



Cantoras do rádio e mulheres: um estudo sobre representações femininas no Brasil na década de 1950 construídas pela Revista do Rádio.

PAOLA GIULIANA BORGES¹

As carreiras das quatro cantoras aqui analisadas fizeram parte do contexto de desenvolvimento das principais emissoras de rádio do Brasil bem como de duas das maiores produtoras de cinema do país nas décadas de 1940 e 50. O rádio se mostrou o principal ponto irradiador das músicas cantadas por elas e o cinema pode ser colocado como o principal veículo, naquele período, em que as imagens dessas cantoras poderiam ser vistas em movimento pelo público. Além de rádio e cinema, as revistas existentes aparecem também como elementos importantes na divulgação das carreiras dessas cantoras.

A publicação à qual este texto dedica atenção, a *Revista do Rádio*, foi criada em 1948 no Rio de Janeiro pelo jornalista Anselmo Domingos e foi a segunda mais lida no país durante a década de 1950, ficando atrás apenas da revista *O cruzeiro*². Os números trazidos nela mostravam o constante e rápido aumento em suas tiragens, que na edição de número 15 de 1949 contabilizaram 30 mil exemplares e já na edição de número 20 do mesmo ano somavam 50 mil unidades impressas. A editora responsável pela publicação era a editora da própria revista. A *Revista do Rádio* e os demais meios de comunicação não eram, no entanto, apenas formas de divulgação de músicas e artistas de sucesso. Dada a apresentação, feita por eles, de diversos elementos formadores das imagens dos artistas divulgados, eles podem ser colocados como difusores de valores e comportamentos para suas audiências. Estas cantoras ocuparam lugar relevante no rádio e no cinema e eram as principais atrações da revista e é a partir da análise de reportagens, entrevistas e diários das cantoras presentes nessa publicação

¹ Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp.

² Revista lançada na cidade do Rio de Janeiro em 10 de novembro de 1928 pelos Diários Associados, grupo de comunicação de propriedade de Assis Chateaubriand. Foi a revista de variedades mais lida no país na primeira metade do século XX e trazia reportagens sobre os mais diversos temas, notícias nacionais e internacionais, editais de moda, receitas culinárias, dicas de comportamentos e sessões de humor. Chegou a alcançar a tiragem de 720.000 exemplares impressos com sua edição noticiando a morte do então presidente Getúlio Vargas, entretanto, a concorrência com outras revistas surgidas na década de 1960 fez com que seu número de leitores diminuísse ao longo deste período. A última edição da publicação foi datada de 1985. (<https://bndigital.bn.gov.br/artigos/o-cruzeiro/>); (<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204434/4101414/memoria3.pdf>)



que se pretende compreender as representações passadas sobre elas não apenas como cantoras, mas também e principalmente como mulheres para o público leitor da revista.

AS CANTORAS DE SAMBA E CARNAVAL

A primeira metade do século XX representou para o país o período de formação dos seus primeiros meios de comunicação de massa, dentre eles, cinema e rádio, mas também a transformação de samba e carnaval em fatores importantes para a cultura popular nacional. Estes dois elementos, por sua vez, tiveram destaque tanto na formação desses veículos quanto no repertório das cantoras aqui estudadas. Cada uma à sua maneira esteve de alguma forma ligada ao samba e ao carnaval. Linda Batista, chamada de embaixatriz do samba pela edição 161 da *Revista do Rádio*, defendia tal ritmo na década de 1950 como a autêntica música nacional. Exemplo disso é a reportagem que esta edição trouxe sobre a excursão internacional da cantora em 1952. Nesta viagem, a artista fez apresentações em boates de Paris, Lisboa e Roma e se mostrou categórica quanto aos pedidos que recebia do público:

“Uma dessas noites, no entanto, quando Linda perguntou o que desejavam ouvir, alguns cavalheiros de uma mesa de pista exigiram:

- Um mambo! Um mambo!

A cantora brasileira fez-se de surda aos pedidos destas pessoas, mas os cavalheiros insistiram no pedido. Linda finalmente resolveu responder-lhes à altura. Notando que falavam espanhol e já inteiramente "lotada", virou-se para eles e "soltou o verbo" na língua de Cervantes:

- Meus amigos, não atravessei o oceano para vir a Paris cantar músicas de outros países que não o meu. Se querem ouvir um samba, uma marcha ou um baião não façam cerimônia. Mas desiludam-se se pensam que cantarei um mambo!” (*Revista do Rádio*, 161, p. 39, 1952).

