



SEMINÁRIO NACIONAL

90 ANOS DE RÁDIO NO BRASIL

3 A 5 DEZEMBRO 2013

UFU Campus Santa Mônica
Uberlândia MG



ANAIS

Que mídia é essa? O surgimento de uma nova radiofonia cibernética

Carlos Gabriel FERREIRA DA SILVA¹

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo discutir e apresentar os horizontes das webrádios universitárias brasileiras. Para tanto, durante o mês de setembro a outubro de 2013, buscou-se o conhecimento das rádios veiculadas estritamente no meio cibernético, que possuíam um viés educativo e que funcionam a partir do fomento estudantil na prática radiojornalística. As webrádios surgiram junto à emergência da internet, de forma a originar uma nova forma de radiofonia, que traz consigo mensagens de diversas plataformas e que envolvem todos os sentidos para além da audição. Diante desta busca pela experimentalidade, percebeu-se que a novidade ainda não foi implementada integralmente em todas as universidades públicas. Cabe-se, portanto, a pergunta: como estas rádios estão sendo trabalhadas pelos estudantes nas diferentes regiões do país: de forma experimental, tradicional ou inovadora? Para isto, cinco webrádios foram analisadas a fim de fomentar a discussão neste artigo.

PALAVRAS-CHAVE: radioweb, educação, internet, experimentalidade, inovação

1. QUE NASÇA A MODERNIDADE CIBERNÉTICA!

Cada época datada na História é marcada por seu contexto e características próprias. Dividir os tempos vividos em períodos, aprisioná-los em anos longínquos com narrativas amedrontadas, é uma característica da humanidade. Os homens, desde a sua incógnita gênese, formaram períodos a fim de marcarem o início e o fim de determinados períodos históricos, tudo isso com adornos próprios e com características que (se) revolucionaram.

Se a Pré-História foi marcada por períodos divinos, de heróis oligárquicos, a modernidade vem com a imprensa, a pólvora e a bússola, impulsionando a comunicação, as grandes guerras e as navegações. Na contemporaneidade, neste novo modo de pensar, a

¹ Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: ferreircarlosgabriel@gmail.com.

liquidez tomou posse do todo a fim de estabelecer em sua dinamicidade as ruínas de um passado não lembrado.

O nosso destino radiofônico surge aqui: meio ao caos de novas transformações e na rapidez da liquidez sentimental (KUMAR, 2006), como meio de comunicação que transmite as novidades em ondas invisíveis. Tudo culpa de Guglielmo Marconi, que seguiu os passos de Hertz e Maxwell e que, em 1896, já apresentava a patente de um invento que realizava transmissões de rádio a pequenas distâncias (PRATA, 2009). Instaurava-se a radiodifusão como a primeira invenção humana a possibilitar a presença humana mesmo à distância. No Brasil, a possibilidade de uma nova comunicação toma gênese em 1922, em sete de setembro, mesmo dia que se comemoravam os cem anos da independência tupiniquim. De lá pra cá, os noventa anos de história desta tecnologia no Brasil trouxeram novas e exageradas histórias para o marco de nosso conhecimento.

Na contemporaneidade, o suporte radiofônico, a sua linguagem e os métodos de produção ganham um novo teor, uma nova função meio às mil e uma tecnologias presentes no cotidiano de uma sociedade que pula entre todas as tarefas que precisa realizar em apenas vinte e quatro horas. O rádio ainda é um instrumento formidável para fomentar a expressão oral de qualquer comunicólogo em formação (PERONA & BARBEITO, 2007), mas os seus traços são alterados diante a nova configuração que presenciamos: emissões através da internet, do fundo do ciberespaço.

O ciberespaço (GIBSON, 2003) é caracterizado como um ambiente em que se encontra a possibilidade de navegação de modo virtual e transcendental a qualquer barreira geográfica e temporal. Loucura para o início do século XXI! A verdade, entretanto, é que este espaço cibernético tem sido cada vez mais utilizado como referência à discussão de uma rede que atravessa o globo terrestre, conectando indivíduos, empresas, organizações, atores, grupos sociais e, sobretudo, criando uma nova forma de interação: a esfera pública complementar.

O ciberespaço é um espaço virtual, que não existe fisicamente, mas que reproduz o espaço existencial (...) Possui algumas características específicas: a) é um espaço de liberdade, no sentido de que não o controlam governos, empresas nem entidades supranacionais. Nele todas as pessoas ingressam em igualdade de condições e qualquer tentativa de regulação pode significar a sua própria destruição; b) opera através da interatividade, podendo os usuários influir sobre a informação e controlar a própria editoria; c) abre-se para a infinitude, universalidade e internacionalização (TORRES, 2004, p. 120).

Neste novo meio de comunicação, o que se observa é a construção paulatina de uma “sociedade complexa”, que experimenta um universo de novos parâmetros modernos a partir de uma identidade primária – uma sigla que ordena os demais, estabelecendo fontes de significado para os próprios indivíduos e construídos por meio de um processo de individuação (CASTELLS, 2008). As velhas identidades, que por tanto tempo consolidaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas tribos e fragmentando o indivíduo moderno em módulos de características mutáveis. Como relembra Marshall Berman:

Ser moderno quer dizer achar-se num ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, transformação de nós mesmos e do mundo; e que, ao mesmo tempo, ameaça destruir tudo o que temos, que conhecemos e que somos. Os ambientes e as experiências modernas superam todos os confins étnicos e geográficos, de classe e de nacionalidade, de religião e de ideologia: em tal sentido, pode-se, verdadeiramente, afirmar que a modernidade iguala todo o gênero humano. Trata-se, contudo, de uma unidade paradoxal, de uma unidade de separação, que nos projeta num abismo de desagregação e de renovação perpétuas, de conflito e de contradição, de angústia e de ambiguidade. Ser moderno quer dizer ser parte de um universo em que, como afirmou Marx, tudo o que é sólido se dissolve no ar (BERMAN, 1985 *apud* CANEVACCI, 1990, p. 9).

Nesta esfera pública complementar a “vida” pode ser descrita como uma constante construção de um emaranhado de ideias recíprocas, em que o estar junto, mesmo que a milhas de distância, é um teor essencial para a construção da cultura cibernética que não surge mais unicamente de um pólo unificado, mas sim, de vários pontos que brilham no universo das redes, em que a identidade de si se tornou um processo de massa. E aqui rede entende-se como “conjunto inorganizado e, no entanto, sólido, invisível, porém, servindo de ossatura a qualquer conjunto, seja ele qual for” (MAFFESOLI, 2006, p. 146).

E que melhor descrição do que comumente chamamos de webrádios: vários pontos radiofônicos que surgem na imensidão da internet. Uma comunicação multidirecional que interage aumenta de forma sensível. O que se observa na tendência atual do rádio é a volta de seu horizonte para os aspectos regionais, ligado à comunidade em que atua, como forma de expressão de anseios e criatividade individuais. Como diz André Casquel Madrid, o que se tem em nossa contemporaneidade é um “intercâmbio de informações que se processa no ar, em sistema de integração instantânea” (MADRID, 1972, p. 62), em que se cria uma trama de sociabilidade e laços afetivos, trabalhando com a oralidade. Como pode a virtualidade influenciar nestes aspectos radiofônicos?

2. RÁDIO O QUÊ?

Meio às novas tecnologias, seria praticamente inadmissível a simbiose entre internet e jornalismo radiofônico enquanto meio de publicação. Com o surgimento da rede mundial de computadores, uma nova forma de comunicação haveria de surgir: as webrádios – meios de comunicação virtuais que funcionam estritamente na democracia da internet, sem necessidade de legalização burocrática e governamental. A primeira rádio a querer juntar estas duas plataformas em uma nova forma de comunicação foi a Rádio Klif, do Texas no Estados Unidos da America, ainda em 1995 (PRATA, 2009). O novo método trouxe à “deprimente” rádio um novo solavanco de formas de funcionamento.

A rádio na web deixa de se tornar apenas um instrumento sonoro para também compor um cenário que requer cada vez mais a utilização de recursos imagéticos. É o que aponta Meditsch (2001 *apud* PRATA, 2009, p. 74), ao classificar esta nova rádio como um “meio de comunicação que transmite informação sonora, invisível, em tempo real. A informação sonora poderá vir acompanhada de textos e imagens, mas estes não serão necessários para a compreensão da transmissão”.

