



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE**

**CENTRO DE HUMANIDADES**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA**

**A INFLUÊNCIA DO “PROGRAMA CASÉ” NO COTIDIANO CARIOCA,  
NAS DÉCADAS DE 30, 40 E 50.**

**MICHELE WADJA DA SILVA FARIAS**

**CAMPINA GRANDE  
MARÇO DE 2011**

**MICHELE WADJA DA SILVA FARIAS**

**A INFLUÊNCIA DO “PROGRAMA CASÉ” NO COTIDIANO CARIOCA,  
NAS DÉCADAS DE 30, 40 E 50.**

**Dissertação de mestrado Apresentada  
ao Programa de Pós-Graduação em  
História do Centro de Humanidades da  
Universidade Federal de Campina  
Grande, como requisito para obtenção  
de título de Mestre em História, área de  
concentração em História, Cultura e  
Cidades, em Campina Grande, 2010.**

**Orientador: Prof, Dr. Antonio Clarindo Barbosa de Souza**

**CAMPINA GRANDE - PB  
MARÇO 2011**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DA UFCG

F224i

Farias, Michele Wadja da Silva

A influência do Programa Casé no cotidiano carioca, nas décadas de 30, 40 e 50 / Michele Wadja da Silva Farias. — Campina Grande, 2011.  
122 f.: il. col.

Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades.

Orientador: Prof. Dr.º. Antônio Clarindo Barbosa de Souza.

Referências.

1. Rádio- História - Brasil 2. Rádio - Programa Casé 3. Cotidiano - Rio de Janeiro I. Título.

CDU 654.195(091)(81)(043)



Biblioteca Setorial do CDSA. Dezembro de 2022.

Sumé - PB

*Dedico este trabalho ao meu avô  
José Mariano, (in memoriam),  
pelas narrativas e brincadeiras na infância,  
que despertaram minha curiosidade  
histórica e jornalística.  
Aos meus amados e maravilhosos pais,  
Maria José e Evaldo Cordeiro,  
por terem acreditado em mim,  
quando a diversão de criança  
virou coisa séria.*

## **Agradecimentos**

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus por ter conseguido concretizar esse projeto. Meus agradecimentos a atual coordenadora do PPGH a professora Juciene Apolinário, pelo incentivo para seguir em frente e ao estimado secretário Arnaldo Paulino. Em seguida, agradeço ao meu orientador, o professor Antonio Clarindo Barbosa de Souza pela paciência e atenção dispensada. Também gostaria de agradecer à banca, composta pelos professores doutores Severino Cabral Filho e Goretti Maria Sampaio de Freitas. Registro também, minha gratidão aos meus queridos pais pela força de sempre e ao meu amado Kyller pela compreensão. Agradeço especialmente a presteza de todos que fazem parte da família Casé, especialmente ao jornalista Rafael Casé, ao cineasta Estevão Ciavatta e a atriz Regina Casé. Meu eterno agradecimento a todos os entrevistados que doaram uma parte de seu presente e passado para a escrita desta dissertação.

## RESUMO:

O rádio no Brasil foi durante décadas um dos maiores símbolos de modernidade. Em 1932, surgiu no Rio de Janeiro o *Programa Casé*, considerado um marco na programação radiofônica no país. O programa foi o primeiro voltado para a música popular brasileira no rádio. Também foi pioneiro na criação dos primeiros *jingles*, comerciais em forma de música, do radioteatro, além de outros recursos técnicos utilizados até hoje como o *background*, ou música de fundo e a sonoplastia.

A presente dissertação tem como objetivo discutir a influência do *Programa Casé*, no imaginário popular carioca, nas décadas de 30, 40 e 50. A partir da perspectiva da História Cultural o presente trabalho se propõe a analisar o surgimento de novos hábitos e costumes da sociedade carioca no período em questão. Considerando que o ato de ouvir rádio tornou-se uma nova forma de lazer privado e coletivo no universo urbano, também foram levadas em considerações as novas formas possíveis de sociabilidade e sensibilidades advindas com o rádio. Desse modo, o que se almejou nessa pesquisa foi identificar as formas e maneiras encontradas pelo “homem comum”, (nesse caso os ouvintes), de apreender e resignificar a programação radiofônica da época, especificamente do *Programa Casé*.

**Palavras-chave:** Programa Casé, Rádio, Modernidade, Rio de Janeiro, cotidiano.

## ABSTRACT

The radio in Brazil was for decades one of the greatest symbols of modernity. In 1932, starts in Rio de Janeiro the “CASÉ Program”, considered a landmark in radio programming in the country. The program was the first one to present Brazilian popular music on the radio, as well as radio dramas, radio plays and interactive programs. The “CASÉ Program” also pioneered in creating the first jingles, commercial form of music, and other technical resources used today such as the background sound, and the sound effects.

This thesis aims to discuss the influence of the “CASÉ Program”, in the popular imagination in Rio de Janeiro during the 1930s, 1940s and 1950s. From the perspective of Cultural History, this work is to analyze the emergence of new habits and customs of Rio’s society in the period in question. Thus, the research intends to identify forms and ways found by the “common man”, in this case listeners, to assimilate and reframe the radio programming of the time. Whereas the act of listening to radio has become a new form of collective and private leisure in the urban universe, it will also be taken into consideration the possible new forms of social sensitivity in daily life from the radio.

**Keywords:** Programa Casé, Rádio, Modernidade, Rio de Janeiro, cotidiano.



## SUMÁRIO

<b>Introdução - A influência do Rádio no cotidiano.....</b>	<b>09</b>
<b>Capítulo 1 - O Sonho de modernidade e progresso carioca</b>	
1.1 - <i>Belle Époque</i> - O “Rio” e o seu “percurso” de modernidade.....	25
1.2 - Era Vargas – Nas “ondas” do populismo .....	35
<b>Capítulo 2 - Programa Casé</b>	
2.1 - O som da inovação: da MPB ao radioteatro.....	47
2.2 - Mais invenções: Do <i>jingle</i> no rádio à chegada da televisão.....	64
<b>Capítulo 3 - A influência do Programa Casé no cotidiano</b>	
3.1 - Popular, comercial e erudito: uma mistura no cotidiano.....	84
3.2 - A recepção do Programa Casé pelos ouvintes.....	98
4. Considerações finais.....	115
5. Referências .....	118
6. Anexos.....	122

## INTRODUÇÃO:

### A influência do Rádio no cotidiano

Numa pequena cidade 70.000 habitantes no interior de Pernambuco, cresci ouvindo “estórias”, a maioria contadas de por meu avô materno, José Mariano, um homem simples e sábio. “Vôinho”, como o chamava, trabalhava como barbeiro e, mesmo sem estudos, era “antenido” com a modernidade<sup>1</sup>. Não foi por acaso que ele foi um dos primeiros a ter um aparelho de rádio na cidade. Os abastados e ilustres cidadãos de Belo Jardim se renderam à iniciativa inovadora de um homem semi-analfabeto. Vizinhos e amigos que nem moravam tão perto iam até a casa do meu avô ouvir as notícias do momento, ou simplesmente se divertir com os programas musicais.

Ter sido um dos primeiros a trazer um rádio pra cidade era motivo de orgulho, o que explica, por exemplo, a necessidade que ele tinha de lembrar esse fato incontáveis vezes. Curiosamente, o rádio tinha a idade da minha mãe. O aparelho que veio do Rio de Janeiro em 1958 ficava em cima de uma geladeira vermelha da *General Electric*. Era hábito de meu avô almoçar ouvindo a “Hora da justa”<sup>2</sup> que tinha como abertura o barulho de uma sirene policial. O programa pautava a conversa ao redor da mesa.

Se como criança achava incrível o rádio de mais de 40 anos funcionar tão bem, na adolescência me perguntava: Como o meu avô foi capaz de comprar uma coisa tão cara, sendo pobre e tendo seis filhos pra alimentar? (depois disso ele ainda teve outros cinco). Mais tarde, descobri que se tratava de um sonho. Ter um rádio em casa era um momento de glória e realização pessoal; e o que não somos capazes de fazer por algo que inexplicavelmente está além do desejo?

Também cresci ouvindo os comentários sobre as pessoas que partiram de Belo Jardim em busca de uma vida melhor na cidade grande. Foi o que aconteceu com a família Casé em 1906. O patriarca João Francisco Casé, sua esposa Rita Leopoldina Casé e seus cinco filhos,

---

<sup>1</sup>Refiro-me ao conceito de modernidade como uma qualidade, do que é atual, do novo, daquilo que cria sentimentos de atração ou repulsa pela diferenciação. Essa ideia de modernidade mobilizou e mobiliza o ser humano para aquisição de novos modos de vida e consumo.

<sup>2</sup>Programa da Rádio Jornal de Pernambuco, criado em 1962, no formato de resenha policial. O termo “justa”, popularmente, significa justiça. Os principais acontecimentos, crimes e prisões da região são temas do programa que continua sendo veiculado de segunda a sexta, a partir do meio-dia, pela Rádio Jornal.

entre eles Ademar, de 4 anos de idade deixaram a cidade e foram pra Maceió. Mas, a motivação principal para essa mudança teria sido perseguição política<sup>3</sup>.

Em 1918, a família mudou-se de Alagoas para Caruaru, e quase um século depois a saga dos “Casés” ainda é lembrada pelos moradores mais velhos de Belo Jardim – isso, porque o garoto Ademar, que deixou a cidade ainda criança, tornou-se um homem de sucesso na antiga capital da República.

Em Caruaru, o patriarca da família João Francisco Casé faleceu vítima da gripe espanhola. Com 16 anos, Ademar era um dos filhos mais velhos e sentiu-se na obrigação de sustentar a família; foi quando surgiu a idéia de levar um *Cosmorama*<sup>4</sup>, que pertencia ao falecido pai, até a feira de Caruaru. O aparelho fez sucesso, todos queriam pagar pra ver a invenção de perto. Ainda na feira, com balaio na mão ele vendeu alho, temperos e miudezas.

Um ano depois da morte do pai, Ademar resolveu tentar a vida em Recife. Depois de dormir ao relento e passar fome, ele conseguiu emprego no Bilhares Recreio, um salão aristocrático de Recife. Convivendo com autoridades da capital pernambucana, Ademar conseguiu se alistar no exército. Em poucos meses, o então soldado Casé viajava até ao Rio de Janeiro com outros militares do Nordeste que foram apoiar a primeira revolta Tenentista<sup>5</sup>.

No dia 05 de julho de 1922, o movimento contra o presidente Arthur Bernardes foi deflagrado, mas apenas os militares do forte de Copacabana e da Vila Militar aderiram à revolta. Casé, que estava na Vila Militar, entrou em combate, mas por sorte a rebelião no

---

<sup>3</sup> No depoimento de Ademar Casé ao MIS, Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro no dia 30 setembro de 1973, ele explicou que a saída da família da cidade teria sido uma fuga, motivada por questões políticas. O livro **Programa Casé: o rádio começou aqui**, escrito pelo jornalista Rafael Casé, neto de Ademar, detalha em um depoimento de Casé o que teria acontecido. “Meu pai tinha feito campanha prum compadre que concorria à prefeitura da cidade. Só que, após a contagem dos votos, que naquela época, nem secretos eram, ficou constatada a vitória da outra chapa. Era chegada a hora dos adversários acertarem as contas. Um dia antes de nossa fuga um outro compadre de meu pai tinha sido assassinado”. (cf.in: CASÉ, 1995, p.31). Apesar dos detalhes fornecidos não foi possível confirmar quem seriam os personagens dessa trama política. Em 1906, Belo Jardim ainda era uma vila que pertencia ao município de Brejo da Madre de Deus. Na prefeitura e Câmara de vereadores de Brejo da Madre de Deus não existem arquivos de prefeitos durante a República Velha (1889-1930). Possivelmente por questões políticas só existem registros a partir da Nova República (1930). Desse modo, a única informação encontrada relacionada sobre o cenário político da época foi extraída da entrevista com o historiador de Brejo da Madre de Deus, Newton Thaumaturgo, autor de vários livros sobre a origem da cidade. De acordo com Newton em 1906, o prefeito de Brejo da Madre de Deus era Francelino de Araújo de Albuquerque, no entanto não foi possível confirmar quem seriam os opositores e de que forma foram conduzidas as eleições.

<sup>4</sup> Aparelho que funcionava como uma espécie de monóculo, no qual era possível ver as fotos de forma ampliada.

<sup>5</sup> Também conhecida como a Revolta do Forte de Copacabana, foi a primeira de uma série de revoltas armadas lideradas pelos militares contra o governo. O estopim da rebelião militar de 1922 foi a vitória de Arthur Bernardes como presidente, que resultou no fechamento do Clube Militar e na prisão do ex-presidente Marechal Hermes da Fonseca. Os militares organizaram um grande motim para derrubar o governo, mas o plano não deu certo, e apenas os militares do Forte de Copacabana e do Primeiro regimento de infantaria da Vila Militar participaram do movimento. A grande resistência no Forte de Copacabana fez com que o episódio ficasse conhecido como a “Revolta dos 18 do Forte,” uma referência aos dezoito militares e um civil que teriam enfrentado as forças legalistas, dos quais apenas dois sobreviveram. As revoltas tenentistas abriram caminho para a Revolução de 1930.

Primeiro Regimento de Infantaria foi rapidamente controlada, e os militares revoltosos se renderam e foram presos.

Na prisão, como insurgente, Ademar Casé não teve como presenciar a Exposição Universal do Rio de Janeiro, no dia 07 de setembro de 1922<sup>6</sup>, na qual foi realizada oficialmente a primeira transmissão radiofônica do país. O que ninguém poderia imaginar era que naquele grupo de jovens militares revoltosos, estaria o homem que 10 anos depois seria um dos responsáveis pela popularização da programação do rádio no Brasil.

Em novembro, os presos militares foram soltos e levados para seus estados de origem. Casé voltou a trabalhar em Pernambuco e poucos meses depois juntou dinheiro pra voltar ao Rio de Janeiro. De volta à capital do país, trabalhou numa mercearia de frutas, em seguida foi vendedor de imóveis, de propaganda em revistas e de aparelhos de rádio Phillips. Com a venda de rádios, Casé criou uma importante estratégia de marketing. Como o aparelho era caro na época, ele deduziu que quem tinha condições de comprar um rádio era quem tivesse telefone. Com a lista telefônica na mão, Ademar Casé tinha o endereço e o nome completo dos possíveis clientes e assim concretizava o seu plano:

A tática era visitar a casa dos “futuros clientes” durante os dias úteis. Esperava o dono da casa sair para trabalhar e só então, tocava a campanha. Geralmente era atendido pela esposa. Casé explicava que tinha informações de que o marido dela estava interessado em adquirir um rádio. E como a esposa nunca estava sabendo do assunto (e nem poderia...), ele se prontificava a deixar o aparelho por lá para buscá-lo em outra hora. (...) Quando voltava dois ou três dias depois, a família já estava completamente enfeitada e na maioria das vezes o dono da casa acabava tendo que comprar o rádio, mesmo contra sua vontade. (CASÉ, 1995, p.38-39).

Casé tornou-se o principal vendedor de rádio da Phillips. Ele chegava a levar 30 rádios no carro, vendia todos e voltava com mais de 27 pedidos. As vendas eram tantas que o diretor da rádio Phillips Victoriano Borges quis conhecê-lo pessoalmente. Foi nessa ocasião que Casé fez a proposta de alugar um horário, para fazer um programa nos moldes da BBC de Londres<sup>7</sup>, na rádio Phillips<sup>8</sup>.

<sup>6</sup> A primeira experiência radiofônica do país foi realizada na comemoração do centenário da Independência, durante a Exposição Universal do Rio de Janeiro. A transmissão foi aberta com um discurso do Presidente da República, Epitácio Pessoa. O governo do presidente paraibano foi marcado pelo processo de modernização do país e por um período de efervescência cultural, a exemplo da semana de arte moderna de 1922, em São Paulo. A empresa americana *Westinghouse Electric International*, atraída pela potencialidade de compra do governo brasileiro e de empresários nacionais, trouxe os equipamentos radiofônicos para demonstrar o funcionamento de uma emissora de rádio.

<sup>7</sup> A *British Broadcasting Corporation* (BBC) foi fundada em 1922 e era uma referência pela programação dinâmica. A emissora pública de rádio e televisão do Reino Unido não tem caráter comercial e é financiada por uma taxa de licença de rádio e TV paga pelos telespectadores.

<sup>8</sup> Em 1930, a Philips (empresa holandesa) encontrou uma estratégia para conquistar mercado e divulgar seus produtos no Brasil, foi a criação da PRA-X - Sociedade Rádio Philips localizada no Rio de Janeiro. A emissora da Philips tinha uma grande qualidade sonora para época, o que dava ainda um maior prestígio aos aparelhos da marca.

Assim nasceu, em 1932, o “*Programa Casé*” o primeiro a introduzir uma programação voltada apenas para a música popular brasileira no rádio e a pagar cachês com contrato de exclusividade aos artistas. Também surgiram no programa várias inovações, como os primeiros anúncios publicitários, o primeiro *jingle*, (comercial em forma de música) os quadros humorísticos o radioteatro, a música de fundo e a sonoplastia.

O Programa serviu de exemplo para rádios no Rio de Janeiro e em todo o Brasil. “Embora informal, o Programa Casé se tornaria uma escola de rádio ativa e itinerante.” (SAROLDI & MOREIRA, 2005, p. 38). Desse modo, possivelmente em 1956, a programação radiofônica ouvida na casa do meu avô no interior de Pernambuco tinha elementos introduzidos pelo *Programa Casé*.

Baseada na positiva relação pessoal entre o historiador e o seu objeto de pesquisa<sup>9</sup>, voltei ao passado para me referir a detalhes simbólicos e determinantes desta dissertação, por dois motivos: primeiro, viver na terra natal de Ademar Casé impulsionou o desejo de pesquisar a trajetória do filho ilustre<sup>10</sup>, e segundo porque com o meu avô conheci de maneira empírica algo que cientificamente pode ser analisado hoje. Ainda na infância, descobri que o “novo” pode provocar diferentes sentimentos, novas atitudes, mudanças, alterações nas formas de se divertir e, por que não, comportamentos imagináveis. O rádio como ícone da modernidade simbolizou esse conjunto de sensações.

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada em 1923 por Roquete Pinto, é considerada oficialmente como a primeira do país, embora existam documentos de que três anos antes, em 1919, a Rádio Clube de Recife, que reunia os admiradores e fãs do invento, já havia realizado em Pernambuco a primeira irradiação radiofônica<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> O historiador Antonie Prost destaca a relação de pessoalidade entre autor e obra existente no ofício de Historiador. Prost define que o trabalho do pesquisador coloca em relevo a sua personalidade, desse modo, cada pesquisa tem uma significação pessoal, sem que isso obrigatoriamente represente ausência de cientificidade. “O estudo do cotidiano, durante anos a fio, da filosofia, da literatura ou da história, acaba assumindo uma significação pessoal. Não creio que seja possível ser um bom historiador sem um pouco de paixão, sinal de relevantes desafios pessoais. (PROST, 2008, p.88)

<sup>10</sup> Em 2003, O programa Casé foi tema de meu Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Além da pesquisa acadêmica, fui responsável em 2005 pela produção no Nordeste do filme **Programa Casé: O que a gente não inventa não existe**, dirigido pelo diretor de cinema Estevão Ciavatta, marido da atriz Regina Casé, neta de Ademar. O filme foi lançado em 2010, no Rio de Janeiro com apoio da Globo Filmes.

<sup>11</sup> As primeiras transmissões em caráter experimental da Rádio Clube de Recife foram realizadas a partir de abril de 1919. A princípio o clube de radiodifusão foi presidido por Augusto Joaquim Pereira, somente a partir de 1922 Oscar Moreira Pinto, que era radiotelegrafista da marinha passou a presidência da Rádio Clube. Em 1952, a rádio foi vendida ao grupo Diário Associados de Assis Chateaubriand. Nos arquivos da Fundação Joaquim Nabuco está a edição do Jornal do Recife do dia 07 de abril de 1919, na qual foi publicada um artigo sobre a criação pioneira da Rádio Clube: “Consoante convocação anterior, realizou-se ontem na Escola Superior de Electricidade, a fundação do Rádio Clube, sob os auspícios de uma plêiade de moços que se dedicam ao estudo da electricidade e da telegrafia sem fio. Ninguém desconhece a utilidade e proveito dessa agremiação, a primeira do gênero fundada no País.” (ALCIDES, 1997 *apud*, CÂMARA, 1998, p.17).

Mas foi na década de 30 que o rádio começou a viver o seu apogeu. O aparelho era um símbolo de *status*. Apenas a elite dos grandes centros urbanos tinha dinheiro para adquirir o caro equipamento. A programação também era elitista, composta de músicas eruditas e clássicos internacionais. No Brasil o rádio “nasceu como um empreendimento de intelectuais e cientistas e suas finalidades eram basicamente culturais, educativas e altruístas.” (ORTRIWANO, 1985, p.14).

O período entre 1930 e 1950 foi denominado como a “Era de Ouro” do rádio. A popularização dos programas, o *glamour* e sucesso dos artistas, as radionovelas e programas de auditório, caracterizaram esse período de “rádio espetáculo”. As novidades da guerra e a crescente indústria fonográfica também foram marcantes nesta época, porém esse período áureo do rádio costuma ser associado tão somente às cidades do Rio de Janeiro e São Paulo; no entanto, vale salientar que, em lugares distintos do país e em diferentes momentos, o rádio também teve sua época de maior força e representatividade<sup>12</sup>.

Partindo do pressuposto de que o rádio no Rio de Janeiro era o principal veículo de informação e entretenimento entre as décadas de 1930 e 1950, o objetivo desta pesquisa foi analisar as novidades no rádio através *Programa Casé* e como essas inovações foram assimiladas pelo público da época, procurando indícios da influência da programação no cotidiano carioca.

O ano é o de 1942. O dia, um domingo. É cedo, mas estão todos reunidos em volta de um aparelho de rádio: pai, mãe, crianças, avó, vizinhos e até aquela tia solteirona que mora no subúrbio, mas que não perde um almoço domingueiro, nem a oportunidade de se deleitar ao som dos grandes astros do *broadcast* nacional. (CASÉ, 1995, p.19).

Em geral, as pesquisas relacionadas aos estudos da mídia sempre priorizavam a importância do veículo, do meio e de sua produção, em detrimento dos receptores. Do mesmo modo, a História também teve no passado o seu conhecimento associado ao contexto

---

<sup>12</sup> Várias cidades no país passaram por um momento no qual o rádio estava em pleno auge, dessa forma, não existe um lugar e uma data específica que normatiza a “criação” dessa “Época de Ouro do rádio”, como algo único, nacional, exclusivo do Rio de Janeiro e de São Paulo. No Recife a década de 1950 é considerada o início da “Época de ouro” do rádio. A pioneira Rádio Clube ganhou duas grandes concorrentes a Rádio Jornal do Commercio (1948) e a Rádio Tamandaré (1951), a competição agitou o meio radiofônico e fez multiplicar a quantidade de programas com destaque para “A Tarde é Nossa”, “Está na hora” e “*Varieté*”. Ver em: CASTELÃO, Fernando. **Todos contam a sua história: rádio, teatro, televisão**. Recife: Bagaço, 1999. Numa perspectiva regional também é importante destacar que a programação radiofônica de Campina Grande, na Paraíba também tem o seu momento de apogeu, neste caso, o período de pleno desenvolvimento também é a partir de 1950, com programas de auditório, jornalísticos e culturais, entre eles: “Retalhos do Sertão”, “A voz dos municípios” e o “Céu é o limite”. Ver em: SOUZA; FREITAS; OLIVEIRA. Clarindo, Goretti, Flavianny. **História da Mídia regional: o rádio em Campina Grande**. Campina Grande: EDUFCEG, 2006.

cientificista do século XIX, no qual como “ciência” encontraria a “verdade” sobre “grandes feitos de personagens ilustres”.

Foi numa ruptura com esse pensamento positivista que surgiu a análise do cotidiano. A História passou a ter novos métodos, utilizar diferentes tipos de fontes e, sobretudo, adquiriu um amplo leque de objetos de estudos presentes nas práticas da vida cotidiana. Dessa forma, o ponto de partida da interpretação histórica dessa pesquisa são os estudos sobre o cotidiano; para tanto, o embasamento teórico aplicado será no campo da História Cultural. Autores como Michel de Certeau, Maria Izilda de Matos, Roger Chartier e Sandra Pesavento estão inseridos na base teórica deste trabalho.

Diante das inovações do *Programa Casé*, a presente dissertação busca compreender de que maneira os sujeitos sociais (ouvintes) que dividiam um mesmo contexto histórico criaram suas diferentes formas de recepção e interpretações. “É preciso interessar-se não pelos produtos culturais oferecidos no mercado de bens, mas pelas operações de seus usuários.” (CERTEAU, 1994 p. 13) Operações estas, presentes no cotidiano do “homem comum”, do “herói anônimo” que sempre existiu, mas que apenas em pesquisas recentes vem obtendo destaque no universo científico.

Para Maria Izilda de Matos (1996, p. 27), é necessário perceber que os sujeitos históricos passam ou passaram sua vivência despercebida, silenciada. Cabe então ao historiador pesquisar “histórias de gente sem história”, dando visibilidade e voz a pessoas antes esquecidas; portanto, os estudos sobre o cotidiano teriam surgido desse momento de “revisão” da historiografia tradicional. “Os estudos do cotidiano emergiram da crise dos paradigmas tradicionais da escrita da história, que requeria uma completa revisão dos instrumentos de pesquisa.” (MATOS, 2002, p.21).

O Historiador Michel de Certeau (1994), por sua vez, aponta que o cotidiano é o que dividimos na coletividade, nos espaços urbanos e privados, nos simples acontecimentos diários que não são marcados pelo excepcional. Nessa perspectiva estão inseridas as novas formas de “usar”, absorver e empregar o que recebemos – quer seja um livro, uma obra de arte, uma tarefa no trabalho, o que ouvimos no rádio ou vimos na TV.

As possibilidades de inventar esse cotidiano são revestidas de pequenas lutas, caracterizadas pelo espírito astuto e criativo do homem, surgindo como os “usos”, as “táticas” e “astúcias” que criam a cultura em um mundo pessoal, em seus espaços abstratos; as infinitas possibilidades encontradas pelo “homem ordinário” de recriar e resignificar o que é

apreendido; e as “mil maneiras de jogar/desfazer o jogo do outro, ou seja, o espaço instituído por outros, caracterizam a atividade, sutil, tenaz, resistente, de grupos que, por não ter um próprio, devem desembaraçar-se em uma rede de forças e de representações estabelecidas.” (CERTEAU, 1994, p. 79).

Para realização desta pesquisa utilizamos uma abordagem qualitativa<sup>13</sup>, fundamentada na compreensão da forma que os indivíduos vêem o mundo, de como eles constroem conhecimentos e significados. A pesquisa qualitativa é baseada nos estudos interpretativos do historiador como instrumento de compreensão da realidade. A imersão do pesquisador como intérprete das informações obtidas é priorizada nesse tipo de método, sem que isso resulte em um caráter menos científico.

“Embora com características próprias, as pesquisas qualitativas também obedecem a certos protocolos, tais como a delimitação e formulação claras de um problema, sua inserção em um quadro teórico de referência, a coleta escrupulosa de dados, a observação, as entrevistas, quando necessárias, a determinação de um método, a análise dos dados, o teste das hipóteses, a necessidade de generalização das conclusões etc.(...) (SANTAELLA, 2001, p.143-144).

Sobre a visão do Historiador na modernidade, Chartier (1996) enfatiza que o envolvimento com a pesquisa não representa um problema, pelo contrário, essa relação vai resultar numa melhor compreensão do objeto estudado.

“(...) o historiador do tempo presente é contemporâneo de seu objeto e portanto partilha com aqueles cuja história ele narra as mesmas categorias essenciais, as mesmas referências fundamentais. Ele é pois, o único que pode superar a descontinuidade fundamental que costuma existir entre o aparato intelectual, afetivo e psíquico do historiador e o dos homens e mulheres cuja história ele escreve. (CHARTIER, 1996, p. 216).

A chegada do rádio, como um ícone da modernidade, dominou o imaginário coletivo. A informação sem forma e sem cor dava ao som e à voz dos cantores e locutores uma aura de fantasia e encantamento. Os novos tipos de diversão, associados aos meios tecnológicos, alteram o comportamento e a rotina do homem em seu cotidiano, criando mudanças nas formas de sociabilidade e sensibilidades. Segundo Sevcenko (1998), isso ocorreu com a

---

<sup>13</sup> A pesquisa qualitativa surgiu inicialmente nos trabalhos de Antropologia e Sociologia, e nas últimas décadas vem sendo amplamente utilizada nas pesquisas históricas, sociais e culturais. Este tipo de pesquisa é definido como um conjunto de técnicas adequadas para as análises que envolvem questões subjetivas, que não podem ser quantificadas, a exemplo dos estudos do cotidiano e das pesquisas na área de comunicação, que estão relacionadas com os hábitos e costumes de uma época.



sociedade carioca da época. Acompanhar os programas radiofônicos era o principal momento de lazer coletivo das famílias no Rio de Janeiro.

Partindo cada um no seu isolamento real se encontram todos nesse território etéreo, nessa imensão eletromagnética, nessa voz sem corpo que sussurra suave, vinda de um aparato elétrico no recanto mais íntimo do lar, repousando sobre uma toalhinha de renda caprichosamente bordada e ecoando no fundo da alma dos ouvintes, milhares, milhões, por toda parte e todos anônimos. (SEVCENKO, 1998, p. 585).

Os estudos relacionados ao cotidiano das cidades definem o espaço urbano como berço da modernidade. Nele, são vislumbrados primeiramente os signos da novidade, da emancipação, da criação de estilos e hábitos incorporados ao cotidiano. A obra *Passagens* (1927-1940), de Walter Benjamin, (2006) relata a modernidade como um retrato da vida urbana. Um espaço de mudanças, novidades e conflitos sociais, acompanhado pela visão e sensação do *flâneur* nas ruas Parisienses.

A modernidade, para Marshall Berman (2007), é um conjunto de experiências, de tempo e espaço compartilhado por todos, em um cenário de felicidade, satisfação, desenvolvimento e mudanças. Paradoxalmente, a modernidade que traz alegria e realização também é detentora de um poder de “desintegração” capaz de desmanchar tudo.

A experiência ambiental da modernidade anula todas as fronteiras geográficas e raciais, de classificação e nacionalidade, de religião e ideologia: nesse sentido, pode-se dizer que a modernidade une a espécie humana. Porém, é uma unidade paradoxal, uma unidade de desunidade: ela nos despeja a todos num turbilhão de permanente desintegração e mudança, de luta e contradição, de ambigüidade e angústia. (BERMAN 2007, p.24).

A fascinação produzida por esse conjunto de vivências no Rio de Janeiro, baseada no exemplo de Paris, também transformou o ambiente urbano carioca em um espaço de inovação tecnológica. Os moradores da cidade “deslumbravam-se diante do novo aparato que incluía equipamentos e objetos de consumo identificados com as marcas do progresso e da modernidade.” (SEVCENKO, 1998, p. 440). Para a historiadora Lia Cabrale, o rádio como ícone da modernidade foi determinante na criação da atmosfera cultural do Rio de Janeiro. Com a popularização do equipamento os ouvintes passaram a viver um sentimento de conectividade, compartilhando o mesmo lazer.

O Rádio foi o primeiro meio de comunicação a falar individualmente com as pessoas, cada ouvinte era tocado de forma particular por mensagens que eram recebidas simultaneamente por milhões de pessoas. (...) Ao partilharem das mesmas

fontes de notícias, os indivíduos se sentiam mais integrados, possuíam um repertório de questões comuns a serem discutidas. (CABRALE, 2004, p.9).

Além da sala, que reunia todos em volta do rádio, também foram criados novos espaços de sociabilidade e sensibilidades, a exemplo dos auditórios das emissoras, uma vez que nas sedes das estações radiofônicas os ouvintes podiam acompanhar as irradiações, vindo de perto seus artistas preferidos. Os auditórios surgem ainda como um novo espaço de lazer.

Um passeio perfeito na década de 40 tinha que incluir uma passada num dos auditórios das rádios da cidade. A moda era colecionar fotos e autógrafos dos artistas. Centenas de fãs clubes espocavam por todo o país. Eram incontáveis as cartas que chegavam com pedidos, elogios, e até mesmo, declarações amorosas dos ouvintes mais empolgados. (CASÉ, 1995, p.88).

A exemplo da capital da República, em várias cidades do país, os auditórios das emissoras de rádio foram espaços disputados de diversão e lazer, no qual os ouvintes, também faziam “usos” da rádio de acordo com suas particularidades<sup>14</sup>. Dessa forma, o estudo em questão não se refere ao rádio e ao *Programa Casé* como um símbolo de uma influência ditadora, imposta pela indústria cultural<sup>15</sup>, mas sim, pelo caráter inovador de uma programação voltada para o formato popular, que contribuiu não só para inovação do rádio, mas também para um cenário propício às mudanças culturais, na sociedade carioca, influenciando as formas de lazer, os hábitos e costumes da época.

Chartier (1995) define o leitor (ou leitor ouvinte) como um agente ativo que estabelece suas interpretações pessoais. O receptor não é considerado submisso, mas sim, um ser atuante que absorve a mensagem com diferentes visões e particularidades.

---

<sup>14</sup> Para mais detalhes de como as rádios e auditórios foram utilizados como lugares de lazer em épocas e cidades distintas, o pesquisador Maranhão Filho (1995), descreve como o auditório do programa *Quatro Vidas*, da TV Jornal, foi transformado em um ambiente de fascínio pelos ouvintes. “O sucesso do programa domingueiro *Quatro Vidas*, feito nos estúdios da Avenida Cruz Cabugá, mas sempre visto pelo pequeno público que se acomodava nas quarenta poltronas do ‘auditorium’, para rir com as histórias e ver os cantores através da vidraça de separação dos dois ambientes, gerou um fenômeno novo no rádio da época que foi a primitiva visualização dos personagens.” (MARANHÃO, 1991, p.95). Ainda como contribuição sobre o tema, o historiador Antonio Clarindo Barbosa de Souza discorreu sobre os “usos” dos auditórios das rádios em Campina Grande, na Paraíba e a representação simbólica desses novos espaços. “Neste aspecto não podemos inferir quem ficava mais feliz ou satisfeito: se os ouvintes que podiam deixar a imaginação rolar solta tentando captar as imagens criadas pelos rádioatores, locutores e apresentadores dos programas ou aqueles felizardos que antes só conheciam as vozes de seus cantores e cantoras preferidas e agora podiam vê-los ali, bem perto, ao vivo e em cores”. (SOUZA; GUIMARÃES; FREITAS, 2006, p. 51).

<sup>15</sup> Dentro dos estudos da ideologia dos veículos de comunicação, Adorno e Horkheimer criaram o conceito de “Indústria cultural,” para designar as empresas ou instituições que produzem cultura ou informação com fins lucrativos. A indústria cultural é definida como uma forma de dominação capitalista, dos veículos de comunicação e da cultura como um processo ideológico, que estimula o consumismo e gera relações de submissão, sem a possibilidade de reação dos receptores.

A mídia moderna não impõe, como se acreditou apressadamente, um condicionamento homogeneizante, destruidor de uma identidade popular, que seria preciso buscar no mundo que perdemos. A vontade de inculcação de modelos culturais nunca anula o espaço próprio da sua recepção, do seu uso e da sua interpretação. (CHARTIER, 1995, p.186).

No que se refere à cultura, dado que o *Programa Casé* foi o primeiro programa de rádio dedicado à música popular, tomamos como base os conceitos de Roger Chartier, que se opõe a uma visão dicotômica entre a cultura popular e a cultura erudita. Para o autor, “todos os materiais portadores de práticas e dos pensamentos da maioria são sempre mistos, combinando formas e motivos, invenções e tradições, cultura letrada e base folclórica” (CHARTIER, 1990, p. 134).

Em busca de uma melhor compreensão da influência da programação do *Programa Casé* na vida dos ouvintes, deve-se observar que os estudos feitos acerca da comunicação social contribuíram de forma interdisciplinar. Assim como os teóricos da História Cultural, os pesquisadores dos Estudos da Recepção<sup>16</sup> na América Latina acreditam que o receptor também possui o poder de ação diante dos produtos midiáticos que consomem.

De acordo com os Estudos da Recepção, a problemática da mídia está na perspectiva de que os receptores não estão alheios às mensagens, além de não levar em consideração as particularidades de cada sujeito. O processo de recepção entre o homem comum e a mídia deve analisar as relações entre os sujeitos, a vida na cidade, no bairro, na família e no grupo social. O que representa uma oposição aos estudiosos da Escola de Frankfurt<sup>17</sup>.

Dentro do campo de recepção dos meios de comunicação, entre eles o rádio, Martín-Barbero considera que o conteúdo veiculado pela mídia não tem um efeito de devastação sobre os receptores. Na verdade, caberiam aos ouvintes no que se refere ao rádio, apreenderem diferentes significados e sentidos da programação. “A nova cultura, a cultura de

---

<sup>16</sup> Os Estudos da Recepção surgiram na década de 1980 na América Latina. Pesquisadores da área de comunicação, que viveram um contexto histórico de ditaduras, começaram a realizar estudos relacionados à recepção dos consumidores de mídia; estes estudos eram focados não mais apenas na audiência, mas sob a perspectiva de que o sujeito recebe as mensagens, resignificando, resistindo, elaborando novos sentidos. Entre os principais autores dos Estudos da Recepção estão Gárcia Canclini e Guillermo Orozco e Jesús Martín-Barbero, sendo este último o principal expoente. Os Estudos de Recepção no Brasil baseados numa vertente voltada para os Estudos Culturais são ainda recentes, no entanto alguns pesquisadores da comunicação estão desenvolvendo trabalhos sobre esse viés. As pesquisadoras Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy são as principais referências nos estudos de Recepção no país.

<sup>17</sup> A Escola de Frankfurt foi um instituto de pesquisa social fundado no auditório da Universidade de Frankfurt, Alemanha, em 1924. Formada por filósofos e cientistas sociais marxistas, teve como integrantes: Walter Benjamin, Theodor Adorno, Max Horkheimer, Erich Fromm, Herbert Marcuse entre outros. Foi na escola que surgiu o conceito de “Indústria Cultural” como um processo ideológico capitalista. “O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade é que não passam de um negócio, sendo utilizados como veículos ideológicos destinados a legitimar o lixo que propositadamente produzem. Eles definem a si mesmas como indústrias e as cifras publicitárias dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto a necessidade social de seus produtos.” (ADORNO, 1985, P.114).

massas começou sendo uma cultura que não era apenas dirigida às massas, mas na qual elas se encontravam retomadas, desde as músicas até as novelas de rádio e ao cinema, algumas formas de ver o mundo, senti-lo e expressá-lo.” (MARTIN- BARBERO, 2001, p. 240).

Para a realização da pesquisa sobre a influência do *Programa Casé* no cotidiano da sociedade carioca optou-se pelo campo metodológico da História Oral, método de abordagem importante nas pesquisas históricas sociais que pretendem investigar hábitos e costumes de uma época.

Para tanto, foram entrevistadas 14 pessoas, entre elas ouvintes e cantores do *Programa Casé*, além de parentes de Ademar. Também foram coletados depoimentos de artistas importantes, que embora não tenham passado pelo programa viveram o tempo áureo do rádio no Rio de Janeiro e foram testemunhas desse período. Os depoimentos com os parentes de Casé foram realizadas em 2005, quando depois de concluir a monografia sobre o tema fui produtora das gravações em Pernambuco do documentário **Programa Casé: o que a gente não inventa não existe**. Através da família Casé e do jornalista e amigo Dagoberto Souto Maior foi possível localizar os cantores e artistas da época e conseqüentemente realizar as entrevistas.

Metodologicamente, o uso dos relatos orais de memória como técnica historiográfica teve como base o trabalho do historiador Antônio Torres Montenegro, que considera os relatos orais de memória uma forma adequada para o registro do que não foi escrito, capaz de captar detalhes que não estão arquivados numa documentação, mas sim no campo da memória.

O campo da memória se construiria, dessa maneira, a partir dos acontecimentos e dos fatos que também se transformam em elementos fundantes da história. Mas, enquanto a memória resgata as reações ou o que está submerso no desejo e na vontade individual e coletiva, a história opera com o que se torna público, ou vem à tona da sociedade, recebendo todo um recorte, cultural, temático e metodológico a partir do trabalho do historiador. (MONTENEGRO, 1994, p.20).

