

## **Rádio Federal virou Manchete: a entrada das Empresas Bloch na mídia eletrônica<sup>1</sup>**

Fernando MORGADO<sup>2</sup>

Mestre

Faculdades Integradas Hélio Alonso, Rio de Janeiro, RJ

Paloma da Silveira FLECK<sup>3</sup>

Mestranda

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### **Resumo**

Inserido no campo da história das instituições delimitado por Michael Schudson (1993), o presente artigo aborda os primeiros dez anos das Empresas Bloch no setor de radiodifusão. Esse período se inicia em 1971, quando ocorre a compra da Rádio Federal, e se estende até 1981, ano em que o grupo conquista as concessões que deram origem à Rede Manchete de Televisão. Discute os sucessos e fracassos obtidos pelos Bloch no rádio e aponta os legados que deixaram para o meio. Considera a periodização histórica proposta por Ferraretto (2012) e as tendências apontadas por Ortriwano (1985). Em termos metodológicos, combina pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2005), entrevista em profundidade (DUARTE, 2005) e análise documental (MOREIRA, 2005).

**Palavras-chave:** História da Mídia Sonora; Empresas Bloch; Manchete AM; Rádio Federal.

Foi pelo rádio, e não pela TV, que a família Bloch ingressou na mídia eletrônica. Ainda que a Rede Manchete de Televisão tenha superado a Bloch Editores em termos de atenção e recursos desde o momento em que começou suas transmissões, no ano de 1983, foram os rádios – em especial a AM – que criaram as bases para que esse grupo empresarial fosse muito além das revistas.

A entrada dos Bloch na radiodifusão se deu com a aquisição da Rádio Federal AM, pequena estação sediada em Niterói, então capital fluminense<sup>4</sup>. Entre erros e acertos, foi na Federal, posteriormente relançada como Manchete AM, que eles acumularam conhecimento e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História da Mídia Sonora, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

<sup>2</sup> Coordenador adjunto do Núcleo de Estudos de Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, grupo de pesquisa certificado junto ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Professor das Faculdades Integradas Hélio Alonso. Mestre em Gestão da Economia Criativa pela Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro. E-mail: contato.fernandomorgado@gmail.com

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Graduada em Comunicação com Habilitação em Jornalismo pela UFRGS. Integrante do Núcleo de Estudos de Rádio da UFRGS. E-mail: fleckpaloma@gmail.com

<sup>4</sup> Naquele momento, Niterói era a capital do antigo estado do Rio de Janeiro, que foi unido com o estado da Guanabara no dia 15 de março de 1975. Essa fusão deu origem à atual configuração do estado do Rio de Janeiro, cuja capital é o município do Rio de Janeiro.

experiência decisivos para a posterior formação da rede de TV aberta, ao mesmo tempo em que lançaram profissionais e formatos de programação que continuam no ar até os dias atuais em outras rádios.

Este estudo visa analisar e registrar a forma como se deu o ingresso das Empresas Bloch no mercado de mídia eletrônica, ingresso esse ocorrido através do rádio. Será dada ênfase à primeira década de atividades: de 1971, ano em que a família Bloch compra a Rádio Federal, até 1981, quando recebe a outorga de quatro canais de televisão aberta.

Para compreender o rádio – e o caso particular da Rede Manchete de Rádio – como ramo particular de investimento e reprodução do capital, faz-se necessária uma breve recuperação histórica desse meio no período. Conforme periodização proposta por Luiz Artur Ferraretto (2012), a história do rádio brasileiro pode ser dividida em quatro fases: *implantação*, *difusão*, *segmentação* e *convergência*. Para o presente artigo, destaca-se a fase de segmentação, que começa no fim da década de 1950, quando a televisão ainda vivia seus primeiros tempos no Brasil. É nesse período em que a TV passa a dominar a captação das verbas publicitárias. Diante de tal quadro, o rádio se vê obrigado a oferecer conteúdo diferenciado, se reinventar através dos comunicadores e investir na proximidade com o ouvinte por meio de aparelhos portáteis, além de implantar a frequência modulada (FM) e ver surgir redes via satélite (FERRARETTO, maio-ago. 2012, p. 17). Nessa fase, se destacam ainda os conglomerados comunicacionais – como era o caso, por exemplo, das Empresas Bloch –, que passam a se articular de modo oligopólico, "no campo da propriedade cruzada dos meios, controlando, simultaneamente, jornais, emissoras de rádio e/ou estações de TV" (FERRARETTO, maio-ago. 2012, p.15).

Em segmentos mais específicos, atuam também algumas pequenas e médias empresas, cujo menor porte não impede, em casos determinados, o sucesso de seus empreendimentos na área de radiodifusão sonora. Os conglomerados, no entanto, tendem a criar poderosas barreiras à entrada de concorrentes. Alguns chegam a operar redes via satélites, ampliando o alcance de seus negócios. (FERRARETTO, maio-ago. 2012, p.16)

Trata-se de linha semelhante à de Gisela Ortriwano (1985), que aponta três tendências na indústria do rádio: a especialização; a formação de redes; e o surgimento do que à época se conhecia como rádios livres. Com relação à formulação de redes, a autora afirma que as emissoras são estruturadas visando a exploração das potencialidades comerciais do meio.

O objetivo principal dessa nova tendência está ligado unicamente a fatores econômicos: fortalecer o rádio como alternativa publicitária, procurando obter maior lucratividade com menor investimento. As emissoras que fazem parte de uma rede,



recebem, ao mesmo tempo, programação e patrocinador. (ORTRIWANO, 1985, p. 31).

Na visão de César Bolaño (2012), a participação em uma rede de programação pode significar vantagem para uma determinada empresa, mas é apenas um elemento a influenciar na disputa pela audiência local, que busca no rádio justamente a proximidade que a televisão não oferece na mesma medida.

