



## DO RÁDIO AO CINEMA: CONVERGÊNCIAS DO AUDIOVISUAL ATRAVÉS DO OLHAR DAS REVISTAS *CINEARTE* E *A SCENA MUDA*<sup>1</sup>

POLIANA RIBEIRO ALVES<sup>2</sup> & ROSANA ELISA CATELLI<sup>3</sup>

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ

**Resumo:** Este trabalho tem como objetivo mostrar as relações que se deram entre os anos de 1920 a 1950 dentro dos meios de comunicação na sociedade brasileira, apontando também a ligação entre o cinema e o rádio bem como as suas implicações. O cinema vai ser o elo de desenvolvimento que vai agregar as linguagens do rádio e do teatro para fortalecer o seu crescimento e modernização. A sociedade passa por uma série de transformações, sendo muitas delas vivenciadas e influenciadas pelo rádio e pelo cinema. Este artigo tem como objeto de leitura as revistas *A Scena Muda* (1922) e *Cinearte* (1926), que servem para ilustrar o que se dava na época, por meio de seus artigos.

**Palavras-chave:** cinema; rádio; revista *Cinearte*; revista *A Scena Muda*.

### Introdução

O cinema brasileiro e o rádio trilharam caminhos distintos no início e somente depois, com a chegada do som ao cinema, é que um meio vai se utilizar do outro para movimentar e animar a produção cultural nacional. Quando o filme sonoro vira uma realidade no Brasil, acontece uma grande revolução na maneira de assistir aos filmes, havendo conseqüentemente uma grande euforia nas indústrias nacionais. Os produtores nacionais convenceram-se de que sua vez havia chegado, pois os filmes estrangeiros falados não seriam compreendidos pelas massas que freqüentavam as salas de cinema.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC e bolsista de Iniciação Científica com o projeto “Do Rádio ao Cinema: convergências do audiovisual, entre os anos de 1920 e 1950.”, financiado pela IC/UESC. E-mail: [polianaba@gmail.com](mailto:polianaba@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC. E-mail: [ecatelli@uol.com.br](mailto:ecatelli@uol.com.br).



O rádio seguia como um dos meios de comunicação mais populares da época, surgido no Rio de Janeiro em um ambiente de modernização urbana, como uma nova forma de divulgar o que se dava na sociedade naquele início do século XX. Com o cunho altamente educativo, ele revolucionou o cotidiano, ultrapassou as barreiras geográficas, lançou moda e consolidou programas que se mantiveram no ar durante décadas devido à audiência, como exemplo as radionovelas.

No cinema, as primeiras preocupações em dar ritmo à narrativa do filme aliado ao som constituem para o cinema brasileiro um dos primeiros sinais de modernização, e isso se dava em consonância com o que a sociedade presenciava em relação aos meios de comunicação. E é dessa inovação que a relação entre o rádio e o cinema se fortaleceu, marcando um novo período para eles. Com a popularização do rádio e a criação das companhias cinematográficas a sociedade brasileira passaria a ter mais contato com a cultura, educação e a vida artística das pessoas que pertenciam a este mundo.

Havia também as revistas especializadas nos acontecimentos cinematográficos, *A Scena Muda* e *Cinearte*, que constituíram importantes fontes documentais dos acontecimentos que permeavam esse mundo artístico. Essas revistas serão abordadas dentro desta pesquisa como um documento importante para exemplificar os acontecimentos que se davam na época em questão.

Percebe-se que, nas décadas de 1920 a 1950, o país buscou uma modernização nos meios de comunicação, e através dessas mudanças o que se observou foi uma alteração na maneira de viver, pensar e agir, influenciando novas opções e estilos de vida. Muitos costumes antes desconhecidos passam a ser formalizados e internalizados dentro do cotidiano, como um hábito natural.



## **A Rádio Sociedade de Roquette Pinto e a Cinédia de Adhemar Gonzaga**

O cinema veio para reconfigurar os novos traços que se davam nessa época como fonte de cultura e lazer, e, junto ao rádio, fornecem registros fundamentais do desenvolvimento da sociedade. Dois meios de comunicação, um tão apaixonante quanto o outro, duas pessoas responsáveis por grandes mudanças na maneira de ver, viver e pensar. Roquette Pinto e Adhemar Gonzaga em épocas distintas acreditaram que através dos meios de comunicação uma sociedade poderia envolver-se e integrar-se ainda mais, aliando a eles a cultura e a educação para a melhor formação de um país. O pai do rádio acreditava que ele seria a maneira mais fácil de integração nacional, e o pai da Cinédia acreditava que o cinema nacional poderia fortalecer-se e ter maior repercussão dentro da sociedade com a criação da companhia.