Neste momento, torna-se imprescindível a multimídia dos hipertextos, das imagens, sejam elas em movimento ou não, e da presença dos portais que veiculam informações para além da simples transmissão do áudio das novas rádios do ciberespaço. O público, que agora se encontra em uma nova forma de ágora pública, anseia por conhecer os bastidores; por consumir, rapidamente, o maior volume de informações interativas possível.

Podemos afirmar que o rádio na web repete fórmulas e os conceitos hertzianos, velhos conhecidos do ouvinte, pois é pela repetição que o público se reconhece. Mas, ao mesmo tempo, insere novos formatos, enquanto reconfigura elementos antigos, numa mistura que transforma o veículo numa grande constelação de signos sonoros, textuais e imagéticos (PRATA, 2009, p. 80).

As webrádios surgem, portanto, como uma nova forma de veiculação das diferentes sonoridades presentes no cotidiano dos indivíduos. Não deixam de serem menos importantes do que as rádios existentes por meio das ondas em *hertz*, pelo contrário: configuram um novo cenário da comunicação no mundo, em que a possibilidade de expressão jornalística se torna cada vez mais democrática e possível.

(...) a acessibilidade e a hipertextualidade proporcionadas pelo rádio web (entendido aqui no sentido amplo que estamos tratando) viabilizam organizações personalizadas e diferenciadas de mensagens e informações por cada (sic) indivíduo, articulando, através do digital, muito mais do que o arquivo sonoro e a sua “emissão”; articulam-se também, como já nos referimos, a imagem, a estática ou em movimento, os textos e todas as suas potencialidades. Mais do que isso, a dimensão temporal passa a não ser fundamental, uma vez que, digitalizados o sinal e os produtos, eles podem tanto ser facilmente transportados fisicamente (DVD, CD, flashdirver, disquete) quanto estar disponíveis em banco de dados, através dos sistema *podcasts* acessíveis às pessoas conectadas à internet (PRETTO, BONILLA e SARDEIRO, 2010, p. 70 *apud* SOUSA, 2013).

Diante esta nova possibilidade de transmissão é que estudantes de comunicação social do país têm tomado para si a responsabilidade de criar uma nova linguagem que preze pela criatividade jornalística. Meio a todos os gêneros radiofônicos – classificados por André Barbosa Filho em meados de 2003 –, como jornalístico, entretenimento, publicitário e propagandístico, um em especial tem tomado forma diante a nova técnica de rádio nas instituições federais brasileiras: o gênero educativo-cultural. Universidades do Brasil têm tomado para si a idealização da linguagem radiofônica na web a fim de tornar a técnica um método de ensino, de modo que no rádio o aluno aprimore a rotina jornalística de maneira completa – a apurar o assunto, a escrever com rapidez, aprofundar assuntos por meio de entrevistas mais longas, aprender a falar de improviso, a produzir programas e entre outras coisas.

Portanto, a fim de se obter um panorama da quantidade de escolas que possuíam e utilizam as webrádios em sua composição acadêmica, entre os meses de setembro e outubro de 2013 (escolhidos de para o cumprimento da pesquisa de forma aleatória) realizou-se um mapeamento destas rádios existentes estritamente no meio cibernético e que eram voltadas para o meio educacional. Das centenas de universidades existentes, que lecionam a Comunicação Social: com Habilitação em Jornalismo, apenas 14 possuíam webrádios em funcionamento e que eram constantemente atualizadas em seus respectivos portais, estando duas na região norte, três no nordeste, duas no centro-oeste, seis no sudeste e uma no sul, como mostra o quadro a seguir:

Região	Universidade	Site
Norte	Universidade Federal do Pará (UFPA)	http://radio.ufpa.br

	Universidade Federal do Acre (UFAC)	http://www.ufac.br/portal/noticias-urgentes/radio-web-ufac/radio.html
Nordeste	Universidade Federal da Bahia (UFBA)	http://www.radiofacom.ufba.br/
	Universidade Federal Do Recôncavo Da Bahia (UFRB)	http://www.ufrb.edu.br/reverso/radio-reverso-as-vozes-do-reconcavo/
	Universidade Federal Do Rio Grande Do Norte (UFRN)	http://cultmidia.blogspot.com.br/2009/11/midia.html
Centro-oeste	Universidade de Brasília (UnB)	http://www.radiobambare.fac.unb.br
	Universidade Federal Da Grande Dourados (UFGD)	http://www.ufgd.edu.br/radio/
Sudeste	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	http://www.ufgd.edu.br/radio/
	Universidade Federal De Uberlândia (UFU)	http://www.radioinufu.com
	Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ)	http://www.radiouerj.com.br/Acervo.php
	Universidade Federal Do Rio De Janeiro (UFRJ)	http://www.audioativo.com
	Universidade Federal Fluminense (UFF)	http://www.nasondasdoiacs.uff.br/index.php/a-radio http://www.radioescuta.uff.br
	Universidade Estadual Paulista (UNESP)	http://www.radiovirtual.unesp.br/html
Sul	Universidade Federal De Santa Catarina (UFSC)	http://www.radioponto.ufsc.br

Com a finalidade de se obter um panorama qualitativo destas webrádios e como andavam as suas produções – quem as produz é criativo? Ou os estudantes reproduzem apenas uma perspectiva mercantil do sistema comunicacional de seus contextos? –, selecionamos cinco rádios, sendo uma de cada região do país, a saber:

- ⇒ **Região Norte – Rádio UFPA (UFPA):** este projeto de webradio foi idealizado ainda em 2006 nas reuniões do grupo de pesquisa “Estudos em Rádio e Divulgação Científica”, do instituto de Letras e Comunicação da Faculdade de Comunicação. Entretanto, é apenas em 2009 que a rádio surge de fato, estreando com programas de debate, ensino, pesquisa e extensão, incrementando, ao longo do tempo, com mais quadros e jornais que visavam atingir toda a comunidade acadêmica. A rádio conta com os programas “UFPA Comunidade”, “UFPA Pesquisa”, “UFPA Ensino”, “Universidade Multicampi”, “UFPA na Madrugada”, “Ecurinho do Cinema”, “Eureka” e “Jornal Acontece”.
- ⇒ **Região Nordeste – Rádio Reverso: As vozes do Recôncavo (UFRB):** a webradio está hospedada no blog “Reverso Online” e apresenta produções dos estudantes de Radiojornalismo. Arquivados desde 2009, os produtos podem ser escutados na íntegra – trazendo à tona o ideário da web, em que é possível encontrar um arquivo e a rádio deixa de ser essencialmente ao vivo. É importante observar que há produções variadas em formatos de radiojornais, boletins, radiodocumentários e entrevistas ping-pong.
- ⇒ **Região Centro-Oeste – Rádio Bambaré (UnB):** sob a frase “diferença que soma”, a rádio da UnB é uma produção dos estudantes da Faculdade de Comunicação da própria universidade, tendo esse nome lembrando a palavra “babaré”, que significa alarido, gritaria. Com uma programação transmitida 24 horas por dia, os estudantes apresentam uma sonoridade eclética, que vai desde o rock até a música popular brasileira. Os alunos também produzem as seções “Fique Sabendo”, “UnB para Brasília” e “UnB Pesquisa”. Os programas, entretanto, não estão disponíveis para download.
- ⇒ **Região Sudeste – Rádio Online UERJ (UERJ):** inaugurada em 2005, a Rádio Online UERJ se encontra como a primeira rádio web brasileira de programação contínua, mesclando informação, serviço, cultura, educação e música. O seu objetivo é divulgar a pesquisa e extensão dos diversos *campi* da instituição, sendo também ponto de apoio técnico. Estão na programação as seções “Radioativa”, “3º Grau”, “Atitude Cidadã”, “Petisco Digital”, “Ensaio”, “Rock.com”, “UERJ em Pessoa”, “Rompendo Barreiras”, “Isso é Notícia?” e “Cidade Verde”.
- ⇒ **Região Sul – Rádio Ponto (UFSC):** uma das primeiras emissoras universitárias a funcionarem no ciberespaço, a Rádio Ponto da UFSC foi fundada ainda em 1999 com o trabalho de conclusão de curso de duas alunas do curso de jornalismo da universidade, sendo hoje um projeto de extensão e que funciona tanto por meio de ondas *hertz* quando

no meio virtual. A sua programação trabalha com informação, cultura e prestação de serviço sobre a instituição e os assuntos que a circundam, com programas como “Ponto de Encontro”, “Salto Alto Futebol Clube”, além de documentários, seções esportivas, musicais, radiojornalísticas e, ainda, radioteatrais.