Marlene, por sua vez, era definida, na década de 1950, a partir do slogan “a cantora que canta e samba diferente”, dado a ela por Cesar de Alencar, e que foi grandemente explorado pela *Revista do Rádio* nos anos 1940 e 50. A edição de número quatro da

publicação trouxe entrevista com a cantora em que ela contava detalhes sobre o início de sua carreira, como que se apresentando ao público leitor. Afirmando que Marlene havia se tornado famosa de repente, a matéria logo em suas primeiras linhas a descreve como “uma bonita morena, que canta e dança o samba como ninguém: Marlene; sambista diferente que sabe sentir e interpretar a nossa música popular.” (*Revista do Rádio*, 04, p. 22, 1948)

Os modos de cantar e sambar de Marlene seguiam constantemente comentados pela publicação. A edição de número 15 seguia apresentando a nova Rainha do Rádio para o público a partir dessas duas habilidades: “Canta bem, interpreta melhor ainda, bamboleia o corpo, requebra-se, tem enfim um sabor diferente das demais cantoras.” (*Revista do Rádio*, 15, p. 08, 1949) assim como a edição de número 24, em que sua performance foi comentada em diversos pontos da entrevista:

“Quando apareceu no ambiente radiofônico sentiu que algo de novo surgia espetacularmente. Cantava e sambava de um modo singular, o que lhe valeu o cognome de “aquela que canta e samba diferente”.... Marlene gosta de ouvir música, muita música, popular ou não. Sempre que pode ela abre a vitrola, em sua casa, seleciona os discos e recostada numa poltrona deixa-se embevecido por lindas melodias. Ela porém só canta sambas. Canta e requebra. E como requebra e canta bem!” (*Revista do Rádio*, 24, p. 32, 1950).

Já ao analisar carreira e repertório de Emilinha Borba, pode-se perceber sua clara ligação com o carnaval. Ela foi, entre estas quatro mulheres, a cantora que mais participou de chanchadas, filmes diretamente relacionados a essa festa e que contavam ou com grandes sucessos já consagrados por ela ou com lançamentos que prometiam conquistar o público. Em seu depoimento dado ao Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro em 20 de novembro de 1996, Emilinha Borba afirmou, no entanto, se aborrecer com a fama que recebera de ser uma cantora exclusivamente carnavalesca. Já em aparições na *Revista do Rádio*, ela se defendia de quaisquer classificações recebidas a partir dos seus repertórios:

“Uma coisa que os meus fans já devem ter observado é que tenho feito sucesso com vários gêneros de músicas, daí eu não ter preferência por esta ou aquela música, deste ou daquele país. Quando gosto de uma determinada melodia, procuro interpretá-la com todo o carinho e dentro da minha sensibilidade artística.” (*Revista do Rádio*, 09, p. 12, 1949).

AS MULHERES ROMÂNTICAS

As tentativas de colocação dessas cantoras, por exemplo, como mulheres que, mesmo com uma vida profissional atribulada, estavam à procura de um casamento feliz com um homem dos sonhos eram recorrentes na publicação. A partir do momento em que o casamento acontecia, a rotina doméstica do casal se tornava um dos assuntos principais da revista que não poupava especulações sobre filhos e felicidade conjugal.

Linda Batista se casou pela primeira e única vez aos 18 anos, em 1937, porém se separou seis meses depois, conforme consta em sua biografia no Dicionário Cravo Albin e conforme seu próprio depoimento no Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro. Esta separação foi abordada logo na primeira reportagem com a cantora na primeira edição da história da *Revista do Rádio*. Nesta matéria, o repórter Nilton Arruda destacou a fuga de Linda Batista para se casar com seu escolhido, fuga essa frustrada quando a cantora percebeu que a vida artística seria inconciliável com a vida doméstica e que teria que escolher entre uma e outra. Neste momento, ela não foi criticada pela escolha, mas são diversas as reportagens da revista em que a vida familiar é colocada como uma razão compreensiva para o abandono do meio artístico por mulheres.

Especulações quanto a romances e possíveis casamentos eram comuns em relação a todas as artistas solteiras do rádio. Linda Batista era também alvo delas. Em um desses momentos, na edição número 150 de 1952 da *Revista do Rádio*, a cantora fora fotografada ao lado de Normando Lopes, locutor e presidente do sindicato dos radialistas, em matéria que detalhava um pedido de casamento que ele teria feito a ela em uma das festas dadas pela família da artista. Questionada sobre a veracidade do pedido e sobre possíveis datas, a cantora orientou a reportagem a ir conversar com o pretendente sobre esse assunto.

