

A rainha que o guaraná elegeu

Capítulo	1 — Indústria Cultural e a indústria fonográfica no Brasil
Ano sugerido	9º ano
Disciplina	História
Em parceria com	Língua Portuguesa, Matemática
Tempo sugerido	2 aulas de 50 minutos

Professor(a): _____ Turma: _____ Data: ____ / ____ / ____

TEMA GERAL

O rádio como primeiro meio de massa do país e a fabricação da popularidade, do concurso patrocinado às métricas de hoje.

Problema norteador: *Quando um artista é eleito o mais popular do país, o que exatamente foi medido?*

HABILIDADES

- **EF09HI05** Identificar os processos de urbanização e modernização da sociedade brasileira e avaliar suas contradições e impactos na região em que vive.
- **EF09HI18** Descrever e analisar as relações entre as transformações urbanas e seus impactos na cultura brasileira entre 1946 e 1964 e na produção das desigualdades regionais e sociais.

No ENEM: Matriz de Referência do ENEM. Ciências Humanas e suas Tecnologias: H21 — Identificar o papel dos meios de comunicação na construção da vida social; H3 — Associar as manifestações culturais do presente aos seus processos históricos.

OBJETIVOS

- Identificar e comparar a canção e os demais documentos da aula como fontes históricas, para responder à pergunta norteadora: Quando um artista é eleito o mais popular do país, o que exatamente foi medido?
- Compreender o rádio brasileiro entre a concessão pública e o negócio privado, e a autorização da publicidade em 1932.
- Compreender os programas de auditório e o fã-clubes como forma de organização coletiva.
- Compreender quem estava na plateia dos auditórios — em boa parte mulheres jovens, negras e pobres — e o apelido racista que a imprensa passou a usar para elas no fim dos anos 1940.
- Reconhecer o percurso da aula no produto final: em grupos, os alunos gravam no celular três minutos de rádio de auditório — locutor, patrocinador e a defesa de sua candidata — e entregam junto uma ficha curta dizendo quem, naquele bloco que eles mesmos fabricaram, decidiu o que o ouvinte ia ouvir.

O aluno vive cercado de números que lê como termômetro natural do gosto coletivo: streams, likes, mais tocas da semana. O concurso de 1949 mostra o mesmo mecanismo sem o verniz do algoritmo, porque o voto era um cupom impresso numa revista e a revista se comprava na banca.



Aprender a perguntar de um número quem o produziu, quem o pagou e o que ele deixa de fora é crítica de fonte, e serve muito além da aula de música.

E leva ao Brasil dos anos 1940 e 1950, quando pela primeira vez um país inteiro passou a ouvir a mesma coisa ao mesmo tempo.

CONTEÚDOS ENVOLVIDOS

- O rádio brasileiro entre a concessão pública e o negócio privado, e a autorização da publicidade em 1932.
- Os programas de auditório e o fã-clubes como forma de organização coletiva.
- Quem estava na plateia dos auditórios — em boa parte mulheres jovens, negras e pobres — e o apelido racista que a imprensa passou a usar para elas no fim dos anos 1940.
- Patrocínio e marca: quem paga a programação decide a programação.
- A cidade, o consumo e o rádio como móvel da casa no pós-guerra.
- Mulheres como profissionais e figuras públicas naquele Brasil.
- Métricas de popularidade, de então e de agora.
- Os vários formatos do concurso ao longo dos anos, do júri de especialistas ao voto por cupom.

DESENVOLVIMENTO

1. Escuta cega das duas gravações (10 min · escuta)

Escuta das duas gravações sem nome, ano ou explicação. A turma anota o que ouviu: se a voz parece perto ou longe, se aquilo foi feito para dançar, para acompanhar de casa ou para gritar junto num auditório lotado.

2. A disputa de 1949 (10 min · exposição)

Entram os nomes e a disputa: em 1949 uma delas foi eleita a mais popular do Brasil com quase 530 mil votos. O professor explica que o concurso teve vários formatos ao longo dos anos, com júris de jornalistas, artistas e músicos em alguns deles — e entrega o formato daquele ano sozinho, sem o resto: votava-se por cupom recortado de uma revista.

3. Achar a falha (20 min · debate)

A turma tem de achar a falha antes de ouvir a resposta. A resposta histórica é que uma fabricante de refrigerante bancou a compra das revistas para lançar um produto.

4. Quem estava na plateia (10 min · leitura)

A disputa não acontecia só entre as cantoras. O público dos programas de auditório era em boa parte formado por mulheres jovens, negras e pobres, organizadas em fã-clubes — e foi a elas que a imprensa, no fim dos anos 1940, passou a dar um apelido abertamente racista. Leitura do trecho e discussão: quem tinha o direito de gostar de música em público, e quem era ridicularizado por gostar.

5. Para trás: quem paga a programação (10 min · exposição)

A decisão de governo que permitiu ao rádio vender anúncio e assim transformou emissora em empresa e cantora em produto.

6. Para a frente: a lista de hoje (15 min · pesquisa)

Comparação daquela cédula de votação com a lista de mais tocadas de um serviço de streaming no dia da aula.



7. Produção do bloco de rádio (25 min · produção artística)

Em grupos, os alunos gravam no celular três minutos de rádio de auditório, com locutor, patrocinador e defesa de sua candidata, e entregam junto uma ficha curta dizendo quem, naquele bloco que eles mesmos fabricaram, decidiu o que o ouvinte ia ouvir.

MATERIAIS

Chiquita Bacana Emilinha Borba · 1949 · 78 rotações, 1949

A gravação que a turma ouve sem saber de quem é, e que está no centro da disputa de 1949.

Lata d'água Marlene · 1952

O contraponto da outra candidata, para a escuta comparada.

- link: Revista do Rádio (RJ), 1948-1970, com as cédulas de votação impressas — <https://bndigital.bn.br/acervo-digital/revista-radio/144428>
- link: Chiquita Bacana / Porta Bandeira, 78 rpm, 1949 (Discogs) — <https://www.discogs.com/release/13758458-Emilinha-Borba-Chiquita-Bacana-Porta-Bandeira>
- link: Uma peça de patrocinador da época, sonora se houver, impressa se não
- link: A lista de mais tocadas de um serviço de streaming no dia da aula

BIBLIOGRAFIA

BRUZADELLI, Victor Creti; SOUSA, Rainer Gonçalves. História da Música Popular Brasileira para Vestibulares e ENEM. 2. ed. Goiânia: Kelps, 2026.

AValiação e Produção dos Alunos

Em grupos, os alunos gravam no celular três minutos de rádio de auditório — locutor, patrocinador e a defesa de sua candidata — e entregam junto uma ficha curta dizendo quem, naquele bloco que eles mesmos fabricaram, decidiu o que o ouvinte ia ouvir.

- Uso da canção como fonte, e não como ilustração: a afirmação histórica se apoia no que se ouve.
- Correção e datação do contexto histórico mobilizado.
- Organização das fontes reunidas e clareza sobre o que cada uma comprova.

