESPINO, 2011, p. 99).

Outra característica é a afinidade que as opiniões de Bittencourt em suas crônicas na coluna Feira de Amostras poderiam ter com a corrente folclorista, que como exposto pela historiadora Tônia Garcia em A folclorização do popular: uma operação de resistência à mundialização da cultura, no Brasil dos anos 50, essa popularização do estrangeirismo desenvolve-se sob amplas críticas, principalmente pelos folcloristas, que enxergam essa popularização como contaminação e degeneração da música nacional, ou seja, é a originalidade e a nacionalidade que antes a música nacional apresentava por meio do rádio, sendo tomada e influenciada pelas músicas estrangeiras.

A análise desses posicionamentos por parte de Renée Bittencourt em suas crônicas na coluna Feira de Amostras nos proporciona o entendimento das transformações e hibridismo que estava acontecendo no cenário musical brasileiro e como a popularização de um gênero que apesar de estrangeiro e a língua como uma das principais barreiras, tem esse espaço já consolidado e conquistado.

Com esses aspectos, temos pontos de convergências e fatores que proporcionaram a análise em especial das crônicas de Renée Bittencourt na Revista

do Rádio, isso se considerarmos a longevidade da coluna na revista e o espaço impresso que representa a História do Rádio e um acervo que proporciona a leitura da popularidade das músicas, e dos seus intérpretes por trás delas.

Outro ponto significativo para a análise do periódico consiste no diálogo que ela teve com outras revistas. A revista O Cruzeiro era uma das que trazia a rivalidade entre elas e, ao mesmo tempo, abriu um campo no mercado editorial para diversas revistas ao inovar e usar reportagens e o uso de fotografias para ilustrar um acontecimento, o que a tornou pioneira no campo de entretenimento.

A popularização em massa do rádio refletiu em outros meios de comunicação como as revistas radiofônicas, que adaptaram suas linguagens para que se aproximassem do leitor na mesma linguagem radiofônica, como observado na Revista do Rádio, que o tempo todo trata o leitor de forma próxima e tenta integrá-lo como parte primordial da existência da revista.

Todas essas características nos deram um direcionamento mais preciso quanto à Revista do Rádio, pois ao traçar seu perfil metodológico, o objetivo deste trabalho na análise das crônicas do jornalista Renú Bittencourt dentro da revista e do contexto da época foi significativamente alcançado.

A Revista do Rádio é o foco desta pesquisa, já que algumas das opiniões emitidas em suas edições coincidem com os ideais folcloristas que se engajavam na busca pela tradição, voltada no sentimento de nacionalidade, com a valorização da música nacional brasileira nos veículos de comunicação como jornais, revistas e rádio.

Porém, em meio à chuva de condenações dos críticos brasileiros, o gênero musical latino-americano ainda ganhava fãs e fazia um sucesso massivo nas rádios brasileiras, resultando no alcance do topo das paradas nacionais.

O interessante é que os críticos que eram intelectuais brasileiros, compositores e jornalistas criaram estratégias no combate às músicas estrangeiras, que através de periódicos como a Revista da Música Popular Brasileira e a Revista do Rádio se tornaram espaço para essas diversas críticas e eles davam estratégias para solucionar a invasão do estrangeirismo no gosto massivo do público brasileiro.