Edgard Roquette Pinto juntamente com Henrique Morize consolida o rádio no Brasil, constituindo um meio de comunicação eficaz para a transmissão da educação e da cultura. Seria o meio de manter informada uma legião de pessoas que se viam longe dos distantes centros culturais. De cunho altamente educativo, a vontade de Roquette Pinto é materializada no dia 20 de abril de 1923 com a “Rádio Sociedade do Rio de Janeiro”. As transmissões da Rádio Sociedade propagaram o avanço da tecnologia e comunicação a distância, transmitindo discursos e peças musicais, e também os acontecimentos para a sociedade local e nacional. Para Lilian Zarembo (2003), o “pai do rádio brasileiro”, na verdade, era uma figura singular que conseguia e se permitia carregar diversas figuras singulares em seu roteiro. Mente aberta, captou os sinais emitidos em seu tempo por outras falas, porque acreditava que “a raça humana é um espectro solar”, tornando-se porta-voz de um projeto educativo até hoje único.

Independente das polêmicas, a primeira emissora carioca, Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, foi fundada em abril de 1923 pelo médico, antropólogo, cientista e professor Edgar Roquete Pinto. Para tanto, contou com a participação ativa do presidente da Academia Brasileira de Ciências, o astrônomo e engenheiro industrial Henrique Morize, também nomeado primeiro presidente da Rádio Sociedade. O fato de ser resultado da iniciativa de cientistas de-

terminou o caráter educativo da emissora, modelo que seria adotado pelas estações pioneiras instaladas na capital em outros pontos do país no ciclo inicial de dez anos de rádio brasileiro, compreendido entre 1922 e 1932. (MOREIRA, 2002-2003, p. 44)

Depois de participar da quarta Comissão Rondon (1912) rumo a Serra do Norte no planalto mato-grossense, passou quatro meses pela selva reunindo um incrível material sobre a região. Após a sua volta ele publica um livro chamado *Rondônia* (1935) e traz consigo registros cinematográficos dos índios *nhambiquaras*. É a partir daí que ele percebe a importância de integração do território brasileiro através das novas tecnologias, e passa a dedicar-se à concretização de suas idéias. O rádio torna-se um fenômeno na sociedade brasileira, fomentando e direcionando as conversas da sociedade da época.

Segundo Lia Calabre (2003), nas décadas de 1940 e 1950 houve um crescimento interno e uma repercussão junto ao público ouvinte com tal magnitude, o que fez com que o período entrasse para a história dos anos dourados do rádio brasileiro.

Entre 1940 e 1942 a emissora produziu e transmitiu para boa parte do Brasil programas de evidente valor cultural. Ritmos musicais, produções dramáticas, informativos sonoros e atrações em auditório foram lançados por maestros, compositores, cantores, atores, autores, apresentadores e produtores que encontraram no rádio espaço profissional de reconhecido prestígio. (MOREIRA, 2002-2003, p. 46)

Além das radionovelas, os cantores também eram idolatrados pelos ouvintes, na maioria das vezes, sendo os próprios atores das radionovelas. Os cantores do rádio sem muitas opções para a época também costumavam se apresentar em circos, sendo um dos palcos mais cobiçados por esses artistas. Para Alcir Lenharo (1995), o circo era o meio mais fácil de apresentar-se a públicos diversos das cidades do interior pelo país a fora. Cantores do rádio, como Emilinha Borba, tinham nos picadeiros dos circos o grande trunfo do seu estrelato.

Além dos palcos de circos, o cinema começava a agregar esses atores para atuar em seus filmes em um gênero que ficou conhecido como “filmes musicarnavalescos”. Pode-se perceber essa convergência através dos artigos sobre a cantora e artista Emilinha Borba: “Emilinha continua vitoriosa na sua carreira cinematográfica. Aparecerá em breve, em ‘Romance de um Mordedor’ o último filme da Atlântida.”<sup>4</sup> Em outra revista ela aparece como a rainha do rádio. “(...) rainha do rádio, invejada e querida, Emilinha Borba é atualmente um símbolo do rádio brasileiro, um símbolo dessa alegria que a música espalha quando o artista entra em contato com o seu povo.”<sup>5</sup> Como se pode notar, os cantores-atores circulavam entre os dois meios, e é na década de 1930, com a criação da companhia cinematográfica Cinédia, depois da primeira crise, que essa relação irá estabelecer-se de fato e marcar uma fase muito importante para os dois veículos de comunicação.

Aos poucos a indústria cinematográfica brasileira vai se especializando na arte de produzir filmes e de se adaptar às novas tecnologias que surgiriam no cenário internacional. “A história do cinema falado brasileiro abre-se com um longo e penoso reinício. Durante as décadas de 1930 e 1940, a produção se limita praticamente ao Rio, onde se criam estúdios mais ou menos aparelhados.” (GOMES, 1996, p. 14). Adhemar Gonzaga e Pedro Lima em 1930 colocaram em prática a construção do primeiro grande estúdio brasileiro, devidamente modernizado com os equipamentos e capaz de realizar grandes produções em série. De início, esse grande estúdio seria chamado de Cine arte Studio, por causa da revista *Cinearte*, mas depois passou a ser conhecida como Cinédia.

