

Entre microfones e bastidores: Estado novo, radiodifusão e intervenção cultural em sergipe

Dilton Cândido Santos Maynard

Professor da Fundação Universidade Estadual de Alagoas/Escola Superior de Ciências Humanas e Econômicas de Palmeira dos Índios.
Mestre em Sociologia pela Universidade Federal de Sergipe e Doutorando em História pela Universidade Federal de Pernambuco

Resumo

O artigo analisa a programação da Rádio Difusora Aperipê de Sergipe, PRJ-6, criada durante o Estado Novo. A partir dessa análise, são identificadas algumas estratégias utilizadas pelos gestores da Aperipê para dotá-la de programas e artistas que se valiam de diferentes táticas para atrair o ouvinte.

Palavras-chave: Estado Novo. Rádio. Sergipe.

Abstract

This article analyzes the content of the radio programs produced during the Estado Novo by *Radio Difusora Aperipê de Sergipe* (PRJ-6). From this, some strategies used for their managers are identified for to fill it with programs and artists. The text still analyzes different tactics to attract the listener of the first radio in Sergipe.

Keywords: Estado Novo. Radio. Sergipe.

Este artigo é dedicado a observações sobre a programação da Rádio Difusora Aperipê de Sergipe, PRJ-6, durante o Estado Novo. O que se busca é identificar quais estratégias foram utilizadas pelos organizadores dessa emissora originalmente estatal para, após ter sido erguida a (precária) estrutura da primeira radiodifusora sergipana, preenchê-la com programas que efetivamente dessem à rádio o caráter de uma emissora do tipo *broadcasting*. A partir da documentação pertencente ao Departamento de Propaganda e Divulgação Estadual (DPDE) depois chamado DEIP, Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda), à qual se somam matérias de jornais e depoimentos de ex-integrantes da emissora, serão examinados os tipos de programas irradiados, bem como suas atrações e táticas para atrair o ouvinte. Antes de se falar propriamente dos programas, é preciso lembrar que ouvi-los não era tarefa tão fácil quanto atualmente. Durante os primeiros anos da PRJ-6, além de uma programação atrativa, os gerentes da propaganda estatal trataram de providenciar meios de ampliar o

número de ouvintes no estado. De nada adiantariam bons programas sem ouvintes. Embora contasse com algumas casas comerciais que já realizavam a venda de rádio-receptores, no final dos anos 30, Aracaju e as demais cidades sergipanas não eram fartas nesses aparelhos. Nos primeiros tempos, rádio era um artigo de luxo, um artefato de gente abastada. O radialista José Eugênio afirmou:

[...] *um rádio, em Aracaju, naquela época era difícil que era danado, entendeu? Onde existia um rádio, existia um aglomerado de pessoas. Ali, assistindo, porque nem todo mundo tinha condição de comprar um aparelho receptor.*¹

Dessa forma, reproduzindo uma estratégia utilizada em outros lugares, o DEIP tentava amenizar a situação, instalando caixas de som na Praça Fausto Cardoso, centro aracajuano, em frente ao Palácio do Governo.²

Nascidos num tempo em que até mesmo o retrans-

¹ EUGÊNIO, José. Entrevista ao programa Videoteca Aperipê Memória. Aracaju: Fundap, programa gravado em 22/03/1990, Fita n: 0603- G.

² Ver GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero/CNPq, 1990.

missor era de difícil acesso, peça cobiçada para abrihantar a sala de estar, e fruto de uma indústria cultural ainda incipiente, os programas da emissora apresentavam uma mescla de tendências distintas durante o Estado Novo. A adoção de uma postura absolutamente autoritária, tendente a privilegiar o uso da rádio para dar vazão aos programas doutrinários do Estado, pretendia uma programação mais maleável, sobretudo após o início da fase comercial das emissoras radiofônicas.³ Tratava-se de um processo instável, mas que resultou em uma programação diversificada, com locutores e artistas consagrados graças a ela. Mais que isso, tal mistura contribuiu fundamentalmente para a idealização das imagens de políticos como Getúlio Vargas (1882-1954), em escala nacional, e Augusto Maynard Gomes (1895-1969), no âmbito regional, atestando assim o poder de fogo da nova mídia. Em Sergipe, coube a nomes como João Melo, Guaracy França e João Lopes o trabalho de levar a voz do Estado Novo para todos os espaços possíveis. A fim de realizar esse intento, o Departamento de Propaganda colocou os artistas locais em contato com alguém dono de apurados conhecimentos sobre o fazer radiofônico. O *cast* inicial da Aperipê recebeu coordenadas sobre o ofício de cantar numa radiodifusora. O “preceptor” dos sergipanos nessa questão era, já naquela época, bastante famoso: Silvio Caldas.

Habitado ao microfone da PRE-8, Rádio Nacional do Rio de Janeiro, o “poeta da voz” fez as vezes de professor nas primeiras irradiações da Rádio Aperipê realizadas em 1939. Nas palavras de João Melo, cantor de destaque da emissora nos anos 30 e 40, “[...] o Silvio Caldas estava aqui fazendo uma temporada, foi quem nos orientou como cantar: você dá um agudo, puxa um pouco, você faz um grave, chega mais perto”⁴. Conforme Carnera, violonista e responsável pelo “conjunto regional” da PRJ-6, as apresentações de Silvio Caldas saíram a custo zero: “[...] nós conseguimos gratuitamente, sem pagamento, remuneração nenhuma, levamos ele diversas vezes para os transmissores.”⁵ O próprio DPDE anunciava que, “[...] dando lustre ao programa oficial Rádio