REFERÊNCIAS

- ABREU, M@rcia. Impress@o R@lgia do Rio de Janeiro: novas perspectivas. In: Semin@rio Brasileiro sobre livro e Hist@ria editorial, 1., 2004, Rio de Janeiro. Dispon@vel em: <<https://goo.gl/JPQLzu>>. Acesso em: 22 nov. 2018;
- ABREU, Karen C. K.; BAPTISTA, P@ia C. Q. A Hist@ria das revistas no Brasil: um olhar sobre o segmentado mercado editorial. Revista Cient@fica Plural, 2010, v. s/n, p. 1-23;
- AGUIAR, Ronaldo Conde. Almanaque da R@dio Nacional - Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007;
- AGUIAR, Joselia. Tango, Bolero e Fado permanecem vivos por causa de sua liga@o com as m@dias eletr@nicas. Revista Pesquisa Fapesp - S@o Paulo, 2010, v. s/n. ed. 172. p. 90-93;
- ALMEIDA, Claudio A. Os anos 50. In:_____. Cultura e sociedade no Brasil: 1940-1968. 1@ ed. S@o Paulo: Atual, 1996. p. 38-54;
- ALMEIDA, L@cio Fl@vio Rodrigues de. N@o comprar gato por lebre - por um reexame da rela@o entre nacionalismos e anti-imperialismo nos anos JK. Revista de Lutas Sociais, S@o Paulo, jul-dez.2005. Jan-Jun.2006, n@ 15/16. p. 79-90;
- ALMEIDA, Marco Antonio Bettine de. An@lise do desenvolvimento das pr@ticas urbanas de lazer relacionadas a produ@o cultural no per@odo nacional-desenvolvimentista - globaliza@o atrav@s da `Teoria da A@o Comunicativa_. Campinas: [s.n], 2008;
- ANDRADE, Mario de. M@ssica e Can@o Populares no Brasil. In:_____. Ensaio sobre a M@ssica Popular Brasileira. S@o Paulo, Editora Martins, 1972;
- ARA@JO, Samuel. The Politics of Passion: the Impact of Bolero on Brazilian Music Expressions. In: Yearbook of Traditional Music, Vol. 31, [s.n]: [s.l], 1999;
- AREAS, Daiana Maciel. Imprensa e pol@tica na d@cada de 1950: o caso do Correio da Manh@. Anais do XV Encontro Regional de Hist@ria da ANPUH - Rio de Janeiro, 2012;
- ARISTIZ@BAL, Alonso. La Am@rica del bolero y el tango. In:_____. Cahiers du monde hispanique et luso-br@silien, n@48, 1987. Musiques populaires et identit@s en Am@rique latine. p. 145-148;
- AZEVEDO, Lia Calabre. No tempo da r@dio: Radiofus@o e cotidiano no Brasil: 1923 - 1960. Niter@i, 2002;
- _____. A Era do R@dio. ANPUH - XXII Simp@rio Nacional de Hist@ria - Jo@o Pessoa, 2003, p. 1-8;
- BARBOSA, Carlos Alberto Sampaio. BEIRED, JLB, and BARBOSA, CAS., orgs. Pol@tica e identidade cultural na Am@rica Latina. Editora UNESP, S@o Paulo: Cultura Acad@mica, 2010;

BARBERO, Jesús-Martin. Modernidade e Mediação de massa na América Latina. In: _____. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Dos meios à mediação: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, p.123-128;

BENEVIDES, Maria Vitória. O governo Kubitschek: A esperança como fator de desenvolvimento. In: _____. Gomes, Míngela de Castro (org.). O Brasil de JK. Rio de Janeiro: FVG, 1991;

BITTENCOURT, Drielle Souza. O Jornal como fonte: análise e sustentação teórica gramsciana. In: Jornal O Imparcial: o poderoso aparelho privado de hegemonia na ascensão política de José Sarney (1964-1966). Monografia (Graduação) - São Luís, 2016;

BURKE, Peter. O que é História Cultural. Tradução de Sergio Goes de Paula. - 2. ed. ver. e ampl. - Rio de Janeiro: Zahar, 2008;

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. Getúlio Vargas: O estadista, a nação e a democracia. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2663/TD%20191%20-%20Luiz%20Carlos%20Bresser%20Pereira.pdf>. Acesso em: 16 de julho de 2018;

CAMPOS, Maria Inês Batista. Itinerário do gênero Crônica. In: _____. Identidade em construção: presenças francesa, brasileira e paulista em crônicas de cultura da Revista Do Brasil (1922-1925) - Volume 1. Tese (Doutorado) - São Paulo, 2002;

CAPELATO, Maria Helena. A imprensa como fonte e objeto de estudo para o historiador. In: _____. História das Américas: fontes e abordagens historiográficas. VILLARÁ, Mariana; PRADO, Maria Lígia Coelho (orgs.) - São Paulo: Humanitas: CAPES, 2015;

_____. O Estado Novo: O que trouxe de novo? In: _____. O Brasil Republicano - O tempo do nacional-estatismo do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo. FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucília de Almeida Neves (orgs.) - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. - 2ª Ed. - vol. 2, 2007;

CARDOSO, Heloísa Helena Pacheco. Os anos dourados: memória e hegemonia. Revista Art Cultura, Uberlândia, v.9. nº 14, jan-jun. 2007;

CORRNA, Gabriel. Heterogeneidade? Se heterogeneidade, desmancha-se... representação histórica nas crônicas Gazeta de Holanda, de Machado de Assis. - 1ª ed. - Curitiba: Editora Prismas, 2017;

CRESPO, Regina Aída. Revistas culturais e literárias latino-americanas: objetos de pesquisa, fontes de conhecimento histórico e cultural. In: _____. Cadernos de Seminários de Pesquisa. JUNQUEIRA, Mary Anne; FRANCO, Stella Maris Scatena (orgs.). Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo / São Paulo: Humanitas, 2011;