A Cinédia nasce com o propósito de promover a atualização da técnica e estética brasileira, a fim de colocar o Brasil num novo patamar se comparado às produções estrangeiras. Ela era o sinal dos primeiros passos de evolução do cinema brasileiro baseado nos grandes modelos de estúdios e de produção, essa seria a tentativa de constituir uma ‘Hollywood Brasileira’. Produz filmes como “Lábios sem beijo” (1930) sob direção

---

<sup>4</sup> Revista *A Scena Muda*, Rio de Janeiro, V. 24, nº 32, 1944.

<sup>5</sup> Revista *A Scena Muda*, Rio de Janeiro, V. 33, nº 39, p. 20, 23 de setembro 1953.

de Humberto Mauro e “Mulher” (1931), de Cássio Gabus Mendes. O filme “Mulher” seria um dos primeiros filmes sonorizados da época, mas como a sua produção se alongou o bastante não foi possível concretizar esse desejo. Em 1932, surge o sistema *movietone*, onde os sons eram gravados na própria película. Apesar de todo esse sonho idealizado por Adhemar Gonzaga de se construir uma grande indústria cinematográfica, ainda na década de 30 a Cinédia enfrenta muitas crises durante o seu crescimento.

Na década de 30 a Cinédia mantivera-se precariamente. Poucos filmes obtêm lucro e o que sustenta a companhia são as cavações institucionais: shorts e jornais cinematográficos. A Segunda Guerra Mundial provoca nos filmes dos anos 30, a escassez de filme virgem, mas nem por isso Adhemar Gonzaga deixa de proclamar pelas revistas que novos equipamentos estão chegando dos Estados Unidos e que o estúdio vai muito bem. Para confirmá-lo resolve filmar o romance de José Lins do Rêgo, *Pureza*, e importa um diretor lusitano. (SOUZA, 2002, p. 102)

No ano de 1931, Wallace Downey lança a primeira revista musical, “Coisas Nossas”, abordando o universo artístico do cinema, do rádio e do teatro. Para a revista *A Scena Muda*, Wallace Downey foi o pioneiro do cinema falado, pois chegou a trazer técnico de som do cinema americano, e também foi o pioneiro do cinema colorido, apresentando uma seqüência colorida em *João ninguém*.<sup>6</sup> Downey lança a fórmula para o sucesso desse estilo de filme, o cinema associado ao rádio. “A fusão do cinema e do rádio pareceu a melhor maneira de garantir o êxito comercial”<sup>7</sup>. A partir desse incidente, Adhemar Gonzaga começa a redefinir o perfil da sua companhia. Havia muita necessidade de viabilizar comercialmente a empresa, atingindo as camadas mais populares.

Aproveitando-se da inovação do som, a Cinédia lança um curta: “Como se faz um jornal moderno” e logo em seguida realizaria o primeiro filme falado sobre carnaval. “O carnaval cantado de 1933”, tem a produção de Fausto Macedo. A companhia aproveita desse estilo de filme e faz um semidocumentário chamado “A voz do carnaval”, sendo o primeiro filme falado produzido por Adhemar Gonzaga e Humberto Mauro. Na

<sup>6</sup> Revista *S Scena muda*, Rio de Janeiro, n. álbum, p.76, junho de 1949.

<sup>7</sup> RAMOS, Fernão e MIRANDA, L.F.A. **Enciclopédia do Cinema Brasileiro**. São Paulo: SENAC, 2000, p.131.



nova crise de produção por que passava o cinema brasileiro, “A voz do Carnaval” anunciava qual seria a direção que o cinema iria tomar para sobreviver nesse mercado invadido por filmes estrangeiros. Os filmes se apropriam da linguagem carnavalesca e passam a ser conhecidos pelo estilo musicarnavalesco. Eram filmes com pequenos orçamentos e uma repercussão muito grande entre o público, tornando o cinema muito mais popular. Nesse momento de crise do cinema brasileiro, essa seria a opção mais viável para uma possível levatada do cinema. Paulo Emilio Salles Gomes expõe que esse tipo de filme popularesco era fruto dos interesses entre o comércio de exibição e a fabricação nacional.