Dalva de Oliveira, por sua vez, foi uma cantora de repertório marcadamente romântico, permeado por boleros, sambas-canção e até mesmo tangos que tinham o amor ou a falta dele como temas principais. A partir da leitura da obra de Miriam Goldfeder, *Por trás das ondas da Rádio Nacional*, e da biografia de Dalva de Oliveira, *A estrela Dalva*, pode-se perceber que a cantora representava uma contradição em si mesma. Enquanto o sucesso alcançado por ela, principalmente na venda de discos, colocava-a como uma artista integrada aos meios de comunicação da época como rádio e cinema, o contexto do fim de seu casamento com Herivelto Martins a colocou como uma mulher/ cantora marginalizada em relação aos valores predominantes na época. Segundo Goldfeder (1980), a artista, assim como as demais, era admirada pelos grupos mais pobres da população, mas, em seu caso específico, também por faixas ainda mais marginalizadas como prostitutas, homossexuais e presidiários. Segundo a autora, Dalva de Oliveira encontrava fãs também em camadas médias e baixas da população insatisfeitas com os valores, costumes e leis que regiam suas vidas em uma sociedade que lhes impossibilitava de ter, por exemplo, a liberdade de encerrar um casamento por um processo de divórcio.

Dalva de Oliveira representou ainda para a autora a ruptura com uma visão padronizada e romântica de relacionamentos amorosos, ou seja, uma ruptura com o final feliz, e acabou levando a cabo um realismo negativista, nas palavras de Goldfeder (1980), que rompia com diversos estereótipos presentes em imagens apresentadas por veículos de comunicação, como por exemplo, a própria *Revista do Rádio*. Ela acabou se tornando, segundo a pesquisadora, uma forma de identificação, portanto, de quem não tinha com quem se identificar ao ler as revistas da época, mostrando, a partir dos acontecimentos de sua vida, uma realidade que rádio e imprensa não gostariam que aparecesse, rompendo padrões e modelos ideais mesmo não tendo plena consciência ou vontade de fazê-lo.

A análise dos exemplares da *Revista do Rádio* publicados durante toda a década de 1950 comprova que, além de não haver intencionalidades transgressoras nos discursos da cantora nas diversas matérias realizadas com ela, a própria revista procurava não dar margem a esse tipo de possibilidade. Não há em nenhuma reportagem sobre Dalva de Oliveira referência a rupturas comportamentais ou a qualquer possível caráter transgressor que a vida e as atitudes dela pudessem sugerir. Esse grupo de fãs formados por prostitutas, homossexuais e mulheres separadas de seus maridos não eram representados na publicação, assim como a vida da cantora também não o era da maneira analisada por Goldfeder (1980). As matérias da publicação sobre seu segundo casamento, que se tornaram tão recorrentes quanto haviam sido

as reportagens sobre seu desquite, mostravam exatamente essa Dalva de Oliveira romântica e sonhadora à procura da felicidade conjugal.

Já Emilinha Borba é apresentada nesta pesquisa como a cantora que mais se adequou a um modelo de comportamento conservador, discreto e recatado amplamente defendido e divulgado pela *Revista do Rádio*. Campeã de cartas tanto da Rádio Nacional quanto desta publicação durante toda a década de 1950, ela trazia em seu modo de vestir, cantar, dançar e na forma com que conduzia sua vida particular toda a discrição condizente com a imagem que se desejava transmitir em relação às mulheres. Foram diversas as declarações da cantora em seu diário em que ela justificava o fato de não aparecer de biquíni em público, não sambar como Marlene, não falar alto, não gostar de sair à noite e preferir ir ao cinema a ir às boates³, por exemplo. Geralmente com agenda cheia durante toda a semana, a cantora aproveitava as quartas-feiras para descansar. Seus programas favoritos eram, segundo ela, ou o repouso absoluto em seu apartamento, como relatou seu diário na edição de número 165, ou ir ao cinema assistir a algum filme nacional, conforme seu diário da edição de número 166:

“Dia de folga: meu Deus há tanta coisa para fazer em casa. Verificar o guarda-roupa, providenciar compras com a empregada, um nunca mais acabar de trabalho Folga, hein? O melhor, mesmo é a gente "morrer" duas horas num cinema não acham? Fui assistir a um filme nacional. O "Com o Diabo no Corpo", muito bom, aliás.” (BORBA, E. Diário de Emilinha, *Revista do Rádio*, 166, p. 15, 1952).