A memória é então, esse conjunto de arquivos da mente humana que podem nos remeter à representação de um determinado passado. Composta por um dinamismo próprio, ela é baseada nas particularidades e significados pessoais. Considerando que os estudos relacionados à história oral estão diretamente ligados com a questão da memória, utilizamos as contribuições de Paul Ricouer, afinal “não temos nada melhor que a memória para

significar que algo aconteceu, ocorreu e se passou antes que declarássemos nos lembrar dela.” (RICOUER, 2007, p.40).

Através de depoimentos pessoais com base na memória, o homem comum é testemunha do seu passado e das mudanças no cotidiano presenciadas e ou vividas por ele. Com a construção da memória individual dos ouvintes, identifiquei o cenário coletivo da época e suas possíveis mudanças de sensibilidades e sociabilidade.

Nas memórias da maioria dos entrevistados, o período passado é sempre recheado de nostalgia, com o *Programa Casé* ganhando a conotação de um espaço simbólico de diversão, entretenimento e sucesso. A maior parte dos entrevistados tem entre 80 e 98 anos. Durante as entrevistas, identificamos que ao longo de determinados temas os entraves da memória, como o esquecimento, estavam sempre presentes.

Dentro do processo de memória, Paul Ricoeur aponta que é necessário esquecer para poder lembrar, afinal não podemos lembrar tudo. No entanto, o esquecimento funciona como uma abertura, um caminho que impulsiona a intenção de representar em verdade as coisas passadas. Nessa fase de reconstrução da memória de nossos entrevistados buscamos por mais respostas, confrontamos dados e diferentes tipos de fontes. Não era nosso objetivo o encontro de uma verdade absoluta, mas sim alcançar convergências respeitando e interpretando as divergências.

Desse modo, a partir do relato de história oral e da memória conseguimos alcançar um conjunto de informações que nos mostram versões de uma lembrança vivida no passado e sentida no presente. A memória e oralidade demonstram as emoções do que está inserido no desejo, na vontade individual e coletiva e cabe ao historiador tornar público esse conjunto de sensações e sentimentos.

Infelizmente, não foi possível ter acesso a cartas enviadas diretamente para o programa entre outros documentos, porque a maior parte do arquivo do *Programa Casé* terminou sendo destruída. Numa entrevista de Ademar ao jornalista Sérgio Cabral, ele contou que todo o arquivo do programa estava na sua casa de Copacabana que havia sido alugada para um colégio e o dono da escola vivia insistindo para retirar aquela grande papelada do local. Ademar junto com o seu parceiro Almirante chegaram a entrar em contato com o Museu da Imagem e do Som, do Rio de Janeiro para doar o arquivo, no entanto, eles não receberam nenhum tipo de resposta. Casé morava em um apartamento e não tinha espaço para

guardar os arquivos lembrou em depoimento - “Um dia sabe o que fiz? Peguei tudo e vendi como papel velho. (...) Foi o maior crime que cometi.” (cf. in: CABRAL, p. 1990, 109).

Desse modo, recorreremos à mídia impressa da época, com a análise das seções especializadas sobre rádio, além de espaços interativos que publicavam as cartas, opiniões e sugestões dos ouvintes. A nossa fonte de pesquisa foi a revista *Fon-Fon*<sup>18</sup>, que tinha espaços exclusivos para os ouvintes da época, nas seções “Cantinho dos fãs” e “Tribuna dos rádio-ouvintes”. Também foram analisados os artigos e colunas de rádio publicados pela revista na seção “PR1 Fon-Fon”.

A partir da revista, analisamos as opiniões e enquetes dos ouvintes a respeito do *Programa Casé* publicadas a partir de 1936, ano em que foi criada a seção “PR1 Fon-Fon”, até 1945, uma vez que o acervo da revista na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro está digitalizado até essa data e disponível para pesquisa na internet<sup>19</sup>. Mais de 200 edições da revista foram pesquisadas.

A etapa final da irradiação do *Programa Casé* com a chegada da televisão e a transferência de Ademar para o novo veículo foram pesquisadas através de livros e reportagens no jornal O Globo, cedidas pela família Casé, que também disponibilizou o acervo que sobrou do programa para a pesquisa. Ainda serviram de base para esta dissertação as fontes secundárias de conteúdo que estão presentes nos artigos, teses e na bibliografia.

Como referencial metodológico, utilizamos o paradigma indiciário de Carlo Ginzburg, no qual as fontes precisam ser analisadas através de suas pistas, dos sinais presentes nas entrelinhas. As informações coletadas são “fios” que necessitam ser tecidos pelas interpretações do historiador. Para Ginzburg, esse paradigma acompanha a evolução da humanidade e foi primordial para a criação da narrativa.

Por milênios o homem foi caçador. Durante inúmeras perseguições, ele aprendeu a reconstruir as formas e movimentos das presas invisíveis pelas pegadas na lama, ramos quebrados, bolotas de esterco, tucos de pêlos, plumas emaranhadas, odores estagnados. Aprendeu a farejar, registrar, interpretar e classificar pistas infinites imais como fios de barba. Aprendeu a fazer operações mentais complexas com rapidez fulminante, no interior de um denso bosque ou numa clareira cheia de ciladas. (GINZBURG, 2007, p.151).

---

<sup>18</sup> - Periódico semanal, voltado para o cotidiano da sociedade carioca, que circulou de 1907 a 1958. O nome Fon-Fon é uma onomatopéia do barulho da buzina do automóvel. A revista era uma das mais famosas da época e tinha como público alvo a classe média e elite carioca.

<sup>19</sup> - [http://objdigital.bn.br/acervo\\_digital/div\\_periodicos/fonfon/fonfon\\_anos.htm](http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/fonfon/fonfon_anos.htm)

Utilizando esta metáfora, o autor afirma que essa busca pela caça está presente na atividade do historiador que precisa encontrar os rastros, num exercício de decifrar e interpretar versões de uma dada realidade. Desse modo, o método indiciário, é semiótico, qualitativo, subjetivo, distante do rigor das ciências naturais. A quantidade não se sobrepõe a relevância do que foi investigado.

Portanto, fizemos a análise de nossas fontes interpretando as particularidades de cada informação analisada. Priorizamos na pesquisa a busca pelos detalhes capazes de captar indícios do que aparentemente era irrelevante. Na identificação desses pormenores, antes desprezados pela escola positivista utilizamos a intuição, a percepção, o olhar do pesquisador, na construção de uma análise dedutiva de nossas fontes orais e escritas.

Para compreender o impacto na sociedade dos ícones da modernidade a exemplo do rádio, se faz necessário considerar as transformações sociais e políticas vividas no espaço da cidade, por isso, no Capítulo I desta dissertação está a contextualização histórica do Rio de Janeiro no começo do século XX. Abordamos o início da República no Brasil, as mudanças da reforma urbana de Pereira Passos, baseada na ideologia higienista e excludente praticada na Europa.

Também analisamos o processo de modernização do Rio de Janeiro que nos remete ao sonho da *Belle Époque* promovido pela elite carioca, que tinha como inspiração a cidade de Paris. Essa contextualização auxilia na compreensão do cenário cultural que veremos nos próximos capítulos sobre o *Programa Casé*, a exemplo da origem do samba, da marginalização da música popular brasileira, do gosto pela música erudita, do preconceito com os imigrantes estrangeiros entre outros temas.

Em seguida, inserimos o contexto da Era Vargas. As novas diretrizes vividas pelo país com o fim da República, a revolução de 30 e a ascensão de Getúlio. Nenhum outro veículo teve tanta importância política no país quanto o rádio nesse período, consciente disso Getúlio Vargas utilizou o rádio para propagandear suas ações políticas e ideologias, a exemplo da criação do programa a *Voz do Brasil*, da incorporação da Rádio Nacional e da censura instaurada pelo DIP, Departamento de Imprensa e Propaganda. O envolvimento entre o cenário político e o rádio vai auxiliar ainda na percepção dos fatos que englobam a criação do rádio comercial, da regulamentação da propaganda e do uso da música popular pelo governo.

No Capítulo 2, tratamos do *Programa Casé* e das inovações que foram introduzidas por ele no rádio, como por exemplo o destaque dado à música popular brasileira, o

pioneirismo do programa na criação de diferentes quadros interativos, assim como, a introdução de novas técnicas radiofônicas e de quadros específicos para a música clássica. Artistas nacionais e internacionais passaram pelo microfone do Casé. Também abordamos nesse capítulo a origem dos primeiros comerciais de rádio que surgiram no programa.

Os depoimentos presentes no filme **Programa Casé: O que a gente não inventa, não existe** também são utilizados. O documentário baseado nas gravações de Ademar Casé e de cantores da época para o MIS (Museu da Imagem e do Som, do Rio de Janeiro) foi construído ao longo de quase dez anos de pesquisa e produção.

Neste capítulo, enfocamos também, por meio de uma análise humanizada, a trajetória de Ademar Casé. Longe de pretender criar um mito, abordamos os motivos que o fizeram ser definido como um homem empreendedor no rádio, que possuía um relacionamento diferenciado com seus artistas e exerceu também um papel importante como pioneiro na criação de programas para televisão brasileira.

No Capítulo III, analisamos a influência do *Programa Casé* no cotidiano dos seus ouvintes. Através de relatos orais de memória e outras fontes como a revista Fon-Fon, abordamos as diferentes formas de usos e interpretações, no que se refere ao aspecto inovador, popular e comercial do programa. Através da lembrança presente na memória dos entrevistados, detectamos traços da influência do *Programa Casé* no cotidiano da sociedade carioca. Os grandes cantores da época e os primeiros comerciais do rádio foram recordados como inovações marcantes da programação ouvida pelos entrevistados.

O último capítulo também destaca o início do desenvolvimento da indústria fonográfica, do cinema e das publicações impressas sobre rádio, a chamada “era do entretenimento”. Para evidenciar o relacionamento entre fãs e o *Programa Casé*, analisamos a partir da revista Fon-Fon as opiniões e enquetes dos ouvintes, a respeito das atrações do programa. Os cantores passaram a ser tratados como astros e estrelas de Hollywood.

Localizamos nas seções “PR1 Fon-Fon”, “Cantinho dos fãs” e “Tribuna dos rádio-ouvintes” artigos dos colunistas sobre o programa, além de cartas e depoimentos dos ouvintes. Dessa forma, detectamos que a construção do cotidiano dos ouvintes do *Programa Casé* também pode representar uma nova forma de vida social coletiva. Assim, teria se instituído na época, não apenas o simples ato de acompanhar a programação radiofônica, mas, sobretudo, foi construído um novo espaço de sensibilidades e sociabilidade, envolto de novos significados, usos e representações incorporadas pelos habitantes da cidade.



Foi possível constatar ainda que o *Programa Casé* tornou-se uma referência no formato do rádio comercial. Praticamente todos os programas de rádio no país utilizam até hoje elementos que surgiram no Casé. A essência de idealização, sonho e fantasia do passado continuam permeadas nas diferentes sensações e formas emotivas do ouvir.

Mesmo diante das inovações tecnológicas e do desenvolvimento de novas mídias, o rádio não perdeu seu fascínio. O veículo de comunicação, que para muitos deixaria de existir depois da chegada da televisão, continua exercendo seu encanto e magia. Do Rio de Janeiro a Belo Jardim, novos comportamentos e significados foram incorporados com o rádio, uma invenção que na atualidade, pode até ter perdido o impacto de modernidade, mas que ainda assim, representa um grande *valor simbólico*<sup>20</sup> na imaginação de muitos ouvintes.

---

<sup>20</sup> Após a morte do meu avô, no dia 09 de agosto de 1996, recebi como herança aos 15 anos de idade um dos primeiros rádios da cidade de Belo Jardim.

## Capítulo 1 - O sonho de modernidade e progresso carioca

### 1.1 *Belle Époque* - O “Rio” e o “percurso” de modernidade

A cidade como formação urbana não é apenas um conglomerado humano, mas sim um conjunto de acumulação de bens culturais (sobretudo imateriais) presentes muito além do concreto. A relação do ambiente com o indivíduo está associada à representação de cada espaço, cercado de particularidades e interpretações.

Na nova História Cultural se faz necessário ler a cidade como um texto vivo, um organismo que pulsa cercado pelo imaginário, “como um sistema de ideias e imagens de representação coletiva que os homens, em todas as épocas, construíram para si, dando sentido ao mundo.” (PESAVENTO, 2003, p.43).

Nos contos de Calvino<sup>21</sup>, os espaços são vividos pelos “sentidos”. Nas diferentes estações do ano, os ambientes são detalhados sob a perspectiva do sentir, ouvir, cheirar, tocar e ver. É como se os detalhes nos levassem a diferentes direções. Cada órgão de sentido desperta uma paisagem construída, e assim como o personagem de Marcovaldo, somos levados diariamente a sentir o lugar onde vivemos. Podemos até enxergar a cidade com diferentes visões, no entanto ela segue com os seus signos de vida urbana.

Em distintas cidades e épocas, os aparelhos ícones da modernidade (a exemplo dos meios de comunicação) imprimiram novas formas de vivenciar o urbano. A *urbe* teve o seu cotidiano registrado nos jornais, a imagem foi imortalizada com a fotografia, o estático se transformou em movimento com o cinema, etc., mas foi com criação do rádio que a cidade ganhou um som uniforme, capaz de estar presente em diferentes lares ao mesmo tempo ligados numa mesma “frequência”. O cotidiano dos cidadãos adquiriu um novo ritmo.

Embalado pelo rádio o Rio de Janeiro na terceira década do século XX começa a vivenciar uma nova forma de ouvir o mundo e vivê-lo, “lançado como uma novidade maravilhosa, o rádio transformou-se em parte integrante do cotidiano. Presença constante nos

---

<sup>21</sup> Na obra de Calvino Marcovaldo é um operário sonhador que vivendo numa sociedade de consumo, tem uma espécie de cegueira para a vida na cidade. O personagem é uma espécie de *flâneur*, mas que tem olhos apenas para as coisas mínimas da vida. Em diferentes momentos da narrativa ele que não enxerga a realidade ao seu redor, utiliza os órgãos de sentidos como referência nessa viagem pela cidade consumista. Ver em: CALVINO, Ítalo. *Marcovaldo ou as estações na cidade*. São Paulo: Cia. das Letras, 1994.

lares converteu-se em um meio fundamental de diversão e entretenimento”. (CALABRE, 2002, p.07).

No entanto, para entendermos melhor o impacto e a representatividade do rádio nas décadas de 30, 40 e 50 é primordial analisar o contexto histórico da Capital da República. Parafraseando Pesavento<sup>22</sup>, o Rio de Janeiro foi durante um longo período “uma cidade no espelho” que projetava para todo o país imagens que despertavam um grande desejo de semelhança. Um “Rio” que refletia no seu imenso “espelho d’água” a “civilização”. A capital carioca seguia o caminho da sonhada Paris, que representava a “fluidez” da modernidade na Europa.

No velho continente surgiram as Exposições Universais, que simbolizavam a riqueza e o desenvolvimento das principais nações. A França, assim como a Inglaterra, vendia para o mundo a imagem de potência inventiva e tecnológica. Em 1851, Londres sediou o primeiro grande evento internacional que reunia milhares de expositores de várias partes do mundo.

Era o momento de exhibir as futuras maravilhas mecânicas que prometiam revolucionar o futuro. O próprio cenário da exposição de Londres foi um marco para a arquitetura moderna. A exposição aconteceu no Palácio de Cristal, uma enorme construção de ferro e vidro erguido no *Hide Park*, com uma área de mais de 92.000 metros quadrados.

Quatro anos depois, a Exposição Universal aconteceu em Paris. Para o evento na cidade luz também foi construída uma área especial, o Palácio da Indústria, erguido com pedra e ferro. A arquitetura não teve o seu efeito impactante em comparação com a construção inglesa, mas na França grandes inventos foram vistos em funcionamento – as máquinas não estavam mais dispersas e, juntas em movimento, elas produziam um fascínio ainda maior nos visitantes.

As Exposições Universais não eram apenas realizadas para contemplação do desenvolvimento mecânico da época, de modo que o evento era, sobretudo, uma oportunidade de grandes negócios. Os inventos da modernidade eram divulgados para empresários e representantes de vários países que aproveitavam para firmar parcerias.

No início do século XX, o Brasil surge como um mercado promissor para as empresas estrangeiras. Não por acaso, em 1922 o país foi escolhido para sediar a Exposição. De forma

---

<sup>22</sup> No livro *O imaginário da Cidade: Visões literárias do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre*, Sandra Pesavento faz uma metáfora sobre o Rio de Janeiro como uma cidade no espelho que projeta seu reflexo para as demais cidades do país. “O jogo do espelho, que reflete/cria imagens, faz parte desse sistema de percepção e representação do mundo que vem mudando segundo as épocas e do qual o historiador da cultura se esforça para se aproximar.” (PESAVENTO, 2002, p.157).

pioneira, o Rio de Janeiro foi palco da primeira Exposição Universal da América do Sul. O grande invento de destaque no Brasil foi o rádio, sendo oficialmente realizada no evento a primeira transmissão radiofônica do país com o discurso do presidente Epitácio Pessoa. A estação de 500 watts foi montada pela companhia americana *Westinghouse* no corcovado, com vários alto-falantes instalados em pontos estratégicos da exposição<sup>23</sup>.

Durante a exposição do Centenário da Independência, em 1922, muito pouca gente se interessou pelas demonstrações experimentais de radiotelegrafia, então realizadas pelas companhias norte-americanas na estação do Corcovado e na Praia Vermelha. Creio que a causa principal desse desinteresse foram os auto-falantes instalados na exposição. Ouvindo os discursos e música reproduzidos no meio de um barulho infernal, tudo roufenho, distorcido, arranhando os ouvidos. Era uma curiosidade, sem maiores consequências.<sup>24</sup>

Como em toda edição da Exposição Universal, o país anfitrião deveria caprichar na arquitetura, o que foi conseguido com êxito pelo Brasil. Aproveitando a reforma urbanística da cidade, a Exposição Universal foi construída numa grande área, depois de vários aterramentos e intervenções a exemplo do desmonte do morro do Castelo e da criação da “Avenida das Nações”.

Para os expositores, foram construídos dezenas de pavilhões, entre eles o prédio do Palácio das Indústrias que abriga hoje o Museu Histórico Nacional. “Os visitantes nacionais e estrangeiros que compareceram em 1922 à Exposição Internacional do Centenário da Independência, certamente levaram uma boa impressão das transformações urbanas e sanitárias do Rio de Janeiro, então Distrito Federal e Capital da República.” (MOREIRA & SAROLDI, 1984, p.15).

A “boa impressão” é o resultado da política de urbanização e modernização<sup>25</sup> (1895-1906), que tinha sido estabelecida na cidade no início do século XX inspirada no processo de “Haussmanização”<sup>26</sup> de Paris. Era o início das transformações da *Belle Époque*<sup>27</sup> carioca. O

---

<sup>24</sup> Depoimento do Edgar Roquette Pinto no site da Rádio MEC. <[http://webeduc.mec.gov.br/midiaseducacao/material/radio/radio\\_intermediario/radiobrasil.htm](http://webeduc.mec.gov.br/midiaseducacao/material/radio/radio_intermediario/radiobrasil.htm)> Acessado em 04 de Janeiro de 2011. Edgar Roquete Pinto era médico e antropólogo e foi um dos entusiastas no dia da primeira irradiação no centenário da República. Na ocasião, ele tentou convencer o Governo Federal a comprar os equipamentos que estavam na exposição, para usar o veículo como um meio propagador de educação no país, apesar da insistência ele não conseguiu êxito. A resposta positiva veio da Academia Brasileira de Ciências, que comprou os equipamentos e em 1923, Roquete Pinto inaugurou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, com objetivo cultural e educacional.

<sup>25</sup> Refiro-me ao processo de modernização como uma ação conduzida pelas classes dirigentes e pela ideologia dominante, marcada pela iniciativa política e econômica. A modernização dessa forma é caracterizada pela implantação previamente organizada de um conjunto de mudanças baseado nas ciências e nas inovações tecnológicas de cada época.

<sup>26</sup> O termo é uma referência ao processo de intervenções urbanas polêmicas idealizadas pelo então prefeito de Paris, o Barão Haussman, no século XIX para modernizar a cidade.

Rio de Janeiro crescia rápido e desordenadamente, a população havia duplicado, de 266 mil habitantes em 1872 para 522 mil em 1890<sup>28</sup>. A superpopulação dá origem a multiplicação das habitações coletivas, era o surgimento dos cortiços e de graves problemas urbanos. Com o fim do período colonial e a abolição da escravatura a recém República instaurada vive o desafio de transformar o visual do Rio de Janeiro.

A falta de saneamento básico e a insalubridade das moradias tornavam a capital da República em um grande foco das mais violentas epidemias: como febre amarela, varíola, malária, difteria, cólera entre outras doenças. Nesse período, a cidade tinha o desagradável título de “túmulo dos estrangeiros”<sup>29</sup>. Seguindo a política de urbanização higienista praticada na Europa, a capital do Brasil inicia sua campanha de “limpeza” e “progresso”. As moradias coletivas, a exemplo dos cortiços eram consideradas focos de proliferação dessas doenças<sup>30</sup>.

A área portuária do Rio de Janeiro era uma das mais precárias. O porto mais importante do país estava rodeado de antigos casarões que abrigavam a população pobre, a maioria dos ex-escravos morava nas proximidades do porto e no centro da cidade. O aspecto colonial da cidade de ruas estreitas, mal iluminadas e de antigos prédios precisava de novos “ares”.

O presidente Rodrigues Alves formou uma equipe e atribuiu a esses técnicos poderes ilimitados. Eles eram o médico sanitarista Oswaldo Cruz e os engenheiros Lauro Müller e Pereira Passos – este último nomeado prefeito da cidade do Rio de Janeiro entre 1902 e 1906, pelo então Presidente da República Rodrigues Alves. Como forma de potencializar o espaço urbano em nome da saúde, da valorização estética e moral da cidade, foi iniciado o alargamento de diversas ruas, assim como a demolição de casarões e conjuntos de moradia coletiva, numa ação conhecida como “Bota Abaixo”.

---

<sup>27</sup> “Bela Época”, em francês, é o período no qual a cidade do Rio de Janeiro vivia o processo de modernização, tendo o modelo parisiense como inspiração. Além das mudanças urbanísticas da cidade, a cultura da elite carioca também passou a se inspirar na francesa.

<sup>28</sup> CARVALHO, Josué Murilo. *Os bestializados: o Rio de Janeiro e a república que não foi*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. (p.16).

<sup>29</sup> O Brasil ganhou esse título no final do século XIX por causa da alta taxa de mortalidade de estrangeiros provocada por doenças como a febre amarela e tuberculose. Ver em: SEVCENKO, Nicolau. (org.). *O prelúdio republicano. Astúcias da ordem e ilusões do progresso*. In: *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, vol. 3. 1998. (p. 22).

<sup>30</sup> Na origem dos estudos relacionados aos cortiços no Rio de Janeiro está o discurso de vários profissionais adeptos da teoria higienista, entre eles está o engenheiro Everardo Backheuser que em 1906 fez um relatório apresentado ao ministro da justiça e interiores sobre os cortiços na cidade. (...) “nos cortiços as alcovas eram mais quentes, baixas e escuras, não havia separação adequada entre as famílias, sendo a vida mais promíscua.” (...) “Há ‘cortiços’ onde se penetra com o lenço ao nariz e de onde se sai cheio de náuseas”. (BACKHEUSER, 1906 *apud* CHALHOUB, 1999 p.39). Uma referência ao tema na literatura é a obra *O Cortiço* de Aluísio de Azevedo (1986). Baseado na sua estética naturalista o autor atribui vida própria ao cortiço marcado pela lascividade, vícios e homossexualidade. A narrativa é construída com base nos elementos da determinação social, (raça, meio, momento histórico) uma vez que, na visão dos naturalistas não existe outra perspectiva para os personagens do cortiço a não ser a miséria e a promiscuidade.

Assim como a ação de destruição do “Cabeça de Porco” no final do século XIX, na administração de Barata Ribeiro, centenas de locais foram destruídos na política de urbanização de Pereira Passos<sup>31</sup>. A demolição começou justamente pelos casarões da região Portuária, e boa parte da comunidade pobre da época foi obrigada a se transferir para os sopés dos morros, marca característica da topografia do Rio de Janeiro. As famílias eram despejadas sem nenhum tipo de indenização e as únicas alternativas eram:

(...) pagar aluguéis ainda mais exorbitantes que antes por casinhas ou quartos nos cortiços e casas de cômodos ainda existentes; outra opção era tentar mudar-se para os subúrbios, o que trazia o grave inconveniente de aumentar a distância a ser percorrida diariamente até o emprego; uma terceira opção era ir habitar um dos inúmeros morros que rodeavam o centro da cidade. (CHALHOUB, 1996, p. 141).

A capital da República buscava se firmar como um pedacinho da Europa no Brasil. Com o fim da escravidão a economia do país precisava da mão de obra especializada encontrada nos imigrantes, mas a fama da cidade suja, poluída e cheia de doenças tropicais que abatia os estrangeiros se espalhava no exterior. Os problemas sociais e endêmicos da cidade mais influente do país atrapalhavam os planos da elite capitalista, além da necessidade da mão de obra assalariada na economia, existia ainda o objetivo burguês de promover o embranquecimento da população.

Tratava-se de combater as doenças à população branca, e esperar que a miscigenação - promovida num quadro demográfico modificado pela imigração européia e as moléstias reconhecidamente graves entre os negros lograssem o embranquecimento da população, eliminando gradualmente a herança africana da sociedade brasileira. (CHALHOUB, 1996, p. 9).

Para atrair a tão sonhada mão de obra branca com os imigrantes europeus o médico sanitário Oswaldo Cruz realizou várias ações de combate as doenças, sendo a mais polêmica de todas a vacinação obrigatória contra a varíola, que culminou com a Revolta da Vacina em 1904 (quando de forma autoritária e violenta, os agentes sanitários invadiam as casas e vacinavam pessoas à força). Revoltados com as arbitrariedades do governo, os pobres que se encontravam sem teto tinham agora mais um motivo para se rebelar: o medo da vacina.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Sidney Chalhoub, (1996) mostra que em 1893, um dos cortiços mais conhecidos do Rio chamado de Cabeça de porco (a entrada era ornamentada com uma cabeça de porco) foi destruído pela prefeitura que queria acabar com os cortiços classificados pelo governo e elite como "valhacoutos de desordeiros". O episódio foi marcante como a primeira intervenção do governo na demolição de moradias coletivas na cidade.

<sup>32</sup> A população não sabia o que a vacina poderia provocar. Os protestos eclodiram nas ruas do Rio de Janeiro, com destruição de bondes e apedrejamento de prédios públicos. A cidade transformou-se num campo de batalha entre a população e a polícia. "Foram quebrados combustores de gás e cortados os fios da iluminação elétrica da Avenida Central. Surgiram as

As ações de Pereira Passos que desagradavam aos pobres eram bem vistas por parte da Imprensa que apoiava os Republicanos e as mudanças urbanas, considerando-as um processo civilizatório. O escritor Olavo Bilac era um dos entusiastas da época e apontava a ignorância da população pobre como uma justificativa pela reação dos populares.

E não há povo onde os analfabetos estão em maioria. Quem não sabe ler, não vê, não raciocina, não vive. (...) A revolta de agora não foi a apenas obra dos desordeiros de profissão: foi também obra de ignorantes, explorados criminosamente pelos astutos. E não sei bem para quem servirá das avenidas, árvores, jardins, palácios a esta cidade – se não derem aos homens rudes os meios de saber o que é civilização, o que é higiene, o que é dignidade humana. (BILAC, 1994 *apud* PESAVENTO, 2002, p.185).

Legitimando a repressão, Bilac divide os revoltosos em duas categorias: os “desordeiros de profissão”, possivelmente associado àqueles que faziam parte de associações operárias e aos opositores da República, que também foram atuantes no movimento; e os “pobres ignorantes”, formado pelos desempregados e ex-escravos, facilmente manipulados.

Com a revolta controlada e com o contínuo trabalho de urbanização do Rio, a Avenida Central foi transformada num grande *boulevard* repleto de luzes e vitrines. Esta modernização também foi acompanhada de uma evolução nos meios de transporte, com o advento do bonde elétrico e do automóvel, que exigiu alterações nas antigas malhas herdadas do período colonial.

Porém, muito além das avenidas largas e das ruas ventiladas para se tornar Europa, os hábitos e costumes dos moradores também deveriam mudar. Remodelar a cidade não era suficiente, era necessário civilizar seus habitantes. Utilizando seus amplos poderes, Pereira Passos interferiu diretamente no cotidiano da população, alterando e disciplinando seus costumes com o código de postura que proibia, por exemplo, a venda de miúdos em tabuleiros e a ordenha de vacas em vias públicas, obrigando a vacinação destes animais com tuberculina. Era proibido cuspir na rua e a mendicância também foi combatida.

A serenata e a boemia foram condenadas, o violão passou a ser um símbolo de malandragem. Outra iniciativa do governo foi a “civilização” do carnaval, com a proibição do entrudo e a introdução de práticas utilizadas no carnaval de Veneza, a exemplo das máscaras e fantasias de colombina e pierrô. O carnaval ideal era a festa com o desfile de automóveis e a batalha de confetes entre os refinados foliões.

---

barricadas, primeiro na Avenida Passos, depois nas adjacentes. Oradores subiam aos montes e pedras das construções e incitavam ao ataque”. (CARVALHO, 2008, p.104).

A República precisava impor a ordem e a imprensa teve um papel fundamental na propagação dos novos hábitos e costumes dos cariocas. As roupas, o mobiliário das casas, tudo imitava a Europa. Jornais e revistas da época noticiavam com orgulho a mudança da vestimenta dos moradores que faziam parte da elite da cidade: “rapazes no rigor *smart* dos trajes ingleses e damas exibindo as últimas extravagâncias dos tecidos, cortes e chapéus franceses” (SEVCENKO, 1998, p.26).

Ser *smart* era ter bom gosto, ser moderno e chique. As praças e os espaços públicos serviam como palco de desfiles da elite carioca. Era comum a prática do *footing*. Os entretenimentos, as ideologias e as filosofias do velho continente eram apreendidos pelo sonho de “civilização”.

O importante, na área central da cidade, era estar em dia com os menores detalhes do cotidiano do Velho Mundo. E os navios europeus, principalmente franceses, não traziam apenas os figurinos, o mobiliário e as roupas, mas também as notícias sobre as peças e livros mais em voga, as escolas filosóficas predominantes, o comportamento, o lazer, as estéticas e até as doenças, tudo enfim que fosse consumível por uma sociedade altamente urbanizada e sedenta de modelos de prestígio. (SEVCENKO, 2003, p. 51).

Até mesmo a imprensa do país sofreu influência européia, era grande o número de periódicos, ilustrações, revistas e desenhos da época que seguiam os magazines franceses. A literatura também cumpria o papel de ser a difusora do espírito da *Belle Époque*, e se fazia presente nos salões, confeitarias, livrarias e cafés. O idioma francês em muitos casos estava incorporado ao cotidiano. Era possível encontrar mulheres da elite que tinham familiaridade com o idioma, assim como muitos homens que liam em francês – “na verdade, vários literatos escreviam e alguns até pensavam naquela língua.” (NEEDEL 2003, p. 230).

Enquanto uns ouviam, liam e pensavam em outro idioma a maioria dos moradores do Rio de Janeiro sequer era alfabetizada. Com um passado colonial recente, o Brasil vivia a nova experiência das relações de trabalho com a mão de obra imigrante. Os ex-escravos e mestiços eram considerados preguiçosos e ociosos, a ponto da falta de emprego (ou “vadiagem”) ser considerada crime, que resultava em prisão de 15 a 30 dias.<sup>33</sup> A pobreza era ainda sinônimo de vício e prostituição. Muito desse conceito ideológico tinha como base a declarada “existência” das “classes perigosas”<sup>34</sup> dos quais os negros faziam parte.

---

<sup>33</sup> Sobre a nova ideologia do trabalho, combate à vadiagem e controle social no início do século XX veja: CHALHOUB, Sidney. **Trabalho, Lar e Botequim: o cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da Belle Époque**. São Paulo: Brasiliense, 1986. (p.75)

<sup>34</sup> Essa expressão surgiu na primeira metade do século XIX no estudo da escritora Mary Carpenter sobre criminalidade. “Para Mary Carpenter, as classes perigosas eram constituídas pelas pessoas que já houvessem passado pela prisão, ou as que



Para Nicolau Sevcenko (2003), o processo de modernização no Rio de Janeiro, além de sua função estética, também foi baseado na evolução técnica. Com essas mudanças a privacidade do homem passa por um processo de indefinição e de novas práticas. Parte dos moradores da cidade torna-se aparelhados, midiaticizados, individualizados e múltiplos ao mesmo tempo.

Quando o impacto da Revolução Científico-Tecnológica se faz sentir na sua plenitude alterando tanto os hábitos e os costumes cotidianos quando o ritmo e intensidade dos transportes, comunicações e do trabalho e o mundo que então se estabelece já nos parece francamente familiar. Seus potenciais são medidos em escalas técnicas abstratas de estrito valor matemático são os volts, watts, ampères, hertz, roetgen, match. É já o mundo moderno no qual vivemos. (SEVCENKO, 2003 p.8).

Entre as novidades tecnológicas que faziam parte do cotidiano da elite estava o cinema. Em 1907, foi inaugurado na Avenida Rio Branco, no Rio de Janeiro o “Cinematographo Parisiense”, voltado principalmente para documentários que mostravam o cotidiano francês. Vários cinemas foram surgindo na cidade e os filmes produzidos na Europa e nos Estados Unidos passaram a fazer parte do entretenimento carioca. Por isso, “ir ao cinema pelo menos uma vez por semana, vestido com a melhor roupa, tornou-se uma obrigação para garantir a condição de moderno e manter o reconhecimento social.” (idem, *ibidem*, p.599).

Dentro desse cenário de inovação, o rádio que havia sido apresentado ao país em 1922 torna-se também um dos ícones dessa época de modernidade. Ter o novo veículo em casa também era como freqüentar o cinema: um grande símbolo de status. A programação radiofônica da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro inaugurada em 1923, era basicamente composta por música erudita, embora também houvesse declamações de poesias e alguns discursos sobre temas variados. As emissoras mantidas pela contribuição dos sócios tinham fins educativos e culturais e as experiências eram bem amadoras.

O rádio irradiava só algumas horas, quando teve o primeiro entendimento com a segunda estação que foi a Rádio Clube do Brasil<sup>35</sup>, então as duas, tanto Rádio Sociedade e Rádio Clube, imaginando que eles não tinham boa, bom contato perfeito, então combinaram o seguinte: um irradiava só as segundas, quartas e

---

mesmo, não tendo sido presas, haviam optado por obter o seu sustento e de sua família através da prática de furtos e não do trabalho”. (MARY CARPENTER 1840 apud CHALHOUB, 1996, p.20).

<sup>35</sup> A Rádio Clube do Brasil no Rio de Janeiro, a P.R.A-2 foi inaugurada em 1924 pelo engenheiro Elba Dias, que trabalhava no Observatório Nacional e era parceiro de Roquette Pinto.

sextas, e outro, nas terças, quintas e sábados. No domingo não tinha rádio. Eram só algumas horas. Evidente, como o tempo foi aumentando.<sup>36</sup>

A programação era no começo uma espécie de “sarau poético”. A programação era composta de clássicos eruditos e músicas francesas tocadas principalmente ao piano, mas a maravilha da “Paris brasileira” (que agora, além de “vista” também podia ser “ouvida”) não chegava a todos. A princípio, o impacto do rádio no cotidiano foi um privilégio da elite que podia comprar o aparelho.

A disparidade social da época foi amplamente denunciada por escritores como Lima Barreto, que através de crônicas, um gênero literário marcante desse período, atuou como um representante das camadas populares, criticando as transformações urbanas e o sentimento de europeização que contrastava com o ambiente de puro abandono do subúrbio.

Há casas, casinhas, casebres, barracões, choças, por toda a parte onde se possa fincar quatro estavas de pau e uni-las por paredes duvidosas. Todo o material para estas construções serve: são latas de fósforos distendidas, telhas velhas, folhas de zinco. Para as nervuras das paredes de taipa, o bambu que não é barato. Há verdadeiros aldeamentos dessas barracas, nas coroas dos morros, que as árvores e os bambuzais escondem aos olhos dos transeuntes e nenhuma espécie de esgoto. Toda esta população, pobríssima, vive sob ameaça constante da varíola e, quando ela dá para aquelas bandas, é um verdadeiro flagelo. (BARRETO, 1983 *apud* PESAVENTO, 2002, p.185).

Através da sensibilidade do jornalista João do Rio também é possível identificar recortes do cotidiano dos populares na *Belle Époque*. Atuando como um *flâneur* e *voyeur* das ruas nessa nova cidade, ele denuncia os contrastes que não eram vistos pela elite.

O Rio pode conhecer muito bem a vida do burguês de Londres, as peças de Paris, a geografia da Manchúria e o patriotismo japonês. A apostar, porém, que não conhece nem a sua própria jalanta, nem a vida de toda essa sociedade, de todos esses meios estranhos e exóticos, de todas as profissões que se constituem o progresso, a dor, a miséria da vasta Babel que se transforma. (JOÃO DO RIO, 1952 *Apud* PESAVENTO, 2002, p.202).

Foi nesse cenário que o novo morar dos pobres também deu margem ao surgimento de novas maneiras de viver, de se relacionar e de criar diferentes formas de lazer e diversão. As mudanças estéticas da cidade também produziram um cenário cultural no novo espaço dos excluídos. Os morros cariocas são considerados por muitos estudiosos como o berço das rodas

---

<sup>36</sup> Depoimento do radialista Foréis Domingues conhecido como Almirante arquivado no site da Rádio MEC. <[http://webeduc.mec.gov.br/midiaseducacao/material/radio/radio\\_intermediario/radiobrasil.htm](http://webeduc.mec.gov.br/midiaseducacao/material/radio/radio_intermediario/radiobrasil.htm)> Acessado em 04 de Janeiro de 2011.

de samba, no início do século XX. Esse novo espaço de moradia, “a favela sobretudo no Rio, passaria a ser um objeto privilegiado pela produção musical, embora do ponto de vista formal a categoria utilizada fosse basicamente morro.” (OLIVEIRA & MARCIER, 2003, p.99).

O ritmo que teria sido uma herança do lundu<sup>37</sup> africano reproduzida pelos negros pobres chegava a ser confundido com o seu espaço de criação, por isso “tal associação que na verdade se faz entre samba e morro, de tão forte e recorrente na produção musical, tende a ser tomada como elemento constituinte da própria definição de favela”. (idem, ibidem, p.82).

No entanto para muitos pesquisadores, no início do século XX, antes de subir o morro o samba carioca teria tido sua origem na Praça Onze, no centro da cidade, mais precisamente na casa de “Tia Ciata”, uma cozinheira e mãe de santo baiana famosa por fazer festas que reunia sambistas de várias partes da cidade.

Com a abertura da Avenida Central e a expulsão de muitas famílias negras e pobres (entre elas muitas famílias baianas que haviam se mudado para o Rio de Janeiro, depois da abolição da escravatura, trazendo em sua bagagem o candomblé e vários ritmos do samba, que aqui foram transformados no samba carioca) do Centro da cidade para, num primeiro momento, a Cidade Nova, e depois, para os subúrbios e favelas.” (VIANNA, 1995, 112-113)

Independente do seu espaço de origem, o samba era associado ao lugar do negro e do pobre, conseqüentemente sofrendo preconceito por parte da elite. Em 1908, as rodas de samba eram proibidas pela polícia. Se alguém fosse encontrado com um pandeiro na mão tinha o instrumento apreendido – afinal, o desejado “estilo de vida francês” não combinava com batucada.

Como é possível perceber, as mudanças da política de modernização do Rio de Janeiro conseguiram destacar ainda mais dois universos. Surgiram duas cidades, com culturas e aspectos sócio-econômicos distintos, um fruto da reforma, da regeneração, da nova norma urbanística, racional e técnica e o outro labirinto das malocas, do desemprego compulsório, da roda de samba e “livre de todas as leis” (SEVCENKO, 1998, p. 543).