3. INOVAÇÃO, VOCÊ ESTÁ AÍ?

Como classificar a inovação dentro da produção radiofônica? Para além de uma seleção das pautas a serem produzidas, pode-se destacar também que

Os produtos midiáticos dos grandes conglomerados trazem interesses divergentes; não são simples entretenimento, mas transmitem mensagens ideológicas (...). [De modo que] é necessário criar programações que discutam os meios de comunicação e transmitam informações que busquem referência na própria comunidade (LACERDA & MAGALHÃES, 2006, p. 63).

As grandes programações dos conglomerados em transmissão FM têm a sua composição majoritariamente em produções sobre esporte (2,75%), jornalismo (9,3%), música estrangeira (17,8%), música nacional (37,5%), religião (6,3%), utilidade pública (4,8%) e variedades (20,3%) (PRATA, 2009). O que podemos notar é a baixa parcelada voltado ao jornalismo, sendo a rádio em *hertz* atualmente voltada, em sua grande essência, para a transmissão de músicas. Voltamos a nos perguntar: o que as webrádios destes estudantes de comunicação social estão produzindo? Baseiam-se elas em produções como as supracitadas?

Para isso, outros tantos fatores foram observados a fim de se inteirar sobre a prática discente nas webrádios espalhadas pelo Brasil, de acordo com alguns pressupostos de Veloso (2010): 1) a auto-aprendizagem dos alunos – mesmo em laboratórios a parte da sala de aula, os estudantes estão conseguindo obterem conhecimento ao praticarem o radiojornalismo nas rádios virtuais?; 2) o jornalismo empregado em suas diversas transmissões é útil, intuitivo e, principalmente, original?; 3) os alunos conseguem se expressar de forma a transparecer o conhecimento de códigos expressivos dos componentes da linguagem? 4) os estudantes introduziram um nível de inovação inédito na estrutura tradicional do processo radiofônico?; 5) a experimentalidade e as pautas comunitárias foram colocadas em prática?

O que se notou durante a pesquisa e escuta dos mais diversos programas disponíveis pelas webrádios é a presença marcante dos grandes documentários produzidos em boa qualidade e, também, os assuntos que se diversificavam pelos múltiplos ramos possibilitados

pela comunidade que os circundam. Os alunos estão produzindo pautas críticas de seus respectivos cotidianos e estão transformando as sociedades em que vivem dando vazão, voz, àquilo que, porventura, passa despercebido pelos grandes conglomerados midiáticos.

Os alunos da UFRB, por exemplo, estão produzindo documentários sobre as feiras de rua, enquanto os comunicadores da UFRJ estão rompendo barreiras ao conversar sobre problemas ambientais. Cada região, em sua forma e tonalidade, tem criado, de forma inovadora, inusitada e útil, diferentes sonoridades jornalísticas para noticiar assuntos pertinentes. Mesmo quando nos referimos às produções musicais, os estudantes procuram por artistas independentes, que ainda não são verdadeiramente conhecidos por uma grande massa da população.

Este artigo científico, que não tinha o viés da busca quantitativa, notou-se que, mesmo engatinhando timidamente, as rádios na web estão tomando cada vez mais o gosto de produção dos estudantes. Mesmo com um público seletivo – afinal, não são todos os indivíduos que estão em afinidade com esta nova plataforma que oferece documentários longos –, as webrádios estão capacitadas a produzirem reportagens jornalísticas que transcendem o sensorial e buscam pela experimentalidade – a universidade, por si só, já é um espaço capacitado para este tipo de movimento, aliás. Observamos que, apesar de em pouca quantidade nas universidades públicas do país, as webrádios buscam por aquilo que, talvez, não conseguiram na burocracia das transmissões em *hertz*: a democracia de noticiar o que bem quiser, de atribuir voz ao oprimido e minorias de nossa sociedade e de ser verdadeiramente criativa e inusitada.

Este artigo tomou forma enquanto os primeiros passos da iniciação científica intitulada “Indivíduos nômades: o gênero feminino representado na era da transmídia radiofônica” sob o fomento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), de duração entre agosto de 2013 e junho de 2014 e integrado ao projeto de pesquisa “A presença das webrádios nos cursos de jornalismo: experiências laboratoriais como aprimoramento discente”, de responsabilidade da Professora Doutora Sandra Garcia de Sousa, docente do curso de Comunicação Social: Habilitação em jornalismo da Faculdade de Educação (FACED) UFU.

4. BIBLIOGRAFIA

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos – os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Edições Paulinas, 2003.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Companhia das letras, 1985. In: CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da Comunicação Visual*. São Paulo, Editora Brasiliense, 1990.

CASTELS, Manuel. **Paraísos comuns: identidade e significado na sociedade em rede**. In: *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 2008, p. 20-68.

KUMAR, Krishan. **Da sociedade industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

LACERDA, Juliana Andrade; MAGALHÃES, Rosane Moreira. **O rádio vai à escola. Rádio em Revista**. Belo Horizonte: SEGRAC, jun./jul. 2006, v. 0, n. II, ano 1.

MADRID, André Casquel. **Aspectos da telerádiodifusão brasileira**. Tese (Doutorado em Comunicação). Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades pós-modernas**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

PERONA, J.; BARBEITO, M. L. **Modalidade educativas de la radio em la era digital**. Madrid: Icono 14. *Revista de Comunicación Audiovisual y Nuevas Tecnologías*, 2007.

PRATA, Nair. **WEBradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Editora Insular, 2009.

PRETTO, Nelson De Luca; BONILLA, Maria Helena Silveira; SARDEIRO, Carla. **Rádio web na Educação – possibilidades e desafios**. In: PRETTO, Nelson de Luca & TOSTA, Sandra Pereira (orgs.). *Do MEB à WEB – o rádio na educação*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

SOUSA, Sandra Sueli Garcia de Sousa. **A presença das webrádios nos cursos de jornalismo: experiências laboratoriais como aprimoramento discente**. Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<http://goo.gl/TFKOUN>>. Acesso em 6 de janeiro às 11h34min.

TORRES, Ricardo Lobo. **O espaço público, o espaço cibernético e a interpretação constitucional**. Disponível em: <www.puc-rio.br/sobrepuc/depto/direito/revista/online/rev11_ricardo.tml#_ftn1>. Acessado em 27 de novembro de 2013, às 16h45min.

VELOSO, Maria Luz Barbeito. **Publiradio.net: Desenho, desenvolvimento e avaliação de materiais didáticos on-line para a formação em comunicação**. In: In: PRETTO, Nelson de Luca & TOSTA, Sandra Pereira (orgs.). *Do MEB à WEB – o rádio na educação*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010. p. 197- 204.

REPÓRTER ESSO: O QUE FOI O PROGRAMA, SEU CONTEXTO HISTÓRICO E SUA IDEOLOGIA

Newton Dângelo²

nd.a@hotmail.com

Diélen dos Reis Borges Almeida³

dielenrb@yahoo.com.br

Suzana Rosa Arantes⁴

suzanaarantes27@gmail.com

RESUMO

Este artigo faz um recorte na história do rádio nacional e internacional, ao tomar como objeto *O Repórter Esso*, um programa jornalístico de notícias nacionais e internacionais, transmitido pela rádio Nacional do Rio de Janeiro de 1941 a 1968. Descreve-se o que foi o programa, discute-se sua relação com o contexto histórico da época em que era transmitido, com destaque para a Segunda Guerra Mundial e o governo Getúlio Vargas, e reflete-se a respeito de sua influência ideológica sobre a sociedade brasileira. A metodologia adotada foi a revisão bibliográfica, especialmente as publicações do Prof. Dr. Luciano Klöckner.

² Professor Associado do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), orientador deste artigo produzido na disciplina História Contemporânea dos Processos Comunicativos, no curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da UFU.

³ Aluna do Mestrado Profissional Interdisciplinar em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), graduada em Letras e em Comunicação Social: habilitação em Jornalismo pela UFU.