O tema casamento se fazia presente mesmo quando a mulher era retratada pela *Revista do Rádio* como moderna e diferente, como no caso de Marlene. Seu primeiro casamento foi inclusive alvo de uma ação publicitária da revista, rendendo uma sequência de reportagens e um concurso para seus leitores. A edição de número 115 de 1951 trouxe a primeira entrevista com ela tratando de seu noivado, apresentado-o como um grande mistério. Na matéria intitulada “Marlene encontrou seu eleito! Cupido flechou a ex-rainha do rádio!”

³ A edição número 234 da *Revista do Rádio* trouxe reportagem em que apresentava as mais luxuosas boates cariocas. Emilinha Borba e Francisco Alves foram descritos como dois dos cantores populares do país que sempre se recusaram a cantar nesses locais.

(*Revista do Rádio*, 115, p. 03, 1951), a revista trouxe quatro páginas de entrevistas em que a cantora se desviava das perguntas sobre um possível noivado com um rapaz ainda misterioso. Mesmo não querendo revelar a veracidade ou não da fofoca, a artista foi categórica ao afirmar: “Sou mulher, tenho os meus sonhos. Como todas as mulheres, quero um lar, muitos filhos. Adoro criança!” (MARLENE, *Revista do Rádio*, 09, p. 05, 1948). Já na edição número 136, foram dadas as diretrizes para quem quisesse, em troca de um prêmio de 10 mil cruzeiros, especular sobre a identidade do rapaz.

O noivo de Marlene foi finalmente revelado na capa da edição 139 da revista. Luiz Delfino, o ator que contracenara com ela em *Tudo Azul*, era o escolhido da cantora. A edição seguinte trouxe entrevista com ele para que fossem esclarecidos o início do namoro e os preparativos para o casamento. Na matéria “Nasceu de um beijo de cinema o noivado de Marlene” (*Revista do Rádio*, 140, p. 05, 1952), o ator relata já estar encantado pela “personalidade irradiante da cantora” (*Revista do Rádio*, 140, p. 05, 1952), mas que nada, além de pequenas conversas, havia acontecido entre os dois. Foi nas filmagens de *Tudo azul*, entretanto, que os dois se tornaram mais próximos. O primeiro beijo do casal teria sido exatamente o beijo da cena final da produção e foi assim descrito na matéria:

“Até que a “Flama” providenciou a cena final do “Tudo Azul”. Luzes, câmera e ação... e os dois se beijaram. O beijo demorou. As luzes apagaram... e o diretor pulou entusiasmado:

_ Puxa! Esse beijo até parece real! Que naturalidade!!” ”

Luiz Delfino e Marlene estavam tontos. Um embaraço que não escapou à observação de todos. Sorrisos, piadas alegres... e os dois não se falaram, na clássica viagem da “carona”. Até que o enamorado reuniu alento e desabafou: aquilo era demais! Que Marlene não o amasse, estava bem. O que não era possível seria guardar aquilo tudo no coração.

— Pois é. Mas acontece que eu... eu também o amo, Luiz Delfino!

A possibilidade de veiculação de propagandas nas emissoras de rádio trouxe a elas uma nova renda que contribuiu para que suas estruturas se ampliassem e se diversificassem a ponto de serem necessárias contratações de diversos trabalhadores para as novas funções que iam sendo desenvolvidas. Entre esses trabalhadores, podem ser citados também os artistas que deveriam se apresentar nos programas criados. O sucesso que o chamado rádio comercial começou a fazer entre público e anunciantes fez com que alguns desses artistas se destacassem entre a audiência do veículo e passassem a ser disputados pelas grandes emissoras, o que ocasionou o surgimento de contratos com valores de remuneração cada vez maiores para eles. Dentre esses artistas, as cantoras aqui analisadas ganham destaque por terem extrapolado a esfera desses contratos radiofônicos e conseguido também grandes rendimentos em cassinos, boates, teatros de revistas, excursões pelo país, ou mesmo fora dele, e no cinema. Elas passaram, então, a ter estilos de vida mais sofisticados, desfilando as últimas modas em roupas e acessórios e adquirindo – e exibindo – também as últimas novidades em diversos tipos de produtos que eram apresentados aos consumidores. Os números relacionados aos seus contratos de trabalho eram divulgados pela *Revista do Rádio* assim como também eram colocadas na publicação informações sobre compra de imóveis, automóveis e sobre os mais diversos elementos que situavam essas cantoras em patamares econômico-sociais elevados. Eram assim construídas, como se verá, suas representações como mulheres ricas e luxuosas que lançavam