A *Belle Époque*, mais do que um período de progresso e civilização, foi marcada pela contradição. Uma remodelagem que atendeu aos anseios de uma minoria que desejava apresentar a cidade como cartão postal de um mundo civilizado, mas por trás da arquitetura

---

<sup>37</sup> O Lundu é uma dança de origem africana que foi trazida para o Brasil pelos escravos bantos de Angola e do Congo. O batuque com palmas que depois foi acompanhado por instrumentos de cordas é para muitos estudiosos classificado também como canção, já que existiam repetições de refrões. O lundu era caracterizado pela sensualidade, com rebolados e umbigadas. Durante a encenação da dança os homens se insinuavam sexualmente para as mulheres, fazendo um convite, no início as mulheres se negavam a acompanhar, mas depois eram conquistadas pelos homens. Assim como o maxixe, o ritmo chegou a ser proibido no Brasil.

européia, do movimento da grande cidade, das luzes e vitrines estava à miséria da maioria. A visão cosmopolita e pacifista do Rio de Janeiro era uma utopia, de uma República cercada de “arrivismo”<sup>38</sup>.

Desse modo, é possível fazer uma analogia na qual o “Rio” em seu “percurso” de modernidade teve em suas “margens” dois lados: o sonho Parisiense Republicano e a realidade de um país caótico e ex-escravocrata. A reforma urbana saneou uma parte do “Rio” com beleza, sofisticação e elegância. Os caprichos da elite foram “saciados”, mas a outra parte seguiu “sedenta” de necessidades básicas. Requite, modernidade e exclusão num mesmo “espelho d’água”.

## 1.2 Era Vargas – Nas “ondas” do populismo

Depois da tentativa de “criação” de um Rio de Janeiro, europeu e moderno, a partir de 1930 não somente o Rio, mas todo o país vivenciou outro cenário político e histórico. Marcado pelo projeto de “construção” de nação, o Brasil passou a viver o período “getulista” caracterizado pelo populismo, autoritarismo e pela ideologia do “progresso nacional”.

A ascensão de Vargas ao poder foi influenciada por um cenário de decadência do modelo agrícola exportador da República Velha. Em 1929, a crise da bolsa de valores nos Estados Unidos abalou a economia capitalista de vários países, incluindo o Brasil.<sup>39</sup> Por causa da crise mundial a exportação do café brasileiro, principal produto na época caiu drasticamente e a superprodução de café trouxe prejuízos para a economia do país<sup>40</sup>. Os Estados Unidos eram o maior comprador, diante da recessão, para diminuir o prejuízo o governo do Brasil queimou toneladas de grãos na tentativa de evitar uma desvalorização ainda maior.

---

<sup>38</sup> Arrivismo vem da palavra francesa *arrivé* que significa chegado. A palavra no Brasil passou ser utilizada para definir aqueles que seriam os “recém-chegados” a burguesia, às benesses do capitalismo ou dos cargos públicos. Esse cenário teria sido provocado pelo enriquecimento de novos segmentos da classe dominante. “No decorrer do processo de mudança política, os cargos, rendosos e decisórios - antigos e novos - passaram rapidamente, para as mãos desses grupos recém chegados à distinção social, premiados com as sucessivas e fartas ondas de ‘nomeações’, ‘indenizações’, ‘concessões’, ‘garantias’, ‘subvenções’, ‘favores’, ‘privilégios’ e ‘proteções’ do novo governo”. (SEVCENKO, 2003, p.41).

<sup>39</sup> Também conhecida como Grande Depressão, a crise capitalista de 1929, teve início nos Estados Unidos e foi resultado da superprodução, outro agravante era o cenário de pós-guerra, vários países europeus em reconstrução reduziram as importações. A crise culminou com a queda da bolsa de Nova York, que provocou a falência de empresas e bancos, norte-americanos. Vários países que exportavam para os Estados Unidos como o Brasil sofreram diretamente os efeitos da recessão.

<sup>40</sup> A crise do café é tratada por alguns economistas como uma “tragédia anunciada”. Desde 1891, a produção mundial de café já era maior que o consumo e que com o passar dos anos a produção brasileira só fazia aumentar. “A produção de café, no Brasil, só no período de 1924 a 1929, cresceu quase 100%, enquanto as exportações se mantiveram estáveis” (SAES, 1997, p.63).

São Paulo era o grande produtor de café brasileiro. O estado despontava como o centro financeiro do país, enquanto que o cenário de expressão política estava em Minas Gerais, que era o maior pólo eleitoral do Brasil e tinha como principal produto o leite. Os dois estados eram a base da República Velha, regida por um acordo no qual políticos paulistas e mineiros se revezavam no poder. Era a “política do café com leite”.

A crise do café que abalou São Paulo conseqüentemente deixou arestas políticas para o desentendimento com Minas Gerais, uma vez que em 1930 era a vez de Minas indicar o seu candidato à presidência da República. Com a economia enfraquecida, a capital paulista sentiu-se no direito de lançar o seu próprio candidato, Júlio Prestes, conhecido como o “barão do café”.

Enquanto os dois tradicionais estados se desentendiam e lançavam candidatos próprios, Getúlio Vargas surgiu no Rio Grande do Sul como candidato a presidente do partido Aliança Liberal, com apoio de vários segmentos da sociedade e de políticos de diferentes estados lançou sua candidatura<sup>41</sup>.

Contrariando as expectativas Júlio Prestes venceu as eleições de 1930 – mas a vitória contestada por suspeita de fraude e o assassinato de João Pessoa<sup>42</sup> (governador da Paraíba e candidato a vice-presidente na chapa de Getúlio) aumentaram o clima de revolta. Esse cenário de desconfiança e violência contribuiu para o agravamento dos movimentos de oposição ao governo de Washington Luís, já desgastado pela crise do café. Indignados com a vitória de Júlio Prestes, os políticos da Aliança Liberal, liderados por Getúlio, alegaram fraudes eleitorais e com apoio dos militares deram o Golpe de Estado e Vargas assumiu a presidência.

A política populista marcante nesse período impulsionou o crescimento de novos veículos que passaram a estabelecer uma comunicação direta entre o governo e o povo. Getúlio Vargas encontrou no rádio o meio perfeito para que o seu discurso atingisse as massas. Foi um dos principais caminhos para conquistar os eleitores e fazê-los acreditar que existia um governo preocupado com a população. “Getúlio Vargas foi o primeiro político a

---

<sup>41</sup> A candidatura de Vargas pelo partido da Aliança Liberal teve a participação de três estados, Rio Grande do Sul, Paraíba e Minas Gerais. Outro apoio importante foi o dos militares envolvidos nas rebeliões tenentistas na década de 20. A articulação política da Aliança Liberal conquistou ainda mais aliados, a exemplo dos ex-presidentes Arthur Bernardes e Epitácio Pessoa.

<sup>42</sup> O assassinato de João Pessoa aconteceu no dia 26 de julho de 1930 no Recife. O crime foi cometido pelo opositor político João Dantas, que queria vingar-se de uma humilhação pública. Sob as ordens de João Pessoa o escritório de João Dantas tinha sido invadido e as cartas pessoais de João Dantas e de sua amante Anayde Beiriz foram publicadas na imprensa paraibana. Apesar do crime ter sido cometido por um motivo alheio a candidatura a vice-presidência, a Aliança Liberal associava o homicídio a política. “No final de julho, chegaram notícias do assassinato de João Pessoa em Recife por uma questão de honra pessoal. A oposição culpou o governo federal pela morte e pela deterioração do ambiente econômico.” (LEVINE, 1998, p. 42).

ver no rádio grande importância política. E passa a utilizá-lo dentro de um modelo autoritário.” (ORTRIWANO, 1985, p.17).

Não por acaso, um ano depois de subir ao poder, em 1931, Vargas instituiu o Departamento Oficial de Publicidade (DOP), que tinha como principal objetivo a realização de um boletim informativo que era distribuído para divulgação nas rádios. Para que a propaganda tivesse ainda mais alcance, Vargas trabalhou no projeto de expansão de rádios no País.

Nessa época ele aumentou o número de emissoras para 42, pois tinha consciência da dimensão da comunicação radiofônica, dessa forma investiu na organização da propaganda junto à população através do meio. Ao mesmo tempo, instituiu uma série de decretos e portarias que lhe concederia totais poderes de controle da radiodifusão durante todo o seu primeiro período de governo. (PEROSA, 1995, p.37).

A força e a capacidade ideológica do rádio tornaram-se evidentes na Revolução Constitucionalista de 1932, que representava uma reação dos paulistas contra o Golpe de 1930. O movimento que queria derrubar o governo Vargas tinha ainda como objetivo a criação de uma nova Constituição. Os paulistas utilizaram o rádio para fazer propagandas sobre a revolução e tiveram apoio das quatro rádios de São Paulo, “Entre estas estava a Rádio Sociedade Record/PRB-9, que por sua potência e penetração se tornaria o principal veículo de propaganda da revolução constitucionalista de 1932” (SAROLDI & MOREIRA, p.161).

O grande destaque da Rádio Record de São Paulo na época foi o locutor Cesar Ladeira, que entusiasmado com a revolução tornou-se o principal porta-voz do conflito em seus três meses de duração. Pelo rádio, Ladeira transmitiu os combates de forma épica e conclamou o povo de São Paulo a pegar em armas contra o governo Vargas.

Enquanto os paulistas eram a alma da revolução, os cariocas apoiavam Vargas. Por isso, de forma semelhante ao que ocorria em São Paulo, as rádios cariocas também usaram o veículo como um propagador de idéias a favor do governo e contra os revoltosos, mas o movimento em São Paulo não teve o apoio esperado de outras regiões, e o governo conseguiu sufocar a revolução.

Ainda em 1932, Vargas regulamentou a publicidade no rádio. A principal preocupação era limitar o tempo de comerciais e anúncios. “Para evitar os excessos o governo exigia que o tempo dedicado não ultrapassasse os 10% do total de programação. Esse era o incentivo comercial necessário para a criação de novas emissoras de rádio”. (CABRALE, 2002, p.19).

Ainda no governo provisório, Vargas começou sua “relação de paternidade” com o povo. Nenhuma medida foi tão popular quanto a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), criada no dia primeiro de maio de 1943. Com uma boa estratégia de marketing, o presidente anunciou as leis trabalhistas, em um clima de festa, no Estádio de São Januário. No entanto, é relevante destacar que as leis trabalhistas não foram um “presente” do governo, “Na verdade, o mito da doação apaga, deliberadamente um período de lutas das classes populares que antecedeu o governo Vargas em pelo menos 40 anos.” (FAUSTO, 1997, p.51).

Em 1934, o governo provisório é legitimado quando Vargas foi eleito pela Assembléia Constituinte. A eleição foi considerada um avanço democrático e teve relação direta com a pressão sofrida na Revolução Constitucionalista de São Paulo. Com a eleição de Vargas, foi promulgada uma nova Constituição, que entre as principais disposições estavam o direito ao voto secreto universal, também estendido as mulheres, além da criação das justiças do trabalho e eleitoral. Na constituição de 1934, ficou estabelecida ainda, a alternância de poder na presidência, limitando a quatro anos o período do mandato, sem direito a reeleição.

O que ninguém esperava era que as novas medidas democráticas seriam “invalidadas” pelo próprio Vargas, três anos depois. A notícia foi dada pelo rádio no dia 10 de novembro de 1937. Getúlio fez um pronunciamento e anunciou em cadeia nacional a ditadura do Estado Novo. A medida ditatorial foi explicada como uma forma de evitar um plano comunista que estava “prestes” a acontecer no Brasil<sup>43</sup>. Era o começo da ditadura no País: o Congresso Nacional, as assembleias e câmaras municipais foram fechadas. Uma nova constituição de inspiração fascista foi outorgada, direitos políticos foram abolidos, assim como os partidos e organizações civis.

Se no passado a Revolução Constitucionalista representava a reação da direita paulista deslocada do poder, Vargas passou a viver outro momento com a esquerda, que estava unida com a formação da (ANL) Aliança Nacional Libertadora sob a liderança de Luís Carlos Prestes<sup>44</sup>.

De certo modo, as ações da ANL no Brasil foram determinantes para o projeto ditatorial de Vargas. Em novembro de 1935, eclodiu a “Intentona Comunista”, um levante

---

<sup>43</sup> Foi o chamado plano “Cohen”, sobrenome judeu de um fictício comunista, que assinava o documento, detalhando o projeto de tomada de poder. A ação incluía incêndios em prédios públicos, saques e depredações. A farsa tinha como objetivo a declaração do estado de guerra, para consequentemente criar um cenário de desestabilidade política.

<sup>44</sup> Luiz Carlos Prestes participou ativamente do movimento tenentista na década de 1920, que teve o seu auge com a “Coluna Prestes”, movimento militar que percorreu mais de 25.000 km, durante dois anos e três meses pelo interior do país, com objetivo de mobilizar a população contra a República Velha. Na década de 1930, Prestes adere ao comunismo, depois de passar um período na antiga União Soviética, volta ao Brasil e torna-se presidente de honra da ANL (Aliança Nacional Libertadora), organização liderada pelo Partido Comunista do Brasil que queria o fim do governo Vargas.

militar para derrubar o Governo. As rebeliões militares de autoria da Aliança Nacional Libertadora aconteceram nos batalhões do Rio Grande do Norte, Recife e Rio de Janeiro.

O Governo vinha nos últimos anos realizando um trabalho de propaganda anticomunista, que provocava temor na classe média. Utilizando os meios de comunicação, principalmente o rádio, Vargas preparou o cenário para que o plano de combate “A ameaça vermelha” e a centralização política tivessem êxito e apoio da elite. “Getúlio Vargas estava ganhando respaldo popular desde a intentona Comunista, quando defendeu o Brasil da vil ameaça e prosseguiu angariando o respaldo público através de larga propaganda dos acontecimentos de seu governo.” (BELLINTANI, 2002, p. 49).

Como uma forma de controlar ainda mais os meios de comunicação, no período do Estado novo foi criado o (DIP), Departamento de Imprensa e Propaganda que veio substituir o antigo (DOP), Departamento Oficial de Publicidade. Além do rádio, o órgão regulava várias atividades artísticas, controlando teatro, cinema, literatura política e social. A censura foi estabelecida para evitar que fossem divulgadas notícias contra o interesse político e cultural do governo.

Dentro do DIP foi montada a Agência Nacional, que era responsável pelo fornecimento de matérias que deveriam ser publicadas na imprensa. As notícias tinham sempre como tema a organização do estado, os valores nacionalistas, a importância da família e a imagem de progresso associada a Vargas. Como em toda ditadura, o “endeusamento” do líder foi uma característica presente no Estado Novo.

O rádio também foi o veículo de destaque em outros regimes ditatoriais. Na Alemanha, Hitler já o utilizava como poderoso veículo difusor de ideologias. O nazismo foi o primeiro a usar o rádio como instrumento político. Para atingir seus objetivos, o *Führer* procurava apelar para os sentimentos dos alemães, fórmula que também seria utilizada por Getúlio. “A utilização do rádio pelos ditadores da época e pelos aspirantes a ditador é algo que já estava no ar. Hitler e Mussolini davam exemplos de como utilizar o novo meio de comunicação para dirigir e controlar a opinião pública” (MELLO E SOUZA, 1986, p.210).

Nas ditaduras da América Latina o uso do rádio como instrumento político não foi diferente, particularmente nos casos de Brasil e Argentina, com Vargas e Perón utilizando a programação radiofônica de forma semelhante<sup>45</sup>. Outra característica populista nos dois

---

<sup>45</sup> Doris Haussen (2001) faz um comparativo entre as similitudes autoritárias do uso do rádio pelos dois governos sul-americanos, que tiveram como principais aliados os serviços de propaganda, no Brasil foi o DIP, na Argentina a Secretaria de imprensa e Informação. “No Brasil os veículos de comunicação continuavam com seus donos, mas tinham censura prévia e



governos foi o uso do cinema, com a produção de películas que exaltavam a figura dos presidentes. Na Argentina, houve ainda a exploração da imagem de Eva Perón como mais um importante personagem na ditadura peronista. A onipresença dos líderes através das ondas sonoras e das telas do cinema era vista com simpatia pelas massas e “aproximava” o governo do povo.

O Estado Novo também foi marcado pela forte propaganda nacionalista da modernização econômica do país. A própria crise do café na década de 1930 forçou o governo a encontrar novas alternativas econômicas, além da exportação de produtos agrícolas. Desse modo, durante o Estado Novo teve início o processo de industrialização do Brasil.

Na década de 1940, a Segunda Guerra Mundial criou um cenário de dificuldades para importar bens de consumo, o que estimulou a produtividade brasileira. No governo de Getúlio Vargas foram criadas as indústrias de base, com a instalação de usinas siderúrgicas e hidroelétricas, da Companhia Vale do Rio doce, fábricas de aviões e da expansão de rodovias e ferrovias. “Além disso, a produção têxtil se expandiu durante a guerra para suprir os mercados latino-americanos”. (FERREIRA & DELGADO, 2007, p. 251).

A partir de 1940, Vargas ganhou um novo e importante reforço na divulgação da ideologia nacional e progressista de seu governo. Por causa de dívidas, um grupo de empresas foi incorporado ao patrimônio da União, entre elas o acervo da Rede Ferroviária São Paulo-Rio Grande e os bens das sociedades “A Noite”, “Rio Editora” e “Rádio Nacional.” Sendo que apropriação do governo sobre os veículos de comunicação não foi devidamente clara<sup>46</sup>.

Com posse da Rádio Nacional, o governo federal tem o objetivo de “integrar os brasileiros” com uma programação que precisa chegar aos quatro cantos do país. Para isso, em 1943 foram instalados na empresa transmissores de ondas curtas. A partir de então, a rádio seria ouvida em qualquer lugar do Brasil e exterior, mas além das questões técnicas houve também uma preocupação com a criação de novos programas, aproveitando o talento dos profissionais da Rádio – fundada em 1936 e que ainda fazia novas contratações. “Nada menos

---

elementos do DIP para fiscalizar (durante o primeiro período de Vargas, pois durante o segundo o DIP havia sido dissolvido desde 1945). Na Argentina, Perón tomara conta de todos os meios, devolvendo, após os rádios aos respectivos donos, mas com uma censura férrea - Ninguém se atrevia a divulgar o que não fosse do interesse do governo, até praticamente o seu final.” (HAUSSEN, 2001, p.134).

<sup>46</sup> A incorporação da companhia da estrada de ferro foi justificada pela dívida de mais de três milhões de libras da *Brazil Railway*, que pertencia ao investidor americano Percival Farquhar. A empresa era responsável pela construção das principais ferrovias do Sudeste e do Sul do Brasil, incluindo a Companhia Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande e a Madeira-Mamoré. A companhia alegava não poder pagar o empréstimo e teve os bens incorporados pelo governo, no entanto, com relação aos veículos de comunicação, não existia nenhuma pendência financeira, a questão teria envolvido os interesses de estratégicos de divulgação política. “Estrategicamente, a encampação da Rádio Nacional atendia ainda a certos objetivos políticos e governamentais: o de levar a vários longínquos pontos do país um conjunto de mensagens influenciando assim, a formação de uma identidade nacional” (AGUIAR, 2007, p.22).

de 679 funcionários, compunham a Nacional em meados dos anos 50, entre os quais 10 maestros e arranjadores, 124 músicos, 96 cantores e cantoras” (SAROLDI & MOREIRA, 2005, p. 130).

Também fizeram parte dos investimentos a reforma da rádio e a construção de um auditório com capacidade para 486 lugares. Com dinheiro e bons profissionais a emissora tornou-se uma referência na produção de programas de auditório e radionovelas, conseguindo desbancar a Mayrink Veiga, considerada a principal rádio do país.

A Rádio Nacional tornou-se uma das mais importantes rádios da América Latina e uma das maiores do mundo. Esses títulos estão associados não somente pela diversidade da programação radiofônica, mas, sobretudo fazem referências aos investimentos que foram feitos na estrutura física e nos aparelhos técnicos da rádio, com a instalação de transmissores potentes e a construção de estúdios com alta tecnologia. “Nos sete estúdios da PRE-8 encontravam-se algumas das mais avançadas inovações, como o piso flutuante sobre molas especiais do palco sinfônico, ou o gigantesco vidro emoldurado em aço acionado a motor (um conjunto de duas toneladas), pondo em instantes o público do auditório em contato direto com os artistas.” (SAROLDI & MOREIRA, 2005, p. 70).

Um dos grandes sucessos da Rádio Nacional foram as radionovelas. A primeira produzida pela emissora foi *Em Busca da Felicidade*, seguida pela dramatização de maior sucesso no rádio brasileiro, a novela *Direito de Nascer*, com uma audiência de até 73%. A novela, irradiada às segundas, quartas e sextas às 20h00 teve um envolvimento profundo de seus ouvintes que incorporaram no cotidiano a ficção do rádio.

Como hoje com as telenovelas, as radionovelas entravam no cotidiano das pessoas despertando sentimentos diversos, provocando debates e até manifestações extremadas da parte dos ouvintes. Aguardando o episódio seguinte, o público comentava os fatos ocorridos, concordava ou censurava as atitudes tomadas pelos personagens, criando com estes laços de admiração ou de aversão. (CABRALE, 2002, p. 37).

Além da Rádio Nacional, Vargas tinha outro canal direto com a população em todos os dias úteis por volta das 19h00, o Programa *A Hora do Brasil*, que começou em 1935, mas durante o Estado Novo mudou o nome para *A Voz do Brasil*. A abertura com a ópera *O Guarani*, de Carlos Gomes, tornou-se a marca registrada do programa, que tinha como

objetivo propagandear as realizações do governo federal. Com transmissão obrigatória, o programa foi utilizado várias vezes para os pronunciamentos de Vargas<sup>47</sup>.

Outro programa de grande teor ideológico, que marcou esse período foi o *Repórter Esso*, transmitido inicialmente pela Rádio Nacional, era basicamente um resumo de notícias enviadas por telegrama pela Agência *United Press*. Patrocinado pela *Standard Oil*, o noticiário era veiculado em vários países, no Brasil foi o principal meio de informação durante a Segunda Guerra Mundial, sempre a favor dos Estados Unidos e seus aliados na luta contra o nazismo alemão. Processo semelhante ocorreu durante a Guerra Fria, quando as notícias eram contra o comunismo.

Com o slogan de “testemunha ocular da História” e “o primeiro a dar as últimas”, o programa introduziu a linguagem do rádiojornalismo no Brasil, com frases curtas, objetivas, ritmo e locução interpretativa. O *Repórter Esso* também criou uma nova de relação entre os ouvintes e o rádio, que a partir de então passaram a utilizar o veículo como fonte de informação. “O programa foi um dos principais responsáveis pela criação do hábito cotidiano de se ouvir noticiários, por transformar em necessidade a prática de manter-se informado” (CABRALE, 2002, p.46). O *Repórter Esso* tornou-se símbolo de credibilidade, tendo sua imagem arranhada na década de 1950, quando foi contrário a campanha de nacionalização do Petróleo<sup>48</sup>.

Além dos programas de cunho jornalístico, a presença da música popular brasileira no rádio tornou-se parte do cotidiano dos ouvintes. A própria *Voz do Brasil* passou a utilizar músicas dentro da programação, com apresentações de cantores como Francisco Alves, Carmem Miranda e Aurora Miranda, entre outros artistas da época.

Os programas de auditório da Rádio Nacional tornaram-se famosos no país inteiro. Nesse período, o rádio também passou a promover os concursos para eleger a “Rainha do Rádio”. A mobilização dos fãs para eleger suas artistas preferidas chegou a números impressionantes. A cantora Ângela Maria, em 1954, obteve o recorde de 1.464.996 votos<sup>49</sup>.

---

<sup>47</sup> A primeira irradiação do programa *A Hora do Brasil* foi em abril de 1935, simultaneamente à aprovação da Lei de Segurança Nacional. A origem do programa está associada ao discurso ideológico para combater o avanço do comunismo. “(...) Getúlio Vargas já acionou todos os mecanismos de comunicação, direta ou indiretamente ligados ao Estado, com destaque para a Hora do Brasil, com objetivo de abrir ferrenha campanha contra a Aliança Nacional Libertadora (...)” (PEROSA, 1995, p.38). O programa *A Voz do Brasil* continua tendo veiculação obrigatória do governo federal nas emissoras de rádio, de segunda a sexta-feira às 19h00.

<sup>48</sup> O programa chegou a ser mal visto diante da oposição feita a nacionalização do Petróleo, dado que a empresa patrocinadora era a *Standar Oil*. O noticiário ignorou a campanha do “Petróleo é Nosso” e a posição da *Standar Oil* prejudicou a imagem da empresa no Brasil, principalmente diante da imprensa. Para melhorar essa relação com os jornalistas, foi criado o prêmio Esso de jornalismo, que segue ainda hoje como a principal premiação da categoria.

<sup>49</sup> É importante destacar que os patrocinadores das artistas tinham grande influência no resultado do concurso de Rainha do Rádio da Rádio Nacional, já que o cupom para votação vinha nas revistas especializadas, ou seja, para votar era necessário

Percebendo a dimensão do poder da música que chegava a milhares de lares ao mesmo tempo através do rádio, o Estado Novo passou a censurar as composições e utilizá-las a favor dos ideais de nacionalismo, progresso e trabalho. Para tanto, o DIP tinha autoridade para não permitir a veiculação de canções que estivessem contra os “valores” propagados pelo regime.

O samba foi o principal alvo da censura no Estado Novo. Discriminado em sua origem, após a introdução da música popular no rádio o samba ganhou destaque e começou a ser elaborado como identidade cultural, como um estilo musical que expressava o cotidiano poético da “malandragem”. A boa vida e a boêmia eram temas que caíam no gosto popular, a exemplo da canção “Lenço no Pescoço”, de autoria de Wilson Batista, que fez sucesso na voz de Sílvio Caldas, em 1932.

*Meu chapéu de lado, tamanco arrastando/  
Lenço no pescoço, navalha no bolso/  
Eu passo gingando, provoco e desafio/  
Eu tenho orgulho de ser tão vadio./  
Sei que eles falam deste meu proceder/  
Eu vejo quem trabalha andar no misere/  
Eu fui vadio, porque tive inclinação/  
Eu me lembro era criança tirava samba-canção./*

Mas, o “samba-canção” não passou a ser bem visto na ditadura do Estado Novo que começou a censurar as letras e criou o “samba-exaltação”, um tipo de música que deveria exaltar o nacionalismo e as “características positivas” do povo brasileiro. Em 1939, uma portaria proibia a valorização da malandragem. As canções deveriam promover o trabalho, condenando a vadiagem e a boêmia. O mesmo autor de lenço no pescoço Wilson Batista em parceria com Ataulfo Alves compõe em 1941, “Bonde São Januário” um exemplo perfeito desse novo estilo musical promovido pelo Governo<sup>50</sup>.

---

comprar a revista. Ainda assim, os números de *Ângela Maria* seguem imbatíveis, até mesmo porque o interesse dos patrocinadores revela de certa forma, que esse tipo de publicidade era um bom investimento.

<sup>50</sup> Para mais detalhes sobre o samba-canção e samba-exaltação no período do Estado Novo ver em: ALBIN, Ricardo Cravo. **O Livro de Ouro da MPB: A História de nossa música popular de sua origem até hoje.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2003. (p.128).

*Quem trabalha é quem tem razão./*  
*Eu digo e não tenho medo de errar./*  
*O Bonde de São Januário./*  
*Leva mais um operário./*  
*Sou eu que vou trabalhar./*

Mas Vargas também soube agradar aos compositores e em 1933 sancionou a lei de direitos autorais. O pagamento para os compositores era uma reivindicação da SBAT, (Sociedade Brasileira de Autores Teatrais), que na época representava a categoria. Eles queriam um aumento de 90 mil réis por mês para 500 mil réis pelas músicas executadas.

Como protesto, as Rádios Sociedade do Rio de Janeiro, Clube, Philips, Mayrink Veiga e Educadora fizeram uma greve no dia 11 de julho de 1933 e ficaram fora do ar. No entanto, o governo interveio na questão e fechou um acordo para o pagamento de 300 mil réis por mês de cada Rádio para direitos autorais<sup>51</sup>. Com o estabelecimento do acordo, o Presidente ganhou a simpatia dos autores musicais.

O governo Vargas foi marcado pelas estratégias de *marketing* que promoveram a criação de um mito, com o próprio Departamento de Imprensa e Propaganda batizando o presidente com o título de “pai dos pobres”. Mas a Segunda Guerra Mundial e a divulgação no rádio do apoio do Governo Federal na luta contra o nazi-fascismo colocaram em questão a manutenção de uma ditadura no Brasil.

As oposições aproveitaram o desgaste em torno da guerra para pedir o fim da ditadura e novas eleições. Percebendo que o quadro seria irreversível, o Governo Federal iniciou um processo de transição. Em 1945, são realizadas novas eleições e o candidato Eurico Gaspar Dutra, “apoiado” por Vargas, é eleito presidente da República. Uma nova constituição é outorgada e Vargas é eleito Senador de São Paulo e Rio Grande do Sul.

Numa prova de sua popularidade, Getúlio Vargas voltou novamente à presidência da República em 1951, eleito pelo voto direto. Entre os projetos de sua nova administração estava o fortalecimento da indústria nacional. Em 1953, depois de uma forte campanha pela estatização do Petróleo (“O petróleo é nosso”), foi criada a Petrobrás. Para conquistar a classe

---

<sup>51</sup> CABRAL, Sérgio A *MPB na era do rádio*. São Paulo: Moderna, 1996. (p.111).

trabalhadora, o governo dobrou o salário mínimo no dia 1º de maio de 1954. Mais uma vez, Vargas havia conquistado apoio do proletariado.

A política popular estatizante e de cunho nacionalista do governo resultou na oposição de muitos empresários ligados às empresas estrangeiras. O “democrata” Vargas viveu uma perseguição intensa dos seus opositores, entre eles o jornalista Carlos Lacerda, que auxiliado por Assis Chateaubriand e Roberto Marinho fez uma ferrenha campanha contra Getúlio e seus aliados, principalmente ao jornalista Samuel Wainer, ex-funcionário de Chateaubriand, que criou o jornal getulista “A Última Hora.”

Utilizando o seu jornal Tribuna da Imprensa, a Rádio Globo e a Rede dos Diários Associados, Carlos Lacerda fazia críticas ao governo e acusava Getúlio de beneficiar financeiramente a “A Última Hora”. Nesse turbilhão de denúncias o jornalista foi vítima de um atentado na Rua do Tonelero que provocou a morte do Major da Aeronáutica Rubens Florentino Vaz. A autoria do atentado foi associada ao governo<sup>52</sup>. Depois disso, as críticas de Carlos Lacerda a Vargas se intensificaram. Os antigetulistas tiveram ainda apoio dos membros da União Democrática Nacional (UDN) e de oficiais das Forças Armadas revoltados com a morte do Major. Sem poder acionar qualquer tipo de censura ou ainda a esfera militar, Vargas provou na democracia a força do rádio no sentido oposto e não resistiu às acusações e pressões da oposição.

No dia 24 de agosto, de 1954 o Presidente novamente é notícia. Entre a vergonha de ser deposto e de ter o prestígio abalado, Vargas cometeu suicídio. A carta-testamento foi lida para a Rádio Nacional, diretamente do Palácio do Catete, pelo ministro Oswaldo Aranha. O *Repórter Esso*, numa edição extra com música fúnebre, transmitiu a notícia sem parar em um clima de intensa emoção. Para aumentar ainda mais a dramaticidade, a carta-testamento escrita pelo presidente enfatizava a necessidade desse ato heróico e a trajetória de vida pública dedicada integralmente ao povo.

As mesmas emissoras de rádio que o candidato transformara em trunfo eleitoral no passado divulgaram a maior tragédia política da época: o maior líder popular da história se matou com um tiro no coração. O mito Vargas que nasceu pelas ondas sonoras também teve o seu fim noticiado por elas. Com o imediatismo do rádio os ouvintes acompanhavam passo a

---

<sup>52</sup> O episódio ficou conhecido como Atentado da Rua do Tonelero, porque a tentativa de assassinato de Carlos Lacerda, aconteceu na Rua do Tonelero, em Copacabana, em frente a casa do jornalista, na madrugada do dia 05 de agosto de 1954. O major Rubens Vaz, estava com Carlos Lacerda na ocasião e foi morto no local. Uma série de investigações feitas pelos militares que estavam revoltados com a morte do Major levou à prisão dos autores do crime, que confessaram o envolvimento do chefe da guarda pessoal de Vargas, Gregório Fortunato e do irmão do presidente, Benjamin Vargas.

passo as informações sobre o suicídio. Como não podia ser diferente foi grande a comoção popular em todo o país.

De fato, a morte de Getúlio desencadeou uma mobilização popular nas grandes cidades, que colocou os opositores em posição embaraçosa. A mobilização nutria-se das exortações contidas na carta-testamento, lançada ao ar logo após sua morte, pela Rádio Nacional, e publicada depois nos jornais. No Rio de Janeiro, foram atacadas as sedes da Tribuna da Imprensa e de O Globo. Uma investida contra a embaixada dos Estados Unidos e da *Standard Oil* foi rechaçada a bala, resultando em vários feridos. Em São Paulo, milhares de operários entraram em greve, ao mesmo tempo em que uma multidão tentava atacar a sede dos Diários Associados. Cenas semelhantes ocorreram em Porto Alegre, em Belo Horizonte e no Recife. (FAUSTO, 2006, p.191).

Em nenhum outro momento histórico a política influenciou tão diretamente um veículo de comunicação de massa no Brasil. O rádio como palanque político, o uso da música popular brasileira, a censura, a liberação da publicidade foram algumas das iniciativas marcantes do governo nesse período, que influenciou a história radiofônica e cultural do país.

A relação do poder com o rádio é importante para uma compreensão da época e do momento político do Rio de Janeiro. Rememorar a a Era Vargas é fundamental para identificar nuances que sejam capazes de revelar mudanças e alterações nas práticas cotidianas, advindas com os programas populares de rádio que surgiram nesse período, a exemplo do *Programa Casé*.

O programa em questão foi irradiado durante quase duas décadas entre 1932 e 1951, momento no qual a influência do Rio de Janeiro da *Belle Époque* e a política de Vargas se fizeram presentes. Desse modo, as discussões sobre a capital da República, e as considerações sobre a importância do rádio na construção social e política brasileira na época são primordiais para o entendimento do período vivenciado pelo programa.

Feito esse histórico político e cultural do Rio de Janeiro da época, vamos sair da “cidade cenário” do *Programa Casé* e adentrar nos seus “estúdios”. Os próximos capítulos vão abordar a origem e trajetória do programa. No capítulo 2, será detalhado as inovações e mudanças que surgiram nos “microfones” do Casé. No capítulo 3, somos convidados a dividir a “sala da casa” com os seus ouvintes, analisando a influência e repercussão do *Programa Casé* no cotidiano da sociedade de carioca.

*Eu sou a Philips do samba e da  
fuzarca,  
Anuncio qualquer marca  
de trombone ou de café,  
Chega na hora do apito da sirene,  
grita logo a Dona Irene,  
Liga o rádio e vem "Cá... Zé"  
Transmite PRA-X (XXXX)  
Transmite PRA-X (XXXXXX).<sup>53</sup>*

## Capítulo 2 - Programa Casé

### 2.1 – O som da inovação: da MPB ao radioteatro

Era um domingo, dia 14 de fevereiro de 1932 quando por volta das oito horas da noite os ouvintes desavisados possivelmente se assustaram com o som de uma sirene aguda, dessas utilizadas pelo Corpo de Bombeiros saindo do aparelho de rádio e invadindo a sala da casa. Era a estréia do *Programa Casé*, na Rádio Phillips no Rio de Janeiro. Se a tática era chamar atenção, o som estridente cumpriu seu objetivo; mas de tão forte ele também trouxe prejuízo. A sirene “no primeiro dia posta perto do microfone, de tão alta estourou o equipamento.” (CABRAL, 1990, p.94). A vinheta de abertura já denunciava que o programa veio para fazer “barulho”.

Curiosamente, o nome do programa surgiu por acaso, Ademar tinha pensando em todos os detalhes, exceto um: o nome. O problema foi resolvido no ar pelo diretor da Philips, Augusto Vitoriano Borges: “A rádio Philips no PRAX apresenta... ninguém sabia o nome do programa. O engenheiro Augusto Vitorino Borges no estúdio, é que inventou na hora: Casé... Programa Casé.” (DIDIER, 2010, p.55). A princípio o nome não agradou ao dono do programa.

---

<sup>53</sup> Trecho da música “As cinco estações do ano” de Lamartine Babo que falava sobre as principais emissoras da década de 30. Na canção a rádio Philips é lembrada pelo caráter popular e comercial do *Programa Casé*. A música foi interpretada por quatro dos maiores nomes da época, o próprio Lamartine, Almirante, Carmem Miranda e Mário Reis. Mais detalhes sobre a composição ouvir o Programa “Peças raras de outros carnavais” disponível em podcast. O programa na internet, além de veicular a música, mostra detalhes sobre a curiosa história dessa composição, que detalha o cenário radiofônico da época. Ver em: [http://www.podcast1.com.br/canais/canal144/144\\_20090212\\_132356.mp3](http://www.podcast1.com.br/canais/canal144/144_20090212_132356.mp3)



Quando eu ouvi o Borges falando o nome do Programa na hora me soou muito mal, mas o fato é que, em nenhum momento eu tinha pensado em um nome. Só sabia que não queria que fosse algo como “Maravilhoso” ou “Pomposo” Programa, pois, se não ficasse bom, não queria as pessoas caçoando. No final, me acostumei com o nome e prevaleceu mesmo a sugestão inicial. (CASÉ, 1995, p.35).



Figura 1: Logotipo do Programa Casé (Acervo Família Casé)

O detalhe de não pensar em um nome revelava a total inexperiência do dono do programa. De fato, ele nunca havia trabalhado numa emissora. Até então, Ademar era um homem de vendas, e foram elas que o levaram até o rádio. Depois de vender frutas e anúncios para revistas, ele conseguiu o emprego de corretor de imóveis (que era o sonho de qualquer vendedor na época, porque as comissões eram maiores). Os terrenos na planta eram bem localizados e muito bons, mas ao visitar o local pela primeira vez com alguns clientes, a decepção foi grande, para piorar a situação um dos futuros compradores foi picado por uma cobra.

(...) tomamos o trem saímos, quinze minutos, quarenta minutos, uma hora, a cara do senhor olhando para mim e eu sem jeito, quando cheguei na estação Figueira eu não vi coisa nenhuma, só a estação, olhei de um lado pro outro, e aí? Não tinha rua, era um terreno muito íngreme, cheio de mato, muito alto e um camarada berrava: Ah! Coitado! Outro camarada falando, Ah! Meu Deus, vou morrer! Vou morrer! Aí eu disse: O que é que houve aí?

-Uma cascavel acaba de morder esse camarada, aqui mesmo (...)

(...) No dia seguinte eu disse: [irritado] Seu Caetano como que o senhor faz uma coisa dessa? Como é que o senhor diz que o terreno, tem avenida, tem meio fio, tem isso aquilo e faz um troço desse comigo? Isso é chantagem, eu lá sou homem de chantagem? Nem dei moral e fui embora.<sup>54</sup>

<sup>54</sup>Depoimento de Ademar Casé gravado pelo (MIS), Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro, em 30 de Setembro de 1973.

Desempregado, quando tudo parecia ter dado errado, Ademar encontrou o emprego que o levaria para o caminho certo. Foi nesse momento que ele usou a “famosa tática da lista telefônica”<sup>55</sup>, que resultou numa reunião com o diretor da Philips, Vitoriano Borges. Foi quando Casé fez a proposta de alugar o horário para fazer um programa dinâmico, melhor do que o *Esplêndido Programa* de Valdo Abreu, o maior sucesso da época, irradiado pela Mayrink Veiga. Como não era costume o aluguel de horário no rádio o Diretor da Philips não se convenceu fácil.

Ele relutou, disse que ninguém nunca tinha feito aquilo, mas acabou cedendo (não sem antes me alertar que a Rádio a não teria nenhuma responsabilidade e que os problemas do programa teriam de ser resolvidos por mim). Aluguei o horário das 8 da noite à meia noite de domingo. O preço: dois mil réis por Programa. (CASÉ, 1995, p.40).

RECIBO N.º 1138

SOCIEDADE RADIO PHILIPS DO BRASIL  
EDIFÍCIO DA NOITE, 11.º andar  
Estação PRAX

Rs. 2.000,00

Recebido do Sr. Ademar Casé  
a importância de R\$ 2.000,00 em favor de R\$ 2.000,00

correspondente à programação irradiada feita de seu anúncio, durante o mês de Novembro de 1932, conforme sua autorização N.º 496 de 1932 de Novembro de 1932.