CRUZ, Marta Vieira. Brasil nacional-desenvolvimentista (1946-1964). Disponível em: http://www.histedbr.fe.unicamp.br/navegando/artigos_pdf/Marta_Vieira_Cruz_artigo.pdf. Acesso em: 11 de julho de 2018;

DMNGELO, Newton. A Radiofoniza o da escrita no Brasil: intelectuais, Estado e revistas radiofônicas (1935-1954). In: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunica o XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunica o - Rio de Janeiro: Intercom, 2015;

_____. Intelectuais, revistas radiofônicas e música popular no Brasil: O rádio por Escrito (1924-1954). XXVII Simpósio Nacional de História - ANPUH. Natal, 2013;

DE LUCA, T nia Regina. Fontes impressas - História dos, nos e por meio dos periódicos. In:_____. PINSKY, Carla Bassanezi (org.). Fontes Históricas .2  ed., 1  reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008;

_____; MARTINS, Ana Regina. História da imprensa no Brasil. 2 ed, 1  reimpressão. - São Paulo: Contexto, 2012;

DIAS, L cia C. M; ADAMI, Ant nio. As revistas de rádio brasileiras pioneiras e a espetaculariza o. In: Anais do Intercom - 40  Congresso Brasileiro de Ciências da Comunica o. Curitiba - PR - Setembro, 2017. São Paulo: Intercom, 2017;

FARRET, Rafael Leporace; PINTO, Simone Rodrigues. América Latina: Da constru o do nome - consolida o da ideia. Revista Topoi, Rio de Janeiro, jul-dez .2011, v. 12, n. 23, p. 30-42;

FAUSTO, Boris. História do Brasil. 2 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Funda o de Desenvolvimento da Educa o, 1995.

FERREIRA, Raquel França dos Santos. Crônicas, Jornais e Rio de Janeiro na década de 1950. Anais do XIII Encontro ANPUH-Rio. Rio de Janeiro: Anpuh, 2008;

GARCIA, T nia. A folcloriza o do popular: uma opera o de resistência - mundializa o da cultura, no Brasil dos anos 50. Revista ArtCultura. Uberlândia, v. 12, n. 20, jan-jun. 2010;

GIANELLI, Carlos Gregório dos Santos. Acervo digitalizado da Revista do Rádio na hemeroteca digital da biblioteca nacional: reflexões e usos da história digital no tempo presente. UDESC, Florianópolis, 2007;

HAUSSEN, Doris Fagussen; BACCHI, Camila Stefenon. A Revista do Rádio através de seus editoriais (década de 50). In: Anais do XXIV Congresso Brasileiro da Comunica o - Campo Grande, MS - Setembro 2001. São Paulo: Intercom, 2001;

HOBBSAWM, Eric. A inven o das tradi es. In:_____. A inven o das tradi es. Terence Ranger (orgs.) - Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997;

KNIGHTS, Vanessa. `El Bolero: Expressi n de la modernidad latinoamericana`. In: Actas del III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el estudio de la Musica Popular (IAS PM-LA). Bogotá Colombia, 2000;

_____. From Santiago de Cuba with Love   The Bolero as an Early Example of Cultural and Economic Globalization. Disponível em: < <https://www.ncl.ac.uk/sacs/POP/papers/transcult.pdf> > Acesso em: 13 de Agosto de 2018;

LEMOS, Lis Caroline; BANDEIRA, Denize Daudt. Revista do Rádio: mulheres em evid ncia. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunica o. XXXIV Congresso Brasileiro da Comunica o. Recife, PE - Setembro 2001;

MAIA, Marta Regina. A diversidade musical do rádio paulistano nas décadas de 30 a 50. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunica o. V Congresso Nacional de História da M dia - São Paulo, SP - Junho, 2007;

MARTINS, Ana Luiza. Da fantasia - História: folheando páginas revisteiras. História (São Paulo) [online] 2003, 22 (PY): Disponível em:< <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=221014788003>>. Acesso em: 12 de Agosto de 2018;

MARONEZE, Luiz Antonio Gloger. A crônica e o fazer histórico na crise da modernidade: reflexões e possibilidades. Revista Estudos Históricos, Uruguay, Julio. 2014, n  12. p. 1-17;

MOURA, Ranielle Leal. História das Revistas Brasileiras - informa o e entretenimento. VII Encontro Nacional de História da M dia. Guarapuava, PR - Abril 2011;

MOREL, Marco. Os primeiros passos da palavra impressa. In: _____. História da imprensa no Brasil. DE LUCA, T nia; MARTINS, Ana Luiza. 2 ed, 1  reimpressão. - São Paulo: Contexto, 2012, p. 23-43;