A coluna “24 horas na vida de um artista” (*Revista do Rádio*, 71, p. 66, 1951) destacava a rotina de Linda Batista, afirmando que ela, assim como os demais artistas, acordava após o meio dia. Para começar seu dia, fazia sua maquiagem e tratava de cuidar de sua coleção de bonecas em seu apartamento no bairro do Flamengo. Já a edição número 74 da publicação, colocava a cantora ao lado de figuras como Vicente Celestino, Francisco Alves e Orlando Silva apresentando-a como uma das cantoras do rádio que se desistisse da carreira poderia viver em boas condições apenas com os rendimentos do que havia conquistado. Carmem Miranda, Cesar de Alencar, Héber Boscoli⁴, Luiz Gonzaga⁵, Vitor Costa e Aracy de Almeida⁶ foram citados na reportagem como artistas que também já haviam conquistado situação econômica tranquila graças aos seus trabalhos no rádio e em discos. Percebe-se que, já neste momento, Linda Batista se encontrava em meio aos maiores cartazes do rádio nacional.

⁴ Um dos principais locutores da Rádio Nacional.

⁵ Cantor, compositor e sanfoneiro pernambucano, nascido em 1912, conhecido como o Rei do Baião.

⁶ Cantora nascida em 1914 no Rio de Janeiro conhecida pelo sucesso interpretando músicas de Noel Rosa.

Dalva de Oliveira, por sua vez, ao deixar o Trio de Ouro no final da década de 1940 passou a ser alvo também de reportagens que, entre outros aspectos, destacavam tanto o aumento de seus rendimentos como as mudanças em seu estilo de vida em relação à sua vida com Herivelto Martins. A matéria intitulada “Dalva de Oliveira ganhou 20 mil cruzeiros por dia, em Manaus” (*Revista do Rádio*, 103, p. 24, 1951) pode ser citada como um desses exemplos, já que ela mostrava uma cantora em início de carreira solo e já muito bem recompensada financeiramente. A artista era no momento de publicação desta matéria, o ano de 1951, Rainha do Rádio e suas três apresentações na “Festa da Mocidade” em Manaus foram assim descritas:

“A estréia de Dalva de Oliveira em Manaus, foi algo de notável. A "Rainha do Rádio", atuou apenas por 3 dias na "Festa da Mocidade", recinto de propriedade da Rádio Difusora do Amazonas ZYS-3. Foi a maior bomba atômica do ano que a S-8 pôde lançar no meio radiofônico amazonense. O sucesso foi artístico, e monetário, pois a artista ganhou por espetáculo vinte mil cruzeiros por dia. Todos queriam vê-la e aplaudi-la. Dalva de Oliveira arrastou ao parque difusoriano uma verdadeira multidão. Foi uma temporada nunca vista, em verdade!” (*Revista do Rádio*, 103, p. 26, 1951).

As reportagens sobre ela na publicação seguiam trazendo seus números financeiros e recordes arrecadados com vendas de discos, como na edição 243, em que a própria artista afirmou: “- Kalu” já rendeu até hoje cêrca de 700 mil cruzeiros e ainda é sucesso em qualquer lugar onde me apresento. Depois de "Kalu", já gravei cerca de 40 discos, o que me proporciona uma renda trimestral de cerca de 150 mil cruzeiros” (OLIVEIRA, Dalva de. *Revista do Rádio*, 243, p. 07, 1954).

No caso de Emilinha Borba, ficará claro, no item posterior, que as representações passadas sobre sua figura tanto em reportagens com ela na *Revista do Rádio* quanto em discursos que ela mesma fazia em seu diário a colocavam como uma artista que procurava se aproximar, mais do que qualquer outra das cantoras aqui analisadas, do cotidiano vivido por suas fãs. Entretanto, ela também não escapou de matérias em que sua rotina de estrela e seus dados financeiros eram amplamente divulgados pela publicação, como se pode ver.