Rio de Janeiro, 2 de Dezembro de 1932

SOCIEDADE RADIO PHILIPS DO BRASIL

Selado com 1000 réis

Figura 2: Recibo do aluguel de horário da Philips (Acervo família Casé)

No primeiro dia do programa, Ademar percebeu que era necessário fazer uma mudança. Ele tinha pensado em uma coisa, mas o público queria outra. É que a programação tinha sido dividida em duas partes, a primeira dedicada à música popular, das oito às dez horas da noite, entre as atrações estavam: Russo do Pandeiro, o violonista Carlos Lentine, o sambista Nonô, os cantores João Petra de Barros e Luís Barbosa. A outra parte do programa, das dez a meia noite, era voltada para a música erudita, com apresentações dos pianistas Arnaldo Estrela, Mário de Azevedo e violonista Romeu Ghipsmann.

<sup>55</sup> Sobre a estratégia que Ademar utilizava para a venda dos rádios com a lista telefônica, ver p.9.

Guiado pelo telefone, Ademar viu que durante a parte popular o aparelho não parou de tocar. Os ouvintes estavam eufóricos, fazendo pedidos e elogios, mas só foi a música erudita começar que o telefone não tocou uma vez sequer, durante duas horas. “Mesmo sendo só o primeiro programa, senti que deveria fazer uma opção. O *Programa* tinha fins lucrativos e eu precisava de audiência. Decidi tirar, a contragosto, a parte erudita, dedicando quatro horas à música popular” (CASÉ, 1995, p.44).

A decisão de Ademar em priorizar a audiência tornou-se uma inovação. O *Programa Casé* foi o primeiro dedicado somente à música popular brasileira, as óperas e músicas clássicas foram substituídas pelo samba e chorinho que eram marginalizados por parte da elite da época. Nesse período os ritmos populares como o samba ainda estavam associados à cultura dos negros, dos pobres e ex-escravos que desde a reforma urbana passaram a habitar os morros<sup>56</sup>.

A cultura existente nas primeiras favelas, composta pela boêmia e rodas de samba contrariava o pensamento europeu seguido pela maioria da elite carioca. Um trecho depoimento do Sambista Nelson Sargento<sup>57</sup> demonstra bem esse cenário.

Existia um preconceito com o samba, o samba era coisa baixa, de pobre, mas as coisas foram mudando. Eu trabalhava numa casa como pintor, onde os donos só escutavam ópera, era ópera o dia inteiro e o rádio foi importante porque foi dando espaço para a música brasileira<sup>58</sup>.

A música clássica era presente na vida da classe média carioca, tanto que o próprio Ademar também era fã de música erudita, mesmo assim, ele não hesitou em ceder ao desejo dos ouvintes. Até o surgimento do *Programa Casé* o rádio ainda sentia o peso de sua finalidade educativa, “era um discurso político aqui, uma ópera acolá, uma peça instrumental erudita aqui, outra apresentação lírica acolá, tudo intercalado com alguma música popular também apresentada ao vivo ou pelo disco tocado no gramofone defronte ao transmissor. (FROTA, 2003, p.100).

Para conquistar audiência, Casé decidiu investir nas atrações, sem experiência no mundo artístico ele contratou o cantor Sílvio Salema que era parente de Graziela, esposa de Ademar. “Enquanto Casé cuidava de vender publicidade, Salema tratava da produção. Foram

<sup>56</sup> Sobre a origem do samba nos morros cariocas e o preconceito com relação ao ritmo, ver no capítulo I, p.31-32.

<sup>57</sup> Autor de vários clássicos como “Agoniza, mas não morre” (1979) e o samba enredo “Primavera” Nelson Sargento nascido em 25 de julho de 1924 tem mais de 400 composições. Considerado um dos principais sambistas do Brasil é baluarte da Estação Primeira de Mangueira. Além de compositor, Nelson é cantor, artista plástico, pesquisador da música popular brasileira, escritor e ator. Aos 87 anos ele segue atuando como artista.

<sup>58</sup> Depoimento de Nelson Sargento, concedido à autora no dia 11.01.2011.

seus todos os contatos artísticos.” (DIDIER, 2005, p.334). Salema contratou para os primeiros programas artistas como Francisco Alves, Noel Rosa, Gastão Formenti, Mário Reis e Albênzio Perrone.

A profissionalização dos cantores do rádio surgiu no *Programa Casé* com o pagamento dos cachês para todos os artistas. Na época, algumas emissoras já pagavam aos artistas mais famosos, porém, não era uma prática comum<sup>59</sup>. O pensamento empresarial do rádio era de que a apresentação era uma espécie de propaganda para o artista, a divulgação do trabalho já era considerada uma forma de pagamento.

Não há grande cartaz da música popular que não tenha passado ou ainda não vá passar pelo *Programa Casé*. Atraído por algo que é praticamente outra invenção do pernambucano empreendedor: o cachê. Antes dele, os artistas se apresentavam em emissoras de rádio quase de favor. (DIDIER & MÁXIMO, 1990, p. 223).

O primeiro cachê do conjunto Bando da Lua, que depois tornou-se o famoso grupo musical que acompanhava a Carmen Miranda, foi pago no *Programa Casé*. A princípio o cachê de 20 mil réis não foi aceito pelos artistas que achavam que era exploração ganhar dinheiro em cima da arte, somente depois de muita insistência o grupo concordou com o pagamento. Poucas semanas depois, o Bando da Lua recebeu um aumento passando para 80 mil réis por apresentação no *Programa Casé*<sup>60</sup>.

Não demorou e Ademar percebeu que era necessário muito mais do que pagar aos artistas. Foi quando ele inventou o contrato de exclusividade, com validade de um ano. Desse modo, as atrações do Casé não podiam apresentar-se em nenhuma outra emissora, durante esse período. “Foi Ademar quem primeiro valorizou o artista brasileiro. Pagava bons cachês, e com isso conseguia enorme audiência e o interesse desusado dos anunciantes”. (MURCE, 1976, p.112).

---

<sup>59</sup> Em 1930, Gastão Fomenti e Carmen Miranda foram contratados pela rádio Mayrink Veiga, mas a maioria dos cantores seguia sem contratos, outro detalhe é que no contrato de Gastão e Carmen não existia a cláusula de exclusividade. DIDIER, Carlos; MÁXIMO, João. *Noel Rosa, uma biografia*. Brasília: UNB, 1990. (p.414).

<sup>60</sup> Ver em: JÚNIOR, Abel Cardoso. *Carmen Miranda, a Cantora do Brasil*. Edição Particular do Autor. 1978. (p.136)



Figura 3: Ademir Casé



Figura 4: Ademir Casé

(Acervo fotos: família Casé)

Foram exclusivos do Casé artistas como: Orlando Silva, Marília Batista, Sílvio Caldas, Noel Rosa, Pixinguinha, Zezé Fonseca, Irmãos Tapajós, Sônia Barreto, Aracy de Almeida, Moacyr Bueno da Rocha, Lamatine Babo, Ademilde Fonseca, Castro Barbosa, Ciro Monteiro Custódio Mesquita, Mário Reis, Donga, Carmélia Alves, Aurora e Carmen Miranda.

Os artistas exclusivos passavam o domingo inteiro à disposição de Casé, eram tantos cantores que muitas vezes a participação de cada um era pequena. A cantora Ademilde Fonseca, conhecida como “A rainha do choro”<sup>61</sup>, foi uma das atrações do programa. Natural de Pirituba, no município de Macaíba no Rio Grande do Norte, ela trabalhava como cantora no Nordeste, quando em 1942 mudou-se para o Rio de Janeiro.

Eu ainda peguei o final do Programa Casé. Aquele ambiente era uma maravilha, tinha muita gente boa e todos os artistas participavam. Isso foi na Rádio Tupi, os artistas ficavam o dia todo a disposição, era na Avenida Venezuela. Ficava o dia todo preso, muitas vezes passava o dia pra cantar um número<sup>62</sup>.

Mas, existia exceção, apenas um único artista tinha o direito de não ficar “preso”, era Francisco Alves, “O Rei da Voz”<sup>63</sup>. Depois de sua apresentação o cantor ia embora, considerado uma das maiores atrações do programa, ele era amante de corrida de cavalos e

<sup>61</sup> Ademilde Fonseca foi a cantora de chorinho mais marcante da década de 40 e 50 com mais de meio milhão de discos vendidos. O título de “Rainha do choro” surgiu em 1943 e foi dado pelo instrumentista Benedito Lacerda, seu parceiro de apresentações. Além de ter sido cantora do *Programa Casé*, teve passagem pelas rádios, Tupi e Nacional. Com a chegada da televisão trabalhou como cantora durante 10 anos nos programas de auditório da TV Tupi.

<sup>62</sup> Depoimento de Ademilde Fonseca, concedido à autora no dia 17.01.2011

<sup>63</sup> “O rei da voz” foi um título inventado pelo locutor César Ladeira em 1933. Chico Alves era o cantor mais popular da época, considerado um fenômeno de audiência.

depois de cantar no Casé ia direto ao Hipódromo do Rio de Janeiro. Chico Alves era o mais badalado e bem pago cantor do *Programa Casé*, com um cachê de 60 mil réis.

Outra curiosidade é que nem sempre o contrato de exclusividade era respeitado. Sílvio Caldas era conhecido pela rebeldia; muitas vezes dava trabalho segurá-lo no estúdio, e enquanto o programa estava no ar disfarçadamente ele saía para ir a festas. Certo dia, Sílvio Caldas e Nonô quebraram o contrato de exclusividade e foram pegos no flagra usando pseudônimos, numa apresentação na rádio concorrente.

Tudo aconteceu quando Ademar estava escutando rádio no carro e ouviu uma voz semelhante à de Sílvio, o ritmo do piano era bem parecido com o estilo de Nonô. O cantor Ciro Monteiro também estava no carro com Ademar e presenciou o episódio. “Aí o locutor disse lá, confirmam, [Risos]... a atração cantada por Teófilo Otoni, [Risos]... ao piano General Câmara. [Risos] E Casé pegou os dois saindo do auditório da Mayrink Veiga [Risos], ele foi correndo pra lá e deu o maior flagrante”<sup>64</sup>. Sílvio Caldas e Nonô levaram uma bronca e foram suspensos.

Mas, além de Sílvio Caldas quem deu muito trabalho a Ademar foi Noel Rosa<sup>65</sup>. O primeiro emprego de Noel aos 17 anos foi como contra-regra do *Programa Casé*. Cabia a ele organizar os artistas e o ritmo das apresentações, intercalando músicas lentas com rápidas, anedotas, valsas e sambas. Meses depois de contratado Noel Rosa começou a mostrar o seu talento como compositor e em seguida como cantor do programa.

O “poeta da vila” (título que faz referência ao seu bairro de origem, Vila Isabel) era conhecido pela vida boêmia que costumava atrapalhar a hora de chegar ao trabalho. Os atrasos eram constantes, as desculpas as mais inusitadas: “o bonde furou o pneu”, ou “pensei que a Rádio Philips era em Cascadura”, ou ainda “Desculpe Casé, não pude chegar mais tarde”. (CABRAL, 1990, p.99). Certo dia, Casé flagrou Noel Rosa dormindo escondido na Rádio, depois de uma noite de farra.

Eu entrei no estúdio que geralmente ele ficava no corredor e o Noel tava escondido atrás do piano, quando eu descobri onde ele, estava. - Mas, você Noel! Você é, é um camarada muito, muito chato, você num tem responsabilidade, né? Ele disse: nããããã, eu cheguei aqui às 10 horas tava tudo vazio, então dormi, fiquei dormindo

<sup>64</sup> Depoimento do cantor Ciro Monteiro ao MIS, Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro, no dia 30 setembro de 1973, presente no filme *Programa Casé: O que a gente não inventa não existe*, Estevão Ciavatta (Brasil, doc, 81min, cor, Pindorama Filmes, 2010).

<sup>65</sup> Noel Rosa é considerado um dos maiores compositores da música popular brasileira. Apaixonado pela boêmia, virou um ícone desse período artístico. Noel morreu prematuramente de tuberculose aos 26 anos e deixou mais de 250 composições.

e ninguém me acordou. [Risos]...Ele era um boêmio, ele não ligava pra essas coisas e eu tolerava muito isso<sup>66</sup>.

A relação paternal de Casé com alguns de seus artistas foi marcante para a época, principalmente com Noel<sup>67</sup>. Os cantores não costumavam ser valorizados, a vida boêmia dificilmente era compreendida pelos donos de programa, que viviam num conflito diário com muitos artistas. Mas, a dor de cabeça que Noel dava passava quando Ademar o via trabalhando impecavelmente, quer seja como contra-regra, cantor, compositor, ou simplesmente corrigindo letras dos compositores que sempre pediam uma revisão final do poeta<sup>68</sup>.

Outro exemplo que mostra o bom relacionamento entre Ademar e seus artistas foi o auxílio prestado por Casé quando a cantora Ademilde Fonseca que participava do programa estava doente.

Era muito boa pessoa, mas na dele. Era muito bom mesmo, era um tipo que nunca vi nenhuma cara feia, enquanto eu conheci não vi. Uma coisa que não esqueço é que eu tava com um problema sério nos ossos, os remédios eram muito caros. Ele ficou sabendo e disse que tinha um monte de caixas desse remédio em casa e me chamou pra pegar na casa dele. Não sei por que ele tinha esse remédio, mas fui com ele, cheguei lá, ele me entregou os remédios. Não esqueço, fiquei muito agradecida<sup>69</sup>.

Uma das artistas preferidas do público tornou-se uma grande amiga de Ademar: Carmen Miranda. Casé era fascinado pela cantora, muito antes de pensar em entrar para o mundo do rádio. Após contratá-la como artista exclusiva, de fã Ademar passou a confidente da artista. Carmen Miranda foi uma atração importante para atrair anunciantes. No *Programa Casé* ela foi responsável pelo lançamento da carreira da irmã Aurora Miranda, com as duas fazendo apresentações juntas. Mesmo depois da carreira internacional, Carmen Miranda

---

<sup>66</sup> Depoimento de Ademar Casé ao MIS, Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro, no dia 30 setembro de 1973.

<sup>67</sup> Como sugestão sobre a trajetória de Noel Rosa e sua amizade com Ademar Casé ver o filme: Noel Rosa: O Poeta da Vila, Ricardo Van Steen. (Brasil, drama, cor, Pandora filmes, 99 minutos). O longa-metragem é uma biografia que mostra além da vida artística e afetiva do cantor, o trabalho no *Programa Casé* e a amizade com o patrão Ademar.

<sup>68</sup> Noel Rosa fazia medicina, mas abandonou a faculdade para se dedicar a música e a boêmia. O compositor tinha um excelente português e costumava ser solicitado por outros artistas para corrigir composições.

<sup>69</sup> Depoimento de Ademilde Fonseca, concedido à autora no dia 17.01.2011. A cantora lembrou com muita emoção dessa doação dos remédios, possivelmente por tratar-se de um assunto pessoal. Durante a entrevista ela deixou transparecer dúvida sobre a coincidência dele ter o remédio, imaginando que ele poderia ter comprado o remédio quando soube que ela precisava, mas preferiu que parecesse uma coincidência natural.

continuava tendo uma grande amizade por Ademar Casé e sempre que possível ele estava presente nos momentos difíceis da vida da artista<sup>70</sup>.

Quando Carmen Miranda voltava doente dos Estados Unidos, naquela época chamavam de estafa, esgotamento, ela estava cansada, exausta, com a sequência de shows no exterior. Ela se trancava no quarto e ficava sem receber ninguém durante dias, era uma depressão, uma situação difícil a dela, mas, quando papai chegava ela abria a porta e o recebia imediatamente<sup>71</sup>.

Quando Carmen Miranda foi de vez para os Estados Unidos, em 1940. Ademar Casé contratou Carmélia Alves<sup>72</sup> que imitava bem a cantora. Em pouco tempo ela mostrou que além de cantar Carmen Miranda sabia interpretar vários estilos. A artista, que começou a carreira profissional no *Programa Casé*, recebeu o título de “Rainha do Baião” e marcou época como uma das “Cantoras do Rádio” no Rio de Janeiro.

Nem acreditei quando fui convidada para o *Programa Casé*, eu cantei Carmen Miranda no *Picolino*, cantava como caloura com *Ary Barroso*, e fiquei muito feliz porque tinha o Casé, que era muito bom e ele era muito sério, muito sério. No nosso tempo, os artistas famosos daquela época cantavam no *Casé*<sup>73</sup>.

O Programa considerado um desfile de estrelas da música popular teve como ponto alto a parceria entre Noel Rosa e Marília Batista. Os dois se conheceram bem antes numa apresentação em um clube, quando Noel Rosa sem violão pegou o instrumento de Marília emprestado sem pedir. A raiva pela ousadia do cantor desconhecido aliado com ciúme do instrumento acabou no momento que Noel Rosa começou a cantar.

O reencontro dos dois só aconteceu em 1934, no *Programa Casé* quando Ademar contratou a cantora por 45 mil réis, um excelente salário pra época. “A primeira vez que o Casé me ouviu cantar foi durante uma apresentação no cinema da Broadway, na Cinelândia.

---

<sup>70</sup> Carmen Miranda teve uma vida pessoal e profissional atribulada. O uso de remédios para cumprir a agenda de shows no exterior, o trabalho excessivo e até mesmo o marido alcoólatra e violento David Sebastian, são apontados como responsáveis pelo fim da carreira e morte cantora. Carmen Miranda morreu aos 46 anos de ataque cardíaco. Até hoje ela é a cantora brasileira que mais fez sucesso no exterior, com mais de 10 filmes estrelados em Hollywood.

<sup>71</sup> Depoimento de Geraldo Casé, filho de Ademar Casé, concedido à autora no Rio de Janeiro em 27/03/2003.

<sup>72</sup> Carmélia Alves foi uma das principais cantoras da Rádio Nacional, na década de 1950. Trabalhou como *crooner*, cantora de destaque, do “Copacabana Palace”. A artista participou de vários filmes nacionais. Em 1988 foi integrante do Grupo “Cantoras do Rádio”, ao lado das amigas: Violeta Cavalcanti, Ellen de Lima, e Carminha Mascarenhas. Após a morte do marido em 1998, com quem foi casada durante 54 anos ela entrou em depressão. Carmélia não teve filhos e atualmente mora no Retiro dos Artistas, no Rio de Janeiro. Aos 87 anos a cantora recebe uma aposentadoria de R\$ 700,00.

<sup>73</sup> Depoimento da cantora Carmélia Alves à autora em 16/01/2011. O *Picolino* era um programa de auditório e calouros veiculado nesse período pela Rádio Nacional, já *Ary Barroso* era o criador do programa “*Calouros em Desfile*” que nessa época era irradiado pela rádio Cruzeiro do Sul.



Chegou pra mim disse que tinha gostado muito da minha voz e acabou me contratando ali mesmo”<sup>74</sup>.

Apesar de boêmio, Noel era muito tímido. O comportamento arredio do artista com estranhos era atribuído ao defeito de nascença no seu queixo. Marília Batista era o contrário do cantor – falante, comportada e de classe média. A convivência entre esses dois opostos no *Programa Casé* cultivou uma grande amizade.

Aracy de Almeida também foi uma grande amiga de Noel e uma das principais intérpretes do cantor; mas foi com Marília que o “poeta da vila” iniciou uma “roda de partido alto” nos corredores do programa. Durante os intervalos os artistas ficavam fazendo músicas improvisadas ali mesmo, numa espécie de “embolada”, de “repente” nordestino.

Assim que Ademar viu a diversão dos cantores, perguntou se Noel seria capaz de fazer isso ao vivo no microfone, e Noel Rosa respondeu que sim. Marília Batista, que também era ágil e talentosa na composição, foi convidada para improvisar também. Durante dois anos a dupla se apresentou criando várias músicas, sem nenhum tipo de ensaio. A partir desse momento, o *Programa Casé* passou a destinar um quadro para a apresentação de músicas criadas ao vivo. Uma das canções improvisadas de maior sucesso no rádio na década de 30 foi “De Babado”<sup>75</sup>. A letra era colocada sobre uma melodia em ritmo de samba, apenas alguns versos da versão original chegaram a ser registrados.

*De babado, sim!  
Meu amor ideal  
Sem babado não!  
Seu vestido de babado,  
Que é de fato alta-costura,  
Me fez sábado passado  
Ir a pé a Cascadura.  
(E voltei de cara dura)*

*Com um vestido de babado  
Que comprei lá em Paris  
Eu sambei num batizado  
Não dei palpite infeliz  
(Você não foi por que não quis)  
Quando eu ando ao seu lado  
Você sabe de valor*

<sup>74</sup> Depoimento de Marília Batista, cf.in: CASÉ, 1995, (p.45).

<sup>75</sup> A expressão “De Babado” não foi criada por Noel Rosa, ele escutou a frase numa roda de samba e passou a utilizá-la. Depois do sucesso da canção Noel localizou o verdadeiro autor da expressão, o sambista João da Mina, que autorizou o uso da frase que foi alterada para “de Babado sim, de babado não”. Esse estribilho virou base para várias músicas que foram criadas por Noel Rosa. DIDIER, Carlos; MÁXIMO, João. *Noel Rosa, uma biografia*. Brasília: UNB, 1990, (p.324).

*Seu vestido sem babado  
É você sem meu amor  
(É assistência sem doutor)*

*Quando andei pela Bahia  
Pesquei muito tubarão,  
Mas pesquei um bicho um dia  
Que comeu embarcação  
(Não era peixe, era Dragão)<sup>76</sup>*

*Brasileiro diz meu bem  
E francês diz mon amour  
Você diz: Vale que tem  
Muito dinheiro pra pagar meu point-à-jour  
(Eu ando sem l'argent toujours!)*

*Vou buscar um copo d'água  
Para dar à minha avó,  
Não vou de bonde porque tenho mágoa  
Não vou a pé porque você tem dó  
(Vamos comprar o Mossoró)*

*Oi de babado, sim  
Meu amor ideal  
Oi sem babado não.  
(DIDIER, 1990, p.415).*



**Figura 5: Apresentação no Programa Casé.**  
Da esquerda para direita, **Ciro de Souza, Henrique Batista, Renato Batista, Noel Rosa, Marília Batista e Fernando Pereira**



**Figura 6: Marília Batista e Ademar no Programa Casé**



**Figura 7: Noel Rosa**

(Acervo fotos: família Casé)

<sup>76</sup> O "Dragão" presente na música era uma referência a um importante patrocinador do Programa Casé, a Loja Dragão.

Os improvisos duravam até 15 minutos sem repetição de versos. O sucesso foi tão grande que a apresentação de Marília era antecipada por um *prefixo*<sup>77</sup> que foi composto pela própria cantora.

*Fala o Programa Casé!*  
*Veja se adivinha quem é...*  
*Faço a pergunta por troça*  
*Pois todo mundo já conhece*  
*A garota da voz grossa.*  
(ALBIN, 2003, p.103)

Para Marília Batista não era apenas o talento dos artistas que fazia a diferença, o segredo do programa era a busca por novidades. O repertório era sempre modificado, e a estratégia de Casé que deveria ser seguida pelos contra-regras era jamais escalar dois sambas seguidos. Noel Rosa era o único que conseguia ludibriá-lo. Ao perceber que uma música fazia sucesso ele cantava sempre a mesma música, com Casé ficando irritado e a apresentação terminando em bronca.

Foi assim com "Conversa de botequim". Tantas vezes ele cantou que o Casé proibiu que ele incluísse essa peça nos programas seguintes. Noel aceitou a ordem contrafeito e no outro domingo apareceu com uma música chamada "ilusão". Casé, todo contente aprovou; Quando chegou a vez de Noel cantar ele dedilhou o violão e soltou "*Seu garçom faça o favor de me trazer depressa*". A ilusão na verdade tinha sido a do Casé, achando que Noel Rosa cumpriria o que lhe fora ordenado.<sup>78</sup>

Outra armação de Noel Rosa foi lembrada pelo radialista e pesquisador da música popular brasileira Osmar Frazão<sup>79</sup>. O episódio foi contado nos bastidores da TV Tupi, na década de 1950, pelo compositor Hervê Cordovil<sup>80</sup> que participou do *Programa Casé*.

O Hervê me contou que o Casé era muito distraído e o Noel Rosa atento a essa desatenção do chefe cantava invariavelmente um samba de sua autoria intitulado: "Cem Mil Réis", mesmo sabendo que Casé não gostava que repetissem as mesmas músicas no programa. Eis a primeira parte: Você me pediu cem mil réis/ Prá comprar um soirée e um tamborim/ O organdi está barato prá cachorro/ E o gato lá no morro não é tão caro assim... Um dia Casé se aproximou de Noel e disse:  
- "Eu já não ouvi esse samba ontem, Noel?"

<sup>77</sup> Vinheta de abertura de determinado quadro ou programa radiofônico.

<sup>78</sup> Depoimento de Marília Batista, cf.in: CASÉ, 1995, (p.57-58).

<sup>79</sup> Osmar Frazão é historiador, jornalista, ator, escritor e pesquisador da música popular brasileira. Atualmente ele apresenta o programa "Histórias do Frazão" pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro. O programa é veiculado aos domingos, de 9h00 às 11h00.

<sup>80</sup> Hervê Cordovil foi compositor, pianista e maestro. Entre suas principais composições estão as músicas "Vida do viajante", em parceria com Luiz Gonzaga, "Sabiá lá na gaiola", "Rua Augusta", "Me leva" e "Cabeça inchada". Também é de sua autoria a versão brasileira da canção "Biquíni de bolinha amarelinha".

"E o Poeta da Vila": - Claro que não, Casé. Já esqueceste que estavas assistindo o nosso ensaio?

-"É isso mesmo. Nem me lembrei!"

O compositor trocava o título do samba de "Você me pediu cem mil réis" para "O organdi está barato pra cachorro", "Um soirée e um tamborim" ou "Um gato lá no morro" e assim ia levando. "O Casé gostava muito do Noel Rosa".<sup>81</sup>

Além de inovar com a apresentação dos artistas populares, outra novidade do programa, considerada um marco para o dinamismo no rádio, foi o uso do *background*<sup>82</sup>. Era de costume no Brasil abandonar o ouvinte enquanto se resolvia algo. O microfone era sempre desligado nesses intervalos. Influenciado pelas rádios inglesas e americanas, Ademar introduziu pela primeira vez essa técnica no Brasil. Independente do que acontecesse a música não parava, e o ouvinte deixou de escutar o rádio em silêncio e passou a se envolver em um ritmo sincronizado que prendia a atenção de todos.

O amadorismo das rádios daqui não permitia uma dinâmica maior. Quando um músico e um cantor iam se apresentar, o *speaker* anunciava o número e, depois, desligava o microfone, para que pudessem afinar os instrumentos e até fazer um rápido ensaio. Enquanto isso, o ouvinte ficava totalmente abandonado. Já nos programas americanos, o som não parava. Era uma dinâmica maravilhosa. (CASÉ, 1995, p. 39).

O ritmo da programação também dependia de um competente *speaker*<sup>83</sup>. O sucesso de qualquer programa começava por ele que deveria anunciar os artistas, comentar as atuações, apresentar propagandas e principalmente ter a magia de prender os ouvintes. Antônio Gabriel Nássara foi o primeiro locutor do programa. Apesar de ter uma voz bonita, ele era extremamente tímido, tinha pavor de falar em público e jamais havia pensado em trabalhar em rádio. Nássara foi contratado por Sílvio Salema e só aceitou a proposta de ser *speaker* do *Programa Casé* porque estava desesperado sem emprego. "Pra te ser sincero, o rádio apareceu na minha vida numa época em que eu topava qualquer negócio. Se o sujeito me convidasse: Você quer trabalhar como intérprete? Eu, só falando português e sendo obrigado a falar quinze línguas, topava pra ganhar dinheiro"<sup>84</sup>.

Para aprender a futura profissão Antônio Nássara foi ao estúdio da Mayrink Veiga e acompanhou a transmissão do *Esplêndido Programa* apresentado por Waldo Abreu, considerado por Casé o melhor *speaker* da época. Nássara saiu da rádio impressionado com a

<sup>81</sup> Depoimento de Osmar Frazão à autora em 26/05/2008.

<sup>82</sup> A expressão inglesa, também abreviada como BG, significa música de fundo.

<sup>83</sup> A palavra em inglês quer dizer locutor. Nessa época não era comum usar o nome em português.

<sup>84</sup> Depoimento de Nássara cf. in: DIDIER, 2010, p.54.

forma que Waldo improvisava tudo. Preocupado, ele comentou com Casé que não seria capaz de fazer nada improvisando. A solução de Ademar foi anotar e organizar o nome dos anunciantes. Ainda assim, com medo do que podia acontecer o locutor do Casé criou um pseudônimo – no rádio, o locutor do Casé era o *speaker* Luiz Antônio.

O sucesso de Nássara, (ou do Luiz) foi imenso. Bem humorado, com uma voz forte e marcante, a timidez jamais apareceu. O que poucos sabiam na época era que tinha um segredo para tanta desenvoltura. “A verdade é que eu enchia a cara e não podia fazer nada sem beber muito. Porque nunca tive muito jeito pra fazer as coisas. Eu tinha que beber, compreende? Eu era moço e tal... E bebia pra caralho!”<sup>85</sup>

Casé entendia bem a falta de coragem de Nássara. Ele também tinha pavor de microfone, mas teve que enfrentar o medo. Um dia, faltavam poucos minutos para o programa ir ao ar quando telefonaram pra avisar que o *speaker* Inácio Guimarães estava doente e não ia trabalhar. Sem opção, sobrou pra Ademar a missão de apresentar o programa. Embora não gostasse de beber, Ademar foi rápido em um bar e tomou uma garrafa de vinho.

Eu estava tão nervoso que o vinho desceu que nem água. Como não fazia efeito, tomei mais uma e fui pra emissora. Quando o programa ia começar, já estava me sentindo bem mais leve e um pouco tonto, mas no final deu tudo certo. Fui loquaz pra cachorro e até inventei adjetivos para os cantores. (CASÉ, 1995, p.66).

Aos domingos o *Programa Casé* chegou a ter até 12 horas de irradiação, e por isso vários *speakers* trabalhavam no mesmo dia. Durante anos, as principais vozes do Casé foram Cristovão de Alencar, José de Carvalho e Armando Reis. Este último foi responsável por uma transformação no rádio que também foi associada como mais uma novidade do programa. Armando criou no rádio brasileiro o uso de uma linguagem simples, direta, objetiva e íntima com os ouvintes. “Os locutores falavam de um jeito que pareciam estar chamando o ouvinte de vossa excelência, eu não, eu o chamava de amigo velho” (CABRAL, 1990, p.104). Não demorou muito e outros locutores também repetiam o estilo informal no rádio.

Outra curiosidade relacionada ao microfone do *Programa Casé* é que por indicação do *speaker* José de Carvalho que estava doente, Ademar contratou um estudante. O rapaz de boa voz era o jovem Carlos Lacerda<sup>86</sup>, que antes de se tornar político e de entrar para a história como principal opositor de Getúlio Vargas foi locutor do Casé durante três meses.

<sup>85</sup> Depoimento de Nássara cf. in: DIDIER, 2010, p.55.

<sup>86</sup> Carlos Lacerda, que começou a carreira como radialista foi vereador, deputado federal e governador da Guanabara. Lacerda ficou famoso pela forte oposição ao governo de Getúlio Vargas, na década de 1950. Muitos pesquisadores associam

Do mesmo modo que o programa lançou locutores e cantores ele também impulsionou a carreira de humoristas. O humor no rádio surgiu em 1931 na Rádio Sociedade Clube no Rio de Janeiro, com o quadro Manezinho e Quintanilha, os atores Arthur de Oliveira e Quintanilha faziam piadas durante cinco minutos<sup>87</sup>. Foi aí que Casé imaginou que um quadro com mais tempo e mais artistas poderia ser um diferencial. Vários comediantes foram contratados entre eles Lauro Borges e Castro Barbosa<sup>88</sup>, além de Silvino Neto, Alvarenga e Ranchinho, mas o grande destaque do programa eram as piadas e anedotas de Jorge Murad sobre os turcos<sup>89</sup>. Outra novidade no humor foi o quadro “Dona História, com licença”, que fazia uma caricatura dos principais fatos históricos do Brasil.

Depois da experiência dos quadros de humor foi a vez do radioteatro. Casé teve a ideia de radioteatralizar textos clássicos famosos, dividindo as cenas. Era o quadro “Ribalta do Espaço”. A primeira peça foi **Os Miseráveis**, de Victor Hugo. O texto original era adaptado para o rádio e distribuído em capítulos, algo que não acontecia na época. O radioteatro do Casé foi o nascimento da radionovela.

Estava na moda o negócio de teatralização, mas o Programa Casé não tinha um espaço, não podia se dar ao luxo de fazer um teatro, de fazer meia hora, uma hora, por programa. Num cabia porque que dava um déficit comercial tremendo, né? Então, resolvemos fazer em capítulos, peguei chamei o Sadi Cabral, eu sabia, eu tinha até a idéia: Vamos fazer uma espécie de capítulos, eram dramas em capítulos, como é hoje a novela<sup>90</sup>.

O radioator Gerdal Santos<sup>91</sup> consagrou-se como um dos mais importantes da Rádio Nacional, onde trabalha até hoje como apresentador dos programas “Onde canta o sabiá” e

---

que suas críticas implacáveis a Vargas, intensificadas depois do atentado da Rua do Tonelero atribuído ao governo, foram determinantes para o suicídio do presidente. Sobre mais detalhes relacionados a influencia política de Carlos Lacerda ver Capítulo I, p.43-44.

<sup>87</sup> HAUSSEN, Doris Fagundes. O Humor. In: **Rádio e Política: Tempos de Vargas e Perón**. Coleção Comunicação 9 – 2ª. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001, (p.31).

<sup>88</sup> Lauro Borges e Castro Barbosa tornaram-se anos depois célebres como criadores de um do programa de humor mais famoso do rádio, o PRK-30. Os humoristas faziam ao vivo mais de 25 personagens. O programa fez tanto sucesso que ficou 20 anos no ar, de 1944 a 1964, tendo tido o seu auge entre 1946 e 1950 na Rádio Nacional.

<sup>89</sup> As piadas relacionadas aos estrangeiros tornaram-se famosas na década de 1930 no rádio carioca. Possivelmente, por causa do sotaque mais forte e da grande diferença cultural os turcos costumavam ser um dos principais alvos das anedotas. SABILA, Elias Thomé. **Raízes do riso: a apresentação humorística na história brasileira da Belle Époque**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002, (p.180).

<sup>90</sup> Depoimento de Ademar Casé ao MIS, Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro no dia 30 setembro de 1973, presente no filme Programa Casé: O que a gente não inventa não existe, Estevão Ciavatta (Brasil, doc, 81min, cor, Pindorama Filmes, 2010).

<sup>91</sup> Gerdal dos Santos começou sua carreira de radioator aos 13 anos, depois de fazer um teste para o programa “A Hora do Guri” na Rádio Tupi. Em seguida foi contratado pela Rádio Globo, onde passou mais de 7 anos, mas foi na Rádio Nacional que ele viveu o auge de sua carreira, com participações em várias novelas, entre elas: “As Aventuras do Anjo” e “Jerônimo, o Herói do Sertão”. Em 1964, durante o regime militar foi afastado da rádio, com outros artistas, acusado de comunismo. Depois da Anistia Gerdal voltou à Rádio Nacional onde trabalha até hoje.

“Rádio Memória”, ambos sobre música popular brasileira. Gerdal também foi radioator do Casé.

Foi no Programa Casé onde tudo começou, ele veio antes do sucesso da Rádio Nacional em radionovelas, porque a rádio Nacional foi inaugurada em 1936, então o que começou no Programa Casé foi aprimorado aqui. A Rádio Nacional fez um sucesso tremendo com radionovelas, mas a origem do radioteatro e da radionovela foi antes, no Casé. Tem um detalhe quando eu era contratado da Radio Globo, perto de 50, na Rádio Globo, lá na Avenida Rio Branco tinha um elenco de radioteatro e eu participava de tudo então eu cheguei a ser um artista do *Programa Casé* fazendo, as histórias de teatro, radioteatro, as peças. Eu deveria ter meus vinte anos<sup>92</sup>.

Com o radioteatro, surgiu também no *Programa Casé* a sonoplastia<sup>93</sup> que deixava a trama ainda mais real e envolvente. A apresentação era dividida em capítulos de trinta minutos. Várias obras foram radioteatralizadas, entre elas **O Conde de Monte Cristo, Quo Vadis, Talita, Ben-Hur, As Seis Mulheres de Henrique VIII, O Corcunda de Notre-Dame, Salomé e A Moreninha**.

Após a série dos grandes clássicos da literatura, foi a vez de personagens ilustres invadirem as casas através das ondas sonoras do Casé: era o quadro “Romances imortais”. Mas, a principal marca deixada pelo radioteatro no programa ainda estava por vir: “O Teatro Sherlock”, uma adaptação para o rádio das histórias de crime e suspense vividas pelo personagem Sherlock Holmes, de Arthur Conan Doyle. A idéia foi da escritora Heloísa Lents de Almeida e teve aprovação imediata de Casé.

Atores como Paulo Celestino, José Vasconcelos, Sadi Cabral, Jair Thaumaturgo, Cachuê Filho e Mafra filho participavam do elenco. Entre as atrizes estavam Alda Verona, Tina Vitta, Stelita Bel, Cordélia Ferreira e Henriqueta Briebe. O ator principal (Sherlock Holmes) era interpretado por Alziro Zarur. Depois de dramatizar todos os textos de Conan Doyle, a idéia do escritor Aníbal Costa foi a de criar um Sherlock Holmes brasileiro, surgindo assim o detetive Roberto Ricardo, também interpretado por Alziro Zarur. A série de suspense e investigação brasileira foi chamada de “Teatro policial” e fez ainda mais sucesso que o quadro do detetive inglês.

Vendo a repercussão da ficção policial no Casé a rádio Guanabara fez uma proposta irrecusável para o idealizador da série Aníbal Costa e para o ator principal o Zarur. Os dois se

---

<sup>92</sup> Depoimento de Gerdal Santos à autora no Rio de Janeiro, dia 10 de janeiro de 2011. A entrevista ocorreu na Rádio Nacional, depois de uma visita pelos estúdios da emissora.

<sup>93</sup> Recurso utilizado para reproduzir sons que ocorrem ao longo da cena.

transferiram para a nova rádio deixando o *Programa Casé* órfão de sua grande atração. Preocupado com a possível perda de audiência Ademar encontrou uma saída.

Olha, a idéia é a seguinte, nós só fazíamos uma coisa de ficção, com Sherlock Holmes, de Conan Doyle, então vamos fazer uma coisa realista, dos crimes aqui do Rio de Janeiro, foi aí que nós embalamos, fizemos o primeiro crime, compreendeu? Mudamos os personagens e anunciamos no rádio e a audiência acabou com o outro programa<sup>94</sup>.

O quadro que misturou ficção e realidade foi “Defensores da Lei”. Era a primeira vez que histórias verídicas ganhavam teatralização e destaque no Rádio. Foi preciso uma liberação do Ministério da Justiça para os redatores Benvindo Ednaldo e Berlier Júnior terem acesso aos casos de polícia. Além da interpretação dos atores, o quadro era composto de depoimentos, entrevistas de criminalistas e policiais que estiveram envolvidos na investigação, uma espécie de *Linha Direta*<sup>95</sup> do rádio.

O radioteatro também pregou peças no Casé, que precisou enfrentar o microfone mais vezes. Na encenação de **O Conde de Monte Cristo**, Casé percebeu que um rádio-ator ia ganhar dinheiro para dizer uma frase e resolveu fazer o papel. Na cena, Monte Cristo está dentro da caverna e pede ajuda ao personagem que seria interpretado por Casé para levar um corpo, Ademar deveria dizer que o corpo estava pesado, mas nervoso soltou a hilária frase: “Caramba! Está pesado pra chuchu!” (CASÉ, 1995, p.82). A gargalhada tomou conta do estúdio, porque jamais um personagem vivido na época de Monte Cristo usaria uma expressão dessas.

Outro dia, mais uma frase curta e Ademar resolveu fazer, dessa vez não foi por economia, o ator tinha faltado. O personagem de Ademar era um empregado que iria dizer apenas “sim senhor”, mas foi preciso beliscá-lo pra a frase sair.

A peça vinha transcorrendo em seu clímax, quando o investigador pergunta ao empregado: - Não foi você quem matou? E Ademar ao invés de responder simplesmente, ficou balançando a cabeça afirmativamente. Como ele não percebia o erro, o ator que interpretava o detetive ainda teve que perguntar mais duas vezes e dar um cutucão no Casé para que ele dissesse enfim sua fala. (CASÉ, 1995, p.82).

---

<sup>94</sup> Depoimento de Ademar Casé ao MIS, Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro no dia 30 setembro de 1973, presente no filme Programa Casé: O que a gente não inventa não existe, Estevão Ciavatta (Brasil, doc, 81min, cor, Pindorama Filmes, 2010).