Aperipê de Sergipe”, Silvio Caldas, “[...] o querido astro da mais brilhante *broadcasting* carioca, encantarà os nossos rádio-escutas, cantando números do seu repertório, acompanhado pelo conjunto regional ‘Aperipê’, dirigido por Carnera.”⁶

A presteza de Caldas dava-se talvez porque o cantor, animado com o Cassino Brahma, palco de jogos de azar, encontrava nas apresentações gratuitas o seu ponto de equilíbrio com o governo local. Fazia um favor ao DPDE e não era importunado na prática do baralho e da roleta. João Melo conta que “[...] onde ele achava um negóciozinho, ele ficava. Uma vez ele ficou um mês e meio; foi preciso arranjar mais alguma coisa para ele fazer. Ele ficou assim: ‘não vou agora não, aqui tem roleta!’”⁷ O cantor carioca, estrela principal nesses momentos iniciais da radiodifusão sergipana, era acompanhado de um séquito de rapazes e moças que pretendiam realizar o sonho de ser artista. Alguns desses iniciantes acabaram, anos depois, ingressando no universo radiofônico como profissionais.

O apelo popular dos programas de auditório levava o então interventor Augusto Maynard Gomes a ter zelo pela programação desenvolvida pela PRJ-6. Carnera recorda: “Maynard nos visitava constantemente. Ora, um interventor sair do Palácio, pra sentar, né?... num auditório, pra assistir a um programa era muito difícil, né? E ele ia. Ele ia pessoalmente.”⁸

Além das atividades nos dias de auditório, a PRJ-6 produzia ainda informativos próprios, bem como transmitia, ao vivo, os grandes eventos da cidade. Os jogos de futebol, por exemplo, ganhavam uma dimensão diferente quando irradiados pela emissora. A julgar pelos lembretes nas páginas dos jornais, tais eventos freqüentemente tiveram cobertura. Dessa maneira, poderiam chegar aos ouvintes as disputas entre os times mais populares, como o Sport Clube Sergipe e o Cotinguiba Esporte Clube. E mais, o interventor, o prefeito e/ou o presidente apareciam “objetivados” nos troféus ou nos torneios que, transmitidos via rádio, compunham parte de uma programação que se propunha eclética.

³ Ver VELLOSO, Mônica Pimenta. *Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo*. Rio de Janeiro: CPDOC/FGV, 1987.

⁴ MELO, João. Entrevista ao autor realizada em 30/03/1999. In: MAYNARD, Dilton Cândido Santos. *A arma retórica: o uso político do rádio em Sergipe (1939-1945)*. São Cristóvão: NPPCS, 2003. 154 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, 2003.

⁵ CARNERA. Entrevista ao autor realizada em 05 abr. 1999. In: MAYNARD, op.cit., p. 153.

⁶ Rádio Aperipê de Sergipe. DPDE, s/d.

⁷ MELO, João. Entrevista ao autor realizada em 30 mar. 1999. In: MAYNARD, op. cit., p. 161.

⁸ CARNERA. Entrevista ao autor realizada em 05 abr. 1999. MAYNARD, op.cit., p. 155.

Essa programação diversificada encontrava limites num *cast*⁹ de experiência reduzida em transmissões radiofônicas, bem como na limitada capacidade do seu gerador (era preciso haver paradas para que a máquina pudesse ter um “descanso”). Porém, mesmo com tais limitações, a rádio foi utilizada como uma ferramenta política. Ainda assim, segundo Carnera, a preocupação em diversificar era constante, algo mais realizável quando se tratava de programas feitos pela própria rádio: “[...] nós sempre fazíamos uma programação variada, né? Por exemplo: não se botavam dois, três cantores de vez, né? Um cantor, uma cantora, uma dupla, uma orquestra. Uma coisa assim, variada.”¹⁰ O cuidado em manter uma programação variada aparecia, por exemplo, num documento de 6 de março de 1943, quando o Consulado Britânico enviou, em resposta à solicitação do diretor da PRJ-6, “algumas palestras apropriadas para transmissões”, comprometendo-se a remeter material propagandístico sobre o seu país: “[...] continuarei com muito prazer fornecendo a V.S. todo material, revistas, etc. ao meu dispor.”¹¹

A intenção, com tais pedidos, era se criar um programa sobre as nações americanas, incluindo aí a Inglaterra, devido à conjuntura de guerra (o Brasil deveria conhecer seus aliados). Na empreitada, nem mesmo a contribuição do Birô Rockefeller¹² deixou de ser solicitada. Em 27 de março de 1943, Frank Nattier, coordenador interino do Inter-American Affairs, remetia para a PRJ-6 alguns programas de rádio elaborados nos Estados Unidos. A desculpa para o envio desse tipo de material era o fato de não haver, na ocasião, um programa que desse conta das necessidades da rádio sergipana. Nattier encerrava a correspondência com um pedido e uma proposta: “[...] gostaríamos de receber a sua opinião sobre os mesmos e, se for de sua vontade, poderemos enviá-lhe uma coleção mais completa de programas.”¹³ A estra-

tégia funcionou e a PRJ-6 incorporou à sua programação o material distribuído pelo Birô.