O resultado mais evidente foi uma proliferação de gêneros de filmes – a comédia popularesca, vulgar e freqüentemente musical – que desolou mais de uma geração de críticos. Uma visão mais aguda permitiria vislumbrar nessas fitas – destinada a setores mais modestos da sociedade brasileira – algumas virtualidades que mereciam estudo e desenvolvimento. Durante vinte anos esse gênero - que só decaiu no cinema quando foi absorvido pela televisão – registrou e exprimiu alguns aspectos e aspirações do panorama humano do Rio de Janeiro. (GOMES, 1996, p. 14)

Se para Paulo E. S. Gomes esse tipo de filme consistiria em uma “comédia vulgar e freqüentemente musical”, para o cinema nacional e as produtoras cinematográficas essa foi a solução para chamar milhões de espectadores para assisti-los. Downey associava-se à Cinédia e começa a produzir filmes nesse estilo carnavalesco. Os filmes exploravam o desempenho artístico-teatral e musical dos cantores do rádio ao máximo. O que se observou nesse período da história do cinema nacional foi uma proliferação dos filmes musicarnavalescos. Entre as décadas de 1930 a 1950 a chanchada consolida-se no âmbito cinematográfico, e há uma grande motivação e aceitação dos filmes com essa temática. O cinema absorve elementos que ele não foi capaz de fornecer por seus próprios meios: os cantores do rádio e a veia cômica muito explorada no teatro popular. A partir desses elementos, o cinema apenas lhes dá a visibilidade, alcançando uma popularidade há muito tempo desejada nas bilheterias dos cinemas. “O que a Cinédia (e a sua



concorrente Sonofilmes) fez, portanto, foi ampliar infinitamente as possibilidades de difusão desses artistas por meio do cinema.”<sup>8</sup>

### ***Cinearte e A Scena Muda: documentos de uma época***

Novidades, espetáculos, as novas tendências do que acontecia no palco artístico entre as décadas de 1920 e 1950 foram documentados na revistas *Cinearte* e *A Scena Muda*. Nesse período de transformações a sociedade começa a ter uma nova vida social, com oportunidades de entretenimento, de efervescência cultural, através do cinema, do rádio e do teatro. As revistas circulavam na época revelando o que muitos não viam dentro do universo cinematográfico, teatral e radiofônico.

A revista *A Scena Muda* teve seu início no ano de 1922 e circulou até 1955, tendo em seu grupo editorial Renato de Castro, Pery Ribas, Raimundo Magalhães Jr. e Leon Eliachar. Já a revista *Cinearte* foi criada em 1926 por Adhemar Gonzaga e Mário Behring exercendo grande repercussão no público cinematográfico. Seu sucesso foi atribuído ao projeto gráfico, muito inovador para a época e em relação às outras revistas que circulavam no mesmo período. A publicação dessa revista especializada em cinema circulou até o ano de 1946, sendo peça fundamental para a instauração da indústria cinematográfica no Brasil, já que ela trazia colunas sobre a técnica cinematográfica, o cinema brasileiro e o cinema educativo, buscando formar opiniões e disseminar a cultura cinematográfica no país.

As duas revistas tinham circulação nacional, pertenciam a grupos editoriais muito fortes e utilizavam a publicidade de filmes internacionais (norte-americanos) como fonte de renda. Funcionavam no sistema *star system holywoodiano*, e foi por esse sistema que muitos atores foram consagrados, surgindo as estrelas do rádio e do cinema. Na

---

<sup>8</sup> RAMOS, Fernão e MIRANDA, L.F A. **Enciclopédia do Cinema Brasileiro**. São Paulo: SENAC, 2000, p. 131.



época as revistas aproveitavam os grandes nomes de cantores ou artistas e publicavam fatos sobre a carreira e a vida pessoal. Um exemplo pode ser conferido na revista *A Cena Muda*, (v. 26, n. 8, p. 18, 19 fev. 1946. Rio de Janeiro) destacando o sucesso da atriz e cantora Carmem Miranda. Na maior parte das aparições as revistas aproveitam para divulgar a vida e os acontecimentos do artista, como os shows, espetáculos de teatro, rádio e cinema.

A construção da Cinédia deu novos ares de produção fílmica no Brasil. Ela nasceu da união de jovens idealizadores que estimularam o diálogo e a instituição de novos vínculos de contatos e projetos. Estabeleceu-se como um marco: considerado o movimento do cinema brasileiro, tratou-se de uma verdadeira tomada de consciência cinematográfica.

*É dentro desse período que nasce a Companhia Cinédia, até certo ponto conseqüência e prolongamento da revista “Cinearte” e da campanha em favor do cinema nacional. Foi a Cinédia um centro de atração: Gabus Mendes veio de São Paulo, Gentil Roiz de Pernambuco e de Minas Humberto Mauro, que assina o primeiro filme da companhia “Lábios sem beijos”. (GOMES, 1966, p. 61)*

Um dos marcos para a Cinédia foi a união com Downey, da qual surgem três filmes, *Alô!..., Alô!..., Brasil, Estudantes e Alô!..., Alô!... Carnaval*, tendo como atração Carmem Miranda.