Trata-se de dois negócios de dimensões completamente díspares, com estruturas de custos e barreiras à entrada totalmente diferentes. Assim, enquanto o modelo da comunicação de massa migra para a televisão e lá se consolida, o rádio (que não deixa de ser um meio de comunicação de massas, no formato da cultura de onda, por isso) segue o caminho da segmentação. (BOLAÑO, ago. 2012. p. 11-12).

Já no que diz respeito à especialização, Ortriwano (1985) defende que essa tendência ocorreu pela necessidade de se entender a exploração de diversas faixas socioeconômicas disponíveis no mercado.

O rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. [...] Começa a acentuar-se a especialização das emissoras, procurando cada uma delas um público específico. Já não era mais possível manter produções tão caras quanto as do período anterior: a especialização vai se acentuando cada vez mais, principalmente nas grandes cidades. (ORTRIWANO, 1985, p. 21-22).

Ao se analisar a estratégia executada pelos Bloch no rádio a partir da compra da Federal AM, é possível encontrar tanto a tendência de especialização – visto que, em 1980, a emissora voltou-se à música popular – quanto a de formação de redes mencionada por Ortriwano (1985).

É válido sublinhar ainda que a entrada da família Bloch na radiodifusão ocorreu durante a ditadura militar no Brasil. Neste período, conforme Sonia Virgínia Moreira (1995, p. 45), o sistema brasileiro de concessão de canais de rádio e TV era "fortemente influenciado por questões políticas", visto que "inúmeros políticos e simpatizantes do regime conseguiram amealhar um número significativo de emissoras, especialmente de rádio, distribuídas por todas as regiões do país" (MOREIRA, 1995, p. 45). A revista *Manchete*, principal veículo das Empresas Bloch, pode ser incluída nesse rol de simpatizantes, como indicavam, por exemplo, os artigos que Adolpho Bloch assinava na publicação<sup>5</sup>.

## Metodologia

---

<sup>5</sup> A respeito dos artigos assinados por Adolpho Bloch e publicados durante o período da ditadura militar, ler: BLOCH, Adolpho. **O pilão**. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1978.

O presente estudo fundamenta-se na pesquisa bibliográfica – a fim de verificar o que já foi publicado sobre a Rádio Manchete em livros –, na entrevista em profundidade e na análise documental, considerando-se como tal registros em periódicos. Conforme Ida Regina Stumpf (2005, p. 51), a pesquisa bibliográfica é o conjunto de procedimentos que visa identificar informações, selecionar documentos relacionados ao tema em questão e realizar o fichamento das referências. As leituras, que devem ser feitas ao longo de todas as etapas de trabalho, também servem para localizar um "ponto obscuro" sobre o tema, isto é, um assunto ou um ponto de vista que ainda não foi explorado pela ciência (STUMPF, 2005, p. 53). Stumpf enfatiza que "todo auxílio externo que conseguir é uma complementação à bagagem pessoal do pesquisador e um enriquecimento à análise que pretende elaborar" (STUMPF, 2005, p. 54).

A entrevista em profundidade também auxiliou na exploração do assunto. Nesse caso, recorreu-se a uma entrevista realizada pelo coautor do presente artigo em 10 de maio de 2010 com Eduardo Andrews<sup>6</sup>, primeiro coordenador de programação da Rádio Manchete AM. Para Jorge Duarte (2005, p. 64), "é uma técnica dinâmica e flexível, útil para apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido". Cabe ressaltar que a entrevista é um importante mecanismo de pesquisa para recuperar a história a ser contada. Contudo, esses relatos foram cruzados com registros documentais e bibliográficos, a fim de reduzir os equívocos e distorções que são inerentes ao relato oral. "Se o emprego da história oral significa voltar a atenção para as versões dos entrevistados, isso não quer dizer que se possa prescindir de consultar as fontes já existentes sobre o tema escolhido" (ALBERTI, 2005, p. 30).

A pesquisa bibliográfica e a entrevista alicerçaram o entendimento do contexto histórico dos registros localizados durante a etapa de análise documental. A revisão de publicações relacionadas às rádios Federal e Manchete AM foi feita, primordialmente, junto à Hemeroteca Digital Brasileira<sup>7</sup>. Mantido pela Biblioteca Nacional, esse acervo on-line facilita o acesso a informações, permitindo a atribuição de palavras-chave. O mecanismo oferece opções de busca por periódico, região ou local e período. Também foram realizadas buscas complementares no acervo digital do jornal *O Globo*<sup>8</sup>.

Os resultados encontrados nos veículos impressos que correspondiam ao interesse da pesquisa foram: (1) coletados; (2) ordenados cronologicamente; (3) contextualizados.

---

<sup>6</sup> O radialista Eduardo Andrews faleceu no ano de 2019.

<sup>7</sup> Este serviço pode ser acessado através do seguinte endereço: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

<sup>8</sup> Este serviço pode ser acessado através do seguinte endereço: <<https://acervo.oglobo.globo.com/>>.

Seguiram-se, assim, recomendações de Sonia Virgínia Moreira (2005) a respeito da análise documental.

As Ciências Sociais valeram-se desde sempre da análise de documentos como peça de referência dos estudos sobre a sociedade, ao lado de outras técnicas de investigação. Para o historiador, o documento representa o fio da meada, indispensável referência para o correto registro histórico [...].  
Conforme explica a própria designação, a análise documental compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim. (MOREIRA, 2005, p. 269-271).

Ainda conforme Moreira (2005 p. 276), a análise documental "consegue dessa maneira introduzir novas perspectivas em outros ambientes, sem deixar de respeitar a substância original dos documentos".