No começo da década de 1950, a cantora já figurava entre os artistas mais bem pagos pelo rádio, como se pode ver em reportagem intitulada “Quais são os milionários do rádio?” (*Revista do Rádio*, 61, p. 16, 1950), em que foram destacados os 15 mil cruzeiros mensais recebidos por ela e Marlene em seus contratos com a Rádio Nacional. Já as rotinas de beleza e descanso de Emilinha Borba, por exemplo, foram destaques em seu primeiro diário na *Revista do Rádio*, no número 110 da publicação, em que a cantora afirmou que separava um dia de sua agenda para seu cabeleireiro. Geralmente às sextas-feiras, a artista dedicava sua tarde ao que descreveu como uma “luta pela juventude do rosto” (BORBA, E. Diário de Emilinha, *Revista do Rádio*, 110, p. 10, 1951)

No caso de Marlene, além de tais fatores monetários, sua elegância foi ainda mais ressaltada em reportagens, fazendo com que até os dias atuais este seja um fator de referência em relação a ela, como pode ser observado em entrevistas disponíveis na internet ou mesmo nas duas biografias aqui citadas da artista. São diversas as reportagens realizadas com ela que podem ser mostradas como exemplos da construção da imagem da cantora como uma das mulheres mais elegantes de seu tempo. As notícias sobre sua passagem pela França em 1951 conferiram grande destaque à atenção que a artista teria chamado na dita capital da moda. Em entrevista Marlene afirmou:

“— Quando embarquei para a Europa, levei comigo um guarda-roupa e tanto! Esperava mostrar aos europeus que as mulheres brasileiras sabem se trajar com elegância — e parece que consegui o meu intento! Imaginem que, em Londres, o chapéu com que desembarquei marcou época — e as toilettes que exibi fizeram furor! Houve um fotógrafo que se deu ao trabalho de fotografar, peça por peça, os balangandans de uma pulseira e vários detalhes do meu vestuário — inclusive o salto "tipo-aranha-céu" do meu sapato... Foi uma coisa louca!” (*Revista do Rádio*, 105, p. 22, 1951).

Era comum que a *Revista do Rádio* trouxesse reportagens em que as artistas eram questionadas sobre os gastos pessoais com roupas e acessórios em geral. Marlene, na edição de número 477, explicitou os gastos com as duas coleções de 30 vestuários completos que ela fazia por ano, uma para o verão e outra para o inverno. De acordo com a cantora, seus gastos

chegavam a 600.000 cruzeiros para cada uma dessas estações, além dos gastos mensais com vestidos para ocasiões específicas ou mesmo para o dia-a-dia de trabalho. Ela afirmou ainda que os gastos semanais com cabeleireiro eram de aproximadamente 7.200 cruzeiros, além de gastos com joias e lingerie, às quais ela dava preferência para as peças trazidas do exterior por amigas. Números reais ou não, importa aqui o uso da elegância e do dinheiro para colocá-la em um patamar de estrela que gastava grande parte do seu rendimento, segundo ela mesma, para manter-se bonita e elegante e que tinha o exterior como grande inspiração para formar seu guarda-roupa. A França era seu principal ponto de referência para compras e modelos a serem copiados por suas estilistas.

AS DONAS DE CASA

As duas categorias anteriormente apresentadas mostram representações que poderiam despertar no público admiração e inspiração em relação às cantoras do rádio pelas condições alcançadas em suas vidas pessoais e profissionais. Entretanto, a categoria de representação presente na *Revista do Rádio* que mais parecia aproximar público e ídolo era a da cantora enquanto uma dona de casa. Com maior ou menor ênfase, essas quatro cantoras acabaram sendo retratadas em tarefas domésticas e suas habilidades em relação a essas atividades foram constantemente exaltadas pela publicação.

Linda Batista, por exemplo, na sessão intitulada “Curiosidades sobre a querida estrela” (*Revista do Rádio*, 24, p. 08, 1950), teve, entre outros aspectos, destacadas as qualidades da cantora como cozinheira, mas também como costureira. Já a reportagem “Linda Batista está apaixonada” (*Revista do Rádio*, 247, p. 26, 1954) trouxe logo em seu início a afirmação de que a cantora nunca havia tido a pretensão de ser uma dona de casa e que apenas passava o tempo necessário na cozinha, não gostando de dedicar seu tempo a atividades como, por exemplo, ir à feira fazer compras. Entretanto, ao assumir a direção da boate do Hotel Plaza, a cantora teria se apaixonado por tais atividades e teria tomado gosto pela rotina das donas de casa.