Atrelados a esses programas “enlatados” estavam os “rádio-scripts” publicitários. Diversos produtos e marcas eram propagandeados: Gessy Lever, Melhoral, Kolynos, Magnésia Phillips, Sidney Ross, entre outros. A chegada de mercadorias norte-americanas promoveu mudanças no cotidiano. A presença crescente desses produtos sinalizava o avanço do consumo e a americanização de hábitos. Acompanhando a chegada dos produtos *made in USA*, consolidava-se a ligação do comércio com os meios de comunicação¹⁴. Entrando nas casas pelo rádio, o patrocinador, de certa forma, apertava a mão do seu cliente. Sentava junto a ele na poltrona da sala, ouvia os seus comentários. Garantia a venda dos seus produtos. O avanço da publicidade só aumentou com o passar dos anos, a julgar pela documentação sobre a PRJ-6.

Como se atestasse a afirmativa de que “a relação entre rádio e publicidade é orgânica”, Luiz Pereira de Melo, ex-diretor do DEIP, explicou que o patrocínio do creme dental Kolynos ocorreu a partir da audição feita por um representante deste produto na cidade de Picos, no Piauí. Ali, na praça, as pessoas amontoavam suas cadeiras e seus banquinhos de madeira para ouvir o Programa de Calouros realizado no auditório da PRJ-6¹⁵. Os programas de auditório, destaques nas emissoras do Sudeste, foram uma importante referência para a PRJ-6. João Melo comenta a influência das grandes rádios sobre a Aperipê:

[...] *Nós nos mirávamos no que acontecia na Rádio Nacional, pelo que acontecia na Rádio Mayrink Veiga. [...] quando vinham os cantores do Rio, eles ficavam deslumbrados: como é que em Sergipe, em Aracaju, tinha um regional tão bom? Era porque a gente estudava, eles ouviam como eram os acompanhamentos do Rio*

⁹ O *cast* apresentava Dão, João Lopes, Guaracy Leite França, Bissexto, Manoel Aragão, Dalva Cavalcanti, Neuza Paes, Rute Brandão, Genaro Plech, Pinduca, tendo como epicentro as figuras de João Melo, João Bezerra, Alfredo Gomes (locutor e diretor de programas) e Carnera. Eram essas “armas” do Departamento de Propaganda sergipano.

¹⁰ Carnera. Entrevista ao autor realizada em 05/04/1999. In: MAYNARD, op.cit., p. 162.

¹¹ MACKEE, Stella. Correspondência. Consulado Britânico. Salvador/BA, 6 mar. 1943. Arquivo Público do Estado de Sergipe. APES, Cx. G7-132. Fundo Governo.

¹² Surgido em 16 de agosto de 1940, sob o controle do milionário Nelson Rockefeller, o Birô Rockefeller gastou cerca de 140 milhões de dólares durante o seu período de existência (1940-1946), envolvendo o trabalho de 1.100 funcionários nos EUA e 200 fora daquele país. Sobre o Birô, ver: TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

¹³ NATTIER, Frank. Correspondência. Coordinator of Inter-American Affairs of The United States of America. March, 27. 1943. APES, Cx. G7-132. Fundo Governo.

¹⁴ Cf. ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

¹⁵ Cf. ORTIZ, op.cit., p. 84; LUIZ Pereira de Melo. Entrevista ao *Videoteca Aperipê Memória*, op.cit., fita n. 1023-G.

de Janeiro, de São Paulo pela rádio, e a gente copiava e acertava tudo, pra sair como eles faziam no Sul.¹⁶

Em seus primeiros anos, a programação da Aperipê apresentava tangos, sambas, maracatus, valsas, fados, rumbas, foxes, frevos, marchas, choros e canções orfeônicas. Única emissora do Estado, a PRJ-6 tinha que atender a gostos musicais distintos. Embora diferentes nas temáticas e nos formatos (tempo, estratégias, apresentadores, utilização de som dos *pick-ups* ou som ao vivo), havia unicidade no teor pedagógico que atingia a maioria dos programas da PRJ-6. A construção desse enfoque pedagógico convivia com uma perceptível mescla entre gosto “popular” e “erudito”. Programas como Salão de Cultura da PRJ-6 e Comentários eram de preocupação explicitamente educativa. Com a chegada da II Guerra Mundial e a entrada oficial do Brasil no conflito em 1942, muitos programas concentraram seus esforços em construir representações do evento para os sergipanos. Para saber da guerra, estar a par do que ocorria no teatro de operações, era só sintonizar o *dial* e ouvir, através da Aperipê, atrações como Homens desta guerra, Crônica de guerra ou A guerra do dia-a-dia. Com a ajuda destes programas, nos quais a ação do *speaker* era fundamental, cristalizaram-se as representações dos “vilões” da guerra (sobretudo nazistas e japoneses); dos aliados (principalmente dos norte-americanos, como “guardiões da democracia”) em meio às descrições detalhadas de submarinos e combates aéreos.¹⁷

A intervenção na área cultural, nesse contexto, apontava para as reordenações propostas pelos intelectuais do Estado Novo, almejando atrair as massas. A música tida como “popular” era malvista pelos ideólogos do regime, segundo alguns deles, ela desvirtuaria o trabalhador, trazendo à tona símbolos que estavam em descompasso com o regime.¹⁸ A temática debochada de muitas composições os irritava pelo fato de que punha de lado as grandes matrizes temáticas oficiais — a pátria, o novo Brasil criado por Vargas, o próprio Vargas, as leis

trabalhistas, entre outras. Destoando disso, os ritmos populares, sobretudo o samba, apresentavam-se marcados por traços que descontentavam a muitos ideólogos.