Como referencial metodológico, são considerados ainda os três enfoques históricos descritos por Michael Schudson (1993) no âmbito da história da comunicação: (1) *macrohistória*, que relaciona os meios de comunicação com a evolução humana (SCHUDSON in JANKOWSKI; JENSEN, 1993, p. 213); (2) *história propriamente dita*, que faz a relação dos meios de comunicação com a sociedade em si, considerando a história cultural, política, econômica ou social (SCHUDSON in JANKOWSKI; JENSEN, 1993, p. 214); (3) *história das instituições*, que objetiva responder a pergunta "de que modo se desenvolveu esta (ou aquela) instituição de comunicação de massa?" (SCHUDSON in JANKOWSKI; JENSEN, 1993, p. 214). É neste último enfoque onde a presente pesquisa se insere.

### **Breve histórico das Empresas Bloch**

A relação dos Bloch com a indústria gráfica já existia em Jitomir, cidade ucraniana onde nasceu, em 1908, Adolpho Bloch. Ele e seus irmãos homens trabalharam desde muito jovens na litotipografia aberta pelo patriarca Joseph Bloch. Após a Revolução Russa, a família perdeu seus bens e foi vítima de vários *pogroms*<sup>9</sup>, despertando nela o desejo de emigrar. Após uma longa e perigosa viagem, que combinou trens e barcos em condições insalubres, o clã Bloch desembarcou no Rio de Janeiro. Era início de 1922. Adolpho e seus parentes se afeioaram a então capital do Brasil e acabaram desistindo do plano original, que seria o de morar nos Estados Unidos (BLOCH, 1988, p. XIX-XXIV).

No Rio, os Bloch retomaram o trabalho com impressão. Começaram com máquinas pequenas e passaram por diversos endereços até inaugurarem, em 1939, a primeira sede

---

<sup>9</sup> Termo russo que designa os violentos ataques físicos da população em geral contra os judeus (UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM, s/d).

própria daquela que tornaria a Gráficos Bloch. Ela ficava na rua Frei Caneca, 511, junto ao morro de São Carlos. Nessa altura, a empresa tinha como dois de seus principais clientes as editoras Brasil-América, de Adolfo Aizen, e Rio Gráfica, de Roberto Marinho. Ambas eram especializadas em histórias em quadrinhos. Foi então que Adolpho Bloch pensou em ter sua própria revista semanal, de forma a não depender de encomendas de terceiros (BLOCH, 1988, p. XXVII-XXVIII). Ele mirou em *O Cruzeiro* e, junto com a esposa Lucy, o irmão Arnaldo, o primo Pedro e os jornalistas Henrique Pongetti e Raymundo Magalhães Jr., criou *Manchete* (BLOCH, 2008, p. 166), cujo primeiro número saiu em 26 de abril de 1952.

Entre as décadas de 1950 e 1980, o patrimônio da família Bloch cresceu fortemente. Em 1957, foi inaugurado um parque gráfico no bairro carioca de Parada de Lucas com capacidade para imprimir 800 mil exemplares por dia (MANCHETE, 4 maio 1957, p. 8). Em 1968, a sede das empresas mudou para o suntuoso edifício na rua do Russel, 804, com projeto assinado por Oscar Niemeyer, grande galeria de arte brasileira e vista para a baía de Guanabara e o Pão de Açúcar (MARTINS, 30 dez. 1967, p. 3). Ao mesmo tempo, os Bloch também investiram em distribuição de revistas, edição de livros – inclusive didáticos –, fabricação de tintas offset, teatro e até produção de alimentos desidratados (BLOCH, 1978, p. 250). Com a compra da Rádio Federal, a mídia eletrônica tornou-se mais um setor dentro desse complexo empresarial, que chegou a ser um dos mais importantes do país.

### **Início da Rádio Federal**

Até ser incorporada pelas Empresas Bloch, em 1971, a Rádio Federal funcionou durante 11 anos. A emissora foi criada e, durante os seus primeiros tempos, administrada por Antenógenes Silva, acordeonista, compositor e "antigo homem de rádio" (O FLUMINENSE, 22 nov. 1962, p. 18). Em paralelo à carreira artística, ele comercializou queijos e, como diplomado em química, fundou o laboratório Creme Marsílea, do qual também foi diretor-presidente (DICIONÁRIO CRAVO ALBIM DA MÚSICA POPULAR BRASILEIRA, s/d).

Conforme reportagem assinada por Max Gold (26 mar. 1960, p. 42-43) e publicada na *Revista do Rádio*, a construção da Federal fazia parte de um sonho não apenas de Antenógenes, mas também de sua esposa, Léa Silva<sup>10</sup>, que era radialista da Rádio Tupi:

Dentro de mais algum tempo, provavelmente a 1º de maio, teremos uma nova emissora funcionando em Niterói. Trata-se da Rádio Federal, de propriedade de Antenógenes e Léa Silva, conhecido casal de radialistas.

– Montar uma estação de rádio sempre foi meu sonho (diz-nos o Antenógenes) e agora

---

<sup>10</sup> Léa Silva faleceu em janeiro de 1962, pouco mais de um ano após a inauguração da Rádio Federal.

vou torna-lo realidade [...].

Estamos conversando com Antenógenes Silva na Rádio Tupi, enquanto esperamos que Léa Silva termine seu programa feminino. E logo que isto acontece, ela entra também na palestra contando detalhes sobre a emissora.

– Antenógenes é o diretor-presidente e o padre Laurindo Rauber [que] é o diretor-artístico da Rádio Aparecida e da Rádio 9 de Julho de São Paulo, tendo, portanto, bastante conhecimento no ramo.

Antenógenes Silva mostra-nos documentos referentes a dados técnicos da sua emissora e diz que Léa Silva será a diretora-artística, sem prejuízo de suas funções na Rádio Tupi. (GOLD, 26 mar. 1960, p. 42).