MICHELLINE, Prisca. A Crônica no Universo Jornalístico e Literário. Contemporânea Revista de Sociologia da UFSCar. São Carlos - SP, 2005;

NAPOLITANO, Marcos. A música brasileira na década de 1950. Revista USP. São Paulo, setembro/novembro 2010, n.87, p. 56-73;

_____. História & Música - história cultural da música popular / Marcos Napolitano. - 3 ed. rev.; 1  reimp. - Belo Horizonte: Autêntica, 2016;

PRADO, Maria Lígia Coelho. O Brasil e a distante América do Sul. Revista de História 145 (2001), p. 127-149;

PEREIRA, Simone Luci.  Qu  bolero? - Questões sobre narrativas, escutas, migra es, identidades. In: _____. ULHXA, Martha Tupinamb de (org.). Can o romântica: intimidade, media o e identidade na América Latina. Folio digital: Letra e Imagem, 2016, p. 145-189;

_____. Uma certa escuta da cidade - práticas musicais entre cubanos em São Paulo. Revista Logos, UERJ - Rio de Janeiro, 2014, v.2, n.24;

PESAVENTO, Sandra. Em busca de um método: As estratégias do fazer História. In: _____. História & História Cultural: 2 ed. 2  reimp. - Belo Horizonte: Autêntica, 2008, p. 66-68;

RIBEIRO JUNIOR, Antonio Carlos Araújo. A experiência do jazz na constru o da música popular brasileira: uma análise de discursos na Revista da Música Popular (1950-1956). Monografia (Gradua o). São Luís, 2015;

SANTOS, Maria Francisca Oliveira. Análise retórica-crítica de gêneros opinativos midiáticos impressos: o editorial e a crônica. III Simpósio Internacional de Estudos dos Gêneros Textuais e II Simpósio Internacional 'Linguagem, Cultura e Sociedade' - Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2005, p. 1429-1437;

SZURMUK, Monica; IRWIN, Robert Mckee. Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos. coordinaci3n de M3nica Szurmuk y Robert McKee Irwin ; colaboradores, Silvana Rabinovich ... [et al.]. ' M3xico: Siglo XXI, Editores: Instituto Mora, 2009;

TINHOR3O, Jos3 Ramos. O R3dio como tema de m3sica popular. In: _____. M3sica Popular: Do gramofone ao R3dio e TV. 2 ed. S3o Paulo: Editora 34, 2014, p. 149-188;

TOTA, Antonio Pedro. O Imperialismo sedutor: A americaniza'2o do Brasil na 3poca da Segunda Guerra Mundial. S3o Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 9-40;

ULHXA, Martha Tupinamb3 COSTA-LIMA NETO, Luiz. ' Jornais como fonte no estudo da m3sica de entretenimento no s3culo XIX. XXIV Congresso da ANNPOM - Associa'2o Nacional de Pesquisa e P3s-gradua'2o em M3sica. S3o Paulo, 2014;

V3SQUEZ, Edwin Pitre. O Bolero no Brasil: met3foras sociais interculturais. S3o Paulo, 2009;

VAZ FILHO, Pedro Serico. A crescente exclusividade do r3dio nos meios impressos e a decad3ncia desses registros diante do desenvolvimento da televis3o. In: _____. A Hist3ria do R3dio Brasileiro na Perspectiva dos Jornais e Revistas do S3culo XX. (Disserta'2o de Mestrado) S3o Paulo: Faculdade C3sper Libero, 2009, p. 131-165;

VICENTE, Rodrigo Aparecido. Notas sobre a constru'2o do 'bom gosto' na M3sica Popular Brasileira. Anais do XXI Encontro estadual de Hist3ria - ANPUH - SP, Campinas, Setembro 2012;

VINZENTINI, Paulo G. Fagundes. Do nacional-desenvolvimentismo - Pol3tica Externa Independente. In: _____. O Brasil Republicano - O tempo de experi3ncia democr3tica - da democratiza'2o de 1945 ao golpe civil-militar de 1964. FERREIRA, Jorge; DELGADO, Luc3lia de Almeida Neves (orgs.) - Rio de Janeiro: Civiliza'2o Brasileira. - 13 Ed. - vol. 3, 2003, p. 195-216;

WASSERMAN, Maria Clara. A revista da M3sica Popular e a cena musical brasileira nos anos 50. In: _____. 'Abre a cortina do passado' - A Revista da M3sica Popular e o pensamento folclorista (Rio de Janeiro: 1954 - 1956). Disserta'2o (Mestre em Hist3ria) - Universidade Federal do Paran3 UFPR. Curitiba, 2002, p. 12-45.