O samba e o seu grande “motor temático” nos anos 30, a malandragem — situada na zona fronteira da sociedade, envolvendo a lei e a transgressão incomodavam. Como o ritmo era benquisto pelo povo, propunha-se, então, o seu refino.¹⁹ A prática da malandragem convivia com a idéia de “ordem”, termo recorrente nos dias do Estado Novo. Mas o que explicaria tal paradoxo? Um fator, que não é resposta taxativa, mas fundamental, é a necessidade de artistas capazes de compor os quadros da emissora. Seja como for, explorar os serviços de um cantor de cabaré numa rádio estatal não compreendia grandes problemas devido à cuidadosa escolha de canções, roupas e, em certos casos, pseudônimos para os artistas da Aperipê.

Por outro lado, no caso específico do Estado Novo, a cooptação de intelectuais das diversas esferas foi prática comum.²⁰ Dentre os intelectuais envolvidos com a PRJ-6, destacou-se Alfredo Gomes. Nome importante no processo de apresentação dos artistas ao público radiofônico, Gomes escrevia sobre as atrações da PRJ-6 numa coluna jornalística, adotando o pseudônimo de Rubem Vergara. Funcionário da alfândega, ele receava ter a sua imagem prejudicada pela idéia de rádio como “coisa de malandro”, modo de pensar ainda forte nos primeiros momentos do veículo no Brasil. Assim, como Rubem Vergara.

Na função de diretor artístico da PRJ-6, Alfredo Gomes exerceu uma influência significativa no rádio sergipano. Para o radialista Santos Mendonça, Gomes era como uma espécie de “guru”.²¹ A afirmativa não é gratuita. Alfredo Gomes/Rubem Vergara respondia por muitos dos nomes artísticos existentes no rádio de Sergipe dos anos 40. Graças a ele, chegavam aos microfones da PRJ-6 e às páginas dos jornais sergipanos afirmações como a de que o cantor João Melo era “o poeta seresteiro”. Dono de baixa estatura, o maestro Luiz D’Anun-

¹⁶ MELO, João. Entrevista ao autor realizada em 30 mar. 1999. MAYARD, 2003, p. 162.

¹⁷ PRJ-6 Rádio Difusora de Sergipe/hoje. *Correio de Aracaju*. Aracaju, 15 jun. 1943, p. 02.

¹⁸ Cf. VELLOSO, op. cit., p. 31.

¹⁹ Ver SALGADO, Álvaro F. Radiodifusão, fator social. *Cultura Política*. Rio de Janeiro: Indústria do Livro Ltda. Ano I, n. 6, p. 79-93, 1945.

²⁰ Ver ORTIZ, Renato, op.cit., p. 82; CAPELATO, M. Helena R. Propaganda política e construção da identidade nacional e coletiva. *Revista Brasileira de História: confrontos e perspectivas*, v. 16, n. 31 e 32, 1996, p. 328-352; HAUSSEN, Dóris F. *Rádio e política: tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre, RS: EDIPUCRS, 1997. MOTA, Carlos G. Cultura e política no Estado Novo (1937-1945). *Encontro com a Civilização Brasileira*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, n. 7, 1979, p. 87-94.

²¹ MENDONÇA, Santos. Entrevista à *Videoteca Aperipê Memória*. Aracaju: Fundap, fita n. 1023-G.

ciação — que anos depois viria a trabalhar como regente da orquestra do programa televisivo de Abelardo Barbosa, o Chacrinha —, tornou-se Pinduca. Daí o nome “Pinduca e sua radorquestra”. Outro exemplo da habilidade de Alfredo Gomes: a jovem Maria Neofrides possuía uma boa voz, mas o nome não era dos melhores para uma cantora de rádio. E um nome ruim, no caso da carreira artística, poderia ser decisivo para estragar um futuro promissor. Assim sendo, de modo a evitar a “tragédia”, Alfredo Gomes “salvou” a moça: Neofrides foi rebatizada. Para os ouvintes da PRJ-6, passou a se chamar Maria Célia.²²

Criativo e conhecedor da boêmia aracajuana, Alfredo Gomes também recrutava reforços para a emissora.²³ Um jovem insistente, José Eugênio de Jesus, apesar de pouco feliz nos concursos de calouros da PRJ-6, acabou chamando a atenção do diretor artístico. José Eugênio relatou a seguinte experiência vivida no Programa de Calouros da PRJ-6: “[...] por ser adepto de Adolfo Francisco Alves, eu resolvi cantar aquele ‘Boa Noite, Amor!’ [...] mas na véspera do programa, aí aconteceu que eu fiquei afônico, né?” José Eugênio, claro, foi “gongado”. Mais do que a mera insistência do rapaz num concurso de calouros, outro motivo auxilia na explicação do recrutamento de José Eugênio para integrar os quadros da Aperipê: o profissional do rádio, à época, é artigo raro. Portanto, fazia-se necessário absorver novos elementos, buscando-os em áreas afins. Parece ser o caso de José Eugênio, que escrevia crônicas esportivas para o *Sergipe-Jornal*:

Eu não sonhava ainda em ir pra rádio, não. Eu sabia que existia. Mas nunca tinha penetrado na coisa. [...] ele também [Alfredo] participava da parte esportiva do Sergipe-Jornal, e aí nós começamos a trabalhar juntos. Depois, Alfredo Gomes [...] numa ocasião [...] me chamou para colaborar com ele.²⁴

O acaso sugerido por Eugênio e outros ex-membros da PRJ-6 entra em choque com os movimentos que essas

mesmas pessoas realizaram para se tornarem componentes do *cast* de uma emissora de rádio. Afinal, como lembra Renato Ortiz,

[...] seria ingênuo pensarmos que as empresas de cultura trabalhassem sem nenhuma lógica no recrutamento de seu pessoal, afinal elas operavam segundo objetivos que em princípio deveriam ser atingidos.²⁵

A mesma idéia de uma inserção ocasional aparece na fala de artistas como João Melo. Todavia, o itinerário seguido de modo a obter espaço na área artística, as suas participações em experiências como a do carro de propaganda Guarani (na praça Fausto Cardoso, região central de Sergipe) e a empreitada num cabaré da cidade, explicitam os passos de quem se “preparava” para o universo artístico que foi absorvido pela Aperipê. Nas palavras de João Melo:

[...] tinha um cabaré [...]. Chamava-se Cabaré Imperial, e tinha lá o Carlos Rubens que tocava piano, e ele me chamou uma primeira vez, me perguntou: ‘você não quer fazer a temporada?’ [...] eu achava muito bonito esse negócio de cantar em cabaré. E eu andei cantando em cabaré.