Apesar da *Revista do Rádio* ter anunciado que a emissora seria implantada em 1 de maio de 1960, a festa de inauguração ocorreu no dia 17 de setembro daquele ano. Já as transmissões oficiais só começaram em 22 de novembro de 1960, data em que a rádio comemorava seu aniversário (O FLUMINENSE, 22 nov. 1962, p. 18). As transmissões experimentais ocorreram a partir de setembro de 1960, conforme Barros Filho anunciou em coluna no jornal *O Fluminense*.

Este colunista, em palestra que manteve com o locutor Ivan Barki<sup>11</sup> e demais integrantes da novel emissora, inteirou-se de que a referida estação, em sua fase experimental, vai ao ar das 9 às 11 e das 20 às 22:30 horas e, que sua inauguração oficial efetuar-se-á em meados de setembro, sendo um de seus proprietários o consagrado artista Antenógenes Silva, que indubitavelmente é um dos pioneiros da radiofonia nacional. (O FLUMINENSE, 1 set. 1960, p. 6).

Com o prefixo ZYP-40, a Rádio Federal foi montada no décimo andar do edifício Brasília, localizado na rua Conceição, 99, centro de Niterói. O nome da rádio, inclusive, seria uma homenagem tanto à capital federal e quanto ao nome do prédio onde a emissora ficava sediada (O FLUMINENSE, 20 jul. 1971, p. 3). Inicialmente, a Federal ocupou quatro salas: a 1008, com o departamento técnico; a 1010, com a discoteca; a 1012, com o estúdio A; e a 1011, com o estúdio B (O FLUMINENSE, 1 set. 1960, p. 6). Em 1962, por ocasião do segundo aniversário da emissora, outros dois estúdios foram inaugurados no mesmo edifício. O transmissor localizava-se na cidade de São Gonçalo, próximo à praia, em terreno próprio adquirido em 1958. "Só as duas antenas de 65 metros cada custaram um milhão e meio de cruzeiros e o preço total da emissora é de 5 milhões" (GOLD, 26 mar. 1960, p. 43).

Segundo o radialista Walter Bruno<sup>12</sup>, o segredo da alta fidelidade do som da Rádio Federal é motivado por sua antena direcional, que opera em duas direções, uma defletando e a outra transmitindo, sendo que os seus transmissores estão localizados dentro do mar, no Porto da Pedra, em São Gonçalo. (O FLUMINENSE, 22 nov. 1962, p. 18).

<sup>11</sup> Refere-se ao locutor Ivan Borghi.

<sup>12</sup> Repórter da Rádio Federal. Em 1962, assumiu, junto com Renato Dantas, a direção da emissora (O FLUMINENSE, 22 nov. 1962, p. 18).

A programação da Federal era, conforme declarado por Antenógenes Silva em entrevista à *Revista do Rádio*, baseada em "discos e informações", sendo uma emissora "eminentemente católica, pugnando pelas boas causas e políticas sociais" (GOLD, 26 mar. 1960, p. 42). Nos 11 anos em que pertenceu a Antenógenes Silva, a rádio dedicou-se a diversos gêneros musicais e ao jornalismo, inclusive esportivo, com transmissões de turfe e partidas de futebol. Para ressaltar sua qualidade informativa, a emissora usou os *slogans* "A Rádio Federal informa a qualquer instante que haja um acontecimento importante" (O FLUMINENSE, 28 abr. 1961, p. 5) e "Aconteceu, a Federal informa" (O FLUMINENSE, 20 jul. 1971, p. 3). Em 1963, a estação integrou a Rede da Democracia, cadeia de rádios e jornais responsável por "uma campanha incisiva e conjunta em favor da destituição do Governo Goulart" (SILVA, 2008, p. 11).

Arranjo formado pelas empresas jornalísticas O Globo, Jornal do Brasil e Diários Associados, a Rede da Democracia surgiu em outubro de 1963 como um programa radiofônico, diário, encabeçado pelas respectivas emissoras daquelas empresas – Rádio Globo, Rádio JB e Rádio Tupi – e retransmitido por centenas de emissoras país afora, sempre no horário compreendido entre as 22h30 e meia noite. (SILVA, 2008, p. 1)

Apesar de não fazer parte do grupo que encabeçava a Rede da Democracia, a Federal ficou encarregada de produzir e transmitir o programa da rede, no horário das 21h às 22h, durante a greve que paralisou as emissoras do então estado da Guanabara, em novembro de 1963 (O GLOBO, 27 nov. 1963, p. 25).

Em 1971, a Federal foi vendida para as Empresas Bloch. Na época, especulou-se que o negócio foi fechado por um milhão e meio de cruzeiros (O FLUMINENSE, 20 jul. 1971, p. 3). Em entrevista ao jornal *O Fluminense*, Antenógenes explicou o motivo de ter aceitado essa oferta.

Mas – disse ele – vou deixar a Rádio Federal para descansar e dar assistência a minha família. Depois pretendo viajar pelo Brasil e no próximo ano para a Europa. Além do mais – continuou – não vejo perspectivas de uma reforma como gostaria de fazer. Saio rico e de cabeça erguida – acentuou. (O FLUMINENSE, 20 jul. 1971, p. 3).

O negócio com a Federal foi, simultaneamente, o fim da trajetória de Antenógenes Silva como radiodifusor e o início da história dos Bloch em mídia eletrônica, história essa que não teve um começo fácil ou rendoso.

### **Rádio Federal sob controle da família Bloch**

Na ótica de quem controlava uma das maiores editoras do Brasil, a entrada no rádio era encarada como uma extensão natural dos negócios, pois também envolve produção de

conteúdo, ainda que de uma forma bastante distinta daquela praticada nos meios impressos. Em 1971, ano em que as Empresas Bloch incorporaram a Federal, a mídia rádio recebeu 12,7% do investimento publicitário no Brasil. Apenas a título de comparação, as revistas, meio no qual a família Bloch era referência, responderam por 17% do bolo (ABAP apud BOLAÑO, 2004, p. 66).