Refer3ncias da Revista do R3dio

BARBOSA, Abelardo Chacrinha. Chacrinha Musical. Revista do R3dio. Rio de Janeiro, 12 de Ago. 1950. Opini3o, p. 33;

DOMINGUES, Anselmo. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, Mai. de 1949. Editorial, p. 3;

DOMINGUES, Anselmo. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 25 de Jun. 1955. Editorial, p. 50;

Vamos Cantar. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 11 de Mar. 1950. Entretenimento, p. 24;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 19 de Dez. 1950. Opinião, p. 17;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 20 de Fev. 1951. Opinião, p. 7;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 24 de Out. 1950. Opinião, p. 8;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 7 de Nov. 1953. Opinião, p. 28;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 26 de Set. 1950. Opinião, p. 9;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 23 de Out. 1951. Opinião, p. 35;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 19 de Jun. 1951. Opinião, p. 17;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 4 de Mar. 1950. Opinião, p. 29;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 26 de Mar. 1955. Opinião, p. 33;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 12 de Set. 1950. Opinião, p. 35;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 19 de Jan. 1957. Opinião, p. 45;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 27 de Out. 1956. Opinião, p. 33;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 17 de Mai. 1958. Opinião, p. 37;

BITTENCOURT, Renê. Feira de Amostras. Revista do Rádio. Rio de Janeiro, 11 de Dez. 1954. Opinião, p. 37.

APPENDICE

APNDICE - TABELA COM AS CRXNICAS DE RENS BITTENCOURT
PUBLICADAS ENTRE 1949 E 1959

Crônica	Tipo de crônica	Edição da Revista	Mês de publicação	Ano de publicação
Oração a S. R@dio	Humorística	00020	Outubro	1949
Anúncios 100% Radiofônicos	Humorística	00025	Março	1950
Dicionário Radiofônico	Humorística	00036	Maio	1950
Responda... se puder	Humorística	00038	Maio	1950
Dicionário Radiofônico	Humorística	00039	Junho	1950
Cai, cai balão? Pois sim!	Humorística	00040	Junho	1950
Vende-se um barco	Humorística	00041	Junho	1950
F² Original	Humorística	00044	Julho	1950
O bom sucesso do m, s...	Humorística (paródia)	00048	Agosto	1950
Dos jornais	Humorística	00049	Agosto	1950
Decepções	Crítica-humorística	00053	Setembro	1950
Partes iguais? Pois sim!	Humorística	00053	Setembro	1950
Coisas de Circo...	Humorística	00053	Setembro	1950
Bravos, senhor diretor	Humorística	00055	Setembro	1950
Responda... se puder	Crítica-Humorística	00055	Setembro	1950
Dicionário Radiofônico	Humorística	00056	Outubro	1950

Do trabalhador	Crítica- Humorística	00057	Outubro	1950
Contra... Contra ataque	Crítica- Humorística	00057	Outubro	1950
Ser possível?	Crítica- Humorística	00059	Outubro	1950
É isto mesmo, no duro	Crítica- Humorística	00061	Novembro	1950
A (In) Utilidade do Rádio	Crítica- Humorística	00063	Novembro	1950
Dos Jornais	Crítica- Humorística	00063	Novembro	1950
Órarias do Rádio	Humorística	00067	Dezembro	1950
Bom dia Brasil!	Crítica- Humorística (texto grande)	00070	Janeiro	1951
Goal do Brasil! Renúncia!	Humorística	00071	Janeiro	1951
Conversa de fés	Humorística	00073	Janeiro	1951
Tribunal do Juri	Humorística	00074	Fevereiro	1951
Mentiras do carnaval que passou	Humorística	00075	Fevereiro	1951
Museus	Humorística	00076	Fevereiro	1951
Pragas	Crítica- Humorística	00085	Abril	1951
Nesta eu fui muito feliz	Crítica- Humorística	00089	Maio	1951
Porque? Lóvai!	Crítica- Humorística	00093	Junho	1951
Três Companheiros	Humorística	00094	Junho	1951
O número quinze	Crítica- Humorística	00095	Julho	1951

Movimento do pronto socorro	Humorística	00096	Julho	1951
Animador, hein?!	Humorística	00096	Julho	1951
Trabalhador do Brasil	Humorística	00099	Julho	1951
(Com licença da palavra) boleros que já chegaram ao Brasil; (com licença da palavra) boleros que estão para chegar ao Brasil	Humorística	00100	Agosto	1951
Ora, seu Borelli!	Crítica- Humorística	00102	Agosto	1951
Para o álbum dos colegas	Humorística	00105	Setembro	1951
O bom sucesso do mês	Crítica- Humorística	00107	Setembro	1951
Que é que há colegas?	Crítica- Humorística	00111	Outubro	1951
Por pouco... pouco	Humorística	00113	Novembro	1951
Ora é do Compositor	Humorística	00113	Novembro	1951
Cartas Anônimas	Crítica- Humorística	00116	Novembro	1951
Para o álbum dos "puxadores"	Crítica- Humorística	00122	Janeiro	1952
Desespero	Humorística	00125	Janeiro	1952
Quarto aniversário da nossa revista. Salve ela!	Crítica- Humorística	00130	Março	1952