O roteiro por ele seguido não foi obra do acaso. Ao contrário, é um exemplo de persistência. João Melo encontrou em Carnera o parceiro para entrar na vida boêmia e no mundo artístico:

[...] ele também estudava, nessa época, fazia ginásio, e [...] tocava violão. Era um excelente violonista. E eu me apaixonei de ver ele tocar violão, e [...] falei com ele, e ele falou: ‘não, não tem problema’. Ele disse assim: ‘compre um violão’. Foi Carnera o primeiro a notar a boa entonação de Melo: ‘mas rapaz, você canta bem!’ [responde] ‘é, mas a gente não tem como mostrar isso aí porque não tem rádio aqui em Sergipe, nem nada ainda’.

²² Cf. MENDONÇA, Santos. Entrevista à *Videoteca Aperipê Memória*. Aracaju: Fundap, fita n. 1023-G; SILVA, Paulo. Entrevista à *Videoteca Aperipê Memória*, op cit., fita n. 0888 – G; PINDUCA, Entrevista à *Videoteca Aperipê Memória*, fita n. 0673 – G.

²³ Murillo Mellins afirma o seguinte sobre Alfredo Gomes: “Esse, com seu conhecimento no meio boêmio da cidade, contratou cantores e músicos e organizou programas com artistas da terra, os quais começaram a fazer parte do cast da nova emissora”. MELLINS, Murilo. *A Aracaju romântica que eu vivi*. 2 ed. rev. amp. Aracaju: Norgraf, 2001, p. 141.

²⁴ EUGÊNIO, José. Entrevista à *Videoteca Aperipê Memória*, op cit., fita n. 0603-G. Ver MARTINS, Flávia. Nas ondas da história do rádio sergipano. *Bondemais*. São Cristóvão, set. 2002, p. 4-5.

²⁵ ORTIZ, op. cit., p. 81.

Veio então o convite para a experiência com um carro de som: “mas tem um carro de propaganda Guarani, que fazia experiência na Praça Fausto Cardoso, [...] e ali a gente começou a cantar [...] Mas não era rádio nem coisa nenhuma”. A oportunidade, todavia, não demorou a aparecer. E João Melo, entrosado com os músicos da cidade, foi convidado: “quando houve a primeira experiência [...] nós fomos convidados, já tava tudo combinado pra fazer essa experiência, num barracão que tinha ali na rua Maranhão, eles armaram ali um negócio e dali saía para as rádios e, em Aracaju, foi uma coisa nova”.

Considerado o “padrinho” de diversos componentes da PRJ-6 Alfredo Gomes, ao que tudo indica, capitalizava prestígio com a prática de lançar novos nomes no meio radiofônico. Gomes recebia este tratamento de músicos (como Pinduca), cronistas esportivos (com o José Eugênio) e locutores (como Santos Mendonça). Em certa entrevista²⁶, o radialista Santos Mendonça recordou um momento no qual, já em época de muito sucesso, percebeu Alfredo Gomes num dos seus programas de auditório. Sem perder tempo o anunciou, pediu aplausos, chamou-o ao palco. O “padrinho” agradeceu. Declarou-se lisonjeado com a homenagem e reafirmou a confiança na sua “descoberta”. O apadrinhamento, como o que parece existir no caso de Alfredo Gomes, aflora no rádio, sendo perceptível a manutenção dos laços de lealdade mesmos após a morte ou descenso do “padrinho” dentro do veículo de comunicação. A função de diretor artístico, hoje concentrada nas mãos de profissionais previamente educados para lidar com essa atividade, era atribuída a especialistas de confiança da elite política. Como funcionário da alfândega, Alfredo Gomes devia obediência a diversas autoridades. Mas, provavelmente, delas também recebia favores. Trabalhando na radiodifusora, ele ligava diferentes frações de classe. Habitado à boêmia, Go-

mes foi um importante intermediário entre os cantores e músicos dos cassinos, bares e cabarés da cidade e os estúdios da PRJ-6.