<sup>95</sup> Uma referência ao programa policial *Linha Direta* da Rede Globo. O programa que teatralizava crimes famosos foi ao ar entre 1991 e 2007. Um recurso utilizado para a reconstituição dos crimes eram as entrevistas com as autoridades envolvidas, assim como o “Defensores da Lei” fazia para o rádio. Ao contrário do quadro do Programa Casé, os crimes abordados na televisão tinham seus acusados foragidos e suas fotografias mostradas para incentivar a denúncia e, conseqüentemente, a prisão dos envolvidos.



As experiências de Ademar com o microfone tornaram-se famosas, assim como o papel de produtor, diretor e descobridor de talentos. Eram nos bastidores, bem longe dos holofotes, nos momentos de criação e liderança que ele se sentia à vontade. “Casé é um homem que vale por uma organização.” (CASÉ, 1995, p.65). A frase foi dita pelo locutor e radialista César Ladeira<sup>96</sup>, um dos ícones do radialismo no Brasil.

Ao mesmo tempo em que Ademar tinha idéias para contratar artistas exclusivos, radioteatralizar clássicos em episódios ou de criar um programa policial que misturava ficção e realidade, ele também possuía uma excelente visão empresarial. Era sobretudo nas vendas, na relação comercial com os seus clientes, que Casé usava um talento antigo que começou a ser estimulado na feira de Caruaru, ainda na infância.

Para muitos, o *Programa Casé* era uma extensão da personalidade inventiva de Ademar, que tinha como principal característica a arte de vender. “Meu avô era um homem empreendedor, cheio de garra. Dificilmente algum nordestino se torna conhecido por seu espírito empreendedor. Geralmente são artistas muito românticos ou caricatos”<sup>97</sup>.

O empreendedorismo de Ademar Casé manteve-se no rádio ao longo de 19 anos em várias emissoras. Em cada estação de rádio eram criados diferentes quadros, mais anunciantes eram conquistados, novos artistas eram contratados. Mudavam-se o prefixo, o dono da rádio, possivelmente os ouvintes, mas o ritmo frenético de inovações era o mesmo.

Outro detalhe que seguiu sem alteração foi a extravagante abertura do programa. A sirene virou uma marca registrada e só foi silenciada pela segunda guerra mundial. A abertura foi proibida porque parecia com o som dos alarmes antiaéreos. Os ouvintes fiéis acostumados com o “apito do Casé” podem até ter sentido falta do sinal que anunciava o começo da diversão, mas para a sorte de Ademar e alegria dos seus fãs, o *Programa Casé* sempre conseguiu fazer mais “barulho” do que sua estridente sirene.

## 2.2 – Mais invenções: Do jingle no rádio à chegada da televisão

Manter o Programa Casé de 1932 a 1951 não foi tarefa fácil. Os cachês dos cantores, humoristas, redatores, radioatores e *speakers* terminaram várias vezes comprometendo o

---

<sup>96</sup> César Ladeira tornou-se famoso por suas transmissões em São Paulo a favor da Revolução Constitucionalista em 1932. (Mais informações sobre a revolução ver em Capítulo I, p.35). Um ano depois Ladeira foi contratado pela Mayrink como locutor e diretor artístico. Ele foi um dos entusiastas na contratação do *Programa Casé* para a Rádio Mayrink Veiga em 1936. O locutor participou ainda de filmes brasileiros e de programas de televisão na TV Tupi.

<sup>97</sup> Depoimento de Regina Casé à autora em 04/06/2008.

orçamento do programa. A solução encontrada foi inovar a publicidade que vinha sendo timidamente praticada no rádio.

Mas, se para ter sucesso é preciso ter sorte, Ademar também contou com ela. É que o programa foi ao ar em fevereiro de 1932 e, um mês depois, a publicidade no rádio foi regulamentada por Getúlio Vargas. Antes disso, a propaganda era proibida, afinal o rádio tinha objetivos de caráter educativo e cultural, sem fins lucrativos, mesmo assim os radialistas já faziam alguns reclames, nada muito profissional<sup>98</sup>.

Para Ademar Casé, a notícia não poderia ter sido ser melhor. É que ter esquecido um nome para o programa não foi o único descuido. Outro deslize veio antes: a estréia do programa foi marcada para o primeiro domingo depois do Carnaval; Casé não sabia que nesse período os comerciantes que anunciavam em rádio paravam as promoções e, conseqüentemente, os investimentos no rádio. O comércio praticamente parava na Quaresma, por isso, Casé contou com uma reserva financeira para seguir com os primeiros programas<sup>99</sup>.

Com a autorização do governo<sup>100</sup>, o rádio tornou-se comercial e os reclames podiam ser vendidos, porém não era fácil convencer os anunciantes. Acostumados apenas com a publicidade nos meios impressos, eles não acreditavam no retorno da propaganda no rádio. Em entrevista a Sérgio Cabral, Casé explicou que os comerciantes tinham sempre um argumento: “No jornal ou na revista, o nome está lá escrito. No rádio o vento leva, era o que mais se ouvia”. (CABRAL, 1990, p.95).

Depois de investir todas as economias no programa, Ademar chegou a se desfazer também de alguns pertences. A repercussão do *Programa Casé* era grande, assim como a folha de pagamento, embora não viesse o retorno financeiro. Depois de 15 irradiações, Casé reuniu o seu *casting*<sup>101</sup> e anunciou que aquela tinha sido a última transmissão. Um dia depois da decisão, ele caminhava abatido até ao seu escritório quando parou na vitrine de uma loja especializada em produtos domésticos, a F.R Moreira.

O dono do estabelecimento já era bem conhecido, ele já havia negado vários patrocínios, mas esse seria um dia diferente. Quando viu Casé na calçada o dono da loja, acenou para que ele entrasse e contou que tinha interesse em patrocinar um programa somente com Carmen Miranda. Ademar explicou que não costumava usar esse formato de uma única

<sup>98</sup> A propaganda em rádio antes de sua regulamentação consistia em citar o nome da loja dos anunciantes antes e depois do programa ou ainda em ler as propagandas veiculadas em revistas e jornais.

<sup>99</sup> CASÉ, Rafael Orazem. *Programa Casé: o rádio começou aqui*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995. (p.45)

<sup>100</sup> Sobre a regulamentação da publicidade na Era Vargas ver capítulo I, p. 36.

<sup>101</sup> Expressão inglesa que significa elenco.

atração e convenceu o cliente de que ele teria vários artistas, como Noel Rosa, Francisco Alves e Sílvio Caldas. O negócio foi fechado ali mesmo, por 300 mil réis por mês<sup>102</sup>.

Ao chegar ao escritório outra boa notícia, um representante do laboratório de medicamentos Queiroz, de São Paulo, queria anunciar no Casé. Ademar fechou o contrato de meia hora semanal e somente depois teve curiosidade de saber qual era o produto; para sua surpresa, era o purgante Manon Purgativo. Falar sobre constipações intestinais no rádio em 1932 não era simples, muito menos permitido, como lembrou Casé: “Naquela época a censura não deixava o Rádio falar dessas coisas. A gente não podia tratar de cuecas, de cintas modeladoras, de medicamentos para hemorróidas, de remédio para sífilis, como a injeção 914 que servia também para gonorréia, nada disso” (CABRAL, 1990, p.95).

O dinheiro do anunciante seria fundamental para a permanência do programa, o contrato já estava fechado e Casé não podia voltar atrás. A única saída era fazer um anúncio eficiente, mas sutil que passasse pela censura. A missão de redigir o comercial foi de Nássara, que não desapontou o patrão.

Um casal de noivos brigou. Ele arrependido, resolveu fazer as pazes, mas a moça estava irredutível. Conversou com a futura sogra, que lhe aconselhou que presenteasse a filha com algo de valor. Comprou-lhe então, uma jóia caríssima. E não fez efeito. Deu-lhe um casaco de peles, Mas não fez efeito. Então, lembrou de dar a ela um vidro de Manon Purgativo.... Ahhh!!!! Fez efeito!!!! Manon Purgativo, à venda em todas as farmácias e drogarias. (CASÉ, 1995, p. 47).

A propaganda além de engraçada utilizou um novo recurso para a publicidade no rádio os *Sketchs*<sup>103</sup>. O público passou a acompanhar pequenas cenas e situações, que no final eram encerradas com o anúncio do produto ainda dentro da dramatização. E a criatividade de Nássara foi ainda mais longe, também foi dele a autoria do primeiro *jingle* da publicidade brasileira.

Ademar havia experimentado um pão muito bom da Padaria Bragança em Botafogo. Empolgado com o sabor, ele foi até a padaria para fazer uma proposta de anúncio ao proprietário, um português que se chamava Albino. Mas o dono da padaria não queria saber de comercial em rádio e achava desnecessário fazer propaganda de algo que não podia faltar na mesa, o pão. Depois de muita insistência, Ademar fez uma proposta: “Olhe, eu vou fazer o

<sup>102</sup> CASÉ, Rafael Orazem. *Programa Casé: o rádio começou aqui*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995. (p.46).

<sup>103</sup> Mensagem publicitária de rádio dramatizada com diálogos, como numa encenação de teatro.

seguinte, eu vou fazer uma promoção sobre o pão Bragança, se o senhor não gostar não paga<sup>104</sup>».

Ao chegar à emissora, Casé contou a Nássara o que tinha acontecido. Inspirado na nacionalidade do cliente ele fez a melodia do *jingle* em ritmo de fado. “Porque o dono da padaria era um português, e naquele tempo eu achava que o negócio não era para agradar o público, era para agradar o dono da padaria, e deu certo o dono da padaria fez um contrato de um ano com Ademar Casé<sup>105</sup>” Na época o *jingle* não era gravado e a propaganda foi transmitida ao vivo com voz e violão<sup>106</sup>.

*Oh! Padeiro desta rua  
Tenha sempre na lembrança  
Não me traga outro pão  
Que não seja o pão Bragança*

*Pão inimigo da fome  
Fome inimiga do pão  
Enquanto os dois não se matam,  
A gente fica na mão*

*De noite, quando me deito  
E faço a minha oração  
Peço com todo respeito  
Que nunca me falte o pão  
(CASÉ, p. 49-50).*

Nássara não era o único a criar anúncios. Quem também fazia parte do time de redatores do *Programa Casé* eram Luiz Peixoto e Paulo Barbosa. O exagero, o humor, trocadilhos e muita imaginação estavam presentes nas peças veiculadas no programa, que também teve anúncios bem objetivos: “Sente-se mal? Pois, compre uma cadeira de balanço da **Casa Nova Aurora** e sente-se bem” ou “**Pilôgênio** nasce cabelo até em bola de bilhar” (CASÉ, 1995, p. 48).

Outro famoso redator de comerciais do Casé foi Orestes Barbosa. Ele criou propagandas famosas na época que tinham no seu início alguma citação: “O grande Balzac

---

<sup>104</sup> Depoimento de Ademar Casé ao MIS, no dia 30 setembro de 1973, presente no filme **Programa Casé: O que a gente não inventa não existe**, Estevão Ciavatta (Brasil, doc, 81min, cor, Pindorama Filmes, 2010).

<sup>105</sup> Depoimento de Nássara ao MIS, no dia 13 de fevereiro de 1968, presente no filme **Programa Casé: O que a gente não inventa não existe**, Estevão Ciavatta (Brasil, doc, 81min, cor, Pindorama Filmes, 2010).

<sup>106</sup> A primeira estrofe do *jingle* pode ser conferida na internet, cantada na voz do próprio Nássara, ver em: [http://www.vozesbrasileiras.com.br/html/mp3/g/g-primeiro\\_jingle.mp3](http://www.vozesbrasileiras.com.br/html/mp3/g/g-primeiro_jingle.mp3)

afirmou que a mulher...”; “Voltaire assegurava que...”; “Diz a máxima do Marquês de Maricá...”. Um dos anúncios mais famosos era os da “Loja Dragão”, que vendia utensílios domésticos. Quando a loja fez uma promoção de cafeteira a 1.800 réis Orestes Barbosa fez o seguinte texto: “O Brasil foi descoberto em 1500! Bote mais 300 réis e compre uma cafeteira no Dragão.” (DIDIER, 2005, p.341).

Curiosamente, o autor dessa célebre propaganda que fazia referência ao descobrimento do Brasil tinha verdadeiro ódio de portugueses. Certo dia, em pleno *Programa Casé*, ele se desentendeu com o português Manoel Monteiro, conhecido como “O rei dos fados”. Manoel estava cantando quando percebeu que Orestes olhava pra ele, com um olhar de desdém. Sabendo da raiva do funcionário de Casé pelos lusitanos, o Manoel parou de cantar e disse em pleno ar que faria o seu número quando Orestes Barbosa saísse do estúdio. O artista português se arrependeu depois: “Ainda com o programa no ar, entra em pânico, interrompe a apresentação e corre. Ademar Casé testemunha a cena: Orestes atrás de Monteiro, com um punhal na mão.” (DIDIER, 2005, p.341).

Monteiro conseguiu fugir da fúria de Orestes e nada de grave aconteceu. O mal-entendido ficou entre os integrantes do programa e não ganhou destaque nos jornais. Em outra ocasião foi a nacionalidade dos anunciantes que quase provocou problemas. O fato ocorreu na Rádio Philips com o cantor Luís Barbosa. Em um samba improvisado ele cantou como refrão:

“...*Estou no artigo 143, peguei quinhentos mangos por que bati num português*”. Casé, que estava do outro lado do estúdio, nos controles, botou a mão na cabeça e correu para o ouvido de Luís. Enquanto o regional tocava Casé explicava que tinha muitos clientes de além mar e que aquele samba iria prejudicá-lo. Luiz fez um sinal com a cabeça e novamente: ... “*quinhentos mangos por que bati num francês*.” Casé voltou a puxar os cabelos, pois um de seus maiores clientes a *Emoint* pertencia a franceses. O cantor não se deu por vencido e continuou... “*porque bati num inglês*.” Mas o programa tinha um cliente dos grandes que revendia linhos da Inglaterra. Sem tirar os dedos do chapéu de palha, Luís emendou: “*bati num chinês*”. Outro protesto, Casé também tinha clientes ligados a velha China. O sambista já estava com a paciência no limite, quando teve uma inspiração formidável. O regional deu a deixa e ele sorrindo, cantou: “*paguei quinhentos mangos por que bati num holandês*”. Casé sem acreditar no que ouvia botou a mão na cabeça e por muito pouco não caiu durinho ali mesmo. Acontece que a Rádio Philips pertencia nada menos que a uma companhia holandesa. (CASÉ, 1995, p. 48).

Os imigrantes eram bem vistos pela elite<sup>107</sup>. Enquanto isso, os trabalhadores brasileiros viam os estrangeiros como uma ameaça aos seus postos de trabalho. Em outros

---

<sup>107</sup> Como foi abordado anteriormente, existia uma política voltada para atrair estrangeiros durante o período da *Belle Époque*, uma vez que, o Brasil precisava de mão de obra qualificada e ainda desejava o “embranquecimento” da população, ver: Capítulo I, p. 27.

casos, quando os estrangeiros eram patrões era comum a relação de exploração com os empregados brasileiros. Criou-se então uma rivalidade entre os nacionais e imigrantes e vice-versa.

Esse sentimento terminou sendo levado para o rádio. “Sabe-se que no pioneiro Programa Casé, em 1933, primeiro na Rádio Philips e depois na Rádio Transmissora, o comediante Jorge Murad ficou conhecido numa das seções humorísticas do programa contando, com forte sotaque, as famosas anedotas de turco.” (SALIBA, 2002, p.246). A implicância com os estrangeiros também estava nas músicas improvisadas feita pelos cantores, mas tudo sob a supervisão e bronca de Casé para os mais excedidos.

Na área publicitária o *Programa Casé* trouxe outras novidades, não eram apenas os redatores que criavam os anúncios os cantores passaram a participar e a criar *jingles* improvisados. A dupla Noel Rosa e Marília Batista mais uma vez entrou em cena. Eles foram responsáveis por um quadro no qual cantavam propagandas em forma de música para a Loja Dragão.

*No dia que fores minha  
Juro por Deus, coração.  
Te darei uma cozinha  
Que vi ali no Dragão  
(Noel Rosa)*

*Morros do Pinto e Favela  
São musas do violão.  
Louça cristal e panela,  
Só se compra no Dragão  
(Marília Batista)  
(CASÉ, 1995, p. 93).*

Para agradar ao público as propagandas feitas no Casé também procuravam enaltecer os valores tão apreciados durante a *Belle Époque*. O *sketch* da loja de presentes Pekin (sempre com bom humor) é um exemplo de como a imitada Paris servia de referência na imaginação dos ouvintes.

Parando seu Rolls Royce em certa casa de campo, à beira da estrada, ali pelos arredores de Paris, desce o *touriste* Max, inteligente colecionador de peças antigas. Enquanto o *Chauffer* deita água ao motor do carro, o nosso viajante pede à mulher rústica que está à porta, que lhe arranje um pouco d'água a beber.  
- Entre, diz-lhe em tom hospitaleiro a camponesa.

Max entra e depara na sala, grande e mal-cuidada, com um gato vulgar comendo numa tigela de porcelana da China, objeto que o *touriste* reconhece logo ser de extraordinário valor. Habilmente, diz ele a pobre mulher:

- Que belo gato! Que linda cor ele tem!

- E é curioso, senhor, não come se não naquela tigela. É hábito antigo...

- O gato é realmente bonito. A senhora quer vender-mo? Dou-lhe já por ele duas libras esterlinas (e tirando do bolso as moedas amarelas...)

- Bem, o gato é da casa, mas já que o senhor faz tanta questão... (e vai aceitando as moedas).

- Agora diz o *touriste*, visto que o gato está acostumando a comer na tigela, eu lhe dou qualquer cousa a mais e levo também a tigela.

- Ah! A tigela eu não vendo...

- Como? Então a senhora não vende a tigela?

- Não porque, por causa dessa tigela, eu já tenho vendido muitos gatos...

**O nosso Max agora mudou de idéias... Gosta de objetos modernos, tendo feito a pouco tempo, um lindo sortimento na Casa Pekin. Rua do Ourives, 15. Casa Pekin, presentes e objetos de arte. (CASÉ, p.47-48).**

Enquanto Ademar Casé corria atrás de anunciantes como a Casa Pekin, a organização do programa ficava nas mãos de Henrique Foréis Domingues<sup>108</sup>, que tinha o apelido de Almirante por ter servido a marinha. Ele era o braço direito de Ademar, além de cuidar do setor financeiro, era cantor, desenhista, contava piadas e ainda era *speaker*.

Foi idéia de Almirante o primeiro quadro interativo do rádio “O concurso de palavras cruzadas”. O locutor dava a pista e os ouvintes participavam de casa. Também foi dele a criação do quadro “Curiosidades Musicais”, que tinha a duração de quinze minutos com a participação de cantores, atores e instrumentistas. O quadro dentro do *Programa Casé* abordava ainda a origem da música brasileira com base no folclore e inaugurou o uso de *scripts*<sup>109</sup> no rádio.

O desempenho do funcionário resultou numa parceria. Em 1933, Ademar e Almirante tornaram-se sócios. Quem também participou da sociedade nessa época foi o cantor Francisco Alves. Nesse período além da irradiação no domingo o programa passou a ter suplementos nas terças e quintas.

Apesar do sucesso do programa em 1935, Ademar recebeu a notícia de que a Rádio Philips seria desativada. Numa versão oficial, a emissora teria sido forçada por uma legislação governamental que criava embaraços para uma rádio que tinha como objetivo a divulgação dos produtos da empresa holandesa. No entanto, existe outra explicação para o fato, na qual

<sup>108</sup> Henrique Foréis Domingues, “O Almirante”, começou a carreira no Grupo de Tangarás como cantor e pandeirista, ao lado de Noel Rosa, Alvinho, Henrique Brito e Braguinha. No *Programa Casé* ganhou o título de Major Patente do rádio. Além de ter grande senso de organização era pesquisador da música popular brasileira. Como intérprete gravou músicas com Noel Rosa e Carmen Miranda. Almirante é ainda autor de clássicos da MPB como “Mulher exigente” e “Na Pavuna”.

<sup>109</sup> Roteiro escrito que serve de orientação para todos que participam da gravação.

a Phillips, por não ter apoiado a Revolução constitucionalista de 1932<sup>110</sup>, teria enfrentado um boicote dos paulistas a seus aparelhos. A Philips era a única emissora carioca a atingir São Paulo. Com uma brusca queda de vendas na capital paulista a multinacional resolveu vender a rádio <sup>111</sup>. Ainda durante a Revolução Constitucionalista, um fato curioso aconteceu no *Casé*. Como o sinal da rádio Philips pegava em São Paulo, um censor foi enviado para checar se durante o programa eram enviadas mensagens subversivas para os revoltosos paulistas.

Meu programa tinha um censor que era um fenômeno. Um dia fizemos um desafio entre a Marília e Noel Rosa acompanhado por um regional todos em volta de um único microfone, numa ginástica incrível. A toda hora o censor metia a cabeça, entre os artistas atrapalhando o trabalho, quando chamei sua atenção ele explicou: “Quero ver se eles estão fazendo gestos para São Paulo.” (Jornal O Globo 28/10/1973).

Aproveitando a cena feita pelo censor Noel Rosa que improvisava uma canção com Marília Batista seguiu com os versos:

*Eu não falo pra São Paulo  
Sem tomar o meu xerez,  
O censor ai do lado  
Me levando pro xadrez  
(E eu não quero ir pro xadrez)*

*De babado, sim  
Meu amor ideal  
Sem babado não.  
(DIDIER, 1990, p.24).*

Com o fechamento da Rádio Phillips Casé chegou a ser procurado para comprar a emissora por 50 contos de réis, mas não tinha dinheiro suficiente. Mais uma vez, ele imaginou que era o fim de sua aventura, no entanto Ademar foi convidado por nada menos que Roquette Pinto para transmitir o *Programa Casé* pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.

O interesse do patrono do rádio pela irradiação do programa preocupou a equipe de Ademar, afinal todos comentavam que Roquete Pinto não gostava de música popular. Antes da transferência do programa Ademar quis mais informações e perguntou ao próprio Roquette Pinto se ele se interessava por música brasileira. “Roquete Pinto não só confirmou que gostava como cantou inteira, e sem erro, a marcha Linda Lourinha, de João de Barro, grande

<sup>110</sup> Sobre a Revolução Constitucionalista e o uso do rádio no conflito, ver capítulo I, p.37.

<sup>111</sup> CASÉ, Rafael. *Programa Casé: O rádio nasceu aqui*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995. (p.61).



sucesso no carnaval de 1934. ‘Eu não gosto é de imoralidades’, completou o criador do rádio no Brasil” (CABRAL, 1990, p.105).

Ainda assim, a equipe do Casé era extremamente preocupada com a execução do programa pela Rádio Sociedade. Em nenhum momento Roquete Pinto interferiu, mas surgiram críticas da velha elite carioca sobre a popularização que a tradicional emissora enfrentava por causa do *Programa Casé*.

O cuidado da equipe não impediu que alguns deslizes acontecessem na emissora. Um deles ocorreu nas primeiras semanas. O locutor anunciou que o cantor Jorge Fernando ia cantar a música “O que eu queria dizer ao teu ouvido”, mas o cantor não estava no estúdio. O pianista seguiu dedilhando a introdução, e nada do Jorge Fernando aparecer. Foi quando o locutor teve a idéia de recitar um poema sobre um patrocinador, a Loja Dragão:

*Dezessete primaveras  
Tempo das doces quimeras  
Tempo de toda ilusão  
E a gente vê na lua  
Que, branca no céu flutua  
São Jorge com seu dragão.*

No final da poesia o locutor explicou que o dragão da lua não era uma filial da Loja Dragão, porque Dragão de verdade só existia o da Rua Marechal Floriano. Até aí tudo bem, o improviso estava valendo. O pianista seguiu tocando a introdução várias vezes. Para ajudar a sair da situação o baterista teve a idéia de cantar e começou a música: “O que eu queria dizer ao teu ouvido...” (CABRAL, 1990, p.105). Resultado: ninguém, até mesmo o baterista conseguiu fazer nada no programa, a não ser gargalhar.

O *Programa Casé* continuava com cantores exclusivos e seguia com as inovações comerciais, mas um ano depois da estréia na Rádio Sociedade Ademar decidiu acabar com o programa. O mercado de publicidade para rádio ainda era incipiente e obter lucro continuava sendo difícil. Nesse mesmo período, Roquete Pinto doou a Rádio para o Ministério da Educação e Cultura<sup>112</sup> O fim do programa foi recebido com tristeza pelos artistas. Numa homenagem foi realizado um almoço de despedida, no qual Casé fez o seguinte discurso:

---

<sup>112</sup> CABRALE, Lia. A era do rádio. 2ed. Jorge Zahar. Rio de Janeiro, 2004. (p.50-51).

Minhas senhoras!

Meus senhores!

É a primeira vez que em minha vida eu me encontro numa situação como esta, e, portanto, o que vou dizer agora não tem nem intenção, nem a forma de um discurso.

Vou dizer, unicamente, em poucas palavras toda a gratidão que sinto por esta homenagem que vocês, meus amigos, me vêm prestar com o oferecimento deste almoço.

Para mim, esta homenagem é uma verdadeira surpresa, porque nunca imaginei que um tão modesto trabalhador do Radio pudesse merecer dos seus colaboradores, dos seus artistas, dos seus amigos enfim, uma tão sincera e espontânea prova de solidariedade e afeição. E essa minha surpresa tem tanto mais razão, justamente porque durante a minha atividade no meio radiophônico, eu nada mais fiz do que retribuir duma forma, aliás modesta, as manifestações de sympathia e as gentilezas de todos aquelles que cooperaram connigo nestes três annos de existência do Programa Casé.

Figura 8: Discurso feito por Ademar. (Acervo família Casé)

O programa ficou quase de três meses fora do ar, do dia 18 de fevereiro até 05 de maio de 1935. Mas, um convite da Rádio Transmissora fez Ademar acreditar no sonho outra vez. Nesse período ele não contava mais com o Almirante, que havia deixado o programa depois de receber uma excelente proposta da própria rádio Transmissora.

Mesmo sem o seu “braço direito”, Casé voltou com o programa e trouxe mais novidades, sendo a mais marcante de todas o “Teatro Imaginário”, que reproduzia óperas inteiras com efeitos sonoros, dando a sensação de que o ouvinte estava no teatro acompanhando as apresentações. Ademar pensou no quadro depois de ouvir um disco com efeitos sonoros que davam a sensação de escutar uma orquestra ao vivo.

A intenção era irradiar aos ouvintes óperas inteiras, como se a transmissão estivesse sendo feita, ao vivo, do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Casé comprava duplicatas de cada disco para que, quando um lado acabasse, o outro começasse sem interrupção. Haroldo Barbosa ficava responsável pela parte técnica, enquanto que Alziro Zarur fazia a locução como se estivesse no local. Antes de cada apresentação, era lido um texto contando a história de cada ópera. (CASÉ, 1995, 83).

Mas, os ouvintes não viveram só de imaginação. Sabendo do interesse de Ademar o Maestro Eleazar de Carvalho foi com a partitura da ópera “Tiradentes” na mão pedir apoio ao radialista, que teve a idéia de transmitir pela primeira vez uma ópera direto do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. A introdução da música clássica no programa também era uma realização pessoal de Casé, que logo na estréia do programa teve que ser render ao desejo dos ouvintes por música popular.

Mesmo com a predileção da audiência pelos ritmos brasileiros Ademar encontrava formas de encaixar um pouco de música erudita no programa que teve participações de artistas como, o Tenor Tito Schippa, Oscar Borghert e Armando Borgioli. “Foi o Programa Casé o primeiro a apresentar atrações internacionais, tanto na música popular quanto na erudita.” (CABRAL, 1990, p.107).

O grande momento da atração erudita do *Programa Casé* foi a apresentação de um dos mais famosos interpretes de Chopin, o pianista Ucraniano Alexander Brailowski, que estava no Rio para fazer duas apresentações no Teatro Municipal. Ademar leu um editorial do jornal O Globo que criticava as rádios por não contratarem Brailowski para uma apresentação. Ainda de acordo com o jornal, seria uma grande oportunidade para que as camadas populares conhecessem a musicalidade de Chopin. Casé sentiu-se tocado e também com o ego ferido e decidiu que ia levar o pianista de qualquer jeito para o seu programa.

Ademar conversou com a secretária de Brailowski que disse que o cachê para duas apresentações era 50 contos de réis – era tanto dinheiro que com esse valor dava pra comprar uma casa. Depois de visitar dezenas de anunciantes que achavam a idéia de levar o pianista ao programa uma loucura, Casé foi até a perfumaria Gally, do comendador Lopes.

Falei com o comendador Lopes e disse: O Sr. É um português, tem uma visão ampla, o Sr. já pensou nas conseqüências, da promoção que o senhor vai fazer?

Eu disse: vai abalar o Brasil inteiro.

- Mas quanto custa isso?

- 50 contos. Então falei. Sr. Lopes, eu não quero ganhar um tostão, não quero ganhar um tostão, eu faço três meses de graça, vou fazer promoção dos seus produtos, sem cobrar nada ao senhor.

- Pera, dou 35 e pode ir embora! tá fechado o negócio?

Fechei, perdi 15 contos, mas o dinheiro mais bem empregado da minha vida no programa foi esse aí. Botei Braylowsky no ar duas vezes<sup>113</sup>.

Outra atração internacional dessa vez popular foi o cantor de tango argentino Alberto Vilas, que ia fazer shows nos Estados Unidos e estava de passagem pelo Brasil. Casé pediu auxílio a Nássara que rapidamente criou o desafio entre o samba e tango. O tango ficou com argentino e para defender o samba, o cantor convidado foi Francisco Alves.

Apesar de todo pioneirismo o *Programa Casé* não tinha controle sobre as emissoras e novamente precisou mudar de estação. Assim como aconteceu com a Philips a Rádio Transmissora é colocada a venda por 800 contos, a proposta de compra também foi feita a Casé que não tinha como arrumar o dinheiro.

O programa ficou alguns meses na Rádio Cajuti e em seguida foi para Mayrink Veiga, onde passou sete anos. Esse período foi considerado a fase áurea do programa, que passou a ser irradiado de meio-dia a meia-noite, com um intervalo das seis às oito horas da noite.

Nesse mesmo ano em 1936, Casé ganhou um concorrente de peso a Rádio Nacional. Com apoio do Governo Federal, foram criados vários programas de sucesso e dezenas de artistas foram contratados pela Nacional, assim como muitos anunciantes também foram para a rádio estatal. “Me considero uma das vítimas da Nacional. Era difícil competir com uma emissora que tinha apoio incondicional do Governo Federal. Mas, em nenhum momento, deixamos de lutar, e por muitas vezes, ganhamos essa briga” (CASÉ, 1995, p.77).

Com a chegada da rádio Nacional, a popularização do aparelho de rádio, que tinha se tornado mais acessível fizeram da década de 40 o auge do profissionalismo do rádio no Rio de

---

<sup>113</sup> Depoimento de Ademar Casé ao MIS, Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro no dia 30 setembro de 1973, presente no filme *Programa Casé: O que a gente não inventa não existe*, Estevão Ciavatta (Brasil, doc, 81min, cor, Pindorama Filmes, 2010).

Janeiro. Nesse período Casé começou a contar com a participação de seu filho Geraldo Casé no programa. Ali ele fazia de tudo. “Eu era o mais velho, trabalhei com papai desde garoto, no rádio aprendi a fazer sonoplastia, operei áudio também, escrevi (...). O programa era uma coisa de louco, era um dinamismo muito grande foi uma escola pra mim”<sup>114</sup>

Depois de viver o seu auge na Mayrink Veiga o *Programa Casé* passar a ser interrompido com frequência para as transmissões de partidas de futebol. Em 1948, sem autonomia para utilizar o horário como antes Ademar decidiu transferir o programa para Rádio Globo, e lá Casé voltou a trabalhar com o seu grande parceiro: Almirante.

**PROGRAMA**  
**CASÉ**

**APRESENTA**  
**DOMINGO** DAS 10 AS 15 HORAS

**RADIO GLOBO**  
1180 quilômetros

**AS SEGUINTE ATRAÇÕES.**

das — 10,00 às 11,30 —	SHOW VARIADO.
das — 11,30 às 12,00 —	COCK-TAIL DO CAFE CAPITAL — Of. do Capital.
das — 12,00 às 12,30 —	CIDADE MARAVILHOSA — Of. da Joalheria Paz.
das — 12,30 às 12,45 —	PEDRO RAIMUNDO
das — 12,45 às 13,00 —	CARLOS ROBERTO — Of. da Cami- saria Progresso.
das — 13,00 às 13,30 —	SORTEADO PELO DESTINO — Of. da Camisaria Progresso.
	Ultima Súplica — original de Raimundo Lopes.
das — 13,30 às 14,00 —	FANTASIA MODERNA — Of. da Te- celagem Moderna.
das — 14,00 às 14,30 —	TRIBUNAL DE MELODIAS — Of. da "A RENASCENÇA"
	com ALMIRANTE — a maior patente do Radio.
das — 14,30 às 15,10 —	DEFENSORES DA LEI — Of. dos Tra- jes Silvania e Bebidas Ocidental Ltda.
	Original de Epitacio Timbauba — sobre um caso ocor- rido nesta capital.

Globo - Des. FIM - 12 - 7 - 9/48

Figura7: Jornal o Globo 17/07/48 (Acervo família Casé)

<sup>114</sup> Depoimento Geraldo Casé à autora em 25 de fevereiro de 2003.



**As grandes atrações do "PROGRAMA CASÉ" também, agora, na RÁDIO GLOBO!**

Além dos consagrados artistas:

Violeta Cavalcanti — Linda Meriva — Murilo Caldas — Quinteto Copacabana — Carlos Roberto — Jair Tauanatingo — Mestre Saca-Vivas e orquestra.

**Estreará ALMIRANTE ao lado de CASÉ!**

Dentro de alguns dias, Casé oferecerá ao público as criações mais notáveis, diversões sensacionais, canto, música e um mundo de novidades que agredirão em cheio. Gravem bem: mais alguns dias e estará no ar, na onda da RÁDIO GLOBO, o popularíssimo "PROGRAMA CASÉ".

**RADIO GLOBO** 1180 quilociclos

Figura 9: Jornal o Globo 01/06/48 (Acervo família Casé)

Seis meses depois da Rádio Globo, o *Programa Casé* foi transferido para a Rádio Tupi dos Diários Associados. Em 1950, com a chegada da televisão, os anunciantes passaram a investir no novo meio e os anúncios no rádio começaram a diminuir. O rádio também perdeu artistas que receberam propostas para trabalhar na TV. Com o seu poder de influência abalado, o principal veículo de comunicação e entretenimento das últimas décadas sentiu o peso da chegada da televisão.

Casé, como outros homens de rádio, procurou conhecer melhor o funcionamento da TV e em pouco tempo entusiasmou-se com a possibilidade de ter num só veículo a mídia impressa, a imagem e o som. Diante desse cenário de novidades e desafios, em 1951, Ademar deixou de vez o rádio. Era o fim do *Programa Casé*.

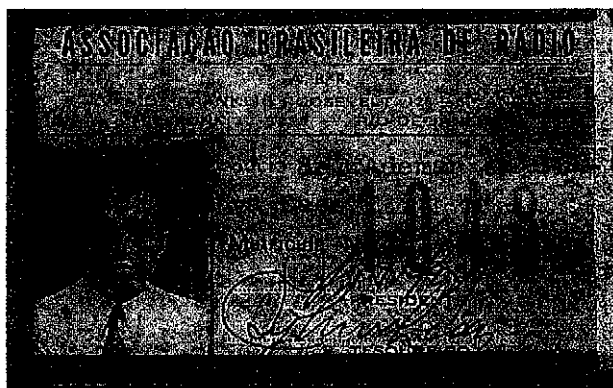


Figura 10: Carteira da Associação Brasileira de Rádio (Acervo família Casé)

A visão empreendedora de Casé voltou-se para a televisão. Com foco no mercado publicitário de TV, ele abriu com os filhos Geraldo e Maurício uma agência de publicidade, a Agência Casé, que criou vários programas para televisão como *Convite à Música*, *Show Cássio Muniz*, *Show Refina*, *Tele-semana*, *Peti Ballet* e *Noite de Gala*, sendo este último o mais famoso de todos.

Meses depois, em parceria com o empresário Abraham Medina, Ademar Casé inaugurou a Agência Midas. Em pouco tempo, a sociedade de Ademar que também tinha a participação de seus filhos tornou-se a principal produtora e criadora de programas para televisão na década de 1950; além disso, com a carteira de clientes conquistada por Casé ao longo do seu trabalho no rádio a agência conseguia bons patrocinadores para a TV e conquistou vários prêmios como melhor agência de publicidade do Rio de Janeiro.

(...)80% da programação da Tupi quando inaugurou era dele, de clientes dele porque ele jogou todo o programa dele, que ele tinha o programa casé, ele jogou todo pra televisão. Ele acreditou na televisão. Isso foi quando ele foi parceiro de Assis Chateaubriand que era nordestino também, que os dois enfrentaram a coisa <sup>115</sup>.

## CASÉ-MEDINA NUMA SÓ AGÊNCIA: MIDAS



Firmaram contrato, constituindo uma nova organização de propaganda, os srs. Abraham Medina, Diretor-Presidente do "Rei da Voz", e Ademar Casé, Diretor da Agência Casé Publicidade. A nova empresa chama-se "Midas Propaganda S.A." e será inaugurada, ainda este mês, na Av. Copacabana, 605 (sobreloja), onde será instalada.

A "Midas Propaganda S.A.", conta com a participação de elementos da "Medina Promoções" e da "Agência Casé Publicidade" e funcionará sob a presidência do sr. Abraham Medina, ficando com o cargo de vice-presidente e superintendente, os srs. Ademar Casé e Geraldo Casé, respectivamen-

te. A nova sociedade formada por dois grupos de reconhecido valor no campo publicitário (Noite de Gala, 1.º Festival do Rio, Parada de Natal e outras promoções) propõe a ser uma Super-Agência com departamentos autônomos, com setores de promoções, "Shows", Convenções, Empresamentos Artísticos e Esportivos, Produções Especializadas para Rádio, Cinema, TV., outros setores ainda em fase de estudos.

Na foto, os Diretores da "Medina Promoções" e "Agência Casé Publicidade", quando assinavam o contrato criando a "Midas Propaganda S.A."

Figura 11: Casé assinando o contrato, sentado, à esquerda. Jornal O Globo, sem data. (Acervo família Casé).

<sup>115</sup> Trecho de depoimento de Maurício Casé (filho de Ademar) presente no filme Programa Casé: O que a gente não inventa não existe, Estevão Ciavatta (Brasil, doc, 81min, cor, Pindorama Filmes, 2010).



Prêmios e «Midas»: — A Agência Midas de Publicidade, que tem 12 programas em televisão, pôde certo dia, reunir todo o seu estafé para apresentar os prêmios conquistados. Aparecem, com o senhor Abraham Medina, os srs. Geraldo, Ademar e Maurício Casé, Flávio Cavalcanti, Aberlardo Figueiredo e Murilo Neri.



Figura 12: Da esquerda para direita os apresentadores, Murilo Neri, Flávio Cavalcanti, Ademar Casé, Abraham Medina, Geraldo Casé (filho de Ademar), Aberlardo Figueiredo e Maurício Casé, (filho de Ademar). Jornal O Globo, sem data. (Acervo família Casé)

O principal trabalho de Ademar Casé na televisão foi o programa *Noite de Gala*. Considerado até hoje um dos melhores programas de auditórios da TV brasileira – mas tirar o projeto do papel não foi fácil. Apesar da insistência de Casé, a TV Tupi não quis bancar o programa considerado muito grandioso para a época. A idéia era fazer algo nos moldes de Hollywood, com quatro câmeras, cantores, atores, bailarinos.

Depois da resposta negativa da Tupi, como sempre, Ademar não abriu mão de seu objetivo e apresentou o projeto do programa *Noite de Gala* para a TV Rio, que topou o desafio na hora. Mas, a TV não tinha estrutura e todo material técnico do programa vinha de avião de São Paulo. Com o programa no ar, a TV Rio ganhou destaque no cenário carioca.



Figura 13: Equipe do Programa Noite de Gala, com Tônia Carrero na apresentação. (CASÉ, 1995, p.73).

O *Noite de Gala* era veiculado às segundas e tinha uma hora e meia de duração. Com a experiência adquirida ao longo de 19 anos no rádio, Ademar Casé cercou-se novamente de uma equipe competente, dinâmica e inovadora. A primeira formação de apresentadores foi Ilka Soares e Luís Jatobá. A direção do programa era feita pelo seu filho Geraldo Casé, Carlos Thiré e Haroldo Costa. Mais tarde Flávio Cavalcanti e Tônia Carrero também apresentaram o programa.