Suplício de t° ntalo!	Crítica- Humorística	00133	Março	1952
Outro concurso?!	Crítica- Humorística	00134	Abril	1952
Amigo dos animais...	Crítica- Humorística	00136	Abril	1952
Atenção! O Rádio- Técnicos! (Rádio- Fim)	Humorística	00141	Maio	1952
Atenção! O Rádio- Técnicos! (Rádio- Muda-muda)	Humorística	00141	Maio	1952
Atenção! O Rádio- Técnicos!(Rádio-Box)	Humorística	00142	Maio	1952
Barbaridades do rádio!	Humorística	00142	Maio	1952
Mais uma chantagem...	Crítica- Humorística	00145	Junho	1952
Entrevista	Crítica- Humorística	00145	Junho	1952
Por favor! ...	Crítica- Humorística	00149	Julho	1952
Melhor que dicionário!	Crítica- Humorística	00154	Agosto	1952
Correspondência	Crítica- humorística	00155	Agosto	1952
Deve ser isso...	Humorística	00156	Setembro	1952
Senhores discotecários, meu caro Ary Barroso	Crítica- Humorística	00157	Setembro	1952
Romantismo	Crítica- Humorística	00157	Setembro	1952
Sociais de `Feira de Amostras_	Crítica- Humorística	00161	Outubro	1952

Qual é melhor?	Crítica- Humorística	00162	Outubro	1952
Caso de polícia!	Crítica- Humorística	00162	Outubro	1952
Elas por elas	Crítica- Humorística	00168	Novembro	1952
Quem sou?	Crítica- Humorística	00170	Dezembro	1952
O Bom sucesso do mús (Canção do bagulho) - Para ser cantada com a música da canção da criança_ (Paródia)	Crítica- Humorística	00170	Dezembro	1952
Mais um...	Crítica- Humorística	00171	Dezembro	1952
Viu?	Crítica- Humorística	00174	Janeiro	1953
Doutor Renal Bittencourt especialista em moléstias perigosas	Crítica- Humorística	00176	Janeiro	1953
Bravos, Silvio Caldas!	Crítica- Humorística	00178	Fevereiro	1953
No teatro glória	Humorística	00180	Fevereiro	1953
Noivo inteligente!	Crítica- Humorística	00185	Março	1953
Retrato do...	Crítica- Humorística	00188	Abril	1953
O bom sucesso do mús (N Brasil!) (Paródia)	Crítica- Humorística	00188	Abril	1953
Mentiras corriqueiras	Crítica- Humorística	00205	Agosto	1953

Agora eu quero ver	Crítica- Humorística	00205	Agosto	1953
Força de Vontade	Crítica- Humorística	00217	Novembro	1953
Está muito manjado	Crítica- Humorística	00218	Novembro	1953
Tudo em quatro (paródia)	Crítica- Humorística	00219	Novembro	1953
Muito bem!	Crítica- Humorística	00229	Janeiro	1954
Atenção para os nossos concursos	Crítica- Humorística	00230	Fevereiro	1954
Que maravilha!	Crítica- Humorística	00231	Fevereiro	1954
Conversa de esquina	Crítica- Humorística	00233	Fevereiro	1954
Fenômeno? Não! Um bolero!	Crítica- Humorística	00241	Abril	1954
Vai ver que não o quê...	Crítica- Humorística	00244	Maiο	1954
O mundo é mesmo assim...	Crítica- Humorística	00246	Maiο	1954
Ciência no rádio	Crítica- Humorística	00253	Julho	1954
Disse o filósofo	Crítica- Humorística	00256	Agosto	1954
Falando sério...	Crítica- Humorística	00256	Agosto	1954
Diário do Renzinho	Crítica- Humorística	00261	Setembro	1954
Dicionário Radiofônico	Crítica- Humorística	00262	Setembro	1954