Outro nome cooptado para o trabalho junto aos homens dos microfones foi João Alves Bezerra. Desfrutando da confiança do interventor Maynard Gomes, Bezerra coordenou diversas atividades, promovendo o interventor e o novo regime, bem como atuou como se fosse um porta-voz da equipe da PRJ-6. O fato de ter fácil acesso ao alto escalão governamental tornava Bezerra um espécie de aliado dos componentes da Aperipê. Assim como Alfredo Gomes, João Bezerra assumia as funções mais distintas. Conforme a necessidade, poderia ir de datilógrafo a locutor. Esta mobilidade de Bezerra ajuda a evidenciar que, aparentemente, não havia um critério único para trabalhar com a radiodifusão, fato que pode ser explicado pela rarefação de profissionais na nova área. Desse modo, formavam o quadro da Aperipê advogados, padres, professores, comerciantes, técnicos em contabilidade, músicos e funcionários públicos com as mais diversas atribuições administrativas. Para a incumbência de elaborar programas e coordenar o trabalho de artistas e *speakers*, a tarefa destes profissionais era dotar a PRJ-6 de certa estabilidade na programação, apresentar atrações locais e selecionar o material que seria irradiado. Isto se fazia necessário, pois durante o Estado Novo, a PRJ-6 recebeu programas gravados de instituições como o DIP e o OCIAA, além de haver adquirido programas de empresas como a RCA e Odeon. Os “especialistas” da PRJ-6 deveriam definir a estratégia para veiculação do programa. No decorrer do processo, a inexperiência dos envolvidos muitas vezes falou mais alto. A frustrada tentativa de adquirir fichários e estantes para a PRJ-6 é um sintoma do restrito conhecimento sobre o setor²⁷.

Outro modo de compor os quadros da rádio passava

²⁶ Cf. MENDONÇA, Santos. Entrevista à *Videoteca Aperipê Memória*. Aracaju: Fundap, fita n. 1023-G.

²⁷ É o que sugere a correspondência trocada entre a PRJ6 (por meio do DEIP) e empresas ligadas ao universo da radiodifusão: “Temos em nosso poder seu prezado favor de 7 de janeiro de 1943, cujo conteúdo lemos com a devida atenção e passamos a responder. Agradecemos a gentil preferência, dispensada aos discos de nossa marca e sentimos muito termos de informar a V. S. que não poderemos tratar do assunto do seu interesse, visto que possuímos em Bahia os nossos distribuidores exclusivos, a Casa da Música (Rua Chile, 15 — São Salvador), com os quais queira ter a bondade de se entender, caso venha necessitar de discos de nossa gravação ou de outros produtos de nossa firma. Sendo o que se nos oferece para o momento, continuamos ao seu inteiro dispôr, subscrevendo-nos com elevada consideração e estima”. Rca Victor Rádio S. A.W. J. Linderman. Gerente — Secção de Discos. Discos Victor APES G7, Cx. 132- Correspondência. LINDERMAN, A.W. J. Correspondência R.C.A. Victor Brasileira. Rio de Janeiro 1943. O pouco traquejo pode ser percebido na correspondência enviada ao diretor da PRJ-6 informa sobre como obter discos, agulhas. Aconselha os revendedores locais: “P. Franco e Cia., Rua João Pessoa, n. 59/61. Bahia: C. Sampaio e Cia, Rua Virgílio Damasio, n. 4”. À certa altura, o documento esclarece: “Quanto aos seus dizeres sobre a organização da sua discoteca, devemos dizer que é algo difícil para nós dar conselhos, por sermos fabricantes, e talvez seja melhor, V. S. colher informações junto à uma das estações emissoras, em face de experiência que as mesmas têm com organizações similares. Não vendemos estantes ou fichários, mas, em geral, usam-se armários de madeira, sendo aconselhável para a conservação dos discos que as prateleiras sejam de forma horizontal.

pelo convite a artistas já conhecidos do público para que “prestigiassem” a programação. Em certos casos, funcionários chegavam a ser liberados de seus setores de origem para servirem à emissora. Exemplo disso é o grupo que formava a radiorquestra da PRJ-6. Organizada pelo maestro Pinduca, a radiorquestra era composta em boa parte por membros do 28º BC, unidade do Exército em Sergipe, que eram remunerados por essa instituição mas serviam à PRJ-6. Pinduca era responsável pela radiorquestra e pelo Trio Serenade. Sobre a maioria de “músicos militares”, ele afirmou: “então, a nossa segurança era essa. Como a rádio não tinha condição de tá pagando cachês, então o caminho era o exército, e ficavam na orquestra. [...] e tocavam na banda, é claro; eles não viviam em função da orquestra”. Pinduca explica que a radiorquestra comportava até mesmo alguns componentes considerados “não-aptos” para ingressar na carreira militar. Esses músicos entravam para a vida na caserna através de um “jeitinho”. E, desse jeito, o Exército “mantinha” a orquestra de Pinduca²⁸.

Em meio a essas diferentes estratégias, é possível apontar uma circulação significativa de artistas e intelectuais pelos microfones da PRJ-6. Mesmo sem haver cachês, o quadro da PRJ-6 não mudou muito desde o seu surgimento até o final do Estado Novo. Fez-se o possível para envolver os intelectuais e artistas no projeto estado-novista. Contudo, como não havia recursos financeiros para manter seu *cast*, uma das saídas encontradas para melhorar a estrutura da PRJ-6 foi a sua transferência para as mãos da iniciativa privada. Por conta disso, a partir de 1942 a Rádio Aperipê, em regime de concessão, passou às mãos do empresário Augusto Luz, proprietário do melhor cinema de Aracaju e de um carro de propaganda (ambos batizados de Guarani), Luz auxiliou a PRJ-6 a ganhar feições de *broadcasting*. João Melo, que nos tempos da concessão estava no Rio de Janeiro, a convite de Sílvio Caldas, tentando a vida de cantor nas rádios cariocas, traça a seguinte comparação entre a PRJ-6 antes e após a entrada em ação do empresário: “quando eu voltei ela estava bem mesmo, tava no auge, tinha orquestra, a orquestra do Pinduca,

a Orquestra de Genaro Plech tocava clássico, músicas clássicas, e uma turma de cantores e cantoras excepcionais”.²⁹