De certa forma foi Ademar Casé o lançador de nomes poderosos da televisão brasileira, como Flávio Cavalcante, Sergio Porto, Chico Anísio, Murilo Nery e tantos artistas que iniciaram uma nova jornada artística junto com a televisão carioca, que nesse tempo, só existiam três: Tupi, Rio e Continental. No “Noite de Gala” assisti pela primeira vez o João Gilberto cantar o “Desafinado” do Tom Jobim, em cena com a atriz Marilu Bueno<sup>116</sup>.

O sucesso do Programa foi tão grande que depois do contrato com a TV Rio a Tupi fez uma proposta para Casé voltar a emissora. Depois da TV de Assis Chateaubriand o *Noite de Gala* foi para a TV Globo, de Roberto Marinho. Uma novidade do programa foi a dramaturgia, com um quadro do jornalista Nelson Rodrigues intitulado *A Cabra Vadia*, no qual ele fazia entrevistas com uma cabra de lado<sup>117</sup>.

Ademar Casé trabalhou por quase dez anos na produção de programas para TV, tempo suficiente para também fazer escola no novo veículo. A televisão brasileira, atualmente

<sup>116</sup> Depoimento de Osmar Frazão à autora, em 26/05/2008.

<sup>117</sup> A cabra vadia que começou como um personagem na sua coluna de jornal foi levada para um quadro de entrevistas no programa *Noite de Gala*. Toda semana Nelson Rodrigues entrevistava uma personalidade com a cabra do lado. Para ele essa era única forma do entrevistado dizer a verdade era estando diante de uma testemunha muda, representada pela cabra. Ver em: CASTRO, Ruy. *O Anjo Pornográfico*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. (p.345).

famosa por suas produções de alto padrão técnico, teve em sua origem a visão profissional de ritmo, dinamismo e sequência de atrações implementadas por Casé.

Para o diretor de TV e consultor da Rede Globo de Televisão José Bonifácio Sobrinho, conhecido como Boni, o ritmo frenético de Ademar Casé foi levado para TV. Boni era freqüentador assíduo do Programa Casé nos estúdios da Mayrink Veiga, não como um simples ouvinte, mas como um “aprendiz” de comunicação.

Quando eu ainda era muito jovem por volta dos meus 15 anos eu fui aprender um pouco de rádio com Dias Gomes e Dias Gomes me escreveu dois nomes que eu devia anotar pra poder acompanhar e observar, um deles era o Almirante, Henrique Foréis, e outro Casé, e ele disse assim tudo que você quiser aprender de organização é Almirante e tudo que você quiser aprender de criatividade é o Ademar Casé. Então ia muito a Mayrink Veiga e acompanhava o programa, a confecção do programa, a montagem do programa e queria aprender aquela coisa frenética do ritmo do Ademar Casé. (...) Todas as vezes que eu vou cuidar de intervalo, de sequência de atração e tal o nome dele me vem, me vem à cabeça<sup>118</sup>.

Em 1960, Ademar Casé deixou a televisão depois de um enfarte. A agência foi entregue ao seu filho, o publicitário Maurício Casé. Para a mente inquieta e criativa de Ademar deixar o trabalho foi um momento difícil, mas não foi sua maior dor. A morte de sua esposa Graziela, com quem conviveu por 64 anos, foi a grande perda de sua vida. “Ela sempre foi a minha melhor crítica. Acompanhava tudo e fazia comentários sempre sinceros, gostasse ou não dos programas” (Depoimento de Casé. cf: in CABRAL, 1990, p.109).

No dia 07 de abril de 1993, aos 90 anos Ademar Casé faleceu, deixando três filhos: o publicitário Maurício, o diretor de televisão Geraldo (*in memoriam*) e o arquiteto Paulo Casé. Ademar também deixou netos que se destacam no segmento artístico, entre eles estão a atriz Regina Casé, a assessora de imprensa Patrícia Casé, o músico e empresário César Casé e os jornalistas Rafael Casé e Maurício Casé.

Além da criatividade como herança, Ademar deixou ainda a marca de um nordestino sem estudos, que revolucionou o rádio com sua visão comercial e a TV com seu pioneirismo. Em 1970, em uma entrevista no jornal O Globo, Ademar Casé afirmou que “A televisão é hoje um espelho do rádio antigo, guardadas as devidas proporções.” (Jornal, O Globo, 28/10/1973).

---

<sup>118</sup> Depoimento de José Bonifácio Sobrinho presente no filme **Programa Casé: O que a gente não inventa não existe**, Estevão Ciavatta (Brasil, doc, 81min, cor, Pindorama Filmes, 2010).

Quatro décadas depois dessa afirmação, é possível dizer ainda que a TV no Brasil segue refletindo a influência do rádio nos seus programas de variedades, nas telenovelas, nos intervalos comerciais, nos contratos de exclusividade dos artistas e nos programas de auditório.

Do mesmo modo, as inovações implementadas pelo *Programa Casé* no rádio também seguem presentes na atualidade. Elas podem ser vistas no dinamismo, na produção, na música nacional, no uso *background*, *jingles*, *sketchs* humorísticos e na sonoplastia. A influência do Casé segue ainda na abertura dos programas de rádio atuais, que muitas vezes também utilizam sirenes para avisar aos estimados ouvintes que a atração vai começar<sup>119</sup>.

---

<sup>119</sup> O programa policial *A Hora da Justa*, da Rádio Jornal de Pernambuco, que cresci ouvindo ao lado meu avô, ainda usa como vinheta de abertura o barulho de uma sirene policial.

*“Nós somos as cantoras do rádio  
Levamos a vida a cantar.  
De noite embalamos teu sono,  
De manhã nós vamos te acordar.  
Nós somos as cantoras do rádio.  
Nossas canções, cruzando o espaço azul,  
Vão reunindo, num grande abraço,  
Corações de Norte a Sul.”*<sup>120</sup>

### Capítulo 3 – A recepção do *Programa Casé* pelos ouvintes

#### 3.1 – Popular, comercial e erudito: uma mistura no cotidiano

A popularidade do *Programa Casé* não foi influenciada apenas pelo pioneirismo de seu formato popular e inovador, mas também pelo cenário cultural e político do governo de Getúlio Vargas que teve a intenção de usar o rádio como seu porta-voz. Com a liberação da publicidade, além do surgimento dos comerciais radiofônicos surgiram ainda novas rádios em todo país. Fazia parte da política de Vargas impulsionar o crescimento do número de estações de rádio na década de 30<sup>121</sup>. “Em 1932, já existiam emissoras instaladas na Bahia no Ceará, em Minas Gerais, no Pará, no Paraná, em Pernambuco, no Rio Grande do Sul, em Santa Catarina, em São Paulo e no Rio de Janeiro. (FERRARETO, 2000, p.101).

Com o caráter comercial do rádio, as emissoras que antes eram voltadas para o desenvolvimento educacional e cultural dos ouvintes podiam livremente comercializar seus horários. Essa proposta inicial do uso do rádio como meio propagador de educação defendida pelos clubes e sociedades terminou criando um estereótipo com relação à origem elitista do rádio no país. Para o cantor, compositor e estudioso da Música popular brasileira, Nelson Sargento os clubes de rádio não podiam pensar diferente.

As pessoas falam besteira, quando dizem que o rádio era elitista, porque ele tinha de ser elitista, no começo quem financiava o rádio eram os ricos, não existiam comerciais. Pobre não tinha dinheiro para doar pra fazer experimentos, mas chegou um momento que o rádio não era mais um clube era o rádio comercial, só isso<sup>122</sup>.

<sup>120</sup> Trecho da música Cantoras do Rádio gravada pela primeira vez pelas irmãs Carmen e Aurora Miranda, com a Orquestra Odeon, em 1936. A composição é de autoria de Lamartine Babo, João Barro, (Braguinha) e Alberto Ribeiro. Esta estrofe da música está disponível no site [http://www.vozesbrasileiras.com.br/html/mp3/g-g-aurora-e-carmen\\_miranda.mp3](http://www.vozesbrasileiras.com.br/html/mp3/g-g-aurora-e-carmen_miranda.mp3)

<sup>121</sup> Para mais detalhes sobre a política de incentivo e regulamentação de emissoras de rádio no país, encabeçada por Vargas, ver capítulo I, p.35.

<sup>122</sup> Depoimento de Nelson Sargento, concedido a autora no dia 11.01.2011. É importante salientar que além de artista, Nelson Sargento é pesquisador musical. Na sua casa em Copacabana há várias estantes de livros pela sala. Essa experiência

A afirmação do sambista, além de base científica é alicerçada na experiência profissional e, sobretudo, pessoal de um homem apaixonado por rádio<sup>123</sup>. Nascido em 1924, Nelson Sargento adquiriu o gosto pela música com o seu padrasto que era português, com ele também descobriu a profissão de pintor e o *Programa Casé* que costumava ouvir quando tinha cerca de doze anos de idade.

Eu ouvia o programa de música, por causa do meu padrasto, lembro de Francisco Alves, Mário Reis, o Noel trabalhava muito com a Marília Batista, eu praticamente ouvia só música, no *Programa Casé*, e mais Orlando Silva, era o meu preferido, acho que ele ainda é o maior cantor que existiu nesse país<sup>124</sup>.



Figura 14: *Casting do Programa Casé*. Entre os artistas presentes na foto estão Noel Rosa, Pixinguinha, João da Baiana, Donga, Jorge Murad, Murilo Caldas, Zezé Fonseca, e Ademar Casé (primeiro sentado do lado direito). (Acervo família Casé)

O seletivo grupo de artistas que cantava com exclusividade no *Programa Casé* também

---

intelectual oferece ao cantor e compositor uma visão bem mais ampla sobre os acontecimentos que envolvem a origem do rádio no Brasil.

<sup>123</sup> Ao chegar à casa de Nelson Sargento no Rio Janeiro, a primeira coisa que chamou a atenção era que o rádio estava ligado. A esposa dele, Evonete Belizário, pediu para Nelson baixasse o rádio para que pudéssemos gravar a entrevista. Nelson Sargento concordou imediatamente. Vi que um rádio pequeno de mão estava no sofá, e quando comentei sobre a presença do rádio na casa dele, ele explicou que tinha ainda outro aparelho na sala e um pequeno rádio de mão na cama. “É que eu gosto de dormir escutando rádio,” explicou o sambista.

<sup>124</sup> Depoimento de Nelson Sargento, concedido à autora no dia 11.01.2011. Curiosamente, ao longo da entrevista a principal lembrança de Nelson Sargento do *Programa Casé* era a do *casting* musical principalmente a de Orlando Silva. Quando perguntei sobre as radionovelas, ou comerciais da época ele afirmou que não se lembrava dos anúncios, “Só sei o que acontecia na publicidade do *Programa Casé* por causa dos livros.” Desse modo, de acordo com Paul Ricoeur, (2007) identificamos no relato de Nelson Sargento a contribuição de sua Memória Individual, registrada pela experiência de ouvir e lembrar da parte musical do programa, assim como, o registro de uma Memória Coletiva, construída através de outros referenciais, nesse caso, os livros.

é a principal lembrança do cantor Helim Silveira Neves, nome de batismo de Roberto Paiva<sup>125</sup>. O cantor foi um dos principais intérpretes nas décadas de 1940 e 1950. No auge da Rádio Nacional, ele era uma das famosas atrações da emissora. Paiva nunca se apresentou no Casé, mas era ouvinte do Programa quando fazia apresentação nos shows de calouros.

No *Programa Casé* se apresentavam grandes artistas, Sílvio Caldas, Carmen Miranda. Eu nessa época era considerado um mascote por ser muito jovem e calouro. Eu ficava “*vendo*” grandes artistas cantar no Casé, foi um programa muito importante, mas como era jovem e calouro eu nunca participei no Casé<sup>126</sup>.

O destaque dado à música brasileira no Rádio proposto pelo *Programa Casé* foi possivelmente o primeiro passo para o fortalecimento da “indústria fonográfica”<sup>127</sup> no país, uma vez que, outros programas de rádio passaram a fazer uma programação semelhante no Rio de Janeiro e em São Paulo. “A música popular, o samba carioca e o rádio, no *Programa Casé*, iniciavam um longo caminho de ajuda mútua. Modelo que logo se estenderia para os demais programas de rádio do período”. (FENERICK, 2005, p.169).

A regulamentação do pagamento dos direitos autorais para os compositores também foi importante para profissionalização de um processo que iria oferecer o entretenimento como material de consumo. O grande símbolo da resistência dos compositores foi o ex-funcionário de Casé Orestes Barbosa, que mesmo sabendo que poderia sofrer retaliações como compositor usou a sua seção de Rádio no jornal A Hora, para criticar a postura dos donos das rádios.

O Rádio não pode continuar a ser o privilégio de meia dúzia de cidadãos que desvirtuam a sua finalidade, não utilizando os microfones como veículo de cultura, nem de civismo, nem de arte, transformando-o um vozear de anúncios emoldurados pelo canto e pela música cujos direitos autorais não querem pagar. (Orestes Barbosa, Seção de Rádio em Jornal A hora, 14/07/1933 p.4 In DIDIER, 2005, p.366).

<sup>125</sup> Roberto Paiva foi o primeiro intérprete a gravar músicas dos compositores Paquito, Nelson Cavaquinho e Pereira. O cantor teve várias gravações de sucesso entre elas “O Trem Atrasou”, “Fala Tagarela” e a Valsa “Oh! Minas Gerais”. Em 1956, Roberto Paiva emplacou mais um grande sucesso com a primeira gravação da música de Vinícius de Moraes e Tom Jobim, “Se todos fossem iguais a você.”

<sup>126</sup> Depoimento do cantor Roberto Paiva concedido a autora no Rio de Janeiro em 09/01/2011. É importante destacar que nessa entrevista o cantor utiliza a palavra “*vendo*”, quando na verdade ele estava “*ouvindo*” os cantores do Programa Casé, mais do que um erro de expressão a troca de palavras possivelmente denota a experiência aguçante de sentidos que temos através do rádio, afinal despertamos nossa criatividade quando imaginariamente “*vemos*” ou “*projetamos*” o que “*ouvimos*”. Nota-se que Roberto Paiva, mesmo sendo um artista com a prática e a experiência de ter atuado em rádio, ao trocar as palavras, coloca-se inconscientemente como um mero ouvinte.

<sup>127</sup> A fabricação de discos no Brasil começou em 1912 por Frederico Figner, que utilizava um equipamento alemão capaz de realizar gravações mecânicas. Esse tipo de gravação era limitada porque era necessário fazer muito barulho para que o som fosse armazenado, por isso os cantores gritavam ao longo da gravação. Em 1927, chega ao Brasil um sistema eletrônico de gravação que teve como inspiração técnica o rádio. Com o uso de microfones e amplificadores o som tinha mais qualidade e não era mais necessário cantar gritando. A grande estréia da gravação eletrônica no país foi feita em 1928 quando a Odeon lançou o disco de Mário Reis.

Os donos das rádios na época, não queriam a regulamentação da lei que aumentava o pagamento dos direitos autorais e como protesto fizeram uma greve em 1933. Ademar Casé não era dono de rádio, mas tinha o principal programa de música popular na época. Ele sabia que o sucesso do programa era consequência de suas atrações musicais, então foi o primeiro a procurar a SBAT (Sociedade Brasileira de Autores Teatrais), que representava os compositores, para fazer um acordo aceitando as novas regras<sup>128</sup>. No entanto, Getúlio Vargas resolveu o problema fazendo um acordo com todas as rádios, que também foi seguido por Casé<sup>129</sup>.

O crescimento da Rádio comercial, aliado com a popularidade de programas como o *Casé* foi importante para desenvolvimento do setor de gravação e venda de discos. A tecnologia da gravação eletrônica proporcionou ao público, acostumado a ouvir músicas praticamente gritadas, a possibilidade real de ouvir uma canção com menos chiados, cantada suavemente, na mesma altura agradável das apresentações feitas nos estúdios das emissoras de rádio. Assim como Mário Reis, Francisco Alves também foi um dos símbolos da produção em gravação eletrônica<sup>130</sup>.

Mas o *Programa Casé*, mesmo com seus cantores exclusivos e a indústria fonográfica brasileira, não teria ido muito longe sem o interesse dos ouvintes, que se tornaram consumidores de discos e programas de rádio. É importante lembrar que a partir de 1920 a música brasileira começou a engatinhar um processo de aceitação entre as elites com o interesse dos intelectuais e mediadores culturais, provocado em parte pelo sucesso do grupo Os Batutas. O conjunto era formado por oito instrumentistas e cantores, e dois deles foram artistas do *Programa Casé*: Pixinguinha e Donga, autor do primeiro samba de sucesso gravado em disco em 1917<sup>131</sup>.

O grupo tocava diversos ritmos como chorinho, maxixe e moda sertaneja em festas de intelectuais e de representantes da elite carioca. Depois de conhecer o conjunto, o milionário Arnaldo Guinle financiou uma turnê do grupo para a França. Em Paris, o *exotismo* de um

---

<sup>128</sup> CABRAL, Sérgio. *No tempo de Almirante*: uma história do rádio e da MPB. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990. (p.116).

<sup>129</sup> Sobre a greve das rádios e o papel de Vargas na regulamentação dos direitos autorais ver capítulo I, p.42.

<sup>130</sup> Ver em: FROTA, Wander Nunes. *Auxílio luxuoso*: samba símbolo nacional, geração Noel Rosa e indústria cultural. São Paulo: Annablume, 2003. (p.53).

<sup>131</sup> Além de Pixinguinha e Donga na flauta e violão, a primeira formação do conjunto criado em 1919 era composta por Raul Palmieri (violão), Nelson Alves (cavaquinho), José Alves (bandolim e ganzá), Jacó Palmieri (pandeiro) e Luís de Oliveira (bandola e reco-reco). Antes da viagem para Paris, o grupo ficou conhecido como 8 Batutas, porque tinha a participação de oito integrantes. A formação do conjunto foi uma ideia do gerente do Cinema Palais, Isaac Frankel, que queria uma atração artística para fazer apresentações na sala de espera do cinema. CABRAL, Sérgio. *Pixinguinha*: Vida e obra. Rio de Janeiro: Lumiar, 1997. (p.45).



grupo dos trópicos e o som do conjunto chamaram atenção. Nesse mesmo ano, o grupo também fez uma excursão de seis meses pela Argentina. Enquanto isso, no Brasil, existia certa resistência por parte de representantes da imprensa e da elite com relação ao conjunto que representava o país. As críticas eram geradas por dois motivos: Além de tocar música popular a maioria de seus integrantes era negros<sup>132</sup>.

Mas, depois de seis meses de grande sucesso em Paris, a elite carioca foi aos poucos se rendendo ao grupo musical, afinal se a civilização européia gostou tanto, era preciso mudar de opinião – e alguns realmente mudaram. Na volta, Os Batutas desfrutaram da projeção internacional e começaram a se apresentar em lugares elitizados como o Jockey Club, Teatro Lírico e o espetáculo Vila Paris. O grupo acabou em 1923 e seus integrantes seguiram carreiras individuais.

Em 1926, outro conjunto entra em cena no circuito carioca, o Bando de Tangarás. Nesse período estava na moda conjuntos que cantassem batuques, côco, emboladas e moda sertaneja, porque para muitos intelectuais o chique da época era conhecer esse outro Brasil de ritmos e culturas diferentes. O Bando de Tangarás era composto por Henrique Brito, Alvinho, Almirante, Braguinha e Noel Rosa, sendo que os três últimos foram artistas do Casé<sup>133</sup>.

Possivelmente, esse cenário cultural vivido por parte da elite influenciou a opinião dos ouvintes do *Programa Casé* que, na primeira irradiação em 1932, demonstraram total interesse pelo quadro de música popular dentro do Programa. Nesse período, o aparelho de rádio ainda era muito caro e por isso possivelmente os primeiros ouvintes do programa foram na sua maioria integrantes da elite. Além disso, é importante ressaltar que Ademar priorizou a música brasileira depois de usar o telefone como um “instrumento medidor de audiência”. Nessa época, o aparelho telefônico também era caro.

Outro levantamento importante era que os transmissores utilizados na década de 1930 tinham baixa potência, o que também limitou o acesso de pessoas do interior a programação radiofônica. Desse modo, o hábito de “escutar” o rádio surgiu originalmente na cidade. “O rádio era um artefato que fazia parte, sobretudo, do cotidiano da população urbana e o Brasil, obviamente, ainda era um país com maior população vivendo no campo.” (SOUSA, 2004, p.111).

Mas o começo do rádio comercial no Brasil e a introdução da música popular também

---

<sup>132</sup> FENERICK, José Adriano. *Nem do morro nem da cidade: as transformações do samba e a indústria cultural (1920-1945)*. São Paulo: AnnaBlume, 2005. (p.38).

<sup>133</sup> DIDIER, Carlos; MÁXIMO, João. *Noel Rosa, uma biografia*. Brasília: UNB, 1990. (p.105).

sofreram resistências de representantes da elite. O trecho de uma carta endereçada ao *Programa Casé* quando o programa era transmitido pela tradicional Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, de Roquete Pinto, é um exemplo de que ainda existia preconceito com relação à produção artística nacional. “Nossos ouvidos já se acham fatigados de tantas emboladas, rumbas, e sambas, que mais parecem música de negros em dia de candomblé.” (CASE, 1995, 62).

Outras críticas no início do *Programa Casé* eram relacionadas à comercialização de propagandas no rádio. A novidade que agradava ao público em geral não era bem vista por parte da elite. Como as primeiras inovações no setor de anúncios radiofônico surgiram no Casé, alguns “defensores do rádio” como um veículo cultural e educacional, costumavam se referir ao criador do programa como “o homem que prostituiu o rádio no Brasil”. (CADENA, 2001. p.81).

Com a publicidade massificada no rádio os ouvintes tornaram-se potenciais consumidores. Os *jingles* iniciaram uma nova fase da programação radiofônica que foi vivenciada por todas as rádios do país, em diferentes épocas e regiões. No Rio os “reclames” do *Programa Casé* eram famosos e comentados por todos. “As pessoas começaram a memorizar os jingles, incorporar aos seus vocabulários as frases em evidência e sair pelas ruas assobiando suas melodias”. (AGE, 2005, p. 32).

Alguns comerciais do programa foram lembrados pelo cantor e sapateador Edgar de Lima, conhecido como Bob Lester que também afirmou ter feito participações no *Programa Casé*. Bob chegou a participar de apresentações com Frank Sinatra nos Estados Unidos<sup>134</sup>.

Os comerciais do *Programa Casé* ficavam na cabeça. - “Compre no Dragão da Rua Larga, os melhores preços da cidade é no Dragão da Rua Larga”. Tinha a loja O Camiseiro<sup>135</sup>: “O *Programa Casé* apresenta o Camiseiro Rua da Carioca, 422”. Eu

<sup>134</sup> Depois de se apresentar no Programa de Ary Barroso, na década de 1930 Bob Lester, que nesse período chamava-se Almeida torna-se o primeiro sapateador do Cassino da Urca. Como bailarino, ele participou de vários espetáculos na Europa e nos Estados Unidos incluindo shows de Frank Sinatra, Carmen Miranda, Bob Hope e Doris Day. Em 1967, depois de um acidente de carro que matou sua mulher e suas três filhas ele passou a ter problemas psiquiátricos e chegou a ser morador de rua. Agora recuperado, o dançarino vive de apresentações e ajuda de outros artistas. Durante a entrevista, em muitos momentos ele afirmou ter participado do Bando da Lua, grupo instrumental que acompanhou Carmen Miranda. No entanto, essa informação não foi confirmada, assim como a participação dele como atração do *Programa Casé*. Possivelmente, essas afirmações de Bob Lester estão associadas à imaginação e não à memória. Seria a “Cilada do imaginário”, descrita por Paul Ricouer (2007). Para o filósofo francês, imaginação e memória dividem o mesmo mecanismo de elaboração de imagens, no entanto, existe uma diferenciação, uma vez que, toda recordação é uma imagem, mas nem toda imagem é uma recordação. Ainda assim, o processo imaginativo não pode ser associado com a perda da credibilidade da memória. Sobre a trajetória de Bob Lester, a história cinematográfica do sapateador foi parar nas telas de cinema, o dançarino é interpretado pelo ator Stênio Garcia no Filme: (Bob Lester, Brasil, doc, 40min, cor, 35mm, Anegra Filmes, 2010), Morador da Lapa, no dia da entrevista, 17 de Janeiro de 2011, Bob completou 98 anos, um dia depois ele fez um show de sapateado na Cinelândia.

<sup>135</sup> A camisaria O Camiseiro, do comerciante português Agostinho Pereira, tornou-se anunciante do *Programa Casé* a partir de 1932, primeiro ano do programa. A camisaria ficou conhecida por sua campanha comercial divulgada no programa chamada de Saldos de Maio, que depois foi transformada na data comercial “Loucuras de Maio”, um sucesso no varejo da

comprava muito no Camiseiro quando você andava bem arrumado chamavam de almofadinha...<sup>136</sup> (Risos) (...) Tinha um comercial também que eu não lembro a rádio, mas era muito engraçado por que era do chofer Moreira da Silva, falava assim: -Vocês vão conhecer a felicidade um dia, com sua saúde, mas antes de conhecer quando você precisar em sua casa, sua mulher, seu filho estiver enfermo, não esqueça de Moreira da Silva, cantor e chofer da ambulância, telefone 247-5758. Ele era chofer e cantor de breque<sup>137</sup>.

A princípio, os *jingles* produzidos naquele período eram bem semelhantes às marchinhas de Carnaval ou aos “sambas de partido alto”, que sempre tinham um breque depois das estrofes. Desse modo, não existia uma diferenciação de estilo entre o comercial cantado e as músicas, o diferencial era apenas a letra. Um dos recursos utilizados era irradiar a canção dos patrocinadores, também cantada pelos artistas, ao longo das apresentações musicais.

Não existia uma transição ou uma separação técnica e estilística que determinava o fim de um comercial cantado e começo de uma música. Desse modo, a semelhança entre propaganda e canção foram importantes para o processo de aceitação e até memorização do público.

Assim foi que, estabelecida a partir de 1935 a tentativa da conquista musical dos compradores das cidades, através dos *jingles* transmitidos pelo rádio, essa novidade das mensagens sonoras ia alcançar uma enorme repercussão popular... E foi como resultado desse sucesso que tais mensagens musicadas acabaram contribuindo para um novo tipo de relacionamento entre o rádio comercial e a música popular: a transformação de temas e melodias de *jingles* em canções, principalmente destinadas ao carnaval. (TINHORÃO, 1981, p.98).

Seguindo o estilo de marchinhas de Carnaval, alguns *jingles* passaram a competir com a própria música popular. Foi o caso da “Marchinha do Dragão”, composta por Noel Rosa e Vadico que foi veiculada no *Programa Casé*. A letra foi premiada em um concurso de marchinhas em 1936 e foi cantada nos salões durante o Carnaval como uma canção popular.

---

época. Ver em: REIS, Fernando; BRANCO, Renato; MARTENSEN, Rodolfo. *História da propaganda no Brasil*. São Paulo: T.A Queiroz, 1990. (p.177).

<sup>136</sup> Como ouvinte e consumidor da camisaria anunciada no *Programa Casé*, ao longo do depoimento perguntei a Bob Lester se ele comprava no Camiseiro somente por causa do anúncio no programa e ele respondeu: “É né, eu comprava porque ouvia na rádio, mas também era no preço, tinha camisarias mais caras na Rua da Assembléia”. A afirmação de Bob Lester exemplifica de certo modo que a programação comercial do Casé com ênfase na publicidade não representava uma imposição. Ao afirmar que comprava no Camiseiro, por passar no programa, mas também pelo fato de ser mais barato, percebi a existência de “usos” da programação feitos por ele como ouvinte. Aparentemente, o simples fato de anunciar no *Programa Casé* não significava que todos os ouvintes iam comprar os produtos divulgados deliberadamente. Baseado em Certeau, (1994) é possível afirmar que Bob Lester, assim como possivelmente outros ouvintes do Casé usavam suas “estratégias”, “táticas” e “astúcias” como consumidores.

<sup>137</sup> Depoimento de Bob Lester à autora no dia 17/01/2011. Sobre o comercial do Moreira da Silva não foi possível confirmar se ele era veiculado no *Programa Casé*, no entanto Moreira da Silva também conhecido como Kid Morengueira realmente foi chofer de ambulância quando começou sua carreira no rádio e chegou a exercer as duas profissões ao mesmo tempo. O que pude comprovar foi que em 1934, Moreira da Silva era uma das atrações exclusivas do Casé e tornou-se um ícone do samba de breque, um gênero que utiliza pausas, onde são inseridas frases faladas ao longo do samba.

*Refrão:*

*Você é mais conhecido  
do que níquel de tostão  
mas não pode ficar  
mais popular do que O Dragão.*

(BRANCO; MARTENSEN; REIS, 1990, p. 178).



Figura 15: Anúncio da Loja Dragão <sup>138</sup>

A Loja Dragão, principal anunciante do *Programa Casé* foi uma das primeiras a investir intensamente no rádio. O estabelecimento vendia todo tipo de utensílio doméstico. A loja também era famosa por ter um dragão imenso na fachada. As propagandas do Dragão ficaram na memória do Radioator Gerdal dos Santos.

Eu era garoto quando ouvia o Programa, lembro do meu pai, da minha mãe e irmãos todos reunidos. Eu lembro muito das músicas, era o que me chamava atenção. Os comerciais eram famosos, quando eu passava na calçada da Loja Dragão eu lembrava O dragão A Fera da Rua Larga, era assim que ele era chamado a Rua Larga era a Rua Floriano Peixoto.

Tinha uns textos interessantíssimos era um sucesso na época. Depois foram criando cada vez mais e mais comerciais e jingles, tinha um que era assim:

<sup>138</sup> Propaganda da Loja Dragão encontrada no site de Luís Nassif: <http://blogn.ning.com/profiles/blogs/ademar-case-pioneirismo-no> acessado em: 07/10/2010.

Na sua casa tem barata?  
Não vou lá!  
Na sua casa tem mosquito?  
Não vou lá!  
Na sua casa tem pulga?  
Não vou lá!  
Peço licença pra mandar Detefon em meu lugar.  
Foi um sucesso! Tinha aquele outro, Pílulas de Vidro Dr. Ross: pequeninas, mas resolvem<sup>139</sup>.

No entanto, mesmo com as inovações comerciais do *Programa Casé* teve quem achasse os anúncios ou a postura do locutor de mau gosto. É o que percebemos em um comentário de Alziro Zarur<sup>140</sup> na coluna de Rádio-ouvintes da revista Fon-Fon. A crítica foi enviada para a seção de rádio do Jornal Diário de Notícias. O colunista Djalma Maciel fez a defesa dos locutores do Programa Casé e também de Alziro Zarur que foi citado como um defensor do *speaker* do Programa Casé.

O comentário é vago e sem detalhes de quem era o locutor, do que ele teria dito no comercial, ou até mesmo do teor da carta do ouvinte. Zarur concorda com a opinião de Djalma Maciel explicando que o problema não é o locutor ou os comerciais, mas sim os anunciantes.

Djalma Maciel respondendo a um radioouvinte na sua seção O Diário nos Studios do Diário de Notícias teve estas palavras gentis para o seu confrade de Fon-Fon:

“- A propósito de Alziro Zarur, V. está errado. O locutor do Programma Casé é um espírito arejado um apreciador do verdadeiro Bello, a quem repugnam, mais do que a qualquer outro, as imposições do meio. Ele não tem culpa, nem mesmo o dono do programma, das tolices que os anunciantes exigem.”

A carta do radio-ouvinte e a resposta generosa do confrade inspiram-me estas linhas de hoje. Peço licença para defender o speaker de radio, principalmente o que não goza de nenhuma autonomia... O facto é muito simples. Esteio que é da nossa esforçada radiodifusão, que funciona a título precario, o anunciante é, praticamente o orientador da maioria dos programmas.(...) Naturalmente a maior parte do publico radio-ouvinte pensa que é o speaker o autor de tanta calamidade em matéria de máo gosto, como também supõe que é elle quem escolhe os discos, quem faz os ruidos, quem late, quem mia, quem urra...Mas não é nada disso, o speaker é, tão somente, o bôde expiatorio do radio...<sup>141</sup> (Revista Fon-Fon 14/01/1939, p.28).

<sup>139</sup> Depoimento de Gerdal dos Santos à autora em 10/01/2011. Sobre o *jingle* da Detefon e o comercial da Pílula de Dr. Ross indicada para prisão de ventre, ambos foram veiculados na Rádio Nacional a partir de 1936 e não no *Programa Casé*. O *jingle* da Detefon também foi sucesso nos salões de carnaval, no final da década de 1930. AGUIAR, Ronaldo Conde. *Almanaque da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007. (p.136).

<sup>140</sup> É importante destacar que a seção de rádio da Fon-Fon criada em 1935 é de autoria do rádioator Alziro Zarur, ex-funcionário de Casé que interpretava o Sherlock Holmes. Zarur deixou o Programa Casé junto com o redator Aníbal Costa para fazer o “Teatro Sherlock” na Rádio Transmissora. No entanto, a mudança não interferiu no relacionamento de Zarur com Ademar Casé que frequentemente fazia vários elogios ao programa. Também se faz necessário enfatizar, que a maioria dos articulistas responsáveis pelas seções de rádio, nos jornais e revistas, já tinha trabalhado ou trabalhava em programas de rádio, isso não era uma exclusividade de Zarur, portanto, possivelmente existia certa parcialidade nessas seções.

<sup>141</sup> Cabe ressaltar que os todos trechos utilizados da Revista Fon-Fon foram sempre transcritos respeitando a integridade linguística da época da publicação.

Com o passar dos anos o aparelho de rádio tornou-se mais acessível e mais ouvintes das camadas populares podiam comprar o equipamento. A partir da década de 40 não era apenas a elite que sentia a magia do rádio reunindo famílias, amigos e vizinhos. Independente da classe social, o aparelho tinha normalmente o mesmo tratamento e na maioria das casas ganhava destaque na sala de visita. “Não por acaso, na linguagem popular ele costumava ser carinhosamente chamado de Capelinha, tanto pelo formato dos rádios com caixa em arco quanto pelo simbolismo transcendente que ele, literalmente, irradiava.” (SEVCENKO, 1998, p. 586).

A popularidade da famosa Capelinha também está associada ao seu custo, uma vez que esse modelo de rádio era um dos mais acessíveis da época. Aparelhos mais caros, como os da marca RCA de válvula custavam em 1936, de seis a dez salários mínimos, o preço variava de 600 a um conto de réis<sup>142</sup>.

Pouca gente que tinha rádio, só quem tinha era quem tinha um poder aquisitivo alto que podia ter um rádio dentro de casa. E também não só rádio como também a televisão, que veio em 1952 e 1953, só a elite que tinha as televisões que vinham importadas dos EUA, chegava de avião e navio. O meu primeiro rádio eu comprei em 1956, foi uma festa, uma alegria ter um rádio em casa, era importante ter um rádio, o meu era da Philips, tinha uma programação muito grande e vendia muito e depois vieram vários modelos de rádios<sup>143</sup>.

Além de ser o centro das atenções das casas, o aparelho de rádio também tinha destaque nos estabelecimentos comerciais. Normalmente quem não tinha rádio em casa encontrava uma forma de acompanhar a programação, quer seja na casa do vizinho ou em algum comércio. Era o que Nelson Sargento fazia quando serviu ao exército no Rio de Janeiro. Os militares costumavam escutar rádio em um bar próximo do quartel.

Eu não tinha rádio, nem dinheiro para comprar, então eu ouvia rádio lá no botequim do português, mas a rádio que ele sintonizava era Mayrink Veiga, que foi uma grande rádio muito famosa na época. (...) A gente saía do exército e ia pra lá e Ah! ficava, ficava um falatório geral ....[Risos] Aí eu me organizei e disse vou comprar um rádio pra mim e eu comprei quando tava no exército, cem mil réis e eu ganhava duzentos e poucos mil réis, comprei o rádio à prestação, pagava 10 mil réis por mês.<sup>144</sup>

<sup>142</sup> Ver em: SOUZA, José Inácio de Melo. **O Estado contra os meios de Comunicação, 1889-1945**. São Paulo: Annablume, 2003. (p.9).

<sup>143</sup> Depoimento de Bob Lester à autora no dia 17/01/2011.

<sup>144</sup> Depoimento de Nelson Sargento, concedido a autora no dia 11.01.2011.

Com a programação comercial e pessoas das classes populares tendo acesso a programação radiofônica a preocupação do papel do rádio na sociedade carioca tornou-se freqüente na revista Fon-Fon. Em 1938, foi criada uma seção: *O rádio é fator de educação ou diversão?*, e um dos primeiros entrevistados foi o jornalista Orestes Barbosa, que começou sua carreira como redator de comerciais no *Programa Casé*. Orestes gerou polêmica com sua resposta.

Pra educar, há o lar e as escolas. O rádio é para distrahir. Porque se o cara não aprendeu nada até a adolescência, não ha de ligar o rádio, aos 20 anos para aprender a ler ou aprender errado a história do Brasil que foi descoberto por Cristovão Colombo<sup>145</sup>, visto que, na data do descobrimento da América o Brasil estava como ainda hoje, situado neste continente. (Revista Fon-Fon, 07/01/1939, p. 32).

Um ano depois a mesma seção fez uma enquete na revista Fon-Fon. Profissionais do rádio responderam a seguinte pergunta: *O rádio era um fator de diversão ou educação?* O resultado da enquete revelou três votos para o rádio como fator de educação (entre eles estava o de Roquete Pinto)<sup>146</sup>, nove votos para diversão (quem votou nessa opção foi Orestes Barbosa) e 50 votos para o rádio como um veículo voltado para educação e entretenimento (entre os votos estava o de Ademar Casé). (Revista Fon-Fon, 06/01/1940, p 23).

Através desse tipo de enquete, é possível observar que no meio radiofônico no início da década de 1940 apenas uma minoria da elite acreditava que o rádio tinha apenas um papel educacional. Curiosamente, o radioteatro era visto por representantes da elite como uma programação instrutiva. O quadro “Ribalta do Espaço”, do *Programa Casé* radioteatralizou obras como **Os Miseráveis**, de Victor Hugo, **A Moreninha** de Joaquim Manoel de Macedo, entre outras.

De acordo com dados do IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 1920, 75% da população brasileira era analfabeta; em 1940, 57,9% e em 1950, 53,16%<sup>147</sup>. Como o rádio tem linguagem oral, para parte da elite o veículo tornava-se um propagador de cultura para os pobres, que poderiam conhecer obras clássicas através da programação.

---

<sup>145</sup> Orestes Barbosa, com já vimos anteriormente tinha raiva dos portugueses e sempre quando tinha oportunidade alfinetava os lusitanos. Ele costumava afirmar que toda a América incluindo o Brasil tinha sido descoberta por Cristovão Colombo, desse modo o português Pedro Álvares Cabral não teria mérito nessa conquista.

<sup>146</sup>Curiosamente quatro anos dessa enquete, em 1936 foi o próprio Roquete Pinto que convidou Ademar para irradiar o *Programa Casé* pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, nessa ocasião ele teria afirmado ainda que gostava da música popular brasileira. No entanto, quatro anos depois Roquette Pinto participa da enquete e vota na opção que define o rádio apenas como fator de educação.

<sup>147</sup> [http://www.ibge.gov.br/seculox/arquivos\\_xls/palavra\\_chave/populacao/instrucao.shtm](http://www.ibge.gov.br/seculox/arquivos_xls/palavra_chave/populacao/instrucao.shtm)

A Ribalta do Espaço do Programma Casé irradiava dominicalmente as 14 horas, vem alcançando as mais justas consagradoras Victorias, através da PRA9, Graças ao trabalho brilhante de Saddi Cabral, cujas interpretações se impõem como modelos no genero Ribalta do espaço é hoje um dos melhores cartazes de radio teatro do broadcastings brasileiro. (Revista Fon-Fon – 12/06/1939, p.49).

Nos artigos e colunas sobre Rádio da revista Fon-Fon a radioteatralização é sempre destacada como algo superior. “O rádio evoluiu. Melhorou muito... Tempo houve em que a única literatura eram os anúncios de publicidade, entremeados de música em conserva<sup>148</sup>. Hoje o broadcasting já apresenta bons cartazes literários, escritos por intelectuais de reconhecidos méritos”. (Revista Fon-fon, 29/09/1942, p.42).