Percebe-se que mesmo quando a cantora era destaque na publicação por suas constantes viagens para fora do país e pelo crescimento de sua carreira internacional, como no caso de Dalva de Oliveira, aproximações de sua figura com a de uma possível dona de casa

eram feitas. Apesar de este perfil em relação a ela não ter sido muito explorado, essa aproximação era sempre feita partir de sua relação com seus filhos. A edição número 91, por exemplo, trouxe reportagem que descrevia a situação de guarda compartilhada em que se encontravam os filhos de Dalva de Oliveira e Herivelto Martins após o desquite. Segundo a revista, a cantora permaneceria seis meses do ano com as crianças, enquanto o pai ficaria os demais seis meses. Nesta reportagem, foram mostrados a chegada dos filhos à casa da mãe, após um período de separação, e os preparativos que a artista havia feito para recebê-los. Após ser fotografada arrumando a cama de seus filhos, Dalva de Oliveira teria partido para: “tratar do almoço dos meninos e ela mesma fez questão de fritar bifes com batatas pois foi o que eles desejaram comer” (*Revista do Rádio*, 91, p. 31, 1951).

Emilinha Borba foi, entre todas essas cantoras, a que mais foi aproximada pela revista da figura de uma dona de casa, tanto em reportagens sobre ela como em sua coluna semanal na publicação. Parecia natural que a cantora extrapolasse os assuntos referentes à sua carreira e comentasse também sua vida pessoal em seu diário, a forma como isso foi feito é que chama a atenção pelas tentativas da artista em aproximar seu cotidiano das rotinas de suas fãs. Eram comuns referências, em sua coluna semanal na *Revista do Rádio*, a receitas culinárias, aos preços altos de alimentos, ao aumento do custo de vida e também a atividades e problemas domésticos. Esta era, segundo Goldfeder (1980), uma forma eficaz tanto de preencher frustrações simbólicas e econômicas em seu público quanto de aproximá-lo do ídolo ao ser ele colocado como uma pessoa comum sujeita aos mesmos problemas que a audiência, como pode ser visto nos diversos exemplos que seguirão, como na edição de número 129 da *Revista do Rádio* em que a cantora escreveu em seu diário:

“Ah, nem tem dúvida. Aderi, incontinentemente, à greve da carne. Não como bife há três semanas, em sinal de solidariedade às donas de casa que não suportam os aumentos sucessivos no preço do artigo. Nada de carne! Pelo menos enquanto os preços continuarem pela hora da morte. É preciso que muitos entendam a Importância da resistência á ganância de comerciantes inescrupulosos, desprovidos da mais leve parcela de consideração à miséria do povo: aderindo à greve, faremos com que o preço da carne chegue a limite razoável. Do contrário, teremos que pagar mil cruzeiros, qualquer dia, por um bife mal feito...

e com osso!” (BORBA, E. Diário de Emilinha, *Revista do Rádio*, 129, p. 10, 1952).

Já em reportagem intitulada “Emilinha depois do casamento”, na edição 368 da publicação, a cantora foi fotografada e descrita como “boa dona de casa, (que) pensa no que comerão, logo mais, o seu grande amor e o querido Artur Emílio.” (*Revista do Rádio*, 368, p. 46, 1956). Nas fotos, a cantora aparecia no sofá, sentada com seu filho e seu cachorro, abrindo os diversos presentes pelo seu casamento, mas também ao lado do fogão cozinhando, na cena assim descrita:

“Quem disse que Emilinha não sabe cozinhar? Uma estrela, ainda que famosa e adorada pelas fans, precisa conhecer os segredos da cozinha. E Miloca até que sabe preparar bons quitutes. Vocês estão convidados para uma succulenta macarronada? Esta, por certo, é uma das fotografias que as fans guardarão para sempre.” (*Revista do Rádio*, 368, p. 49, 1956).

Emilinha Borba, como se pode perceber, soube usar seu espaço na *Revista do Rádio* para se manter próxima de suas fãs e em muitos casos tal aproximação era feita a partir de um discurso que retratava também como suas as preocupações cotidianas de seu público. A publicação funcionou como porta voz de sua carreira e de seus valores, que condiziam, como colocou Goldfeder (1980), com os ideais conservadores de uma nascente classe média brasileira, mas que se estendiam também ao público popular, principal audiência da cantora. Emilinha soube, conforme mostrado, apelar para o lado romântico de suas fãs ao falar sobre seu marido e sobre a felicidade de seu casamento, para o lado maternal de suas admiradoras ao contar detalhadamente e por diversas vezes a rotina de seu filho, mas soube mais do que qualquer outra das cantoras aqui analisadas se colocar como uma dessas mulheres que formavam sua audiência nos auditórios da Rádio Nacional, formavam seus diversos fãs-clubes pelo país ou mesmo faziam parte de suas plateias pelo interior do Brasil. Ao se colocar diante de problemas comuns a elas, como alta dos alimentos, aumento do custo de vida, cansaço pelo trabalho exaustivo de cantora profissional e dona de casa, Emilinha se colocava