Nesse aspecto, a emissora sergipana encaixa-se num itinerário percorrido por outras rádios na América Latina³⁰. A constituição de parque radiofônico sergipano e brasileiro ocorreu através da complexa ligação entre o universo mercantil e o estatal. Conforme Renato Ortiz, os anos 40 compreenderam uma etapa ainda muito incipiente da indústria cultural brasileira, na qual o processo de mercantilização da cultura foi atenuado pela impossibilidade de desenvolvimento econômico mais generalizado. A diferença nos ritmos da radiofonia nacional pode ser apreendida nos ecos da memória de quem experimentou sair de Sergipe para se aventurar por outros microfones. João Melo afirma que “no Rio era tudo, era aquela preocupação de vencer. Todo mundo queria vencer na vida, cantar, né?”. Carnera vai além quando fala da sua experiência na Panamericana de São Paulo:

No sul, meu Deus! Que diferença! Eu fiz aniversário lá... Eu como diretor (só pra lhe dar um exemplo do que é profissionalismo) eu como diretor do conjunto... Pois bem, convidei-os para ir até o apartamento. Eu morava na rua Itapetininga, no centro da cidade mesmo, na Praça da República. Convidei para ir lá, depois do programa (a gente tinha um programa dia de domingo, que a gente fazia de 8 às 12) então, ao meio dia ia lá, comer salgadinho, tomar uma cerveja, uma coisa. Não me disseram não, né? Aquele riso amarelo... E eu, meu Deus! Será por que não estão gostando? Daqui a pouco, veio o flautista e disse: ‘Seu Carnera, me diz só uma coisa: a turma aí tá perguntando se vai ter um cachê...’ Digo: ‘Cachê o quê? Pra ir na minha casa? Comer e beber? Eu não tô chamando nem pra tocar, não. Pode deixar até os instrumentos aí. Eu tô convidando por uma questão de atenção, de amizade’. Eu pagar pra um sujeito ir tomar o meu copo de cerveja e comer meu salgadinho, lá no meu apartamento?

Outrossim, não vendemos material para estações de rádio, mas informamos a V. S. que temos agulhas para pickups, que podem ser adquiridas por v.s. junto a um dos nossos freguêses supramencionados”. Indústrias Elétricas e Musicais Fábrica Odeon S. A. Rio de Janeiro, 30 de janeiro 1943. APES, G7 Cx. 137.

²⁸ Luis d’Anuniação — Pinduca. Entrevista ao *Videoteca Aperipê Memória*. op. cit., programa gravado em 08/04/1997, fita n. 0673-G.

²⁹ MELO, João. Entrevista ao autor realizada em 30 abr. 1999. MAYNARD, 2003.

³⁰ Sobre o assunto ver CAPELATO, Maria Helena Rolin. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*. Campinas: Papirus, 1998; HAUSSEN, 1997.

A chegada de uma mentalidade comercial reordenou consideravelmente os programas da PRJ-6. Por meio das empreitadas de Augusto Luz, a emissora apresentou-se mais sólida e com um *cast* que, se não era de todo fixo, era ao menos definido. A estrutura, embora não fosse das melhores, mostrava larga diferença frente ao barcão no qual ocorreram as primeiras experiências radiofônicas. Sob o controle de Luz, delineou-se uma relação mais profissional entre a emissora e os seus novos clientes. Conseqüentemente, os espaços para improvisações foram restringidos. Todavia, a intensificação das propagandas não implicou uma valorização dos salários e cachês da PRJ-6. O que se percebia é que, apesar das mudanças, boa parte do *cast* permaneceu com seus empregos originais. Entretanto, se os novos tempos não mudaram tudo, alteraram consideravelmente a maneira de ser do rádio sergipano.

Tudo indica que a nova ordem exigiu o fim, ou pelo menos a contenção, da era do improvisado. A chamada “era de ouro” do rádio, nos anos 40, é marcada por uma grande interferência das agências de publicidade³¹. Um comunicado da Sidney Ross Company, em 5 de abril de 1944, ilustra bem tal restrição. Dizia o texto:

É nosso desejo que diariamente, nas aberturas de irradiação dessa emissora, os textos de Melhoral sejam ditos pelo sistema relâmpago, como transcrevemos abaixo:

‘MAS SE ALGUMA DOR PERTURBAR O SEU LABOR E BEM-ESTAR, LEMBRE-SE DE MELHORAL’.

Também desejamos que, no encerramento dos trabalhos dessa emissora, que seja o fechamento da forma seguinte:

‘REPOUSE FELIZ, DEPOIS DE TER ESCOVADO OS SEUS DENTES COM A PASTA DENTRIFÍCIA ROSS’.

*Esclarecemos que, nos produtos PASTA, TALCO, e SABÃO, a palavra ROSS seja soletrada a fim de sobressair claramente o nome do produto.*³²

A agência chamava a atenção para o sucesso com que vinha sendo aplicada a tática de “soletrar sobressaindo” nas estações cariocas e paulistas. Nada mais esperado, portanto, que o mesmo ocorresse em Sergipe.

Para os publicitários, a linguagem radiofônica, a fim de garantir a melhor circulação das idéias sobre um produto, deveria ser homogeneizada.

Entretanto, não somente a inserção de capital privado pode ser enquadrada como fator fundamental ao amadurecimento da PRJ-6. A concessão ocorreu três anos após o início oficial das transmissões radiofônicas da Aperipê. Ao contrário da época anterior, em 1942 havia um corpo de profissionais já habituados ao mundo dos microfones, artistas e ouvintes que “invejavam” emissoras em melhores condições. A reunião desses fatores, ao lado da estatal de reordenar e controlar a cultura em seus mais diversos canais de manifestação, explica por que, apesar das dificuldades tanto de ordem financeira quanto técnica, o trabalho da PRJ-6 foi contínuo.