Pairava sobre o mercado a expectativa de que, após ser vendida, a Federal fosse imediatamente rebatizada e transferida para o estado da Guanabara (O FLUMINENSE, 20 jul. 1971, p. 3).

A venda da Federal – que é uma homenagem a Brasília – deixa Niterói com uma única emissora, a Difusora, de José Dantas Filho. Essa transação é mais um capítulo na história do rádio fluminense, que quase sempre tem cedido terreno a Guanabara – a Continental e a Rio de Janeiro também eram daqui, sendo essa última a antiga Mapinguary, de São Gonçalo. (O FLUMINENSE, 20 jul. 1971, p. 3).

Entretanto, a emissora ainda permaneceu por mais alguns anos com seu nome original e seus estúdios instalados em Niterói. O veterano Luiz Brunini foi o responsável por planejar e organizar a rádio para os novos proprietários (LUTA DEMOCRÁTICA, 15 jan. 1972, p. 2). A direção ficava a cargo de Arnaldo Niskier, que ajudou na compra da Federal (NISKIER, 2012, p. 286) e também atuava na Bloch Editores e na Bloch Educação. Em uma carta endereçada a Adolpho Bloch, datada de 7 de agosto de 1974, Niskier registrou: "Estou dirigindo a Rádio Federal, com todas as aporrinhações daí decorrentes. Faço reuniões três vezes por semana com o pessoal de lá, para melhorar a programação, o som, o faturamento" (NISKIER, 2012, p. 112). Outro dirigente nessa nova etapa da rádio foi Carlos Sigelmann, que ingressou na empresa com cerca de 20 anos de idade (JORNAL DO BRASIL, 6 jan. 1974, p. 32).

Em seus primeiros tempos sob controle da família Bloch, a Federal tornou-se uma alternativa às rádios que lideravam a audiência na banda AM do Rio de Janeiro. Enquanto Globo e Tupi reuniam comunicadores populares, Mundial e Tamoio executavam músicas internacionais de sucesso. Em artigo no *Jornal do Brasil*, o crítico musical Julio Hungria (30 dez. 1972, p. 11) registrou o "crescente sucesso *underground* de uma pequena emissora de rádio localizada em Niterói, RJ – a Rádio Federal, que se especializa em conquistar uma fatia de público até o ano passado marginalizada pelo complexo radiofônico".

Em sua programação, que era eminentemente musical, a estação niteroiense reunia atrações como *Em tempo de jazz* (JORNAL DO BRASIL, 4 jul. 1973, p. 10) e séries retrospectivas dedicadas aos Beatles (HUNGRIA, 1 jul. 1973, p. 8) e Rolling Stones

(HUNGRIA, 9 set. 1973, p. 12). A discoteca da emissora tinha pelo menos 10 mil LPs (MELLO, 2 nov. 2015).

O ano de 1975 marcou o início de uma série de mudanças na Federal. César de Alencar assumiu a direção de programação. Ao seu lado, na direção administrativa, estava Luis Carlos Piva (LUTA DEMOCRÁTICA, 18 out. 1975, p. 4). Em janeiro, foi lançada uma adaptação para o rádio da novela *Irmãos coragem*, de Janete Clair (SANTANA, 12 jan. 1975, p. 4). Em 20 de abril, a emissora passou a transmitir futebol, com uma equipe liderada por J. Abud (PEÇANHA, 18 abr. 1975, p. 4). Entraram no ar *Cinco minutos com Chico Anysio* e um programa diário com Regina Duarte (LUTA DEMOCRÁTICA, 23 set. 1975, p. 4), ambos gravados no Estúdio Free, em São Paulo (HALFOUN, 9 ago. 1975, p. 102). Também estrearam: *Arildes Cardoso jovem*; *Horóscopo dos orixás*; *Na onda do sucesso*, com José Mangia; *Silvinha, mon amour*; e *Virgens do César*, com César de Alencar.

Em 1976, a rádio foi autorizada a aumentar sua potência para 25 kWh (DIÁRIO DE NOTÍCIAS, 23 abr. 1976, p. 4). Nesse mesmo ano, foi assinado um acordo com o governo do estado do Rio de Janeiro que converteu a Rádio Federal em responsável por produzir os programas da chamada Rede Estadual de Informação Rural, formada por 12 emissoras (MANCHETE, 26 jun. 1976, p. 60). Dois anos depois, foi a vez de fechar um convênio com a Secretaria Estadual de Educação de Niterói para o treinamento de dois mil professores através do rádio (MANCHETE, 12 ago. 1978, p. 34D).

Nenhuma dessas iniciativas fez a Federal crescer em termos de popularidade. Dados do Ibope referentes a junho de 1977 atribuíram à estação uma audiência média de 1,02%, o que equivalia a 19 mil ouvintes. Estava em 15º lugar entre as 22 rádios AM em operação naquele momento na região metropolitana do Rio de Janeiro (TÁVOLA, 7 jul. 1977, p. 46). Esses números indicavam que os Bloch precisariam mudar novamente a forma como atuavam no mercado de radiodifusão. Tal mudança, porém, haveria de ser mais radical.

### **Rede Manchete de Rádio**

A despeito dos tímidos resultados alcançados pela Federal AM, as Empresas Bloch permaneceram interessadas em incorporar rádios. Entre meados dos anos 1970 e o início dos anos 1980, o grupo conquistou cinco novas frequências, todas em FM (O GLOBO, 18 jan. 1990, p. 6). A primeira delas a ser inaugurada foi a do Rio de Janeiro. Batizada de Manchete FM, a rádio, que operava na frequência 89,3, estreou às 14 horas do dia 19 de outubro de 1979, quando o locutor Roberto Canazio anunciou a primeira música: "Começar de novo", na voz de Simone. Nos seis meses seguintes, também sob a marca Manchete FM, foram inauguradas

as emissoras de São Paulo, Brasília e Recife. Salvador entrou no ar anos depois (MANCHETE, 11 nov. 1989, p. 107). Houve ainda uma afiliada, a Rádio Gazeta de Maceió, formando, assim, a Rede Manchete de Rádio (PROPAGANDA, jan. 1983, p. 100-101), que era composta por emissoras com programações independentes.