Calendário Agrícola - Mês de Setembro	Crítica- Humorística	00264	Outubro	1954
Jornal falado	Crítica- Humorística	00270	Novembro	1954
Jornal Falado... - São Paulo	Crítica- Humorística	00274	Dezembro	1954
Disse o filósofo	Crítica- Humorística	00276	Dezembro	1954
Gramática de Rádio	Crítica- Humorística	00279	Janeiro	1955
Sai dessa, leitor!	Crítica- Humorística	00282	Fevereiro	1955
Prova batata	Crítica- Humorística	00283	Fevereiro	1955
Jornal falado - Rio (sem urgência)	Crítica- Humorística	00284	Fevereiro	1955
Sem título	Crítica- Humorística	00287	Março	1955
Disse o filósofo	Crítica- Humorística	00288	Março	1955
Jornal falado - Rio (pela rede verde- amarelo)	Crítica- Humorística	00289	Março	1955
Estética de amargar	Crítica- Humorística	00290	Abril	1955
Sai pra lá	Crítica- Humorística	00291	Abril	1955
Vejam se não o filósofo...	Crítica- Humorística	00293	Abril	1955
Papagaio de morte!	Crítica- Humorística	00300	Junho	1955
Estado de Rádio que o parta	Crítica- Humorística	00306	Julho	1955

Ser@ ...	Crítica- Humorística	00311	Agosto	1955
O valor da música	Crítica- Humorística	00312	Setembro	1955
Dicionário Radiofônico	Crítica- Humorística	00318	Outubro	1955
Ciência e micróbios	Crítica- Humorística	00320	Outubro	1955
Resposta 100%	Crítica- Humorística	00323	Novembro	1955
Pela metade...	Crítica- Humorística	00324	Novembro	1955
Deus é muito grande e, brasileiro!	Crítica- Humorística	00325	Dezembro	1955
Boa direção	Crítica- Humorística	00326	Dezembro	1955
Mesada, não!	Crítica- Humorística	00329	Dezembro	1955
Filmes da semana	Crítica- Humorística	00332	Janeiro	1956
Musalim	Crítica- Humorística	00336	Fevereiro	1956
Burro, Hein!	Crítica- Humorística	00338	Março	1956
Aluno Adiantado	Crítica- Humorística	00339	Março	1956
A união faz a força	Crítica- Humorística	00339	Março	1956
Doença Gravíssima!	Crítica- Humorística	00340	Março	1956
Atos irracionais!	Crítica- Humorística	00341	Março	1956

Repórter isso	Crítica- Humorística	00363	Agosto	1956
Você sabia?	Crítica- Humorística	00364	Setembro	1956
Repórter isso	Crítica- Humorística	00367	Setembro	1956
Significado das cores	Crítica- Humorística	00368	Setembro	1956
Repórter isso	Crítica- Humorística	00368	Setembro	1956
Bichinhos sabidos!	Crítica- Humorística	00370	Outubro	1956
Repórter isso	Crítica- Humorística	00370	Outubro	1956
Repórter isso	Crítica- Humorística	00371	Outubro	1956
Repórter isso	Crítica- Humorística	00372	Outubro	1956
Grande convite	Crítica- Humorística	00372	Outubro	1956
Papagaio patriota	Crítica- Humorística	00372	Outubro	1956
Repórter isso	Crítica- Humorística	00378	Dezembro	1956
Repórter isso	Crítica- Humorística	00380	Dezembro	1956
História para crianças... E adultos	Crítica- Humorística	00380	Dezembro	1956
Cuidado! Perigo de vida!	Crítica- Humorística	00381	Dezembro	1956
Monstruoso!	Crítica- Humorística	00383	Janeiro	1957

Bolero!	Crítica- Humorística	00384	Janeiro	1957
Repórter isso	Crítica- Humorística	00387	Fevereiro	1957
Repórter isso	Crítica- Humorística	00390	Março	1957
Nossas publicações	Crítica- Humorística	00390	Março	1957
Tragédia	Crítica- Humorística	00393	Março	1957
Eta, Brasil!	Crítica- Humorística	00393	Março	1957
Dicionário Radiofônico	Crítica- Humorística	00398	Abril	1957
Puxa!	Crítica- Humorística	00402	Maior	1957
Repórter isso	Crítica- Humorística	00404	Junho	1957
Serve, como não?	Crítica- Humorística	00408	Julho	1957
Mau ladrão	Crítica- Humorística	00410	Julho	1957
Diagnóstico Batata	Crítica- Humorística	00422	Outubro	1957
Nã, cozinheira boa	Crítica- Humorística	00429	Novembro	1957
Repórter isso!	Crítica- Humorística	00431	Dezembro	1957
Técnico Banana	Crítica- Humorística	00439	Fevereiro	1958
Pausa para meditação	Crítica- Humorística	00445	Março	1958