Dessa forma, a Aperipê entrava numa corrente. Atingindo um público maior que o tradicionalmente tocado pelos jornais, o rádio tornava possível educar as massas a distância, com um orçamento relativamente baixo e promovendo um ambiente de proximidade, de intimidade entre o emissor e os receptores³³. Contudo, Maria Helena Capelato nos lembra que o efeito das mensagens oriundas da propaganda não é unívoco, ou seja, a incorporação das mensagens não implica a inexistência de desvios. A autora acredita que, embora o objetivo da propaganda seja reduzir, manipular, os resultados são incontroláveis: “os consumidores inventam, deslocam, distorcem”³⁴.

No caso específico da PRJ-6, verificou-se a intenção em fazer dessa rádio uma influente interventora no imaginário social. À emissora caberia divulgar a “versão oficial” sobre acontecimentos envolvendo as autoridades, bem como exercer o papel de formador de opiniões, contribuindo assim para a legitimação do novo regime. A PRJ-6, com seus programas, artistas e *speakers*, compreende um exemplo de como o rádio deve servir como uma ferramenta na tentativa de conquistar o público, o cidadão ouvinte. A função essencial da Aperipê parece ter sido “seduzir” o ouvinte, não esclarecê-lo.

Nesse projeto, iniciado nos primeiros tempos do Estado Novo e só implementado a partir de 1939, a Rádio Aperipê teve dificuldades em dispor de quadros gabaritados para suprir as suas necessidades. Por isso,

³¹ ORTRIWANO, Gisela S. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985, p. 16.

³² THE SIDNEY ROSS COMPANY. Correspondência. Salvador. 5 abr. 1944. APES, Cx. G7-132. Fundo Governo.

³³ LENHARO, Alcir. *Sacralização da política*. Campinas: Papirus, 1986.

³⁴ CAPELATO, Maria Helena Rolin. Propaganda política e construção da identidade nacional e coletiva, 1996, p. 329-330.

cantores, locutores, técnicos e outros profissionais foram recrutados nas esferas disponíveis, de cabarés a repartições públicas. Por conta disso, Sergipe construiu uma rádio com um *cast* que, embora dedicado, não possuía o preparo necessário à execução das tarefas. Gerou-se, desse modo, uma radiodifusão marcada pelo amadorismo, traço ainda perceptível no rádio sergipano, apesar da onda comercial que o atingiu em cheio.

Referências

- BACZKO, Bronislaw. Imaginação social. In: *Enciclopédia Einaudi – Antrhopos-Homem*. v. 5. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.
- CAPELATO, Maria Helena Rolin. Propaganda política e construção da identidade nacional e coletiva. *Revista Brasileira de História: confrontos e perspectivas*, v. 16, n. 31 e 32, 1996.
- _____. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*. Campinas: Papirus, 1998. (Coleção textos do tempo).
- CORRESPONDÊNCIA. Aracaju, 28 jul. 1943. APES, Cx. G7-132.
- EUGÊNIO, José. Entrevista ao programa Videoteca Aperipê Memória. Aracaju: Fundap, programa gravado em 22 mar. 1990, Fita n: 0603 – G.
- FUNDAP, programa gravado em 8 abr. 1997, fita n.0673 – G.
- GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero/CNPq, 1990.
- HAUSSEN, Dóris Fagundes. *Rádio e política: tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre, RS: EDI-PUCRS, 1997.
- LENHARO, Alcir. *Sacralização da política*. Campinas: Papirus, 1986.
- LUIS D'Anunciação – Pinduca. Entrevista ao Videoteca Aperipê Memória. Aracaju:
- MACKEE, Stella. Correspondência. Consulado Britânico. Salvador/BA, 6 mar. 1943. Arquivo Público do Estado de Sergipe (APES), Cx. G7-132. Fundo Governo.
- MAYNARD, Dilton Cândido Santos. *A arma retórica: o uso político do rádio em Sergipe (1939-1945)*. São Cristóvão: NPPCS, 2003. 154 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2003.
- MELLINS, Murilo. *A Aracaju romântica que eu vivi*. 2ed. rev.amp.Aracaju: NORGRAF, 2001, p. 141.
- MELO, João. Entrevista ao autor realizada em 30 mar. 1999.
- NATTIER, Frank. Correspondência. Coordinator of Inter-American Affairs of The United States of America. March, 27. 1943. APES, Cx. G7-132. Fundo Governo.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- ORTRIWANO, Gisela S. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. Novas buscas em comunicação; v. 3. São Paulo: Summus, 1985, p.16.
- PINDUCA, Entrevista ao Videoteca Aperipê Memória. Aracaju: Fundap, fita n. 0673 – G.
- SALGADO, Álvaro F. Radiodifusão, fator social. *Cultura política*. Rio de Janeiro: Indústria do Livro Ltda. Ano I, n. 6, 1945.
- SANTOS Mendonça. Entrevista ao Videoteca Aperipê Memória. Aracaju: Fundap, fita n. 1023-G;
- SILVA, Paulo. Entrevista ao Videoteca Aperipê Memória. Aracaju: FUNDAP, fita n. 0888 – G;
- THE SIDNEY ROSS COMPANY. Correspondência. Salvador. 5 abr. 1944. APES, Cx. G7-132. Fundo Governo.
- TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- VELLOSO, Mônica Pimenta. *Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo*. Rio de Janeiro: CPDOC/FGV, 1987.