Existe uma administração central, um sistema comercial único e uma linha de programação padronizada para a rede FM. Apesar dessa linha padrão, cada emissora FM faz sua programação localmente com seus próprios programadores e apresentadores e um esquema de jornalismo também específico em cada praça. No Rio de Janeiro funciona o grupo que estabelece a linha padrão e a assessora todas as outras emissoras, incluindo operações administrativas, técnicas, comerciais e de programação. (ORTRIWANO, 1985, p.33)

Enquanto isso, a Federal era inteiramente reformulada. Eduardo Andrews assumiu a coordenação e, junto com Luiz Paladino, imprimiu à emissora um estilo extremamente popular e romântico.

A gente desenvolveu, em 1980, um projeto na Rádio Manchete AM que misturava o rádio falado feito na Globo e Tupi com o musical feito na Tamoio e na Mundial, ou seja: uma programação musical popular que ninguém tocava na época, muito por influência das gravadoras, que estavam investindo mais na MPB e não muito no brega. Tínhamos também pílulas de horóscopo, fofoca, no meio da programação musical. Essa foi a primeira rádio que adotou esse tipo de coisa que, hoje em dia, é muito usado em rádios FM como a Nativa, a FM O Dia e a BEAT98. (ANDREWS, 10 maio 2010).

Nas palavras de Canazio (21 fev. 2021), que logo foi transferido da FM para a AM, "nós resuscitamos todo o elenco brega nos anos 80". Para o comunicador, essa estratégia teria sido "uma revolução porque era uma ditadura de Caetano, Gil, Gal, Bethânia, Novos Baianos, MPB! [...] Havia uma certa prepotência, um certo elitismo, num país que é brega. O Brasil é brega". (CANAZIO, 21 fev. 2021).

Repleta de músicas de Agnaldo Timóteo, Amado Batista, Antônio Marcos, Gilliard, José Augusto, Kátia, Márcio Greyck, Reginaldo Rossi, Roberto Carlos e Sidney Magal, a Federal foi relançada no dia 15 de julho de 1980 como nome de Manchete AM e o *slogan* "Coração jovem" (MANCHETE, 1 ago. 1981, p. 128). Nessa altura, a emissora já havia sido transferida do centro de Niterói para o segundo prédio inaugurado pelos Bloch na rua do Russel, na cidade do Rio de Janeiro (CANAZIO, 7 ago. 2014).

Essa orientação para o gênero brega reforça a concepção de Gisele Ortriwano acerca das especializações de conteúdo, justamente uma das três tendências observadas por ela na indústria do rádio após o advento da televisão.

A partir de meados de 70, começa a transformação para que o rádio conseguisse sair definitivamente do maramos em que caiu a partir dos anos 50. A tendência à especialização mostrou-se cada vez maior. As emissoras passaram a identificar-se com



determinadas faixas sócio-econômico-culturais, procurando dirigir-se a elas e buscando a sua linguagem nos próprios padrões das classes que desejavam atingir. (ORTRIWANO, 1985, p.24).

Além da nova programação, do novo nome e dos novos estúdios, as rádios do grupo ganharam mais espaço nas publicações da Bloch Editores. A Manchete AM tornou-se tema de reportagens como a publicada no número 1.527 da revista *Manchete*. Com o título "Nós somos (os novos) cantores do rádio", a matéria destaca o sucesso alcançado pela emissora e o reflexo disso na carreira dos cantores românticos.

Seus elepês e seus compactos alcançam muitas vezes a marca de um milhão de cópias vendidas por ano e confirmam a força do rádio como veículo determinante daquilo que se vai ouvir, comprar e curtir musicalmente. Novamente, o rádio aponta na direção de cantores e lançamentos que serão sucesso logo depois.

"Antes de ser inaugurada a Rádio Manchete AM eu nunca tive um disco executado no Rio nem fiz parte de alguma parada de sucesso", exclama Gilliard, um nordestino com jeito de menino, pouco mais de dois anos de carreira, 21 de idade e um dos artistas mais conhecidos do país, líder desta geração e eleito pelo público "o ídolo dos anos 80". (LEME, 25 jul. 1981, p. 48-49).

Tamanha repercussão também era medida pelo desempenho na pesquisa realizada pelo Ibope. "Essa rádio [Manchete AM] cresceu muito em audiência, chegou a passar a Mundial, a líder na época entre as rádios musicais, que acabou mudando também toda a sua programação" (ANDREWS, 10 maio 2010). Outro reflexo era o sucesso alcançado pelos eventos da emissora. Cerca de 20 mil pessoas assistiram ao show de primeiro aniversário da Manchete AM, no Maracanãzinho (MANCHETE, 15 ago. 1981, p. 50).

Ao mesmo tempo em que a família Bloch se tornava mais competitiva em AM e somava emissoras em FM, ela também trabalhava para ingressar no mercado de TV. Após alguns anos de tentativas, que incluíram a frustrada participação na concorrência pelo canal 11 carioca<sup>13</sup> (MARTINS, 10 jun. 1975, p. 9), as Empresas Bloch finalmente conquistaram, em 1981, quatro canais: o 6 do Rio de Janeiro, o 9 de São Paulo, o 4 de Belo Horizonte e o 2 de Fortaleza. Eles formaram a base para o lançamento, em 1983, da Rede Manchete de Televisão. A contribuição da Rádio Manchete foi decisiva para esse novo negócio, visto que o projeto técnico da TV foi elaborado pelos técnicos da rádio.