(...) O incipiente cinema sonoro do Brasil, a ela, como a outros elementos ligados ao rádio e ao teatro, convidou para experiências. E bem mais, menos por culpa própria que por circunstâncias as mais diversas das quais todos temos algumas nações, o certo é que Carmem Miranda representou e cantou em *Alô!..., Alô!..., Brasil, Estudantes, Alô!..., Alô!... Carnaval e Banana da Terra*, nossos shows do passado. (Revista *A Cena Muda*, Rio de Janeiro, V.25,p. 16-17,32,34, 02 de outubro 1945.). (...) O cinema brasileiro estava naquela ocasião na fase dos filmes carnavalescos, que apresentavam, num desfile corrido, todos os elementos do nosso rádio. Carmem Miranda, portanto, não poderia de deixar de comparecer ao elenco dos primeiros shows carnavalescos do cinema da terra, ao lado dos outros cartazes da época. (...) Seus primeiros celulóides dessa fase foram *Alô!..., Alô!..., Brasil, Alô!...*,

Alô!... Carnaval, com Silvio Caldas, o saudoso Francisco Alves e outros. Estudantes, com Mário Reis, Mesquitinha, Barbosa Júnior, sua irmã Aurora Miranda e o Bando Lua, que ela levaria mais tarde para a terra de Tio Sam com a sua orquestra. (Revista *A Scena Muda*, Rio de Janeiro, v. 35, n.7, p. 11-15, 1º de abril de 1955.)

As revistas, como se pode notar, são documentos importantes na história do cinema e do rádio, relatando os fatos que presenciava. Na revista *Cinearte* de 1933 pode-se perceber a preocupação com o advento do som no cinema nos estúdios da Cinédia, fato que foi muito relevante nas conquistas cinematográficas.

(...) O departamento de som, a argumentação com vários técnicos especializados, genuinamente brasileiros, formados em poucos meses, dentro dos muros da “Cinédia”... mas outra coisa mais importante, constituindo o acontecimento da noite, embora poucas pessoas das presentes o sentissem. Pela primeira vez na história do Cinema Brasileiro, filmava-se uma cena de uma festa com uma orchestra verdadeira e completa para completar a “cor local”, nas cenas e... no som! Foi uma emoção imensa que sentimos nós que há tantos anos sempre tivemos fé na vitória deste Cinemazinho, mas nunca esperamos que avançasse tão rapidamente, principalmente com a transformação dos films com o advento da voz... (...) Essa noite – 18 de maio – tem uma significação das mais bonitas para o cinema brasileiro e “CINEARTE” não poderia deixar de registrá-la. (Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 366, p. 8-9, 46, 1º de maio de 1933.)

Depois da introdução do som no cinema, em 1933 inicia-se a gravação de *Ganga Bruta* produzido por Humberto Mauro. A trilha musical do filme foi composta de músicas estrangeiras e alguns trechos de músicas regionais brasileiras. O filme ficou conhecido como um dos projetos precursores na transição de cinema mudo para o falado no Brasil. Mesma com toda inovação para época o filme não foi muito bem aceito, ocasionando a primeira crise na Cinédia:

Não importam: técnica antiquada, ausência de sincronização e certa confusão determinada pela escassez de legendas. O que mais vale é o valor do cinema. Quantas soluções, sugestões, imaginação, na linguagem cinematográfica! *Ganga Bruta* é digno de figurar nas filmotecas e antologias. O que ela nos apresenta em matéria de cinema encheria es-



tas páginas. (Revista *A Scena Muda*, Rio de Janeiro, v. 34, n. 9, p. 32-34, 3 de março de 1954)

Foi depois de *Ganga Bruta* que Adhemar Gonzaga resolveu mudar o perfil de sua companhia, pois o filme não trouxe muito lucro para a companhia. A fórmula que se descobriu com Downey, os filmes musicarnavalescos, também foram assunto das páginas dessas revistas:

(...) Os produtores do filme *A voz do carnaval*, os proprietários de Cinédia não quiseram perturbar uma cavação iniciada; desde os primeiros momentos declaravam com a maior franqueza que não queria subvenções, auxílios pecuniários, de espécie alguma, a eles lhes bastavam certas facilidades de trânsito, entrada em recintos fechados, etc. Causas que em todo mundo civilizado se concede. Quanto ao mais, feito o filme o público se encarregaria de recompensar o esforço e dispêndio. Ora, ao simples anúncio de que a Cinédia ia fazer um filme do carnaval, ao escritório da empresa afluíram encomendas de cópias para vários Estados do Brasil. Só isso bastaria a Cinédia para a sua primeira grande experiência de um filme sonoro realizado em espaço aberto como o exigia a natureza da produção. Seria ainda uma experiência do seu moderno aparelhamento. Essa experiência fez-se: a comprovação realizou-se; tudo quanto o assumpto podia dar, ali está na *A voz do carnaval*. O aplauso do público que nem fez comparações, proclamando o filme da Cinédia como a melhor película até aqui feita sobre a grande diversão popular carioca, já constitui o veredictum que a empresa produtora desejava. Nos Estados, as cópias do *A voz do carnaval* fazem as suas excursões triumphes. (Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 364, p. 5)

O artigo revelava que os filmes com temáticas de carnavais seria a forma mais interessante de trazer um público maior para as salas de cinema e maiores rendimentos para as companhias cinematográficas. O cinema retrata em suas telas as marchinhas e músicas de carnavais que eram tocadas pelo rádio, explorando a veia artística dos cantores e materializando-os nas telonas. O simples aviso de um novo filme que estava sendo produzido e exibido nas salas de cinema do Rio de Janeiro fazia com os exibidores do país logo se animassem e levar a produção para outras cidades.