⁴ Graduada em Letras e Comunicação Social: habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

1 INTRODUÇÃO

Na ocasião em que se comemoram os 90 anos de rádio no Brasil, fazemos um recorte na história do rádio nacional e internacional, escolhendo o programa *O Repórter Esso* como nosso objeto de análise para o entendimento de algumas questões culturais, sociais e políticas que se relacionam a esse marco do radiojornalismo para a história do rádio brasileiro.

O objetivo deste artigo é explicar o que foi o programa radiofônico *O Repórter Esso*, sua relação com o contexto histórico da época e sua influência sobre a sociedade brasileira. A metodologia adotada foi a revisão bibliográfica, especialmente de pesquisas e trabalhos realizados pelo jornalista, professor universitário e doutor em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) e Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) Luciano Klöckner, que tem – dentro da temática do rádio – o foco de suas pesquisas e estudos pautado no programa *O Repórter Esso*, tendo, inclusive, publicado um livro acerca do tema, intitulado *O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história*.

2 O PROGRAMA REPÓRTER ESSO

Caracterizado, inicialmente, como um serviço de informações internacionais de guerra, *O Repórter Esso* foi um programa jornalístico de notícias nacionais e internacionais, transmitidas pelo rádio, que foi ao ar pela primeira vez pela rádio Farrroupilha de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. Mas foi no dia 28 de agosto de 1941, pela rádio Nacional do Rio de Janeiro, que *O Repórter Esso* foi oficialmente ao ar, sendo que a edição do último programa de *O Repórter Esso* aconteceu pela rádio Globo, no dia 31 dezembro de 1968.

O nome do programa, *O Repórter Esso*, surgiu por conta de seu patrocinador, a Standart Oil Company of Brazil, mais conhecido como Esso Petróleo, empresa petrolífera norte-americana. O programa era uma síntese de notícias que ia ao ar quatro vezes ao dia, nos horários de 8h, 11h55min, 17h55min e 2h55min, de segunda a sábado, e aos domingos 12h55min e 21h, com duração de exatos cinco minutos, além de edições extras para noticiar acontecimentos urgentes quando necessário.

No Brasil, o programa inovou o jornalismo radiofônico, que, até então, se resumia em leitura de notícias de jornais. Dessa forma, conseguiu adaptar as notícias de jornais para a linguagem radiofônica, notícias estas que chegavam diretamente dos EUA e eram redigidas no bairro da Cinelândia, no Rio de Janeiro, por telegramas, mimeógrafos ou Código Morse, chegando até os estúdios da Rádio Nacional, no bairro Mauá, por meio de bicicleta ou a pé. Em meados de 1942, mais quatro rádios, nos principais núcleos de poder político do Brasil (São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife), transmitiam o noticiário *O Repórter Esso*. Segundo Klöckner, nesta época:

[...] foi implantado o lead; a objetividade; a exatidão; o texto sucinto, direto e vibrante; a pontualidade; a noção do tempo exato de cada notícia; aparentando imparcialidade e contrapondo-se aos longos jornais falados da época. Porém, o formato inovador do noticiário não influenciou somente na área profissional, mas, também, nas disputas políticas, ideológicas e culturais da época. (KLÖCKNER, 2004, p. 4)

O programa *O Repórter Esso* foi idealizado por uma das agências de publicidade mais antigas e importantes do mundo, a agência norte-americana McCann-Erickson, e era

produzido pela agência de notícias United Press Associations (UPA). Apesar de sua estreia no Brasil ter acontecido no ano de 1941, *O Repórter Esso* já existia nos EUA desde 1935. E, a partir dali, se estendeu para outros países, como Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Honduras, Nicarágua, Panamá, Peru, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai, Venezuela e Brasil.

Durante seus quase 30 anos de existência no Brasil, o programa acompanhou os principais fatos sociais, políticos e econômicos que transformaram a história do país e do mundo, tais como o ataque japonês contra a base norte-americana de Pearl Harbor (1941), o rompimento das relações entre o Brasil e a União Soviética (1948), o início da guerra na Coreia (1950), o suicídio de Getúlio Vargas (1954), a explosão da primeira bomba de hidrogênio dos EUA (1957), a vitória de Fidel Castro na Revolução Cubana (1964), a deposição de João Goulart (1964), o assassinato de Martin Luther King e Robert Kennedy (1968) e a primeira viagem dos norte-americanos em torno da Lua (1968).

Os principais locutores do programa foram Gontijo Teodoro, Luís Jatobá, Roberto Figueiredo e Heron Domingues, este que tinha um estilo de locução que transmitia credibilidade e confiança aos ouvintes, sendo, por isso, bastante imitado por outros radialistas da época.

Nos anos 40, *O Repórter Esso* constituiu-se, portanto, no principal noticiário radiofônico brasileiro, com índices elevados de audiência, consolidando, assim, não só a sua hegemonia como a hegemonia do rádio.

3 O REPÓRTER ESSO E SEU CONTEXTO HISTÓRICO

O programa *O Repórter Esso*, que foi ao ar pela primeira vez no dia 28 de agosto de 1941, surgiu, portanto, no contexto da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), período em que o Brasil entrou na guerra ao lado das forças aliadas, sendo que sua última edição, que aconteceu no dia 31 de dezembro de 1968, foi ao ar poucos meses antes de o homem pisar na Lua.

No Brasil, o surgimento de *O Repórter Esso* se deu durante o governo de Getúlio Vargas, época em que o país atravessava um dos momentos políticos mais delicados de sua história, com a instituição de um regime arbitrário, o Estado Novo (1937-1945), de inspiração nazifascista.

Assim, durante a Segunda Guerra Mundial, encontravam-se, de lados opostos, dois eixos. Um deles era formado por Alemanha, Itália e Japão, e o outro era formado por Grã-Bretanha, França e União Soviética, com os Estados Unidos neutros em relação à guerra até 1941, ano em que decidiram entrar efetivamente na guerra ao lado do eixo formado por Grã-Bretanha, França e União Soviética, quando os japoneses, que compunham o outro eixo, atacaram a base aeronaval americana de Pearl Harbor. Dessa maneira, os Estados Unidos declararam guerra ao Japão, e com Itália e Alemanha declarando guerra contra os Estados Unidos. Esse fato pressionou o governo brasileiro a apoiar os estadunidenses, agravando-se ainda mais com a invasão dos nazistas ao Norte da África, o que exigiu dos aviões norte-americanos uma base, e, nesse contexto, Rio Grande do Norte (Natal) e Pernambuco (Recife) eram os locais mais próximos e estratégicos (FERRO, 1995).

Nestes seis anos de conflito, marcados pela guerra, de acordo com Ferro (1995) destacou-se, na América Latina, a Política da Boa Vizinhança, sob o comando do presidente norte-americano Franklin Delano Roosevelt, que visava aproximar os países da América Latina da cultura e da ideologia norte-americana, com o propósito de barrar as propagandas nazistas naquela região e fazer com que o Brasil defendesse os interesses dos aliados norte-americanos na Segunda Guerra, o que veio a ocorrer em 1942 – não só com o Brasil, mas também com outras nações da América Latina.

3.1 A Política da Boa Vizinhança e o surgimento de *O Repórter Esso*

Os Estados Unidos, temendo uma possível adesão do Estado brasileiro ao nazismo, demonstraram interesse particular pelo Brasil durante a Segunda Guerra. Numa ação eficaz, as autoridades americanas aproximaram-se do Governo Vargas, oferecendo-lhe benefícios econômicos e culturais da Política de Boa Vizinhança, que, além de aproximar os países da América Latina da cultura e da ideologia norte-americana, com o propósito de barrar as propagandas nazistas, também oferecia investimentos no setor siderúrgico brasileiro, entre outras tantas exigências.

A adesão brasileira veio após uma longa negociação, na qual Getúlio Vargas acertou com o governo norte-americano investimentos no setor siderúrgico brasileiro em troca de tecnologia para o desenvolvimento da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), em Volta Redonda. Dessa forma, o governo brasileiro, antes simpatizante da ideologia nazifascista, declarou guerra ao nazismo.