[Oscar Bloch] Acrescentou que Bloch Editores não tem problemas para conseguir os recursos necessários para a montagem da rede e que, já no fim de semana, deverá estar aprovado o projeto para concorrência, em elaboração por técnicos da Rádio Manchete. (O GLOBO, 1 ago. 1980, p.6).

---

<sup>13</sup> A concessão do canal 11 do Rio de Janeiro foi outorgada ao grupo Silvio Santos, que, em 14 de maio de 1976, pôs no ar a TV Studios, TVS, depois rebatizada de Sistema Brasileiro de Televisão, SBT. Sobre o surgimento do canal 11 carioca, ler: MORGADO, Fernando. **Silvio Santos**: a trajetória do mito. São Paulo: Matrix, 2017, p. 99-105.

Apesar da Manchete ter se mantido competitiva no rádio até o fim dos anos 1990, fato é que a rede de televisão, definida por Niskier (2012, p. 283) como um "sorvedouro de dinheiro e preocupações", rapidamente se tornou a protagonista entre os muitos negócios da família Bloch.

A Bloch não se deu conta que a TV Manchete, quando chegou, era um elefantinho desse tamanho, recém-nascido, que entrava facilmente dentro de um Volkswagen. Quando o elefante começou a crescer, caramba! O elefante ocupou o Volkswagen, saiu com as pernas pela janela e ocupou praticamente o [prédio na rua do] Russel inteiro. Ou seja: começamos com três andares na rua do Russel e, depois, não tinha mais espaço que desse para a televisão. Era Água Grande, São Paulo... (HAZAN, 14 ago. 2013).

Essa rápida expansão e as despesas dela advindas são apontadas como algumas das razões para a débacle das Empresas Bloch (NISKIER, 2012, p. 296) e, por conseguinte, da Rede Manchete de Rádio. Em 1999, as emissoras em FM foram vendidas por oito milhões de dólares para Orestes Quércia (CASTRO, 10 set. 1999). Apenas a rádio AM continua sob controle dos Bloch. Hoje, a torre, erguida na cidade de São Gonçalo, emite um sinal fraco, quase inaudível. Hinos evangélicos e vinhetas antigas são disparadas automaticamente, formando uma programação muito diferente daquela que fez essa estação chegar a ser uma das mais ouvidas do Rio de Janeiro.

### **Considerações finais**

O percurso dos Bloch no rádio esteve longe de ser tranquilo. Durante cerca de uma década, a Federal amargou baixos índices de audiência, primeiro mesclando gêneros tão distintos quanto jazz e rock, depois oferecendo uma programação variada dirigida por César de Alencar. Foi somente a partir do ano de 1980 que essa frequência conheceu o sucesso. Adotando o nome de Manchete AM e abraçando um estilo musical comumente conhecido como brega, aproximou-se dos números registrados por emissoras como Globo, Mundial e Tupi. Concomitante a isso, os Bloch lançaram rádios FM em diferentes capitais.

É grande, portanto, a importância da Manchete AM, antiga Federal. Além de ter sido pioneira em um formato de programação popular que vige até os dias atuais, foi o primeiro negócio em mídia eletrônica das Empresas Bloch. Foi no rádio onde esse grupo empresarial conquistou a experiência necessária para avançar rumo a outros mercados, notadamente o de TV aberta. Aliás, conforme visto anteriormente, foram os profissionais da rádio que formularam o projeto técnico inicial da Rede Manchete de Televisão.

Outras pesquisas poderão se aprofundar nesse tema através, por exemplo, da expansão do intervalo de tempo analisado e do cotejamento do caso da Rádio Manchete AM com a

trajetória de outras estações populares brasileiras. Ainda há espaço na academia para mais estudos nesse campo, visto que esse formato de rádio é extremamente relevante dentro do panorama da mídia sonora nacional tanto em termos culturais quanto de consumo.