*A voz do carnaval* está passando no Rio Grande do Sul, ao mesmo tempo que vai subindo o norte...O filme tem agradado muito e agora chegou ao sul,

que é a parte do Brasil mais ‘fans’ do nosso cinema possui. Admirar o primeiro film falado da Cinédia, que afinal de contas tem seu valor e a sua feição artística, apesar de ser um film de reportagem carnavalesca. (Revista *Cinearte*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 368, p. 10-11, 1º de junho de 1933)

Além de sempre deixar o leitor informado sobre as inovações tecnológicas dentro dos meios de comunicação, em especial o cinema, algumas críticas e opiniões dos donos, diretores e produtores pertencentes a estes meios tinham um espaço certo para se expressar. Por exemplo, a revista *A Scena Muda* publicou um artigo escrito por Adhemar Gonzaga sobre o que ele pensava e sentia com todas as novidades que foram surgindo, como a técnica do som e como ele reagiu perante tantas mudanças.

(...) Neste tempo o cinema brasileiro cruzou os braços. Eu e Humberto Mauro, porém, já tínhamos planejado filmes maravilhosos... porque pretendíamos usar o som simplesmente em algumas frases dos personagens só a substituir os letreiros, mas não tínhamos nem a idéia de como seria um aparelhamento de som... Neste tempo parecia a todos a grande oportunidade do Cinema Brasileiro. Eu pensava diferentemente. Sabia que tínhamos de acompanhar a moda ditada pela descoberta da foto-célula ou pelo uso dos amplificadores. Sim, porque o cinema falado já existia há muito tempo. Sabia que, acompanhado da moda, íamos perder o ambiente de melhor compreensão do cinema e do ‘cenário’ fase iniciada com Barro Humano e Brasa Adormecida. E foi o que se deu, porque Wallace Downey pouco tempo depois engatou o seu caminhão de som na Cinédia, cujo aparelhamento era primitivo, e fez Alô!...Alô!...Brasil! Colaborei de certa maneira em Alô!...Alô!...Brasil e até acabei por dirigir os trabalhos de filmagens de Alô!...Alô!...Carnaval!, que com o primeiro filme foram, até agora, os filmes de melhor renda líquida. (Revista *A Scena Muda*, Rio de Janeiro, v. 22, nº 1.123, p. 8-9, 29 setembro 1942)

Enquanto muitos “cruzaram os braços”, Adhemar Gonzaga procurou buscar uma nova maneira de se adaptar às mudanças. Mesmo depois das crises pelas quais a Cinédia passou, ele continuou firme na luta pela sobrevivência da companhia. O seu olhar crítico possibilitou que o cinema brasileiro tivesse ares mais nacionais. Talvez as comédias populares não tenham caído no gosto dos críticos da época, mas o que se observou foi um movimento brasileiro, em sua maioria, produzindo filmes para o Brasil. Assistia-se assim a uma realidade mais próxima do que as retratadas nos filmes estrangeiros. O



cinema retomou uma essência mais brasileira, o que teve como consequência uma identificação muito grande por parte dos espectadores

### **Cinema, rádio e sociedade**

Os projetos de implantação e desenvolvimento do rádio e do cinema no Brasil foram inseridos no momento de modernização da sociedade brasileira. A princípio ela se dá pelas mãos da elite da época com o objetivo de transformar culturalmente a população, principalmente na educação. Sheila Schvarzman (2005) expõe que o cinema aparece com esse caráter mais elitista – avesso ao caráter popular –, e as confortáveis salas de cinema deveriam ser ocupadas por pessoas da classe mais elitista, já que somente eles seriam capazes de apreciar essa nova forma de expressão e arte. O cinema cumpria com a função educativa, mas com o propósito voltado para uma determinada classe, tendo os seus princípios completamente distintos dos primeiros ideais do rádio, que buscava abranger o maior número de pessoas. Pode-se perceber que foi através da utilização da linguagem radiofônica que o cinema tornou-se mais popular.

As inovações tecnológicas foram responsáveis pelas mudanças nas estruturas sociais, econômicas e políticas do Brasil, modificando ao mesmo tempo a condição de vida das pessoas e as rotinas de seu cotidiano. Ir ao cinema, escutar rádio, ler as revistas especializadas em cinema e assistir a peças de teatro constitui-se uma forma de entretenimento e estilo de vida, além de fomentar muitas discussões do que se dava pelos meios de cultura e comunicação.