em posição de igualdade com suas fãs, sujeita às mesmas angústias que elas, inspirando nelas uma condição de superação dos seus problemas, mas não através de grandes mudanças ou transformações, mas sim por meio de valores como positividade, alegria e felicidade que deveriam ser demonstrados mesmo quando não se conseguia, como pode ser observado na grande quantidade de depoimentos dados por ela em seu diário na *Revista do Rádio*.

No caso de Marlene, ela foi, entre essas quatro cantoras, a que menos teve sua imagem ligada ao padrão de comportamento estabelecido para uma dona de casa. Apresentada pela *Revista do Rádio* como uma mulher moderna e elegante, as próprias reportagens da publicação forneciam exemplos de comportamentos que a diferenciavam das mulheres comuns, como se pode ver na sessão “24 horas na vida de uma artista” (*Revista do Rádio*, 28, p. 49, 1950). Nela, foi mostrado que Marlene acordava todos os dias às 13 horas e tomava seu café na cama. Ao levantar-se, a cantora tratava de cuidar de seus cabelos e de seus figurinos para o dia para que pudesse sair para trabalhar.

Percebe-se, com o estudo das representações de Marlene na *Revista do Rádio* que o fato de ela ter iniciado sua carreira em meios frequentados por públicos com maiores poderes aquisitivos moldou e construiu seu modo de cantar, de se apresentar e de se vestir. Tais características, elucidadas nos itens anteriores, foram mantidas pela cantora, no entanto, mesmo quando ela se tornou uma cantora do rádio. A absorção bem-sucedida de Marlene pelo público popular da Rádio Nacional fez com que ela dividisse com a rival Emilinha a atenção dessa audiência bem como da própria emissora. Já a incorporação dela como ídolo pela estação e pela *Revista do Rádio* fez com que fosse perdida, segundo Goldfeder (1980), grande parte das características de ruptura que uma imagem inicial de Marlene pudesse trazer. Ela manteve seu aspecto moderno, sofisticado e sensual, principalmente no que se referia aos seus figurinos, mas tal mudança não foi levada a ponto de provocar uma real quebra de padrões da época e menos ainda a ponto de levar sua principal rival a uma perda de popularidade. Marlene não levou, assim “...às últimas consequências uma imagem que alterasse ou introduzisse novas necessidades simbólicas” (GOLDFEDER, 1980, p. 75).

BIBLIOGRAFIA

CALABRE, Lia: *A era do rádio*. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor, 2002.

_____, Lia: *Políticas culturais no Brasil – dos anos 30 ao século XXI*. Rio de Janeiro, RJ: Editora FGV, 2009, 1ª ed.

Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira. Disponível em: <<http://www.dicionariompb.com.br/>>. Acessos em 20 de janeiro e 13 de fevereiro de 2016.

FENERICK, José Adriano: *Nem do morro nem da cidade*. São Paulo, SP: Annablume. FAPESP. 2005

GHEZZI, Ribas D. *Música em transe: o movimento crítico da emergência da mpb (1958-1968)*. Tese de Doutorado em Sociologia. 2011. IFCH/ UNICAMP. Campinas- SP, 30/03/2011.

GOLDFEDER, Miriam: *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra, 1980.

NICOLAU NETTO, Michel. *Música Brasileira e Identidade Nacional na Mundialização*. 1. ed. São Paulo, SP: Annablume, FAPESP, 2009. v. 1.

PEREIRA, José Baptista Borges: *Cor, profissão e mobilidade, o negro e o rádio de São Paulo*. São Paulo, SP: Editora Universidade de São Paulo, 1967.

TINHORÃO, José Ramos: *Música Popular: do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo, SP: Editora 34, 2014, 2ª ed. revista.

PUBLICAÇÕES E PERIÓDICOS

REVISTA DO RÁDIO. Rio de Janeiro: Editora da Revista do Rádio, 1948 – 1959.