Com o passar do tempo, a Política da Boa Vizinhança difundiu o *american way of life* (estilo de vida norte-americano) no Brasil, caracterizado pelo consumo de produtos tipicamente *made in USA*, e é a partir daí que “entra no ar” o pacote cultural-ideológico dos Estados Unidos, que incluía várias edições diárias de *O Repórter Esso*, além de transmissões da *Voice of America* e revistas do porte da *Time*, *Life* e *Seleções Reader's Digest*, que divulgavam mensagens do governo norte-americano para neutralizar a forte presença alemã, italiana e japonesa em toda a América Latina, inclusive no Brasil, país de colonização europeia e que sempre recebeu influências culturais de vários países, principalmente da Inglaterra, da França, Alemanha e Itália. Mais tarde, os Estados Unidos estimulariam a criação de histórias e de filmes de Walt Disney, com personagens dos países latino-americanos, auxiliando no convencimento das populações em relação à boa vontade dos Estados Unidos (TOTA, 2000, p. 50).

Assim, as notícias transmitidas por *O Repórter Esso* até 1945 se restringiam somente à Segunda Guerra Mundial (ataque dos japoneses a Pearl Harbor e a rendição da Alemanha, da Itália e do Japão). Os discursos, com muitos adjetivos, valorizavam o feito das tropas aliadas (inclusive da Força Expedicionária Brasileira), a Política de Boa Vizinhança e preconizam a união definitiva das Américas contra os agressores mundiais. A *O Repórter Esso*

coube, portanto, difundir, na América Latina, notícias que fossem a favor dos norte-americanos, do seu governo e da multinacional Esso (KLÖCNER, 1980).

3.2 O fim da guerra e as consequências para o programa *O Repórter Esso*

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, a ideia de democracia difunde-se pelo mundo, pois as ditaduras perderam força e o desgaste político do Estado Novo afastou o Presidente Getúlio Vargas do poder em 1945. No Brasil, foram realizadas eleições diretas vencidas pelo General Eurico Gaspar Dutra, que governou de 1946 a 1951. Novas eleições foram realizadas em 1950. Getúlio Vargas venceu, assumindo a Presidência da República em 1951.

Assim, novos conflitos têm seu início nos anos 1950. No mundo, a Guerra Fria entre capitalismo e comunismo, e, no Brasil, a batalha pela nacionalização na exploração do petróleo. O Presidente Getúlio Vargas defendia esta política que ia frontalmente contra o desejo das organizações e dos veículos de imprensa que defendiam a livre iniciativa. Por isso, nessa época, a maioria das notícias do *Repórter Esso* se concentrava na luta contra a agressão comunista. Economicamente, as superpotências (Estados Unidos e União Soviética) se dedicavam ao controle das fontes de petróleo. Em nível nacional, as notícias tratavam da fundação da Petrobrás.

Todos esses acontecimentos que se seguiram depois do final da Segunda Guerra Mundial, somados ao advento da televisão nos anos 50 e à política brasileira da década de 60 (renúncia de Jânio Quadros e com o Golpe Militar de 64), equilibram a relação entre informações locais e internacionais, pois, no seu início, o noticiário era vetado de transmitir notícias locais. Além disso, a tomada do poder no Brasil por uma ditadura alinhada com os interesses do governo estadunidense praticamente esgotou o papel político do *Repórter Esso*, que era o de difundir o estilo de vida norte-americano. Para Klöckner, os objetivos do empreendimento *O Repórter Esso* haviam sido conquistados, lembrando ainda que, paradoxalmente, a ditadura, ao impor uma censura rigorosa aos noticiários de rádio e TV, muito os empobreceu, tirando-lhes a credibilidade e a audiência.

4 O RÁDIO NO BRASIL

Embora utilizado como arma de guerra por muitos países – em especial por Alemanha e Rússia –, na década de 1920, o rádio era, para a maioria das pessoas, apenas uma novidade tecnológica. Além disso, as transmissões via rádio, ao serem utilizadas como instrumento militar, sofreram rígidas vigias pelos governos, pois, dessa forma, a mensagem oficial era transformada em informação divulgável, que nem sempre era a notícia verdadeira, mas sim manipulada de acordo com os interesses políticos convenientes.

No Brasil, o rádio se consolidou a partir da década de 1930, com programações específicas que tornaram os anos 1940 e 1950 um dos períodos mais ricos em termos culturais, artísticos e jornalísticos. Foi nessa época que os radioteatros, as radionovelas, os programas humorísticos, os programas de jornalismo, as transmissões esportivas, os noticiosos, além de uma série de transmissões que privilegiavam a linguagem radiofônica, foram produzidas. No rádio, as palavras passaram a ser, de forma criteriosa, selecionadas para usos específicos, diferenciando-se da simples leitura do texto impresso, não importando, somente, o conteúdo transmitido, mas, sobretudo, a maneira e a forma, como a mensagem era transmitida.

Foi também nos anos 1940 que teve início a Época de Ouro do rádio. Durante esse período, caracterizado, basicamente, pela Segunda Guerra Mundial, o rádio passou a ser um meio de comunicação de massa, pois apresentava-se como um veículo de grande audiência, capaz de mobilizar grande parte das populações. Esse período marcou também uma transformação significativa nos hábitos e costumes dos brasileiros que, a partir de então, passaram a ser moldados de acordo com os hábitos e costumes norte-americanos, depois que Getúlio Vargas decidiu apoiar os Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial.

Nos anos 1920 e 1930, apesar do grande e eficaz poderio dos jornais impressos, era o rádio que exercia fascínio no povo e mobilizava as massas. Dessa forma, o número de emissoras e de aparelhos receptores cresceu rapidamente. Na década de 1920, existiam 19 emissoras; em 1940, elas já somavam 78; em 1944, 106; em 1945, 111; em 1946, 136; em 1947, 178; em 1948, 227; em 1949, 253, chegando a 1950 com 300 emissoras (HAUSSEN, 2001, p. 56). Do mesmo modo, o número de radiorreceptores, que era de 30 mil em 1926, chegou a 659.762 em 1942 (WAINBERG, 1997, p. 43 e 44).

Trinta e três anos depois da primeira transmissão, existiam no Brasil 477 emissoras de rádio e o total de aparelhos receptores atingia quase 1 milhão. Os números atestam a importância da recepção radiofônica na primeira metade do século passado, situação somente ameaçada, alguns anos depois, com a televisão, em que a imagem e o som se uniram.

5 A IDEOLOGIA POR TRÁS DO REPÓRTER ESSO

A maioria da população não conhecia a linha editorial de *O Repórter Esso* e acreditava na aparência de imparcialidade. Aliás, sua forma trazia a sensação de que o programa radiofônico era onipresente. Sua ideologia constituía-se como produto a favor dos interesses estadunidenses, pois foi criado originalmente para dar notícias sobre a Segunda Guerra Mundial que favoreciam os Aliados e reforçavam a “política de boa vizinhança”.

Por ser a favor dos Aliados, o programa atacava os comunistas e incentivava a população a adotar o modo de vida americano (*american way of life*). *O Repórter Esso* não transmitia notícias locais, somente as de nível nacional, e quando informava notícias sobre a Europa, Ásia e África, eram apenas as que interessavam aos Estados Unidos. Assim, observa-se também que o programa divulgava a ideia de uma América Latina unida, integrada, porém, com a liderança dos Estados Unidos, conforme ilustra este trecho transcrito do programa:

Washington. // Os recursos dos países latino-americanos têm de ser unidos da forma mais eficaz aos do resto do mundo na luta contra a agressão comunista./ Isto foi o que declarou hoje o senhor Charles Wilson, diretor da mobilização da defesa dos Estados Unidos, num relatório ao presidente Truman./ Acrescentou que cada nação livre na luta de vida ou morte contra o comunismo terá que contribuir com aquilo [de] que disponham, armas, materiais ou tropas. // (O REPÓRTER ESSO, 1952/53).

Além de reforçar a ideologia estadunidense e influenciar culturalmente o Brasil, e os outros países onde era transmitido, *O Repórter Esso* visava também impedir a criação da Petrobrás, que instauraria no Brasil o monopólio estatal sobre o petróleo, fato que não favoreceria os interesses norte-americanos. Devido a essa forte influência da empresa Esso no Brasil, chegou-se a instaurar uma CPI, pela Câmara dos Deputados, para apurar as atividades do grupo no país. As declarações dos dirigentes sobre a atuação do grupo foram de que “*O Repórter Esso* no rádio e, hoje, na televisão, são veículos básicos para a propaganda da Esso”.

A indústria cultural, segundo Theodor Adorno (1986), através dos meios de comunicação (rádios, TVs, revistas, jornais, filmes, entre outros), funciona como um sistema conspiratório de ilusão, impedindo que as pessoas tomem conhecimento da exploração a que são submetidas.