Pierre Bourdieu (1996) discorre que as diferenças nas classes sociais correspondem a um determinado estilo de vida, constituindo o *habitus*, a partir de fatores de interiorização de normas e valores por meio do aprendizado, passando a ser algo natural no cotidiano das pessoas. Nesse contexto, ao analisar as mudanças que foram ocorrendo na

sociedade, por causa dos meios de comunicação, pode-se notar uma nova configuração do *habitus*. Se antes ir ao cinema ou escutar programas de rádio era algo raro nas práticas sociais, depois disso passou a ser internalizado como gestos do cotidiano que aos poucos foram sendo introduzidos na vida das pessoas.

(...) a correspondência que se observa entre os espaços das posições sociais e o espaço dos estilos de vida resulta do fato de que condições semelhantes produzem *habitus* substituíveis que engendram, por sua vez, segundo a sua lógica específica, práticas infinitamente diversas e imprevisíveis em seu detalhe singular, mas sempre encerradas nos limites inerentes as condições objetivas das quais elas são produto e às quais elas estão objetivamente adaptadas. (...) O estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou *hexis* corporal, a mesma intenção expressiva, principia da unidade de estilo que se entrega diretamente à intuição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados. (BOURDIEU, 1996, p. 82-83)

A influência desses meios despertou toda uma sociedade, tanto nos aspectos culturais como artísticos, e também na forma de se ver e se vestir. Nesse período de transformações culturais e sociais, os meios audiovisuais são responsáveis pelas mudanças no *habitus* da sociedade. Práticas que antes eram quase nulas na vida das pessoas passam a fazer parte do cotidiano de uma determinada classe da sociedade, dando para muitos que participavam desse universo artístico legitimação de poder e prestígio social.

### **Considerações finais**

Ao longo de toda essa trajetória do cinema nacional pode-se perceber que apesar de todas as dificuldades enfrentadas pelas companhias cinematográficas, em especial a Cinédia que foi destaque neste estudo, e pelos proprietários de estúdios tudo confluía para o aprimoramento dos meios de comunicação. Desde as primeiras dificuldades em reagir frente às novas tecnologias que o cinema a pequenos passos foi conquistando aos poucos sua liberdade e dando ares mais brasileiros aos filmes produzidos.



As primeiras dificuldades em se adaptar ao surgimento do som serviram para que, aos poucos, tudo isso se tornasse mais uma página virada da história do cinema brasileiro e através de novos meios ele se fizesse existir, sem precisar copiar modelos americanos. Foi através dessa necessidade, que o cinema foi buscar nas ondas radiofônicas uma nova estética, baseada nas músicas e marchinhas de carnaval e se utilizando da linguagem teatral, conquista a atenção do público dando uma grande audiência para os musicarnavalescos.

Grandes nomes como Roquette Pinto, Henrique Morize, Adhemar Gonzaga, Wallace Downey, Humberto Mauro dentre muitos outros acreditaram na possibilidade de se fazer algo tipicamente brasileiro, e levaram adiante o sonho de se ter grandes emissoras de rádio, além de companhias tecnicamente equipadas e com uma qualidade boa para a realização de bons programas culturais.

Tem-se que considerar que no início muitas dificuldades foram encontradas até se estabelecer a fórmula do sucesso popular. E se para muitos críticos da época o cinema abusava dessas comédias musicarnavalescas, foi através delas que uma constelação de estrelas do rádio pôde circular nesses dois meios e agitar uma sociedade com suas risadas, piadas, drama e muita música. As revistas *A Scena Muda* e *Cinearte* também contribuíram para atizar a curiosidade do ouvinte-espectador, que através delas pôde conferir a vida dos seus atores-cantores preferidos.

Por muitos anos o rádio criou na mente dos ouvintes um universo de magia e imaginação, despertando a curiosidade do público. Aproveitando-se dessa curiosidade, o cinema traz muitos profissionais da música para a sua tela, num período em que muitas das companhias cinematográficas não andavam obtendo sucesso com a produção de filmes, fracassando nas bilheterias e em muitos casos fechando as portas ao decretar a falência.

O cinema converge para os artistas do rádio, que estão no seu período de estrelato, e começa a produção de filmes com a participação deles. O rádio despertou no povo a vontade de ver os ídolos, e o cinema se aproveitou disso para se fortalecer, mostrando esse mundo de *glamour*.