Um dos defensores ferrenhos do radioteatro, como uma expressão do que havia de melhor no rádio, era o crítico de teatro Gomes Filho. Em várias edições da revista as seções assinadas por ele enalteciam o radioteatro e criticavam a música popular e a publicidade.

Uma das formas de broadcast que mais têm contribuído para levantar o nível das programações radiofônicas é o chamado Radioteatro. Foram as pequenas e as grandes peças postas em onda que começaram a guerrear o predomínio dos sambistas, únicos detentores, até há pouco tempo, das vantagens do comércio do broadcasting. O que se costuma chamar de parte falada no rádio estabeleceu então a parte musical. E o que se observa hoje é que um bom programa de Rádio é aquele em que a música não se encontra mais no primeiro plano e sim como elemento ilustrativo, apenas. (Revista Fon-Fon – 09/05/1940, p.51).

É possível perceber que o discurso a favor do radioteatro como grande invenção do rádio está diretamente associado ao interesse pessoal da categoria representada pelos redatores e críticos de teatro, que na maioria das vezes eram membros da elite, ou pelo menos se destacavam pelo nível de escolaridade ou pela boa escrita. Ao alfinetar os sambistas, Gomes Filho afirma, com certo tom de indignação, que antes do radioteatro apenas os músicos ganhavam dinheiro no rádio. Em outra edição da revista, o mesmo cronista ridiculariza a opinião de um ouvinte que havia declarado que o rádio deveria ser um veículo apenas de diversão e entretenimento, sem nenhum viés jornalístico ou cultural.

Um leitor constante desta coluna Mário Jorge Fernandez, escreveu-me ontem uma carta, pedindo que combatesse aqui os programas realistas demais. Para êle a função

---

<sup>148</sup> É possível perceber que a opinião do colunista de rádio é indiretamente uma crítica aos programas comerciais e de música popular brasileira como o *Programa Casé*. No entanto, o programa de Ademar também se destaca pelo seu radioteatro, um formato elogiado no comentário.



do Rádio é simplesmente a de divertir!...Nada de broadcasts com fins culturais e, principalmente com fins de ação evidente! Ele acha intolerável. Os jornais falados e os programas que visam focalizar o horrível e doloroso instante universal! Pelo o que se vê o nosso correspondente deve andar pela casa risonha dos vinte anos! Em plena floração, primaveril, o seu espírito procura um mundo á parte, um mundo côr de rosa, um sonho das mil e uma noites!.... E se esquece, justamente de que o Rádio como toda arte sincera deve refletir as palpitações e os anseios de sua época. (...) Se o meu gentil correspondente Mário Jorge Fernandez anda só a procura de alegrias e de diversões que frequente, diariamente um cassino ou um cabaré. Mesmo assim, se possuir inteligência e senso de observação, poderá ver, através das máscaras hipocritamente risonhas dos jogadores ou das dansarinas profissionais as dores morais dos que vivem chafurdados nos prazeres ilusórios do mundo!.. (Revista Fon-Fon – 16/05/1942, p.54).

Embora fosse ícone do rádio comercial e popular, o *Programa Casé* não recebia nenhuma crítica direta por parte dos articulistas da Fon-fon. Possivelmente isso estaria relacionado com interesses editoriais ou até mesmo relações pessoais entre os redatores e Casé – no entanto, é importante destacar que o fato de Ademar ter criado quadros eruditos que agradavam aos críticos também pode ter influenciado nessa posição dos articulistas da Fon-Fon.

Armando Borgioli, grande cartaz da cena lírica italiana, cantou no Programa Casé e na Rádio Mayrink Veiga, apresentando dois magníficos recitais. Os radio-fans tiveram, assim oportunidade de conhecer um dos interpretes favoritos do nosso Carlos Gomes. (Revista Fon-Fon 11/04/1942, p.55).

Um quadro que agradou aos amantes de música clássica foi o “Teatro Imaginário”, que irradiava discos de óperas como uma apresentação de verdade. Para se ter uma idéia da aprovação do público, foi pedido aos ouvintes que enviassem suas opiniões sobre o quadro. Uma das cartas enviadas para o programa era de um ouvinte pernambucano, que não acreditava que o quadro era apenas uma gravação em disco, para ele tudo era um ensaio secreto de um novo conjunto erudito.

Aguardamos novas audições de óperas. Outra cousa nos parece ser se não ensaios disfarçados para uma proxima inauguração do Teatro Lyrico nacional, ou seja, a formação de uma companhia lyrica brasileira, cujas vozes a julgar pelo que temos ouvido através do rádio, são muito bonitas e o oxalá não estejamos enganados. (CASE, 1995, p.84).

Dezenas de cartas como essas chegaram ao Programa. Por mais que o *speaker* explicasse que se tratava da gravação de um disco, muitos ouvintes não acreditavam e

seguiam enviando elogios à orquestra. Possivelmente, a sonoplastia empregada nos discos com o som dos aplausos, as vozes da platéia, podem ter contribuído para que muitos ouvintes acreditassem que a irradiação era ao vivo de algum teatro.

Em outras cartas os ouvintes demonstravam viver o clima de fantasia, e inspirados na ilusão provocada pelo quadro, faziam pedidos criativos, como foi o caso de uma carta enviada por um capitão do Corpo de Bombeiros. “Como assinantes, das nossas cadeiras da sala de jantar, para a temporada oficial da Grande Cia. Lyrica do Theatro Imaginário pediríamos, se possível, a inclusão da Ópera Iris, no seletto repertório que tanto apreciamos” (CASÉ, 1995, p.84).

Outro exemplo da opinião dos ouvintes no Programa aconteceu com um quadro de humor chamado “Ópera Maluca”. Era uma paródia em português das grandes óperas, mas a ideia embora engraçada não foi aprovada pelo público, que achou de mau gosto brincar com música erudita.

(...) os mesmos amantes da ópera, que tanto aplaudiram o Teatro Imaginário, voltaram a escrever, só que, dessa vez, pedindo que o quadro fosse tirado do ar, já que se tratava, segundo as próprias palavras de um dos ouvintes, de... *uma desfeita sem par aos grandes mestres da música.* (CASÉ, 1995, p.84).

Embora houvesse uma clara intenção de parte da elite da época de separar e classificar a programação radiofônica, a diversidade de quadros do *Programa Casé* abrangia diferentes gostos sem nenhuma restrição. Também é notório que a permanência de algum quadro no programa dependia diretamente do resultado de sua popularidade. Como numa relação comercial na qual o cliente sempre tem razão, os ouvintes do Casé eram fundamentais para definir o formato da programação.

Independente de gosto, estilo ou classe social, o ouvinte podia de certo modo escolher o que pretendia “consumir”. O fato do *Programa Casé* ter sido pioneiro na introdução da música popular no rádio e na criação dos primeiros anúncios não anulou as possibilidades de oferecer música erudita ou de radioteatralizar obras clássicas.

O *Programa Casé* não era pautado pela dicotomia entre o chique e o popular. Se os comerciais desagradavam parte dos ouvintes, eles também poderiam ser bem vistos por outros. Se a música popular era considerada ainda algo menor para alguns, para muitos era uma atração importante. O “uso” que os ouvintes faziam mediante a programação era notadamente pessoal e por isso naturalmente distinto. Se fosse possível criar uma nomenclatura para o público que Ademar Casé queria atingir a definição seria simples:

audiência. Afinal, somente a partir dela era possível vender os comerciais, investir nas atrações e se destacar entre os melhores programas de rádio da época.

### 3.2 – A recepção do Programa Casé pelos ouvintes.

A imaginação ia longe. Enquanto isso, a agulha de tricô na mão seguia o ritmo que ecoava da caixinha mágica de madeira. A voz do galã, o choro da mocinha, a canção de amor preferida faziam parte de um novo som que agora se misturava com o barulho da máquina de costura. Essa maneira de ouvir e principalmente de “sentir” o rádio foi vivenciada por várias mulheres.

Isso não significa que apenas o público feminino se emocionava ao redor do rádio, mas com a popularização da programação as mulheres tornaram-se maioria na audição dos programas radiofônicos, principalmente durante o dia. Uma pesquisa do IBOPE, de janeiro de 1944, apontava a seguinte audiência para o período de 10h às 11h da manhã: 69,9% de mulheres, 19,5% de homens e 10,6% de crianças<sup>149</sup>.

Antes mesmo das mulheres saírem de casa para o mundo, outro tipo de universo invadiu o lar através da propagação das ondas sonoras. Enquanto os maridos iam trabalhar eram elas que ficavam cuidando da casa, sempre encontrando um jeito de conciliar a rotina diária com o seu programa preferido, ou melhor, quase sempre, como lembrou o cantor e sapateador Bob Lester.

O rádio foi uma coisa maravilhosa e o povo “via” tudo em casa. Agora também tinha um problema “muita gente” deixava comida em casa queimar, queimava feijão, queimava roupa, para ir pro rádio na hora das novelas. Eram grandes atores, grandes intérpretes. Foi maravilhoso, foi um tempo em que o povo tinha o que mostrar na rádio<sup>150</sup>.

Dentro dessa programação “vista”, ou melhor, ouvida pelas mulheres existiram ainda programa específicos para elas. O programa feminino de “Sagramôr Scuvéro” que começou a ser irradiado em 1934 era um dos mais antigos. A programação era pautada de dicas para cuidar da família, receitas de cozinha e os famosos conselhos amorosos.

<sup>149</sup> CALABRE, L. Rádio e imaginação, no tempo da radionovela. Anais do 26º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte-MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003. (p.5).

<sup>150</sup> Depoimento de Bob Lester à autora no dia 17/01/2011. Mais uma vez identifiquei a utilização do verbo “ver” na entrevista substituindo “ouvir”, uma troca de palavras comum entre os entrevistados que reforça o poder do rádio. O entrevistado utiliza ainda as palavras “muita gente”, mas possivelmente esse tipo de comportamento era feminino. Assim como em outros depoimentos, também está presente uma memória saudosista de um passado artístico considerado melhor que o presente.

Sagramôr de Scuvéro, pelo microfone da PRA9 dá conselhos como quem conhece balística. E cada palavra sua vai projetada, com o cálculo certo, para alcançar em cheio e sem cerimônias o alvo desejado! Aposto que, se ela falasse na beira da praia, até os peixinhos mais travessos e desobedientes (esses que tomam a trazeira de barca e vivem mordendo o perigo do anzol!) botariam a cabeça pra fora para ouvi-la... (Revista Fon-Fon, 28/07/42 p.55).

A programação radiofônica sabia da importância e da influência das ouvintes que representavam a maioria da audiência. Por isso, foram idealizados vários programas para as mulheres, como *A Voz da Beleza*<sup>151</sup>, um dos mais famosos da época. Entre os principais temas debatidos estavam o papel da mãe e da dona de casa, que deveria estar sempre com uma boa “aparência” para o seu marido.

### **UM PROGRAMA FEMININO**

**A VOZ DA BELEZA É O SEU PROGRAMA FEMININO, LEITORA BONITA, POIS NELE OUVIRA CONSELHOS SOBIRE BELEZA, ELEGANCIA, MODAS, ETC.**

**É O PROGRAMA DA MULHER FEITO PARA A MULHER.**

**DIARIAMENTE, ÀS 12,30 NA**

**RADIO NACIONAL**

**DIREÇÃO DE LÉA SILVA**

**Figura 16: (Revista Fon-Fon, 29/09/1942, p.67).**

Era comum o anúncio de perfumes, cosméticos, além de produtos de higiene e limpeza. Mas não eram apenas as mulheres que acompanhavam a programação radiofônica e seguiam as orientações fornecidas nos programas. Numa carta de um ouvinte para a a Revista Fon-fon, um leitor chamado Arthur Gomes da Silva agradece a Rádio Nacional pelo programa de ginástica que havia transformado a rotina da família.

(...) Acontece que, antes de serem iniciadas essas aulas da PRE8 meus filhinhos como talvez sedê em muitos lares, não acordavam cedo com tanta satisfação... Dois deles por signal, eram bastante dorminhocos... E apesar de dormirem muito cedo acordavam sempre tarde... Desde que tive a abençoada idéa de fazer gymnastica por minha conta notei que os meninos se interessavam, acompanhando meus movimentos rindo gostosamente nos momentos mais críticos... Acabaram participando do que acharam uma boa brincadeira e fazem até hoje gymnastica pelo rádio, com grande proveito, sendo que o principal beneficio é uma alegria matutina aqui em casa todo santo dia. (Revista Fon-Fon, 03/01/1939, p.31).

Além dos programas dedicados à família e das mudanças provocadas pelo rádio no

<sup>151</sup> “A voz da Beleza” também começou no início da década de 1930. A locutora Léa Silva ficou famosa como sinônimo de elegância e etiqueta diante de suas dicas sobre a beleza da mulher.

ambiente privado do lar, é possível observar que no processo de popularização do rádio os grandes destaques da programação foram: os programas de auditório com cantores populares, o radioteatro e as radionovelas. Com esse cenário, a partir da década de 1930, o Rio de Janeiro passou a viver uma nova fase de lazer e diversão, que ora estava presente dentro de casa ou fora dela, nos shows, nos cassinos, no cinema. Juntos, a indústria fonográfica e o Teatro de Revista<sup>152</sup> reforçavam o consumo das atrações radiofônicas.

Percebendo o interesse do público por informações, as revistas e jornais da época dedicavam espaço ao rádio e seus artistas. A revista Fon-Fon, considerada uma das mais tradicionais da época no Rio de Janeiro, destinou nas suas edições várias seções como a “PR1 Fon-Fon”, “Tribuna dos rádio-ouvintes” e “Cantinho dos fãs” para o deleite dos ouvintes.

Não por acaso, o *Programa Casé* era citado com frequência nessas seções. O destaque dado à música popular brasileira iniciado no programa e as inovações de Ademar Casé no rádio eram comentadas pelos colunistas e também pelos fãs. Muitos deles acompanhavam a trajetória dos seus artistas preferidos desde a estréia do *Programa Casé* na Rádio Philips. “Moacyr Bueno Rocha é um cantor veterano. Lembro-me que ele canta desde o início do *Programa Casé*, eu nessa época já o ouvia com agrado. Era na desaparecida Radio Philips que se fazia ouvir o cantor aristocrático.”<sup>153</sup> Através da revista, os ouvintes tinham ainda informações antecipadas sobre a presença dos artistas no *Programa Casé*, e desse modo era possível ficar informado sobre as novidades e mudanças que aconteciam no programa.

---

<sup>152</sup> Teatro de Revista é um gênero de teatro musicado que teve grande representatividade no Brasil a partir da década de 1920 e foi um dos principais símbolos dessa era de entretenimento. Os espetáculos que misturavam encenações com música popular abriu os palcos para compositores populares, atores, dançarinas e atrizes. Os espetáculos eram realizados em teatros, cassinos e cabarés.

<sup>153</sup> Trecho da carta da ouvinte Hilda Neves Barros publicada na revista Fon-Fon, 01/01/1939, p.32.



Joel e Galvão. Depois de uma temporada no «grill» do Grande Hotel de Guarujá, em Santos, obtiveram novo êxito no «grill» do Casino da Feira, em Campinas. E agora voltam ao «Programma Casé», após varios dias de actuação ao microphone da Radio Record de S. Paulo.

Figura 17: (Revista Fon-Fon, 16/12/1939 p. 23)

Outra forma de interagir com os ouvintes foi a criação de enquetes e concursos para eleição dos melhores do rádio. Em 1941, mesmo com a concorrência marcante da Rádio Nacional no Rio de Janeiro o *Programa Casé* foi eleito o melhor programa de rádio particular da cidade. O quadro de radioteatro Defensores da Lei, criado por Casé que teatralizava crimes reais ocorridos na capital da República também foi eleito o melhor do ano. “Em 1941 o radio teatro campeão foi o do *Programa Casé*, que apresentou tanto agrado a série Defensores da Lei, do radioatrólogo Berliet Junior, um dos melhores que possuímos, graças ao seu talento autônomo que nunca precisou das muletas dos títulos pomposos.” (Revista Fon-Fon 21/02/1942, p. 51).

O depoimento dos ouvintes nas revistas, possivelmente criado com objetivo comercial de conquistar os leitores também proporcionou a criação de um espaço para os fãs expressarem sua opinião e sentimentos a respeito do rádio e das atrações preferidas. Além da música, o radioteatro e os contos policiais eram citados pelo *Programa Casé*.

O Programma Casé (que me parece mais uma estação em ponto pequeno do que propriamente um programma...) apresenta aos fans um radio-theatro optimo - Amôres Immortaes e Factos Historicos, brilhantemente escriptos por Sady Cabral, a Ribalta do Espaço e o Theatro Sherlock, este uma inciativa original da consagrada escriptora Heloisa Lentz de Almeida. E um radio teatro bem realizado, digno de um confronto com o das melhores estações<sup>154</sup>.

<sup>154</sup> Trecho da carta da ouvinte Hilda Yeda Gonçalves publicada na revista Fon-Fon. 14/01/1939, p.31.

Uma novidade foi a divulgação de fotos dos ouvintes na seção de rádio da revista Fon-Fon. Através desse espaço os fãs tinham a possibilidade de ter sua fotografia publicadas nas páginas dedicadas ao rádio. Ao menos no papel impresso ídolos e ouvintes passaram a dividir o mesmo espaço.



Diva — Olga — Nina. Três amigas de barulho... Fans fervorosas de aventuras policiais. Não há peça em que o criminoso escape ileso... Acertam sempre, graças ao seu «faro» policial surpreendente... Diva, Olga e Nina acompanham a série sensacional do «Radiatro Sherlock» e sabem de cór todas as peças... Fantástico, hein?

Figura 18: (Revista Fon-Fon 10/01/1942, p. 52).

(Transcrição figura 17: Diva – Olga – Nina. Três amigas do barulho. Fans fervorosas de aventuras policiais. Não há peça em que o criminoso escape ileso... Acertam sempre, graças ao seu faro policial surpreendente... Diva Olga e Nina acompanham a série e sensacional do Radiatro (sic) Sherlock e sabem quase de cór todas as peças... Fantástico, hein?)

Outro tema acompanhado pelos fãs eram as festas e comemorações do *Programa Casé*. Os eventos que festejavam os aniversários do programa eram considerados um momento de celebração do meio artístico que despertava a atenção dos ouvintes. A festa era aberta, mas os artistas também recebiam convites.

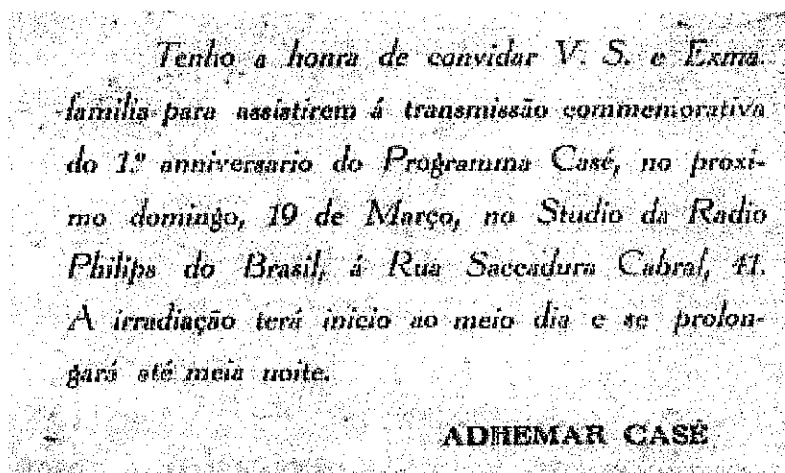


Figura 19: convite aniversário Programa Casé (acervo família Casé).

Os concertos eram apresentados na íntegra, vários artistas iam cumprimentar Casé e normalmente o programa tinha um horário maior no dia de seu aniversário. Artistas de outras rádios não resistiam e acabavam comparecendo. (CASÉ,1995, p.65). O depoimento do radioator Gerdal dos Santos mostra um pouco desse momento de comemoração que reunia vários artistas da época.

Era uma grande festa. Tinha muito artistas de rádio, eu também fui convidado, e tive a oportunidade de ver muitos artistas, amigos do Casé. Casé era uma personalidade maravilhosa, sério, uma pessoa gentil, amável, simpática (...) Eu via o rádio todo prestando uma homenagem a ele ali. Era uma coisa fabulosa.<sup>155</sup>

Figura 20: (Revista Fon-Fon 04/03/1938, p. 49)



Nas seções da Revista Fon-Fon dedicada aos ouvintes é possível encontrar ainda respostas dos colunistas de rádio sobre perguntas dos fãs. Além dos elogios ao *Programa Casé*, identifiquei sugestões ao programa e curiosidades. “O Programa Casé tem Yanára Rios, mas precisa de mais vozes femininas”<sup>156</sup>. “Ademar Casé é casado e nasceu em Pernambuco.

<sup>155</sup> Depoimento de Gerdal dos Santos à autora 17/01/2011.

<sup>156</sup> Revista Fon-Fon, seção: Tribuna dos radio-ouvintes. Opinião do ouvinte Ernesto Vieira, periódico datado: Ano XXXIV n. 10. 09 de março de 1940. p. 21.



O programma Casé não pertence a Mayrink Veiga: Por isso é que a “Preanove” tem razão de silenciar.”<sup>157</sup> (...) “Oscar Borgeth, e Geraldo Rocha Barbosa são uma verdadeira atracção artística do Casé no quarto de hora de arte e encantam o veterano cartaz domingueiro”<sup>158</sup>. O destaque da opinião dos ouvintes era um artifício promocional da revista que estabelecia algumas regras e dava prêmios para as cartas escolhidas.

Seguem as regras para participação do público na revista: 1- Qualquer ouvinte pode colaborar nesta página permanente, aplaudindo ou fazendo restricções a artistas e programmas, com argumentos de alguma substancia critica. 2- Fon-Fon respeitará as opiniões pessoas dos ouvintes-collaboradores, premiando de preferencia, as apreciações que objetivem o progresso do broadcasting brasileiro. 3- O premio semanal para ambos os vencedores, que devem comparecer a nossa redacção, é um crédito especial de Fon-Fon, mediante o qual poderão escolher, numa das melhores livrarias da capital, um livro ou varios livros, no valor total de trinta mil réis para cada um, ou seja sessenta mil réis, para ambos. Para os residentes nos Estados serão remetidas assignaturas semestraes de FON-FON. 4-Os colaboradores devem assignar seus verdadeiros nomes, acompanhados das respectivas residências. 5- As collaborações devem ser endereçadas do seguinte modo: PR1- FON-FON - Redacção de FON-FON- Rua Da Assémléia, 52, Rio de Janeiro.<sup>159</sup>

Como podemos perceber, existia um discurso de imparcialidade e ética na escolha da carta dos colaboradores, no entanto o item dois estabelece que preferencialmente serão premiadas as “apreciações que objetivem o progresso do broadcasting brasileiro”, um critério bem subjetivo e aparentemente tendencioso. Além dessa observação, possivelmente a escolha das opiniões dos leitores era determinada por outras questões, como o tema semanal da seção de rádio, o relacionamento entre o colunista e programa citado, ou até mesmo a linha editorial da revista.

De modo geral, os programas de rádio citados na coluna dos ouvintes da Revista Fon-Fon entre os anos de 1938 e 1945 raramente recebiam críticas negativas diretas. Quando a opinião dos colunistas ou do público era contra determinado estilo, comportamento ou formato utilizado pela programação radiofônica às observações eram genéricas, sem citar os nomes dos programas.

As seções de rádio nas revistas além de manter os ouvintes atualizados criaram uma forma de ligação ainda mais íntima entre os fãs e seus ídolos. Informações da vida pessoal e

<sup>157</sup> Revista Fon-Fon, seção: Cantinho dos fãs. Resposta do cronista Alziro Zarur a ouvinte Sônia Castro, periódico datado Ano XXXIV, número 08. 24 de fevereiro de 1940. p. 20. A Mairink Veiga é a rádio onde o programa estava na época e “Preanove” era o prefixo da estação PR9.

<sup>158</sup> Revista Fon-Fon, seção: Tribuna dos radio-ouvintes. Opinião do ouvinte Alvaro Barreto, periódico datado: Ano XXXIV, n.16. 20.04.1940 p. 24.

<sup>159</sup> As regras estavam presentes em todas publicações, à esquerda da Seção Cantinho dos ouvintes.

curiosidades sobre os artistas eram os principais destaques. Entre os temas abordados estavam detalhes dos bastidores, fofocas e o estado civil dos artistas. Essa aura de encanto que envolvia as “estrelas e astros” nacionais nasceu da influência do cinema norte-americano.

Os jornais e revistas da época a exemplo da revista Fon-Fon também tinham seções dedicadas aos artistas do exterior. Com o sucesso do rádio as atrações brasileiras passaram a ser tratadas editorialmente com o mesmo destaque dos artistas de Hollywood. A mídia impressa também despertou a curiosidade dos ouvintes que finalmente podiam ver o rosto das famosas vozes, através da fotografia. Muitas vezes as publicações eram guardadas com carinho pelos fãs que colecionavam recortes com as fotos de seus artistas prediletos.



Figura 21: (Revista Fon-Fon 24/12/1938 p.28)<sup>160</sup>

Assim como o elenco de radioteatro do *Programa Casé*, os cantores também eram reverenciados como ídolos. Orlando Silva, “o cantor das multidões”, Francisco Alves e Vicente Celestino eram nomes freqüentes nas seções de rádio da revista Fon-Fon. Não por

<sup>160</sup> É curioso observar que Ademar Casé, (no alto à direita) era o dono do programa, mas também era considerado uma das estrelas da época. A prática de colocar a fotografia do criador dos programas ao lado do seu *casting* era comum.

acaso, os sucessos do Carnaval eram normalmente ditados pelo rádio. No entanto, nem sempre as marchinhas agradavam aos ouvintes mais tradicionais. Como mostra a opinião do ouvinte Paulo Bezerra, na seção Tribuna dos radio-ouvintes.

Porque ninguém pôde negar, realmente, que os jovens das cantigas carnavalescas -- na maioria -- revelam não ter nenhum sentimento de família Abordam com fertilidade os mais escabrosos assumptos e produzem letras francamente indecorosas, eivadas de immoralidades, facilitadas pelas rimas propositais, quando não é difícil fazer carnaval com "A jardineira" ou a "Floribela", letras formosas e limpas, e tantas outras cantigas graciosas. Em nome da tranquilidade do meu lar, apenas por isto, é que me abalanço a escrever um commentário sobre assumpto a que sou quasi estranho. Porque tenho filhas moças, que quero ver educadas e felizes. (Revista Fon-Fon, 04/03/2011 p.31).

Porém, grande parte dos ouvintes não só se encantavam com as canções como tratavam os artistas como "deuses". O sucesso das atrações do rádio ganhou o reforço com o cinema brasileiro. Vários artistas que se apresentaram no *Programa Casé* participaram de filmes nacionais. As companhias de filmes como Atlântida e Cinédia investiram em vários musicais, transformando os artistas do rádio em astros da Hollywood tupiniquim.

O desenvolvimento dessa nova indústria de entretenimento foi responsável pelo início de uma mudança no que se refere à "imagem" representada pelo artista. O comportamento boêmio e irresponsável de cantores como Noel Rosa e Sílvio Caldas no início do *Programa Casé* agora era substituído por uma aura de fama e status.

Mário Reis e Chico Alves são exemplos de cantores da geração de Noel Rosa, que começaram a perceber que era necessária uma "profissionalização" da classe, que deveria seguir algumas regras de etiqueta, comportamento e até vestuário. Andar bem vestido, penteado e perfumado começou a fazer parte dessa nova postura que os artistas deveriam adotar. Francisco Alves é o maior exemplo, ele sempre encontrava uma forma de associar as suas aparições em público a esse mundo de glamour.

Pelo microfone do *Programa Casé* também passaram cantoras famosas. O grande ícone da presença feminina no programa no início década de 1930 foi a cantora Carmen Miranda. O sucesso de Carmen Miranda no Brasil e exterior foram vistos de perto pelo músico José Ferreira Soares, conhecido como Russinho do Pandeiro<sup>161</sup>. Ele foi integrante dos conjuntos Namorados da Lua, do grupo Anjos do Inferno e depois da segunda formação do

---

<sup>161</sup> Russinho é o único integrante vivo do conjunto Bando da Lua. Ele entrou para o grupo em 1948. Além de ter participado de vários filmes com Carmen Miranda, ele também fez musicais no México na década de 1940 e 1950 ao lado da atriz Ninon Sevilla. Depois do sucesso nos Estados Unidos com Carmen Miranda Russinho decidiu ficar no país onde constituiu família e mora até hoje.

conjunto Bando da Lua, que acompanhou Carmen Miranda em suas apresentações e nos filmes de Hollywood. Carmen, que nasceu em Portugal, é considerada até hoje a cantora de maior representatividade do Brasil.

Embora tenha participado de vários filmes com a “Pequena Notável”, para Russinho do pandeiro o sucesso de Carmen Miranda no país, dos conjuntos do qual ele participou assim como de outros artistas dependia diretamente do rádio.

Não havia televisão, tudo era auditório das estações de rádio, assim como trabalhávamos em cinemas, e alguns filmes que fazíamos e que projetava mais o artista... As revistas, e os jornais também eram importantes com suas notícias, para os fãs. Quanto mais nome tinha, mais propagandas suas saía nas revistas de rádio, que eram muitas naquela época: Desde logo os cassinos que sempre estavam fazendo publicidades dos shows, com as fotos dos artistas que atuavam nesses lugares... O importante eram as gravações e que as músicas fossem sucessos, com mais razão, saía a publicidade a favor dos artistas<sup>162</sup>.



**Figura 22: Carmen Miranda com o grupo Bando da Lua e convidados no Embassy Club, nos Estados Unidos. Russinho está ao lado direito de Carmen, segurando no braço da cantora.**

<sup>162</sup> SOARES, José Ferreira. Entrevista\_Ademar\_Casé [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <michelewadja@gmail.com>, em 20 de janeiro de 2011.

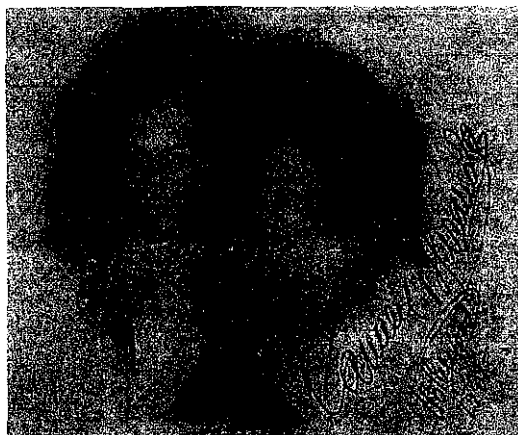


Figura 23: Russinho e Carmen Miranda



Figura 24: Russinho no topo com pandeiro

Fotos: (Acervo pessoal de José Ferreira Soares - Russinho)

Embora tenha sido pioneiro na apresentação de artistas, o *Programa Casé* não foi marcado por grandes auditórios. Até o surgimento da Rádio Nacional em 1936, normalmente o espaço físico nas rádios era limitado. “O auditório da Mayrink era bem menor que o da Nacional e seus lugares eram destinados apenas aos convidados dos diretores da emissora ou dos patrocinadores. Mesmo assim nas audições do Casé sempre estava cheio. (CASÉ, 1995, p. 77).

Com o aparecimento de mais estações de rádio e novos programas de auditório além colecionar as fotos dos seus ídolos muitos fãs ganharam a possibilidade de vê-los pessoalmente. Visitar as rádios tornou-se uma opção de lazer e o principal destino dos fãs no Rio de Janeiro era a Rádio Nacional.

Isso aqui era repleto de gente para assistir aos programas de rádio, quando vinha Cauby Peixoto era uma gritaria porque as mulheres gritavam, ficavam histéricas, ah! Cauby e não sei que...! Você vê pelas fotos que cabia muita gente. Tinha dias mais calmos também, mas hoje o auditório tá menor ele ia de uma janela a outra do prédio<sup>163</sup>.

E o próprio edifício da Rádio Nacional era uma diversão à parte. Durante o domingo várias famílias iam conhecer o maior arranha-céu da cidade. A Rádio Nacional ocupava três dos 22 andares do prédio, onde também funcionava o jornal *A Noite*. “O passeio começava do lado de fora porque o prédio era o mais alto da América Latina, a vista também é muito bonita e isso encantava todo mundo, tinha gente que vinha na expectativa de andar de elevador era

<sup>163</sup> Depoimento de Gerdal dos Santos no Rio de Janeiro, 17/01/2011. A entrevista foi realizada na Rádio Nacional.

uma novidade aquilo tudo.”<sup>164</sup>

Depois do passeio no principal símbolo de modernidade da capital da República os ouvintes se dirigiam ao auditório da Rádio Nacional, muitas vezes a interação entre fãs e ídolos precisava ser interrompida pelos locutores por causa das fãs mais excedidas. Essa nova forma de relacionamento entre artistas e ouvintes foi também vivenciada em várias partes do país. O músico Russinho viveu na pele as conseqüências das histerias das fãs, o caso mais curioso aconteceu numa rádio em Santos.

Os fãs esperavam na saída das estações de rádio, e tínhamos que ter cuidado, porque muitas vezes, queriam um pedaço da roupa dos artistas. Quanto mais nome tinha, mais cuidado tinha que ter. Me lembro que uma vez em uma estação de rádio em Santos, SP, ao terminar o nosso show, eram tantas pessoas lá fora nos esperando que não deixavam a gente sair, era uma apresentação dos Anjos do Inferno, tivemos que chamar a polícia e foi uma confusão para poder entrar no táxi<sup>165</sup>.

No começo a utilização dos auditórios nos programas de rádio não era bem vista pela elite. A maior parte dos percussores do radioteatro, por exemplo, eram absolutamente contra. Essa posição está diretamente associada ao fato de que a música popular deveria ser algo de menor destaque no rádio, enquanto que o radioteatro deveria ter mais espaço por ser mais “instrutivo e civilizado”. O Radioator Alziro Zarur<sup>166</sup> costumava escrever críticas sobre os programas de auditório.

Não me foi possível, até hoje, aceitar os argumentos cativantes do que confundem rádio com Teatro, por mais cativantes que se apresentem semelhantes argumentos. A verdade é que os auditórios desvalorizam os artistas radiofônicos e estabelecem uma série considerável de inconvenientes lastimáveis. (Revista Fon-Fon, 05/09/1942, p. 54).

Na verdade para a elite carioca a principal inconveniência com a popularização dos auditórios está associada ao fato de que a maioria dos fãs pertencia às classes D e E. Isso não significa a ausência de pessoas da classe média e alta nos auditórios, mas a elite era uma minoria presente.

A histeria nos auditórios era proibida e as revistas especializadas da época sempre davam dicas de como se comportar fora e dentro das rádios, mas a paixão pelos ídolos falava

<sup>164</sup> Depoimento de Gerdal dos Santos à autora na Rádio Nacional no Rio de Janeiro, 17/01/2011.

<sup>165</sup> SOARES, José Ferreira. Entrevista\_Ademar\_Casé [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <michelewadja@gmail.com>, em 20 de janeiro de 2011.

<sup>166</sup> É importante lembrar que Alziro Zarur além de colunista fazia o papel de Sherlock Holmes no “Teatro Sherlock” que teve sua origem no *Programa Casé*. Muito possivelmente por trás da opinião de Zarur estão os interesses pessoais de um dos radioatores mais famosos da época que pode ter se sentido ameaçado pela grande audiência dos programas de auditório, principalmente da Rádio Nacional.

mais alto do que as convenções, também por isso os defensores do fim do auditório alegavam que o barulho dos fãs atrapalhava o espetáculo e as ouvintes mais excedidas eram taxadas pejorativamente de “macacas de auditório”<sup>167</sup>.

Nos auditórios e fora deles assim como os cantores, as cantoras do Rádio também eram idolatradas. Com Carmen Miranda no exterior surgiram dezenas de artistas que se notabilizaram como grandes interpretes. Em 1937, a cantora Linda Batista recebe o título de Rainha do Rádio, com o reinado durando 11 anos. O concurso era realizado pelo jornal Diário da Noite em parceria com o bloco Cordão dos Laranjas, um iate carnavalesco.

Em 1948, com uma nova organização do concurso, Linda passou a faixa para a sua irmã Dircinha Batista. A partir de 1949, a Rádio Nacional passou a organizar a competição que teve as regras alteradas, sendo que agora a compra de votos de ouvintes e patrocinadores é que decidiria quem ia ser a rainha. A Rádio Nacional transformava a escolha da Rainha em um grande duelo acompanhado pelas fãs, no auditório. Faixas, cartazes, e muita gritaria faziam parte do espetáculo, mas no final eram os interesses comerciais e não a paixão dos fãs que determinavam os patrocinadores<sup>168</sup>.

Entre as Rainhas eleitas pela Rádio Nacional, estão as cantoras Dalva de Oliveira, Mary Gonçalves, Emilinha Borba, Nora Ney, Angela Maria, Vera Lúcia, Dóris Monteiro e July Joy. Independente do título, foram várias as cantoras que se destacaram no rádio como: Ademilde Fonseca, Ellen de Lima, Carmen e Aurora Miranda, Nora Ney, Violeta Cavalcanti, Dóris Monteiro, Carmélia Alves e Carminha Mascarenhas.

Carminha foi um dos ícones da década de 1950 da Rádio Nacional, a semelhança com a voz de Nora Ney foi o seu grande trunfo. Para a cantora apesar do status que os artistas do rádio possuíam na época o sucesso era apenas profissional e pessoal nunca financeiro.

As cantoras da década de 50 ganhavam prestígio, menos dinheiro. Quer dizer, nós abrimos a porta com muita força para as cantoras de hoje, Ivete Sangalo, Cláudia Leite hoje elas ganham verdadeiras fortunas e merecem. Mas no nosso tempo nós ganhávamos prestígio e mesmo assim, sem dinheiro, eu conheci o mundo e conheci meu Brasil de ponta a ponta<sup>169</sup>.

---

<sup>167</sup> Entre as regras de bom comportamento citadas pelas revistas estavam: “Aplaudir, sim: vaiar nunca. Sempre que o artista estiver cantando, silêncio, nada de gritos histéricos. Espere seu ídolo na porta do rádio mas... deixe que ele saia livremente e apenas bata palmas. Nada de rasgar a roupa do ídolo, as roupas custam caro. Pode entrar para os fãs-clubes de seus ídolos, mas lembre-se... olhe os afazeres de casa. Respeite as fãs que são fãs dos outro.” AGUIAR, Ronaldo Conde. **Almanaque da Rádio Nacional**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007. (p.31).

<sup>168</sup> O cupom para votação vinha nas revistas especializadas como a Radiolândia e Revista do Rádio. Os ouvintes recortavam o cupom e enviavam para a emissora, desse modo os patrocinadores buscavam comprar a maior quantidade de cupons. Ver em: SAROLDI, Luiz Carlos & MOREIRA, Sônia Virgínia. **A Rádio Nacional: O Brasil em Sintonia**, 3.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005, (p. 131).

<sup>169</sup> Depoimento da cantora Carminha Mascarenhas à autora em 16/01/2011.

Mas, o prestígio da classe artística só foi possível depois dessa glamourização promovida pela indústria cultural que criava ídolos para consumo. Antes disso, os artistas em geral viviam à margem da sociedade – e no caso das mulheres o preconceito era ainda maior. De tradicional família italiana, Carminha Mascarenhas começou a carreira de cantora para se aproximar do pianista Raul Mascarenhas, pelo qual estava apaixonada. Ela contou que a decisão de se tornar cantora e de casar com o músico provocou grande escândalo na época.

Músico, artista, naquele tempo era o mesmo sinônimo de baixo nível (...) Meu pai dizia “*Tutti cantanti é puttana*” quando eu cheguei em casa e contei para meu pai e minha mãe, ele só não me bateu porque minha mãe ficou no meio. Foi um inferno, minha mãe ficou do meu lado e meu pai contra. Foi preciso vir o prefeito, veio não sei quem, a família, um escândalo na cidade e eu enfrentei tudo. A igreja quase que me repudiou, a sociedade me baniu, as amigas se afastaram, porque eu fui cantar, por amor a um homem<sup>170</sup>.

Embora as artistas do rádio fossem tratadas como grandes estrelas, ao longo da edição da revista FON-FON era notório o discurso de que a mulher ideal devia se dedicar apenas à família. De modo geral, a revista mostrava que as mulheres deveriam ser belas como as cantoras, mas deveriam ter outro reinado: o lar. Várias páginas da publicação eram destinadas as mulheres, mas o discurso que prevalecia não era fruto apenas da linha editorial da revista, mas também do contexto social e cultural da classe média e alta do Rio de Janeiro.