No caso de *O Repórter Esso*, um programa radiofônico que foi ao ar no Brasil e em toda a América Latina, exclusivamente, a serviço do governo norte-americano, esse conceito de Adorno se aplica com exatidão. A veiculação desse programa nos países latino-americanos serviu para “maquiar” as ações dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial (1939-1945) e barrar a ideologia nazifascista nos países latino-americanos, funcionando, portanto, como um instrumento de manipulação e sobre os acontecimentos da guerra.

Vale ainda retomar o pensamento de Peter Burke e Asa Briggs, os quais afirmam que “ao se introduzirem novas mídias, as mais antigas não são abandonadas, mas ambas coexistem e interagem” (BRIGGS & BURKE, 2004). Afinal, *O Repórter Esso* surgiu no rádio e tornou-se também programa de televisão, mas não foi a transposição de mídia que ocasionou o seu fim depois de décadas no ar. Isso se deveu mais aos interesses das Organizações Globo, que compraram *O Repórter Esso* para logo em seguida o substituírem por *O Correspondente Globo*, de modo que a própria empresa produzisse seu conteúdo e não o importasse das agências internacionais responsáveis pelo programa da Esso.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aniversário de 90 anos do rádio brasileiro acende memórias nostálgicas, de uma era de ouro do rádio que reunia as pessoas em torno do som. Entretanto, observar a ideologia propagada em *O Repórter Esso*, um dos programas mais populares de uma época em que o rádio era a principal fonte de informação jornalística da população, propicia um olhar crítico que nós faz refletir sobre a influência da mídia sobre a população do passado e no presente.

Se, no passado, os Estados Unidos enviavam às Américas a versão norte-americana da Segunda Guerra Mundial e os ideais da Política da Boa Vizinhança por meio de *O Repórter Esso*, hoje recebemos os *reality shows*, *sitcoms* e outros produtos midiáticos via TV e internet. Que ideologia propagam? É tema para vários estudos.

Neste artigo, buscamos relacionar o programa *O Repórter Esso* com seu contexto por entendermos que comunicação e história se imbricam na tentativa de se compreender a realidade. Trata-se de um estudo introdutório, feito no início de um curso de graduação, mas acreditamos que instigue novas pesquisas sobre o rádio, especialmente sobre como a história foi sendo documentada por este veículo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. W. **Adorno** (Coleção Grandes Cientistas Sociais). São Paulo: Ática, 1986.

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

FERRO, Marc. **História da Segunda Guerra Mundial**. Ática, 1995.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política: tempo de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. 2ª edição.

KLÖCKNER, Luciano. **O noticiário radiofônico na Segunda Guerra e a edição brasileira de O Repórter Esso**. Porto Alegre: PUCRS, 2001. Disponível em <
<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/3o-encontro-2005-1/O%20noticiario%20radiofonico%20na%20Segunda%20Guerra%20e%20a%20edicao%20brasileira%20de%20O%20Reporter%20Esso.doc>>. Acesso em 22 nov. 2009.

_____. **O Repórter Esso e Getúlio Vargas**. Porto Alegre: PUCRS, 2003.

TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

WAINBERG, Jacques. **O Império das palavras: estudo comparado dos Diários e Emissoras Associadas, de Assis Chateaubriand, e Hearst Corporation, de William Randolph Hearst**. Porto Alegre: Edipucrs, 1997.

Rádio, Encanto e Lugar: Georeflexões acerca da relação tecnologia-homem

Carlos Roberto Bernardes de Souza Júnior⁵
carlosroberto2094@gmail.com

⁵ Discente em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia

Introdução

Vivemos hoje em meio às múltiplas tecnologias informacionais, tão imersos na internet e na televisão que muitas vezes nos esquecemos do rádio, um dos pioneiros veículos de massificação. Este condutor de informação é hoje preterido por conta de sua maior benção que é, ao mesmo tempo, sua maior limitação: o poder do som, as palavras e as músicas transmitidas pelas suas ondas. Esta orquestra polifônica e polihumana permitiu que o mundo intensificasse muitas de suas relações, acelerando os fluxos, efetuando contrações nas distâncias e nos tempos.

O rádio apareceu no Brasil pela primeira vez em 1919, no Recife, através da fundação do Rádio Clube de Pernambuco. Sua primeira transmissão oficial foi em 1922, no centenário da independência da nação, a mensagem foi de Epitácio Pessoa, que abria a Exposição Internacional do Rio de Janeiro⁷.

A partir de 1930 a produção de aparelhos de rádio aumentou, sua montagem ocorria no Brasil, entretanto as peças eram importadas, fazendo com que o custo deste não fosse tão acessível⁸. Foi somente no governo de Getúlio Vargas que a difusão deste meio de comunicação ocorreu de forma massiva, em primeiro lugar através da permissão para a veiculação de propagandas através desta mídia, em segundo por conta do barateamento das peças.

Sendo assim, verificamos que esta mídia era não somente uma ferramenta de informação, mas também primordial para manutenção e ampliação do poderio político daqueles que ocupavam o estado. O controle dela permitia atingir uma parcela muito grande da população, afinal os índices de analfabetismo nos estados da federação, principalmente aqueles do nordeste, eram tão elevados que a propaganda através dos jornais convencionais não se revelava eficiente⁹.

⁶ Professor Doutor do curso de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia

⁷ ORTRIWANO, G. S. Radiojornalismo no Brasil: Fragmentos de História. Revista USP, São Paulo, n.56, 2003, p. 66-85.

⁸Ibid.

⁹FERRARO, A. R.; KREIDLOW, D. Analfabetismo no Brasil: configuração e gênese das desigualdades regionais. *Educação e Realidade*, Porto Alegre, v. 29, n.2, 2004. p. 179-200.

Esta ferramenta tinha um papel primordial no cotidiano dos sujeitos, seja por meio de sua participação ou de sua simples audiência, afinal o sentido de comunidade era fortalecido pelo fato de que ela assumia um caráter muito mais local. Para realizar esta análise, usamos da categoria analítica lugar, pertencente por excelência à geografia. Através desta podemos entender os enraizamentos e as pertenças dos sujeitos com relação à suas apropriações e usos do espaço.

Além disso, tomamos mão do conceito de Encanto, o qual vem como uma alternativa para o desencantar científico contemporâneo¹⁰. Com isso procuramos trazer a tona um conhecimento humano local que é parte da sabedoria popular dos sujeitos. O encanto age como uma força positiva que nos faz sair dos antigos paradigmas de impotência científica, trazendo energias motivadoras tanto para a pesquisa quanto aos pesquisados¹¹.

Também realizamos uma importante pesquisa bibliográfica, seguida de diálogos com várias pessoas durante trabalhos de campo. Buscamos não nos ater à geografia e a comunicação, tentando encontrar fontes outras para o aprofundamento do saber, vendo este de maneira multirelacional e multidisciplinar. Ao longo deste texto apresentaremos ideias de como o rádio ajudou e ajuda a constituir e metamorfosear muitos dos lugares ocupados e usados por sujeitos sociais, assim como o encanto que causa e causou neles.

O SOM DO COTIDIANO

Em nossos diálogos com os sujeitos, ouvintes radiofônicos, e leituras pudemos perceber que o rádio ocupava um papel central no cotidiano das pessoas. Liga-lo, em muitos casos era uma das primeiras tarefas que faziam pela manhã ao acordar. Esta era uma prática muito comum, principalmente entre os produtores rurais, os quais levantavam junto ao *nascer do sol* para ordenhar as vacas e tinham como único companheiro esta caixa de sonoridades. Em vários lugares esta prática ainda é comum, mostrando que mesmo com novas mídias de comunicação esta ainda pode encontrar um espaço para si.

¹⁰BURLEIN, A.; ORR, J. The Practice of Enchantment: Strange Allures. *Women's Studies Quarterly*, Volume 40, Numbers 3 & 4, 2012, pp. 13-23.

¹¹WOODYER, T.; GEOGHEGAN, H. (Re)enchanted geography? The nature of being critical and the character of critique in human geography. *Progress in Human Geography*, Number 37, 2013, p.195-214.