H@ muitas assim!	Crítica- Humorística	00446	Mar' o	1958
Dois anos depois	Crítica- Humorística	00446	Mar' o	1958
Dicion@rio Radiof×nico	Crítica- Humorística	00447	Abril	1958
Enquete	Crítica- Humorística	00449	Abril	1958
No para'so (ou 'deveria ser assim_)	Crítica- Humorística	00451	Maio	1958
A cadeia ¶ melhor	Crítica- Humorística	00453	Maio	1958
E ¶ verdade!	Crítica- Humorística	00454	Maio	1958
Pai brasileir'ssimo	Crítica- Humorística	00460	J ulho	1958
Casal brasileir'ssimo	Crítica- Humorística	00460	J ulho	1958
Dicion@rio radiof×nico	Crítica- Humorística	00463	J ulho	1958
Prov¶rbio Radiof×nico	Crítica- Humorística	00464	Agosto	1958
Abre, como n' o?	Crítica- Humorística	00468	Agosto	1958
Programa de conselhos	Crítica- Humorística	00469	Setembro	1958
Rep¶ter isso	Crítica- Humorística	00469	Setembro	1958
Filho de peixe	Crítica- Humorística	00470	Setembro	1958
Espera, deitado!	Crítica- Humorística	00471	Setembro	1958

Mancadas f3nebres	Cr3tica- Humor3stica	00471	Setembro	1958
Hor3scopos	Cr3tica- Humor3stica	00472	Setembro /Outubro	1958
Rep3rter isso	Cr3tica- Humor3stica	00474	Outubro	1958
N2 o 3, n2 o, rapaz!	Cr3tica- Humor3stica	00475	Outubro	1958
N2 o 3, n2 o!	Cr3tica- Humor3stica	00476	Novembro	1958
Rep3rter isso	Cr3tica- Humor3stica	00476	Novembro	1958
Pensamentos Radiof3nicos	Cr3tica- Humor3stica	00477	Novembro	1958
Eleitores esclarecidos	Cr3tica- Humor3stica	00479	Novembro	1958
Dicion3rio Radiof3nico	Cr3tica- Humor3stica	00480	Novembro	1958
Rep3rter isso	Cr3tica- Humor3stica	00480	Novembro	1958
Salve, Salve!	Cr3tica- Humor3stica	00480	Novembro	1958
Viu?	Cr3tica- Humor3stica	00481	Dezembro	1958
Viu?	Cr3tica- Humor3stica	00492	Fevereiro	1959
Poesia oportuna	Cr3tica- Humor3stica	00492	Fevereiro	1959
Que coisa!	Cr3tica- Humor3stica	00493	Fevereiro	1959
Frases jamais pronunciadas	Cr3tica- Humor3stica	00493	Fevereiro	1959

Cª mera...dois (Alta com¶dia sem palavras em 4 atos) - Cena: Floresta	Cr¶tica- Humor¶stica	00494	Mar¶o	1959
Professora brasileir¶ssima	Cr¶tica- Humor¶stica	00497	Mar¶o	1959
Pensamento radiof¶nico	Cr¶tica- Humor¶stica	00502	Maio	1959
T¶ pior!	Cr¶tica- Humor¶stica	00502	Maio	1959
Conselhos dom¶sticos	Cr¶tica- Humor¶stica	00505	Maio	1959
Conselhos dom¶sticos	Cr¶tica- Humor¶stica	00506	Maio	1959
Que al¶vio!	Cr¶tica- Humor¶stica	00507	J unho	1959
Condenado Brasileiro	Cr¶tica- Humor¶stica	00507	J unho	1959
Desgostos naturais	Cr¶tica- Humor¶stica	00509	J unho	1959
Pensamentos radiof¶nicos	Cr¶tica- Humor¶stica	00518	Agosto	1959
Rep¶rter isso	Cr¶tica- Humor¶stica	00518	Agosto	1959
Pensamentos radiof¶nicos	Cr¶tica- Humor¶stica	00526	Outubro	1959
T¶ vendo?	Cr¶tica- Humor¶stica	00527	Outubro	1959
Boa medida!	Cr¶tica- Humor¶stica	00527	Outubro	1959
Quando transviados encontram	os se Cr¶tica- Humor¶stica	00529	Novembro	1959

Epitáfio	Crítica- Humorística	00531	Novembro	1959
Dêno mesmo	Crítica- Humorística	00531	Novembro	1959
A burrice não limite	Crítica- Humorística	00532	Novembro	1959
Repórter isso	Crítica- Humorística	00532	Novembro	1959
Na loja de discos	Crítica- Humorística	00535	Dezembro	1959
Anúncio...	Crítica- Humorística	00535	Dezembro	1959
Epitáfio	Crítica- Humorística	00536	Dezembro	1959