Outro fator que intensificou essa postura das revistas e da sociedade foi a política. A partir de 1939, a imprensa precisava seguir regras do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda)<sup>171</sup>. Por isso, a ideologia cultural de vários segmentos artísticos, assim como das publicações impressas nesse período, precisavam se adequar ao modelo de sociedade defendido por Vargas, que era baseado no enaltecimento da figura da mulher como mãe e esposa obediente.

A missão feminina na vida é importantíssima, a mulher é auxiliar do homem, além de ser sua companheira, e seu papel, na vida é glorioso... A mulher tem a seu cargo criar e repartir a felicidade. Fazendo felizes seus filhos e marido... Os deveres a ella impostos, pela grandiosidade mesma da sua missão na vida, devem ser aceitos sem revolta e realizar-se com alegria (Fon-fon, 21/12/1940, p.16).

Desse modo, para a sociedade o estilo de vida das cantoras do rádio, marcado pela fama, possível liberdade e independência financeira estavam bem distantes do ideal. Mas

<sup>170</sup> Depoimento da cantora Carminha Mascarenhas à autora em 16/01/2011.

<sup>171</sup> Mais detalhes sobre a criação do DIP ver capítulo I, p.37.



também existia o aspecto de glamour, jovialidade e sedução que envolvia a imagem dessas artistas, ou seja, as estrelas do rádio tinham a permissão de ser um "padrão de beleza" a ser seguido, mas não de "mulher".

No entanto, a maioria das cantoras do rádio também tinha uma vida bem semelhante à de outras mulheres. A cantora do *Programa Casé* Ademilde Fonseca explicou que ao contrário do estereótipo criado, as artistas do rádio eram mulheres comuns que também possuíam uma vida familiar e afetiva como qualquer ouvinte com a diferença de que elas trabalhavam como cantoras.

Naquela época o artista se sentia como se tivesse tudo começando na vida. Mas aí o tempo passa e é quando a gente esbarra nos problemas encontra dificuldades com filhos, mulher casada encontrava muitos problemas, conciliar a vida e carreira era muito difícil, naquela época era muito preconceito também, mas tudo é gratificante quando a gente vive por esse trabalho<sup>172</sup>.

As transformações culturais que ocorreram no rádio e no Rio de Janeiro serviam de modelo para o restante do país. As décadas de 1930 e 1940 são marcadas por intensas mudanças em várias cidades brasileiras. A indústria fonográfica e as emissoras de rádio espalhadas por todo o Brasil iniciaram uma espécie de "globalização musical". A Rádio Nacional, com o seu potente transmissor também foi responsável por essa difusão. De qualquer canto do país era possível acompanhar a programação.

Um exemplo do alcance e da influência da rádio carioca no Nordeste aconteceu com a Carmélia Alves. A cantora que começou sua carreira profissional no *Programa Casé* foi uma das principais artistas da década de 1950. Na Rádio Nacional no Rio de Janeiro ela fazia números cantando diferentes ritmos. Famosa em todo o país ela veio fazer um show no Nordeste e aqui foi batizada com um título: Rainha do Baião.

Foi em um show no Recife, numa apresentação com Sivuca. Ele era muito novinho e um grande sanfoneiro, tocamos vários baiões. O público acompanhava tudo, foi um show muito bom e depois, no outro dia, tava estampado em todos jornais que eu era a "Rainha do Baião". Sinceramente eu me senti como se fosse realmente uma rainha... (risos) só faltava o trono. Só no carnaval que colocavam o trono das cantoras e vinha aquela turma, e "Bibi" me pegava no colo e colocava no trono, agora quem me deu este título foi Pernambuco<sup>173</sup>.

Além da presença dos cantores nos programas de auditório, com o desenvolvimento da

---

<sup>172</sup> Depoimento de Ademilde Fonseca, concedido à autora no dia 17.01.2011.

<sup>173</sup> Depoimento da cantora Carmélia Alves à autora em 16/01/2011. Na entrevista ela se refere à atriz, diretora de teatro e compositora Bibi Ferreira como Bibi.

indústria fonográfica os discos eram vendidos em todo lugar do país, e por isso os artistas passaram a ter fãs em toda parte. O cantor Roberto Paiva também tem uma estória que ilustra bem como a música popular brasileira conseguiu ultrapassar fronteiras através do rádio e da comercialização dos discos. O fato aconteceu na Paraíba, em Campina Grande.

Na década 40, entre 46 e 47, eu tive uma temporada em Campina Grande. Era a Festa da Mocidade e nessa festa da mocidade, existiam uns parques, tinham várias lojinhas, comida e bebidas locais e também tinha uma área pra shows. Existia um palco e uma cerca. Então, o pessoal pagava um ingresso pra entrar na festa e eu fui contratado pra fazer o show. Enquanto eu cantava tinha um grupo de pessoas que ficava pedindo a música "Oh! Minas Gerais", eu segui cantando e o povo insistindo por "Minas Gerais". Eu não atendia o povo. "Como eu vou cantar Minas Gerais se eu estou na Paraíba?" Sinceramente eu achei que era gozação dos estudantes, com brincadeira. Depois do show o meu empresário perguntou - "Por que você não cantou?" Aí eu disse que achava que era gozação. No outro dia eu dei uma volta na cidade, fui numa loja de discos e o vendedor da loja me disse que todo mundo só conhecia o disco pelo lado B e a música mais tocada na rádio e mais famosa na Paraíba era "Minas Gerais". Eu tinha no outro dia um show na festa novamente e fiz questão de cantar "Minas Gerais" pra todo mundo e foi um sucesso. Todos adoraram. Eu achei aquilo muito curioso<sup>174</sup>.

Embora situados em tempos e lugares diferentes os shows de Carmélia Alves e Roberto Paiva no Nordeste estão intrinsecamente ligados com a origem da popularização da música brasileira proposta pelo *Programa Casé* a partir de 1932.

De certo modo, o programa funcionou como uma "célula embrionária" na "era do rádio" no Rio de Janeiro. A produção, difusão, reprodução e consumo do trabalho dos artistas pelos fãs foram possivelmente influenciados pelos ensinamentos de um programa pioneiro no rádio, que serviu de referência para todo o país.

O Programa de Ademar foi uma escola na valorização dos artistas, no pagamento dos cachês e até mesmo na sensibilidade comercial de fazer aquilo que o público deseja, quer seja introduzir o samba no rádio ou cantar "Minas Gerais" em pleno agreste paraibano. Fazendo outras analogias, o contrato de exclusividade com o *Programa Casé* era regido pelo mesmo raciocínio das gravadoras, que fechavam negócios com os artistas para que ambos ganhassem.

A indústria fonográfica também utilizou recursos comerciais "vendendo" seus artistas para o "consumo dos ouvintes" e se o assunto é vendas talvez só seja necessário lembrar que de feirante de Caruaru Ademar Casé tornou-se um "astro do rádio" na comercialização e criação de sons e palavras, veiculados em um espaço abstrato de ondas sonoras na capital da

---

<sup>174</sup> Depoimento do cantor Roberto Paiva concedido à autora em 09/01/2011. A Festa da Mocidade era um evento tradicional de Campina Grande, nas décadas de 1940 e 1950. No entanto, não foi possível precisar o ano exato que aconteceu o show de Roberto Paiva na cidade.

República.

Os versos “Nossas canções, cruzando o espaço azul/ Vão reunindo, num grande abraço/ Corações de Norte a Sul”, gravados originalmente pelas cantoras do *Programa Casé* Carmen e Aurora Miranda, tornaram-se então uma realidade que ligava o rádio no Rio de Janeiro a vários lugares do Brasil como Recife, Campina Grande ou até mesmo a pequena cidade de Belo Jardim.

## Considerações finais

Enquanto as pessoas se deslocam para o trabalho, o som do rádio nos veículos divide o espaço sonoro com as buzinas e o barulho natural do ambiente urbano. Nos carros ouvem-se músicas e programas jornalísticos. Mas o rádio não saiu de vez do lar, ele também está na sala ou na cozinha, acompanhando a dona de casa, que entre um trabalho e outro liga para a emissora e pede uma música, oferecida para sua grande paixão. Em residências na zona rural é possível encontrar o aparelho ainda como o centro das atenções, em determinado horário do dia.

O cenário acima não se refere a décadas passadas. Ele pode ser visto ainda hoje, fevereiro de 2011, em qualquer lugar do país. O rádio segue paralelamente ao desenvolvimento do cyberspaço<sup>175</sup>, da cybercultura<sup>176</sup> e das redes de relacionamentos virtuais. A internet e o fascínio exercido por esse mundo virtual fazem parte do “discurso da moda” nas pesquisas sobre a influência dos meios de comunicação no cotidiano.

No entanto, muito antes da revolução da internet, o rádio também exerceu outra forma de conectividade no cotidiano. Antes de nos conectarmos a uma rede virtual, a programação radiofônica como abordei neste trabalho, já realizava uma espécie de aproximação mental, uma interação cultural, que também interligavam as pessoas. Dessa maneira, pesquisar a história do rádio é também uma forma de conhecer a origem das inovações que fazem parte do nosso cibernético presente. Até mesmo porque estamos tratando de um invento, que embora não tenha alcançado tantos usuários em tão pouco tempo como a internet, é ainda sem dúvida o meio de comunicação mais popular, acessível e conseqüentemente democrático.

Como percebemos hoje, com o universo virtual, a tecnologia cria novos hábitos e costumes. Isso porque, a modernidade nos remete a diferentes formas de sociabilidades e sensibilidades, criando ainda, novos espaços e tipos de lazer. Desse modo, a pesquisa sobre o *Programa Casé* configurou-se como uma forma de compreender melhor as mudanças que surgiram com o rádio comercial e a popularização do aparelho, tendo como cenário o centro cultural e tecnológico da época: o Rio de Janeiro. Assim, identifiquei que a origem do rádio no Brasil e de seus primeiros programas comerciais, a exemplo do *Programa Casé*, está diretamente associada às transformações culturais e sócio-políticas da época.

---

<sup>175</sup> Espaço de comunicação virtual que permite não somente a utilização da infra-estrutura material da comunicação digital, mas também a troca permanente de informações e conhecimento entre as pessoas.

<sup>176</sup> O termo faz referência a nossa cultura contemporânea, fortemente marcada pelas tecnologias digitais.

Através dos relatos orais de memória, das seções sobre rádio na revista Fon-Fon e da bibliografia pesquisada, identifiquei que o programa criado por Ademar Casé também exerceu possíveis formas de influência no cotidiano da sociedade carioca. As interpretações pessoais e lembranças dos entrevistados também nos remetem aos usos da programação feitos pelos ouvintes. O caráter inovador do programa no que se refere à interatividade e participação popular (ainda que objetivado pela audiência) demonstra, possivelmente, a origem da interação entre o rádio e a população.

No *Programa Casé* também foi marcante o início do destaque a música popular brasileira, que viveu o seu auge nas décadas seguintes (1940-1950) com a popularização do cinema, da indústria fonográfica, aliado com o destaque dos artistas dado pelas publicações impressas da época. Dessa maneira, é possível associar que esse período de glamour dos astros da música popular que envolvia os fãs, provavelmente teve sua origem nos programas de rádio comercial, a exemplo do Casé, que primeiramente profissionalizou a relação com os artistas do rádio por meio do pagamento dos cachês e os contratos de exclusividade.

O surgimento dos primeiros comerciais de rádio, dos *jingles*, quadros de humor e principalmente da dramatização com o radioteatro, criados no *Programa Casé* foram também importantes para o desenvolvimento de um cenário, no qual o lazer coletivo estava presente, quer seja em um estabelecimento comercial, (como no bar citado por Nelson Sargento) ou ainda na sala da casa. Afinal, “é importante chamar a atenção para o fato de que, nesse período, as famílias brasileiras mantinham o hábito de se reunir para jantar, ouvir o rádio e conversar sobre as notícias do dia”. (CESAR, 2005 p.189).

O mesmo pode ser dito sobre a lembrança dos entrevistados com relação ao *Programa Casé*, que está notadamente associada a uma experiência íntima e coletiva com o rádio.

Eu ouvia o Programa Casé porque minha irmã mais velha o ligava todos os domingos. Era criança, mas me lembro do programa desde a Rádio Philips, mas muito mais na Mayrink Veiga, quando, com mais idade, já o entendia. Acompanhei-o, praticamente, durante sua estada na Mayrink entre 1938 e 1948. Na verdade todos em casa o acompanhavam.<sup>177</sup>

---

<sup>177</sup>HAUER, Norma. Entrevista\_Ademar\_Casé [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <michelewadja@gmail.com>, em 19 de junho de 2009. Norma Hauer é escritora e pesquisadora da música popular brasileira. É de sua autoria a biografia "Carlos Galhardo, uma voz que é um poema" sobre o cantor Carlos Galhardo.

Décadas depois o aparelho que encantava a todos deixou a sala como espaço único e passou por grandes transformações. O rádio está no celular, no computador através das rádios on-line, em aparelhos minúsculos e até mesmo na televisão a cabo. Portanto, a pesquisa referente ao *Programa Casé* será mais uma contribuição para o entendimento não apenas do passado, mas também do presente e de uma perspectiva de futuro no que se refere a influencia da comunicação na vida cotidiana. Afinal, o rádio possui um grande poder de adaptação e convergência, qualidades essenciais para a sua permanência no mundo digital.

## Referências

- ADORNO, Theodor, W. HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Tradução de Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ALBIN, Ricardo. *O livro de ouro da MPB: a história de nossa música popular de sua origem até hoje*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.
- ALCIDES, Jota. *PRA-8, o rádio no Brasil*. Brasília: Fatorama, 1997.
- AGUIAR, Ronaldo Conde. *Almanaque da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.
- ARÓSTEGUI, Júlio. *A Pesquisa Histórica: teoria e método*. Bauru, SP: EDUSC, 2006.
- ASSUNÇÃO, Moacir. *Luiz Carlos Prestes: um revolucionário brasileiro*. São Paulo: Lazuli Editora, 2007.
- AZEVEDO, Aluísio. *O cortiço*. São Paulo: Editora Ática, 2006.
- BELLINTANI, Adriana Lop. *Conspiração contra o Estado Novo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.
- BENJAMIN, Walter. *Passagens*. Trad. de Irene Aron. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2006.
- BERMAN, Marshall. *Modernidade - ontem, hoje e amanhã*. In: *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. tradução Carlos Felipe Moises, Ana Maria L. Ioriatti. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- CABRAL, Sérgio. *No Tempo De Almirante - Uma história do rádio e da MPB*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990.
- CABRALE, Lia. *A era do rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- CADENA, Nelson. *Brasil. 100 anos propaganda no Brasil*. São Paulo: Referência, 2001.
- CARVALHO, José Murilo de. *Os bestializados: Rio de Janeiro e a República que não foi*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- CASÉ, Rafael Orazem. *Programa Casé: o rádio começou aqui*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- CASTELÃO, Fernando. *Todos contam a sua história: rádio, teatro, televisão*. Recife. Bagaço. 1999.
- CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: 1. Artes do fazer*. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CERTEAU, Michel; GIARD, Luce: *A invenção do Cotidiano: 2. Morar e Cozinhar*, CÉSAR, Cyro. *Rádio a mídia da emoção*. São Paulo: Summus, 2005. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1996.
- CHARTIER, Roger. (1996) A visão do historiador modernista. In: FERREIRA, M. e AMADO, J. (orgs.) *Usos & Abusos da História Oral*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas.
- CHARTIER, Roger. *Cultura Popular; revisitando um conceito historiográfico*. In: *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro: FGV, v.8, n.16, 1995.
- CHARTIER, Roger. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: DIFEL, 1990.
- CHALHOUB, Sidney. *Cidade febril, Cortiços e epidemias na Corte Imperial*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Trabalho, Lar e Botequim: o cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da Belle Époque*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- CABRAL, Sérgio *A MPB na era do rádio*. São Paulo: Moderna, 1996.

- \_\_\_\_\_. Sérgio. *Pixinguinha: Vida e obra*. Rio de Janeiro: Lumiar, 1997.
- CALABRE, Lia. *A era do rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Rádio e imaginação, no tempo da radionovela*. Anais do 26. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte-MG, setembro de 2003. São Paulo: INTERCOM, 2003.
- CALVINO, Ítalo. *Marcovaldo ou as estações na cidade*. São Paulo, Cia. das Letras, 1994.
- CORBIN, Alain. *Saberes e odores: o olfato e o imaginário social nos séculos XVIII e XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- DIDIER, Carlos. *Nássara: passado a limpo*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Orestes Barbosa: repórter, cronista e poeta*. Rio de Janeiro: Agir, 2005.
- \_\_\_\_\_ e MAXIMO, João. *Noel Rosa: uma biografia*. Brasília: Editora UNB, 1990.
- FAUSTO, Boris. *Getúlio Vargas: o poder e o sorriso*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- \_\_\_\_\_. *A revolução de 1930 – Historiografia e História - 16ª. ed.* São Paulo: Companhia das letras, 1997.
- FENERICK, José Adriano. *Nem do morro nem da cidade: as transformações do samba e a indústria cultural (1920-1945)*. São Paulo: AnnaBlume, 2005.
- FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio - O veículo, a história ea técnica*. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2000.
- FERREIRA, Jorge, DELGADO, Lucília de Almeida Neves (orgs.). *O Brasil republicano, v. 2: O tempo do nacional-estatismo - do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo*. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.
- FROTA, Wander Nunes. *Auxílio luxuoso: samba símbolo nacional, geração Noel Rosa e indústria cultural*. São Paulo: Annablume, 2003.
- GINZBURG, Carlo. *O fio e os rastros: verdadeiro, falso, fictício*. Tradução de Rosa Freire d'Aguiar e Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- HARDMAN, Francisco Foot. *Trem-fantasma: a ferrovia Madeira-Mamoré e a modernidade na selva*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- HAUSSEN, Doris Fagundes. *Rádio e Política: Tempos de Vargas e Perón*. Coleção Comunicação 9 – 2ª. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- KLÖCKNER, Luciano. *Repórter Esso – a síntese radiofônica mundial que fez História*. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2008.
- JÚNIOR, Abel Cardoso. *Carmen Miranda, a Cantora do Brasil*. Edição Particular do Autor. 1978.
- LEVINE, Robert. *Pai dos Pobres? O Brasil e a Era Vargas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- MARANHÃO FILHO, Luiz. *Memória do rádio*. Recife: Editorial Jangada, 1991.
- MATOS, Maria Izilda Santos de. *Cotidiano e cultura: história, cidade e trabalho*. Bauru: EDUSC, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Gênero: trajetória, impasses e perspectivas*. São Paulo: Editora Unesp, 1996.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús, LOPES, M.I.V. & FUENTES, R. Deconstrucción de la crítica: nuevos itinerarios de la investigación. In: *Comunicación. Campo y objeto de estudio*. Guadalajara: ITESO, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Dos meios às mediações comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- MELLO E SOUZA, Cláudio. *Impressões do Brasil: a imprensa brasileira através dos tempos*. São Paulo: Grupo Machline, 1986.
- MONTENEGRO, Antonio Torres. *História oral e Memória: A cultura popular revisitada*. São Paulo: Contexto, 1994.



- MOREIRA, Sonia Virgínia. *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.
- MURCE, Renato. *Bastidores do rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje*. Rio de Janeiro: Imago, 1967.
- NEDELL, Jeffrey D. *Belle Époque Tropical: Sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- ORTRIWANO, Gisela S. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. 2ª ed. São Paulo: Summus, 1985.
- PEROSA, Lílian Maria F. de Lima. *A hora do clique: Análise do programa de rádio "Voz do Brasil" da velha e nova república*. São Paulo: Annablume, 1995.
- PESAVENTO, Sandra J. *O imaginário da cidade: Visões literárias do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Exposições universais: Espetáculos da Modernidade do Século XIX*. São Paulo: HUCITEC, 1997.
- \_\_\_\_\_. *História & História Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.
- OLIVEIRA, Jane Souto e MARCIER, Maria Hortence. A palavra é favela. In: ALVITO, Marcos, ZALUAR Alba. *Um século de favela*. Rio de Janeiro: FGV, 1999.
- PETER HALL - *Cidades do Amanhã - Uma história intelectual do planejamento e do projeto urbanos no século XX*, São Paulo: Perspectiva, 1995.
- PONTES, José Alfredo Vidigal. *1932: o Brasil se revolta; o caráter nacional de um movimento democrático*. São Paulo: Terceiro Nome, 2004.
- PROST, Antoine. *Doze lições sobre a história*. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- RICOUER, Paul. *A memória, a história o esquecimento*. Trad. Alain François Campinas: Unicamp 2007.
- RODRIGUES, Paiva. *Sua excelência, o rádio*. São Paulo: Seven Virtual, 2009.
- SABILA, Elias Thomé. Raízes do riso: a apresentação humorística na história brasileira da *Belle Époque*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- SAROLDI Luis & MOREIRA Virgínia. *Rádio Nacional, o Brasil em Sintonia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- SOUSA, Marquildes Borges. *Rádio e propaganda política: Brasil e México sob a mira norte-americana durante a segunda guerra*. São Paulo Annablume, 2004.
- SOUZA, Antonio Clarindo Barbosa de, GUIMARÃES, Flavianny, FREITAS, Goretti Maria Sampaio de. *História da mídia regional - o rádio em Campina Grande*. Campina Grande: EDUFCEG, 2006.
- SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de Comunicação, 1889-1945*. São Paulo: Annablume, 2003.
- SANTAELLA, Lucia. *Comunicação & pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker, 2001.
- SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- \_\_\_\_\_. O prelúdio republicano. Astúcias da ordem e ilusões do progresso. In: *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, vol. 3, 1998.
- \_\_\_\_\_. Nicolau. *A Revolta da Vacina: Mentres insanas em corpos rebeldes*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- SAES, Maria Sylvia Macchione. *A racionalidade econômica da regulamentação no mercado brasileiro de café*. São Paulo: Annablume, 1997.
- SIMÕES, Roberto. Do Pregão ao jingle. In: Branco, Renato Castelo, MARTENSEN, Rodolfo L e REIS, Fernando (coord.) *História da Propaganda no Brasil*. (Coleção Coroa Vermelha. Estudos Brasileiros, v.21. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990.

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

VIANNA, Hermano. *O Mistério do Samba*. 6ª. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1995.

**Dissertação:**

AGE, Alessander H. *Música no alvo: um estudo da música publicitária nas décadas de 1950 e 1960*. Campinas-SP, 2005. Dissertação (Mestrado em Música) – UNICAMP - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Artes. Disponível em: <<http://libdigi.unicamp.br/document/?code=vtls000397471>>. Acessado em: 15 jul. 2010.

**Periódicos:**

REVISTA FON FON: Seções “PR1 Fon-Fon”, “Cantinhos dos fãs” e “Tribuna dos rádio-ouvintes”. Officina Typográfica de J Schimdt. Rio de Janeiro. Disponível em: [http://objdigital.bn.br/acervo\\_digital/div\\_periodicos/fonfon/fonfon\\_anos.htm](http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/fonfon/fonfon_anos.htm)> Acessado entre 03 de setembro de 2010 a 02 de fevereiro de 2011.

## ANEXOS

### Uma Trajectory de Novidades



ADHEMAR CASÉ

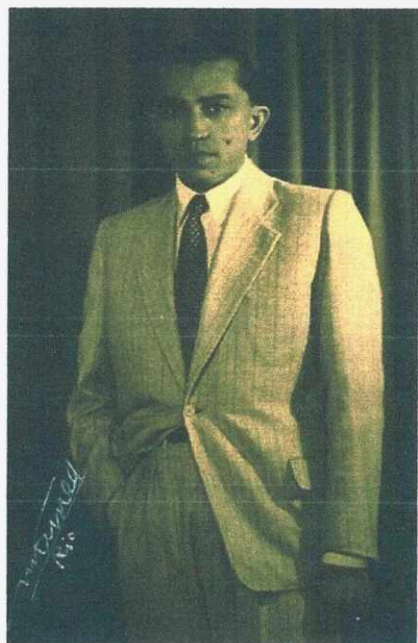
### A existencia do Programma Casé

Todos os domingos  
das 11 ás 15 horas

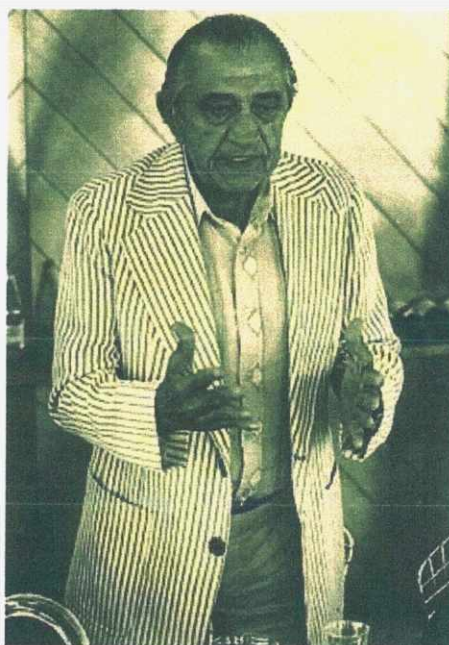
Na sua P R A - 9

RADIO MAYRINK VEIGA

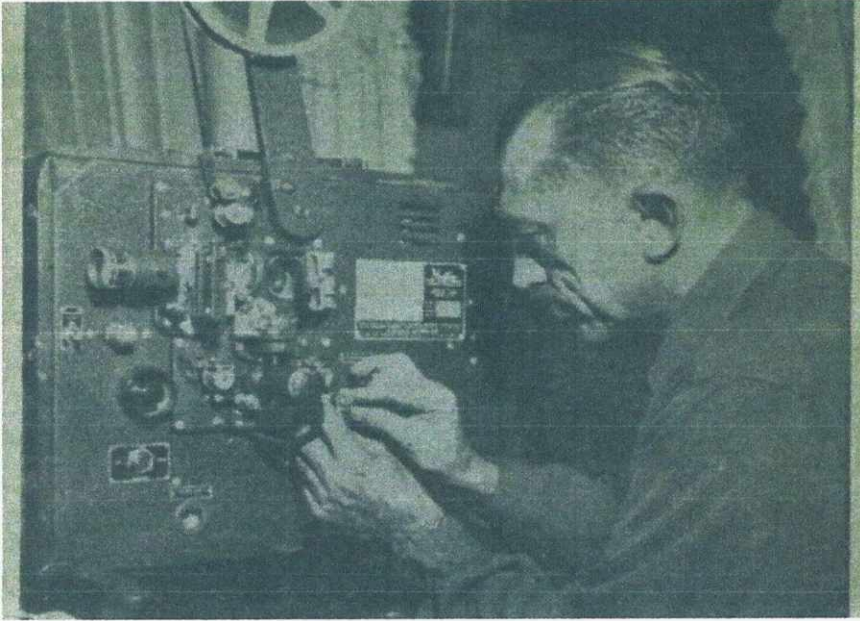
Anexo 1 – Cartaz com anúncio do Programa Casé - (Acervo: família Casé)



Anexo 2 – Ademar Casé  
(Acervo: família Casé)



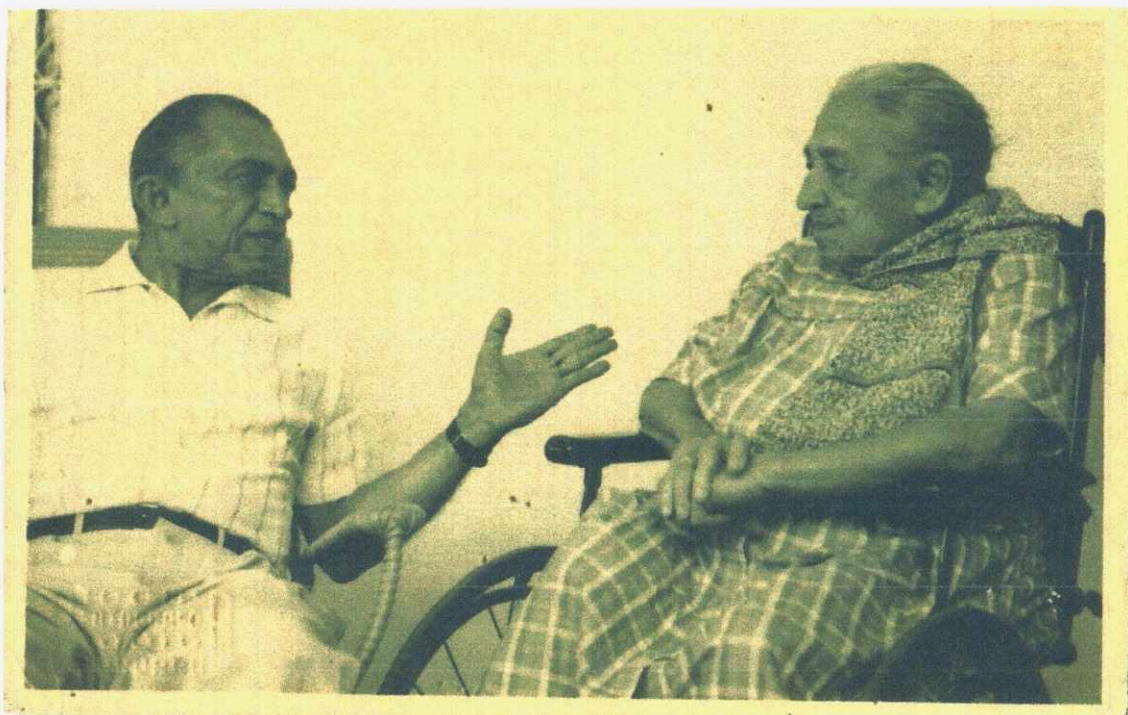
Anexo 3 – Ademar Casé  
(Acervo: família Casé)



Anexo 4 – Ademar Casé na TV Tupi- (Acervo: família Casé)



Anexo 5 – Ademar Casé (Acervo: família Casé)



Anexo 6 – Visita de Ademar Casé à sua mãe Graziela Casé, em Caruaru-PE . (Acervo: família Casé)



Anexo 7 - Ademar Casé e a esposa Graziela (Acervo: família Casé)

Ademar Casé (☆ 1902 † 1993)

## O pioneiro da alegria

O radialista era o 'avô' dos programas de variedades

O radialista Ademar da Silva Casé, avô da atriz Regina Casé e pai de Geraldo Casé, diretor da divisão internacional da Rede Globo, morreu anteontem à noite, aos 90 anos, no Hospital da Ordem Terceira da Penitência, na Tijuca, vítima de insuficiência respiratória e complicações cardio-vasculares. O radialista encontrava-se internado há três dias. Seu corpo foi enterrado ontem, às 17h, no Cemitério São João Batista.

Ademar Casé, um dos pioneiros do rádio no Brasil, foi responsável durante 18 anos pela grande audiência do programa *Casé*, que ia ao ar três vezes por semana, na antiga rádio Phillips (depois Mayrink Veiga e Tupi), sendo que aos domingos durava de meio-dia à meia-noite. Foi neste programa que Ademar lançou, entre 1932 e 1950, nomes consagrados como Noel Rosa, Pixinguinha, Donga e João da Baiana. Ademar Casé era um homem de muitas histórias: "Fui um camelô pioneiro da feira de Caruaru onde eu ganhava dinheiro com um cosmorama, um binóculo que mostrava a história da Primeira Guerra em miniaturas-postais." Por essas muitas

estradas, muitas profissões e muitas histórias, Ademar Casé foi tema de uma reportagem especial do *Fantástico*, programa de televisão que ele encarava como "um dos netos do programa de variedades *Noite de gala*", criação de Ademar para a TV Tupi em 1950. A homenagem do *Fantástico* foi feita também a um profissional cujo trabalho já havia passado pelos telas da Rede Globo: Ademar foi diretor da primeira fase da série infantil *O sítio do picapau amarelo* inspirado em histórias de Monteiro Lobato.

Falar dos programas que Ademar Casé idealizou dá uma idéia de sua visão e de seu espírito de aventura. Com ele nasceram os primeiros *sketches* humorísticos do rádio, as primeiras novelas, o primeiro programa policial. Foi ele também quem incentivou a programação de música clássica ao lado da popular. Entre os artistas contratados por ele para a área musical estavam Mário Reis, Ciro Monteiro, Luperce Miranda, Heloisa Helena — que Casé lançou como cantora de fox — e o Bando da Lua.

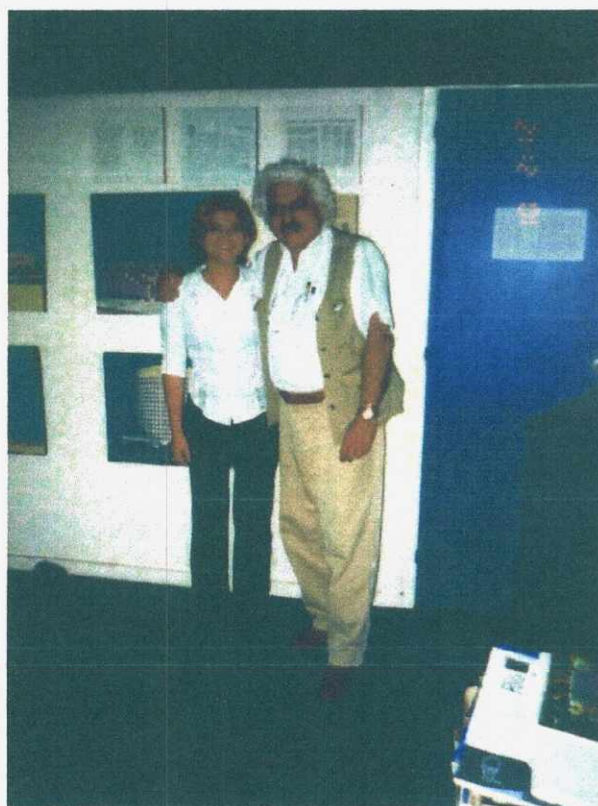
Alcyr Cavalcanti



Ademar Casé, 90 anos de muito talento



Anexo 9 – Maurício Casé (filho de Ademar) e autora (Acervo: da autora, Fevereiro de 2002)



Anexo 10 – Paulo Casé (filho de Ademar) e autora (Acervo: da autora, Fevereiro de 2002)

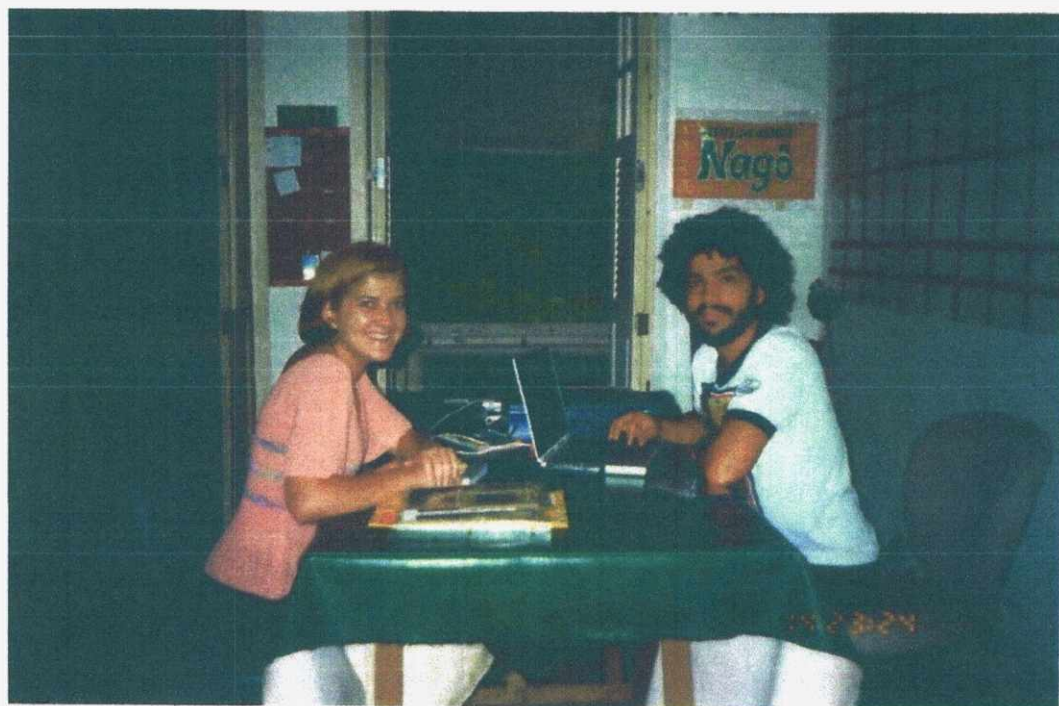


Anexo 11– Geraldo Casé, *in memoriam* (filho de Ademar), a autora e a esposa de Geraldo Casé, Janete Casé. (Acervo: da autora, Fevereiro de 2002)



Anexo 12 – A autora e o jornalista Rafael Casé, (neto de Ademar, filho de Maurício), autor do livro Programa Casé, o rádio nasceu aqui. (Acervo: da autora, Fevereiro de 2002)





Anexo 13 – A autora e Estevão Ciavatta, diretor de cinema, marido da atriz Regina Casé. Reunião no Rio de Janeiro sobre a produção no Nordeste do documentário **Ademar Casé: O que a gente não inventa não existe**. (Acervo: da autora, Fevereiro de 2002)



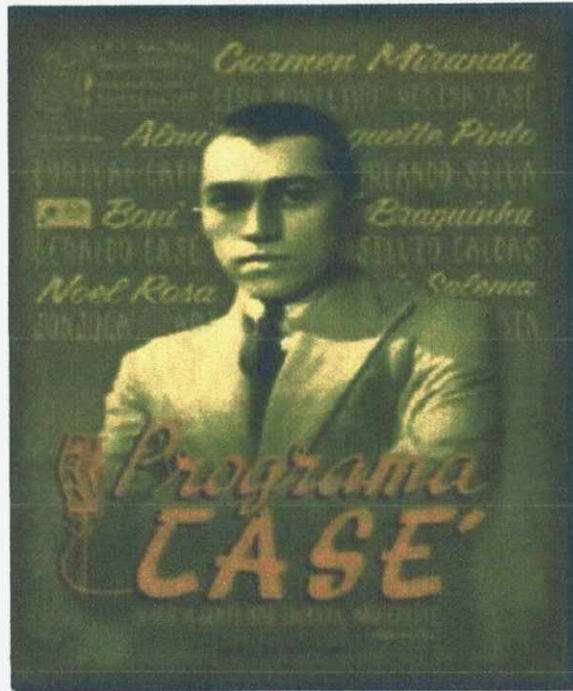
Anexo 14 – Gravação produzida pela autora em Caruaru – PE, do documentário no **Ademar Casé: O que a gente não inventa não existe**. Geraldo Casé (filho de Ademar), gravando na porta da igreja. (Acervo: da autora, Junho de 2005)



Anexo 15 – Gravação produzida pela autora em Belo Jardim - PE, na casa onde nasceu e morou Ademar Casé para o documentário **Ademar Casé: O que a gente não inventa não existe**. Na janela dentro da casa estão: Alice Lutz e Benedita Casé (bisnetas de Ademar) e Regina Casé de chapéu. Na calçada Estevão Casé bisneto de Ademar e Virginia Casé, (irmã de Regina e neta de Ademar). Na Rua gravando o diretor Estevão Ciavatta e produtor Lao Andrade. (Acervo: da autora, Junho de 2005)



Anexo 16 - Inauguração da Sala de Informática da FABEJA, Faculdade de Belo Jardim-PE – Regina Casé e o seu pai Geraldo Casé. (Acervo: da autora, Junho de 2005)



Anexo 17 - Cartaz do filme Programa Casé, o que a gente não inventa não existe



Anexo 18 - A autora e Regina Casé (Acervo: da autora Junho de 2005)



Anexo 19- Estevão Ciavatta, a autora e Regina Casé (Acervo: da autora Junho de 2005)



Biblioteca Setorial do CDSA. Dezembro de 2022.

Sumé - PB

**A INFLUÊNCIA DO “PROGRAMA CASÉ” NO COTIDIANO CARIOCA,  
NAS DÉCADAS DE 30,40 E 50.**

Avaliado em: \_\_/\_\_/\_\_

Conceito:

**BANCA EXAMINADORA:**

---

**Prof. Dr. Antônio Clarindo Barbosa - PPGH/UFCG**  
Orientador

---

**Prof. Dra. Goretti Maria Sampaio de Freitas - DECOM/UEPB**  
Examinador Externo

---

**Prof. Severino Cabral Filho- PPGH/UFCG**  
Examinador Interno

---

**Prof. Dr. Gervácio Batista Aranha (PPGH/UFCG)**  
Suplente interno

---

**Profª. Dra. Elizabeth Christina de Andrade Lima (PPGH/UFCG)**  
Suplente interno