Inicialmente, pensamos que é necessária uma clarificação do conceito de lugar que iremos utilizar ao longo deste texto. O lugar é uma das principais categorias de análise da ciência geográfica, ele tem sua origem na *Física* de Aristóteles, onde é retratado como o espaço que circunda o corpo dos homens¹². É apropriado pela geografia durante a década de 1970, principalmente nos estudos da geografia humanista (da qual nos enveredamos para a realização deste trabalho)¹³.

Ela é uma das categorias analíticas menos trabalhadas no âmbito da geografia, muito por conta da sua subjetividade e complexidade. O lugar não necessariamente se materializa, ele pode ser único ao sujeito, estando presente na memória deste como um local de conforto.

Ele representa o espaço experienciado, vivenciado pelos sujeitos¹⁴, o espaço onde estes se sentem bem, onde valorizam o existir. Este tem sua constituição pautada em primeira instância no cotidiano¹⁵, revelando os enraizamentos (i)materiais dos sujeitos nele inseridos. O lugar existe em uma relação subjetiva, sendo próprio de cada indivíduo, existindo na medida em que a subjetividade se manifesta no espaço.

Ele é marcado por símbolos pessoais, por sentimentos que chegam ao ponto de personificá-lo, virando algo como um amigo próximo daqueles que se relacionam com ele, saindo desta relação às toponímias. É de suma importância ressaltar que sua existência é dependente dos sujeitos, mas, como já visto em Tuan¹⁶, ser humano implica em estar inserido em algum lugar, portanto verificamos uma relação dialética, onde nunca podemos saber com certeza qual depende de qual. As mutações nos sujeitos podem vir a alterar este espaço ou sua percepção.

As relações com o lugar não podem ser mapeadas, estão relacionadas intrinsecamente com o cotidiano dos sujeitos, com suas percepções e emoções. Os momentos da vida que associamos com determinados espaços fazem com que estes se transformem em núcleos de significações. Criamos e imaginamos no lugar, é a partir

¹²LEITE, A. F. O Lugar: Duas acepções geográficas. *Anuário do Instituto de Geociências*, Rio de Janeiro, v. 21, p.9-20, 1998. p. 9-20.

¹³Ibid.

¹⁴TUAN, Y. *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: DIFEL, 1983.

¹⁵CARLOS, A. F. A. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: FFLCH, 2007.

¹⁶TUAN, Y. *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: DIFEL, 1983.

deles que teremos referências para futuras relações com novos espaços¹⁷. O lugar não o é sem os desejos e projeções dos sujeitos nele inseridos.

Além, molda nosso cotidiano, é a escala sócioespacial de manifestação da práxis, sendo rico em resiliências e especificidades¹⁸. É a partir dele que podemos modificar os usos e apropriações do espaço. A vida acontece e se reproduz nos lugares.

É importante ressaltarmos que o lugar é tenso, complexo, que não é uma Utopia. Dentro dele enfrentamos problemas, o próprio existir nele pode ser uma força alienante, onde paramos de perceber os detalhes, nos esquecemos das diversas escalas do viver. Situações-chave e pequenas transformações na paisagem podem passar despercebidas por uma pessoa que está acomodada ao lugar.

Feito este esclarecimento, voltemos à questão central deste texto. Verificamos que no pretérito a população analfabeta em nosso país compunha um percentual muito considerável¹⁹, entretanto, com o advento de uma modernização e urbanização capitalistas, eles tiveram que abandonar seu regime de tempo pautado na natureza, passando a necessitar de elementos tecnológicos para dizer-lhe as horas. É neste momento que o rádio se torna uma ferramenta ideal para o homem simples. Tanto os noticiários quanto os programas de músicas verbalizavam o horário e permitiam, portanto, uma ritmização dos modos de vida.

Na alvorada deste meio de comunicação os preços não eram muito acessíveis e poucos eram aqueles com condições aquisitivas para possuir um aparelho de rádio em casa, assim como não existiam muitas emissoras. Ao dialogar com algumas pessoas mais velhas, descobrimos que várias delas têm fortes memórias de, na infância, ir visitar os vizinhos com o intuito de ouvir um pouco de rádio. Entretanto, não era apenas isso que faziam quando iam aos vizinhos, enquanto ouviam música, brincavam com as outras crianças e seus pais ficavam conversando.

Destarte, somos levados a pensar que esta caixa também serviu como fonte de solidariedade comunitária, de um sentimento de pertencer muito forte para os sujeitos. As relações sociais eram reforçadas por meio dos laços firmes do cotidiano. A música do rádio, principal elemento da sua programação, tinha um papel fundamental na

¹⁷ Ibid.

¹⁸ CARLOS, A. F. A. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: FFLCH, 2007.

¹⁹FERRARO, A. R.; KREIDLOW, D. Analfabetismo no Brasil: configuração e gênese das desigualdades regionais. *Educação e Realidade*, Porto Alegre, v. 29, n.2, 2004. p. 179-200.

construção dos lugares, servia não só como uma forma de escapar da sua realidade, mas também de se inserir nela, ao passo em que as amizades que eram construídas nas relações por ela suscitadas serviam como âncoras para estes sujeitos.

Com seu barateamento, o uso do rádio passou por uma nova fase, onde a grande maioria da população brasileira pôde ter acesso a esta mídia. A partir da produção em série e popularização do rádio é que surgiram as rádios locais no interior do país, principalmente na AM²⁰. Estas eram responsáveis por emitir as notícias da cidade e da região, assim como músicas produzidas no próprio local, afinal nem sempre tinham condições de acompanhar as tendências do resto do Brasil. As redes não estavam instaladas de maneiras tão eficientes quanto verificamos hoje, os fluxos eram mais lentos, havia um descompasso no cronoespaço ao longo do território nacional.

Antes das pequenas emissoras aparecerem a diferença no ritmo da acumulação de tempos entre as diferentes partes do país era imensa, as notícias demoravam muito tempo para atravessar o espaço e chegar aos lugares. A chegada do rádio integrou os diversos territórios espalhados pelo país, inserindo mais pessoas na lógica nacional. Obviamente as diferenças tempo-espaciais ainda existiam (assim como continuam até hoje), mas foram se encurtando conforme a mídia passou a atingi-las.

Isto teve um enorme efeito nos sujeitos, afinal estes se inseriam em uma lógica de um lugar que estava colocado em um viver local, entretanto a aceleração dos fluxos e a integração das redes fez com que fossem inseridos em uma lógica global²¹. Ainda assim, seu lugar transformado continuou como pertencimento, afinal suas práticas sociais, seus modos de vida e suas especificidades não só foram se estreitando, como também se fortaleceram, afinal ver no outro o diferente faz com que tenhamos a capacidade de valorizar mais o que somos por nos fornecer, por intermédio deste exercício, um parâmetro de comparação.

A popularização desta mídia fez com que ela se encaixasse nos mais diversos lares, servindo como uma forma que estes sujeitos encontraram de diversificar o cotidiano ou de, ao escutar o rádio, ampliar o seu mundo enquanto realizavam os afazeres caseiros. Grande foi sua importância para as donas de casa, as quais, muitas

²⁰NASCIMENTO, F. A. História e Memória: o Rádio por seus Locutores. *Fênix – Revista de História e Estudos Culturais*, Vol. 3, Ano III, nº 4, 2006.

²¹ORTRIWANO, G. S. Radiojornalismo no Brasil: Fragmentos de História. *Revista USP*, São Paulo, n.56, 2003, p. 66-85.

das vezes, ouviam os programas matutinos enquanto trabalhavam, sendo esta prática comum até os dias de hoje.

A relação das pessoas com o lar era reforçada pela presença do rádio na medida em que este propiciava também alguns dos momentos de reunião familiar, onde todos se juntavam para ouvir algum programa (fato que era muito comum durante a “hora do Brasil” em várias casas) ou alguma música. Sendo assim o lugar destes sujeitos na casa ou na comunidade em grande parte era confirmado nas suas vivências com os outros. Conforme as experiências eram diversificadas pela presença do rádio e sua programação, os sujeitos dos lugares acabavam entrando em contato com fatos novos, que lhe soavam como novidades, seu espaço ganhava (re)significações, afinal era associado aos acontecimentos de fora do lugar.

Pensamos que é inegável que a visão do espaço que os sujeitos possuíam era muito moldada por tudo aquilo que escutavam nesta caixa. O seu estar confortável, se sentir vivo no lugar variava de acordo com a forma como ele considerava que os outros estavam a encará-lo em meio à comunidade.