## Referências

- ABERT critica editais de licitação para novas TVs. **O Globo**, Rio de Janeiro, 1 ago. 1980, p. 6.
- ALBERTI, Verena. **Manual de história oral**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2005.
- ANDREWS, Eduardo. **Eduardo Andrews**: depoimento [10 maio 2010]. Entrevistador: Fernando Morgado. Rio de Janeiro, 2010. 1 arquivo .mp3.
- ANTENÓGENES Silva – Biografia. **Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira**, Rio de Janeiro, s/d. Disponível em: <<https://dicionariompb.com.br/antengen-silva/biografia>>. Acesso em: 27 maio. 2021.
- A RÁDIO Federal informa a qualquer instante que haja um acontecimento importante. **O Fluminense**, Niterói, 28 abr. 1961, p. 5.
- A REDE da Democracia e a greve do rádio. **O Globo**, Rio de Janeiro, 27 nov. 1963, p. 25.
- BARROS Filho. Rádio – Vitrine. **O Fluminense**, Niterói, 1 set. 1960, p. 6.
- BLOCH, Adolpho. **O pilão**. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1978.
- BLOCH, Adolpho. **O pilão**. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1988, v. 2.
- BLOCH, Arnaldo. **Os irmãos Karamabloch**: ascensão e queda de um império familiar. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- BOLAÑO, César. **Mercado brasileiro de televisão**. 2. ed. rev. ampl. São Cristóvão: Editora UFS; São Paulo: EDUC, 2004.
- BOLAÑO, César. Considerações sobre a economia política do rádio. **Eptic – Revista Eletrônica Internacional de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação**, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. XIV, n. 2, maio-ago. 2012. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/417/331>>.
- BRASIL em Manchete. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 1.530, p. 50, 15 ago. 1981.
- CANAZIO, Roberto. AC entrevista: Roberto Canazio é o convidado especial [24 fev. 2021]. Rio de Janeiro: **Audiência Carioca**, 2021. Entrevista concedida a Eduardo Moura. Disponível em: <<https://youtu.be/byJlIfZC4sQ?t=2012>>.
- CANAZIO, Roberto. Roberto Canazio concede entrevista ao Rádio de Verdade [7 ago. 2014]. Rio de Janeiro: **Rádio de Verdade**, 2014. Disponível em: <<https://youtu.be/GkHf8gIc5eA?t=334>>.
- CASTRO, Daniel. Igrejas evangélicas disputam FM em SP. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 10 set. 1999. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq10099923.htm>>. Acesso em: 24 maio 2021.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 62-83.
- ESPETÁCULOS. **Luta democrática**. Rio de Janeiro, 18 out. 1975, p. 4.
- EXPRESSAS. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 1.262, p. 60, 26 jun. 1976.
- FERRARETTO, Luiz Artur. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Eptic – Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação**, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. XIV, n. 2, maio-ago. 2012. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/download/418/332>>.
- GOLD, Max. Antenógenes e Léa Silva realizam um velho sonho!. **Revista do Rádio**, Rio de Janeiro, n. 549, p. 42-43, 26 mar. 1960.
- HALFOUN, Eli. Rádio livre. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 1.216, p. 102, 9 ago. 1975.
- HAZAN, Claudio G. Claudio G. Hazan, sobrinho de Adolpho Bloch e diretor geral do centro de produção da Manchete [14 ago. 2013]. Rio de Janeiro: **Fernando Borges**, 2013. Disponível em: <<https://youtu.be/VME0vQGMkpA?t=1172>>.
- HUNGRIA, Julio. Música popular. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 1 jul. 1973, Caderno B, p. 8.
- HUNGRIA, Julio. Música popular. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 9 set. 1973, Caderno B, p. 12.

- HUNGRIA, Julio. Um resto de violência e um certo marasmo. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 30 dez. 1972, Caderno B, p. 11.
- LEME, Lúcia. Nós somos (os novos) cantores do rádio. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 1.527, p. 48-49, 25 jul. 1981.
- MANCHETE rumo ao futuro. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 263, p. 8-10, 4 maio 1957.
- MANCHETE AM: como vibra um coração jovem. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 1.528, p.128-129, 1 ago. 1981.
- MARTINS, Jussara. Quem ganha o canal 11: Silvio Santos ou Bloch? **Diário de Notícias**, Rio de Janeiro, 10 jun. 1975, p. 9.
- MARTINS, Justino. Conversa com o leitor. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 819, p. 3, 30 dez. 1967.
- MELLO, Luiz Antonio. Pioneira do rock, a Rádio Federal faria 45 anos. **Coluna do LAM**, 2 nov. 2015. Disponível em: <<https://colunadolam.blogspot.com/2015/11/pioneira-no-rock-radio-federal-am-faria.html>>. Acesso em: 16 maio 2021.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. A legislação dos meios eletrônicos (TV e rádio) nos Estados Unidos e no Brasil. **Comunicação & Sociedade**, n. 24, p. 27-49, 1995.
- MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 269-279.
- MORGADO, Fernando. **Silvio Santos: a trajetória do mito**. São Paulo: Matrix, 2017.
- NÃO recebi concessão de TV do regime militar. **O Globo**, Rio de Janeiro, 18 jan. 1990, p. 6.
- NISKIER, Arnaldo. **Memórias de um sobrevivente: a verdadeira história da ascensão e queda da Manchete**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
- NITERÓI ficará com apenas uma emissora. **O Fluminense**, Niterói, 20 jul. 1971, p. 3.
- O BRASIL em Manchete. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 1.373, p. 34D, 12 ago. 1978.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.
- PARANÁ abre curso de jazz. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 4 jul. 1973, p. 10.
- PEÇANHA, Oziel. Show da cidade. **Luta Democrática**, Rio de Janeiro, 18 abr. 1975, p. 4.
- PRIMEIRO colocado busca informação. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 6 jan. 1974, p. 32.
- RÁDIO FEDERAL está fazendo, hoje, 2 anos. **O Fluminense**, Niterói, 22 nov. 1962, p. 18.
- RADIOLÂNDIA. **Luta Democrática**, Rio de Janeiro, 23 set. 1975, p. 4.
- RÁDIO Manchete FM: dez anos de sucessos. **Manchete**, Rio de Janeiro, n. 1.960, p. 107, 11 nov. 1989.
- RÁPIDAS e boas. **Diário de Notícias**, Rio de Janeiro, 23 abr. 1976, p. 4.
- REDE Manchete de Rádio. **Propaganda**, São Paulo, n. 321, p. 100-101, jan. 1983.
- SANTANA, Valdir. Som & vídeo. **Luta Democrática**, Rio de Janeiro, 12 jan. 1975, p. 4.
- SCHUDSON, Michael. Enfoques históricos a los estudios de la comunicación. In: JENSEN, K.B.; JANKOWSKI, N.W. **Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas**. Barcelona: Bosch, 1993. p. 211-228.
- SILVA, Eduardo Gomes. **A Rede da Democracia e o golpe de 1964**. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2008, 154 f.
- STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61.
- TÁVOLA, Artur da. Saiba tudo sobre as rádios do Rio. **O Globo**, Rio de Janeiro, 7 jul. 1977, p. 46.
- UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM. **Enciclopédia do Holocausto: Pogroms**, Washington, s/d. Disponível em: <<https://encyclopedia.ushmm.org/content/pt-br/article/pogroms>>. Acesso em: 16 maio 2021.
- VENDO, ouvindo, informando. **Luta Democrática**, Rio de Janeiro, 15 jan. 1972, p. 2.