É nítido de que essa convergência favoreceu principalmente o cinema: se, por um lado, os artistas tiveram suas vidas mais badaladas, por outro o cinema aumentou e muito os seus rendimentos. Não é em vão que a maioria das companhias de sucesso da época optou por esse estilo de filme. E também se pode falar que o rádio, à sua maneira, fortaleceu-se e popularizou-se ainda mais nessa época, por causa dessa convergência. Foi através da união e desenvolvimento desses meios de comunicação que a sociedade pôde ter uma nova visão de entretenimento, de mudanças e de evoluções na sociedade dessa época. “No Brasil, o rádio e o cinema têm que ser a escola dos que não têm escola.” (MOREIRA *apud* PINTO, 2002-2003, p. 15)

## Referências

- BERNARDET, Jean-Claude; RAMOS, Alcides Freire. **Cinema e história do Brasil**. São Paulo: Contexto, EDUSP, 1988.
- BOURDIEU, Pierre. **Razões Práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas: Papirus, 1996.
- CARRIERE, Jean-Claude. **A linguagem secreta do cinema**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.
- CUNHA, Mágda Rodrigues da. & HAUSSEN, Doris Fagundes. (orgs.) - Rádio e imaginação: no tempo da radionovela – Lia Calabre. In.: **Rádio Brasileiro: episódios e personagens** – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.
- \_\_\_\_\_. Fronteiras Invisíveis: Rondon e Roquette Pinto. Lilian Zarembo. In.: **Rádio Brasileiro: episódios e personagens**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.





- FANUCCHI, Mário. **O artista do rádio**. Dossiê 80 anos do rádio/Revista USP/ Coordenadoria de Comunicação Social, Univesidade de São Paulo – N.1 (mar/mai) – São Paulo, SP: USP, CCS 1989.ISSN (dez/jan/fev 2002-2003).
- GOMES, Paulo Emílio Sales. **Cinema: Trajetória no subdesenvolvimento**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- GONZAGA, Adhemar; GOMES, Paulo Emilio Salles. **70 anos de cinema brasileiro**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1966.
- HAUSSEN, Doris Fagundes. **O cinema brasileiro e o registro das expectativas tecnológicas radiofônicas (1930 à atualidade)** INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIX Congresso de Ciências da Comunicação. Tese (Doutorado) - da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil.
- HERSCHMANN, Micael M. e PEREIRA, Carlos Alberto M. (orgs.) **A invenção do Brasil moderno: medicina, educação e engenharia nos anos de 1920-1930**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- LENHARO, Alcir. **Cantores do Rádio – A trajetória de Nora Ney e Jorge Goulart e o meio artístico de seu tempo**. Campinas: Editora da UNICAMP, 1995.
- MONTEIRO, JOSE CARLOS; FUNARTE. **História visual: cinema brasileiro**. Rio de Janeiro: FUNARTE, Atração, 1996.
- ORTIZ, Renato José P. **A moderna tradição brasileira**. Cultura brasileira e indústria cultural. 3ª. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- PINTO, Vera Regina Roquette. **Roquette Pinto, o rádio e o cinema educativos**. Dossiê 80 anos do rádio/Revista USP/ Coordenadoria de Comunicação Social, Universidade de São Paulo – N.1 (mar/mai) – São Paulo, SP: USP, CCS 1989. (dez/jan/fev 2002-2003)
- RAMOS, Fernão e MIRANDA, L.F A. **Enciclopédia do Cinema Brasileiro**. São Paulo: SENAC, 2000.
- RAMOS, José Mário Ortiz. **Cinema, Televisão e publicidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.
- ROCHA, Anderson Medeiros da; ROCHA, Adriano Medeiros da. **A contribuição de Fenelon no cinema brasileiro**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Rio de Janeiro – 7 a 9 de maio de 2009.
- SCHARZMAN, Sheila. **O Rádio e o Cinema no Brasil nos anos 1930**. INTERCOM - XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília Núcleo de Pesquisa em Comunicação Audiovisual, 2006. Pós-doutoramento no Departamento de Multimeios da Unicamp.



SILVA, Márcia Regina Carvalho da. **A canção popular na história do cinema brasileiro.** (Parte1: 1929-1959) Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas (IA-UNICAMP), Campinas, São Paulo.

VIRGINIA, Sônia Moreira. **A porção carioca do rádio.** Dossiê 80 anos do rádio/Revista USP/Coordenadoria de Comunicação Social, Universidade de São Paulo – N.1 (mar/mai) – São Paulo, SP: USP, CCS 1989.ISSN (dez/jan/fev 2002-2003)

### Referências Eletrônicas

**Artigos das revistas *Cinearte* e *Scena Muda*.** Disponível em <http://www.bjksdigital.museusegall.org.br/pesquisa.htm> . Acessado em todos os momentos da pesquisa.(setembro/2008 até a presente data)

SCHARZMAN, Sheila. **Ir ao cinema em São Paulo nos anos 20.** Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-01882005000100008](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882005000100008). Acessado em 20/05/2009. Revista brasileira de história – scielo. Rev. Bras. Hist. vol.25 no.49 São Paulo Jan./June 2005.