É importante ressaltar que alguns fatos que os sujeitos mais destacaram ao longo de nossas conversas foram as notas de falecimento. Através delas é que muito se informavam sobre os velórios e podiam ir prestar suas condolências aos falecidos, reforçando o sentimento de comunidade, companheirismo e a sociabilidade dos homens locais. Além disso, as pessoas podiam pedir músicas nos seus aniversários, mediante pagamento, estes, por sinal, eram recolhidos por representantes das próprias comunidades, promovendo sentimentos de união.

ESTAR E ENCANTAR

Convidamos-lhes para uma reflexão, consideremos não como o rádio se constituía como um elemento do lugar, mas em como existia e talvez exista um lugar do rádio. Assim como os sujeitos constroem lugares para si mesmos, ou são construídos pelos lugares para se adaptarem à sua existência em meio ao mundo dionísico²² em que

²²Dionísico porque caótico, embebido de uma certa loucura. Não há uma ordem no mundo, mas ordenamentos realizados por nós, como seres humanos. Acreditamos que a realidade é dura e incerta, perturbadora em demasiado para vivermos sem nos alienarmos até certo ponto (Ver Nietzsche, 2011).

vivemos; alguns objetos também constroem lugares em torno do seu próprio existir, criando espaços para sua própria reprodução.

Nós, homens e mulheres, estaríamos (ou mesmo estamos) em um eterno desespero em busca da verdade, pensamos estar em um universo perfeito, Apolínico, entretanto, vivemos em um planeta Dionísico, na desordem e não na ordem. Nietzsche²³ nos mostra ao apontar o real saber, e não o saber dos gregos, que a ilusão da ordem é a principal forma de sobrevivência da sociedade. Esta ultrapassa gerações e vive mesmo nos séculos de esplendoroso conhecer, onde está instalada uma logofilia hipócrita. O desconhecido é ao mesmo tempo amedrontador e instigante.

Continuando nesta linha de raciocínio, poderíamos comparar o aparelho de rádio a uma concha, onde a última é um objeto que possui um espaço vazio no seu interior que pode (ou não) estar servindo de abrigo para alguma criatura desconhecida²⁴. A concha ocupa o imaginário humano, fazendo-nos questionar o que está nela e os porquês de estar nela. Ela alimenta uma infinidade de onirismos, de pensamentos correlacionados que fluem nos sujeitos, construindo relações e sonhos. Além disso, instiga a curiosidade, chamando os seres a se questionarem o que existe dentro dela, tanto física quanto metafisicamente. A imaginação pode vir a ultrapassar a realidade.

Pudemos perceber claramente isto em uma das falas que colhemos, quando o entrevistado falou que ia para a casa de um vizinho ouvir rádio e ele, em conjunto com as outras crianças, ficavam se perguntando de onde vinham os cantores que cantavam de dentro da máquina; para respondê-la, eles tentavam desencostar o rádio pesado da parede. Quando conseguiam, feito raro considerando a supervisão dos adultos, um deles ia lá olhar e, vendo as peças quentes, falavam “o cantor tá vindo, ele tá com um terno cor de fogo!”²⁵.

Mas não eram somente as crianças que eram encantadas por esta tecnologia, os adultos também se apaixonavam pelo fato de poderem ouvir uma voz através de uma caixa. Além disso, viam possibilidades incríveis de terem acesso a muito mais músicas do que comprando discos. Sendo assim, o rádio também adquiria outra dimensão,

²³NIETZSCHE, F. *Assim falou Zaratustra*: Um livro para todos e para ninguém. São Paulo, Companhia das Letras, 2011.

²⁴BACHELARD, G. *The Poetics of Space*: A classic look at how we experience intimate places. Boston, Beacon Press, 1994.

²⁵Entrevista coletada em campo em fevereiro de 2013.

servindo como uma concha para os sujeitos que o ouviam, afinal nele podiam se esconder das dificuldades cotidianas, sendo um porto seguro para a reprodução de sua existência.

Como visto em Bachelard²⁶, esta se apresenta de forma claramente dialética, afinal a concha pode ou não ter algo dentro, a criatura pode ser bela ou feia, há toda uma dualidade na sua essência. No rádio a situação também é contraditória: conforta, mas potencialmente aliena o sujeito; pode ser de âmbito local, mas insere os sujeitos no global; alimenta os sonhos, mas tem a capacidade de castrá-los.

Pensamos que seja relevante refletirmos sobre como os lares e os lugares de forma geral, por serem espaços dotados de significações possuem cantos, locais específicos dentro deles que servem como refúgios para os sujeitos em meio às dificuldades cotidianas, são destes cantos que nascem as poéticas²⁷. Estes é que compõem os núcleos, as âncoras para as imaginações dos sujeitos, sendo assim, podemos nos questionar: seria o rádio um canto? Ou teria o rádio um canto?

Iremos partir da concepção de que o canto é o espaço do sujeito, onde ele fica imerso no silêncio da sua própria reflexão, a imaginação é o que domina nele, fazendo com que as ideias fluam em meio à existência. Sendo assim, no nosso entender, o rádio é ambos. Em primeiro lugar, é um canto por fazer o sujeito se indagar, por colocar a imaginação do sujeito para funcionar na medida em que tanto as radionovelas quanto qualquer outro programa não apresentam imagens, e o que seria imaginar se não o ato (in)voluntário de formar imagens? O contato com o diferente fazia com que ele questionasse, muitas vezes, seus próprios valores e tentasse propor novas soluções para os problemas do seu cotidiano.

Complementarmente, o rádio tem um canto no lar, pois ocupava um espaço privilegiado em meio a tantos outros, refletia consigo mesmo, carregava potencialidades de referenciais e sonhos. Verificamos que os objetos não estão mortos, muito pelo contrário, estão vivos na sua virtualidade, no devir da sua interação com os seres humanos.

²⁶BACHELARD, G. *The Poetics of Space: A classic look at how we experience intimate places*. Boston: Beacon Press, 1994.

²⁷Ibid.

E o que proporcionava (e ainda proporciona em alguns casos) toda esta imaterialidade de relações, toda esta teia de sentimentos e significações para o rádio? A nosso ver, tudo isso foi a ele atribuído por nós, seres humanos pensantes e autoconscientes, nós que levamos vidas rotineiras que precisam de constantes estímulos para continuarem! Nos encantamos pelas coisas para reproduzirmos nossa existência de uma maneira mais agradável, buscamos nelas significados que muitas vezes não fazem sentido, mas que precisam existir.

CONSIDERAÇÕES, REFLEXÕES E INDAGAÇÕES

Percebemos, desta forma, que as relações entre o homem e um aparato tecnológico são mais que complexas, podendo trazer tanto benefícios quanto malefícios. Entretanto, pensamos que é de suma importância a ciência de que o que está no centro desta relação são as humanidades. Como visto em Castells²⁸, não é a tecnologia que molda a sociedade, mas a sociedade que decide como a tecnologia irá transformar nossas vidas. Os lugares nos permitem fazer análises geográficas que partem dos próprios homens para a compreensão dos espaços dos sujeitos, ou se preferirmos, dos sujeitos dos lugares.

Pensamos que o rádio constitui um dos mais claros exemplos disto, se revelando como um dos fundamentos do cotidiano de nossa nação por um longo período histórico. Pudemos verificar que ele causou encanto nos homens e nas mulheres que viveram esta época, fazendo com que estes metamorfoseassem as relações sócioespaciais que realizavam. Pomo-nos a questionar, portanto: até onde vão as relações tecnologia-lugar?

O rádio conseguiu integrar os múltiplos territórios que existiam na nossa nação, diminuindo alguns dos descompassos mais agudos que existiam no espaço brasileiro, entretanto isto fez com que o global se manifestasse nos locais, alterando as relações e as práticas sociais nos lugares, as hierarquias e as lógicas vigentes. Em várias instâncias impôs uma lógica cronoespacializante do capital, onde os homens eram preteridos em função da mercadoria, mas até que ponto esta última consegue se afirmar? Até onde o capital consegue “domar” as humanidades?

²⁸CASTELLS, M. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: A sociedade em Rede: Do Conhecimento à Ação Política. Belém: Centro Cultural de Belém, 2005. p. 17-29.

Encantar, refletir e pensar fazem parte do que nos constitui como seres humanos, propondo uma existência que vai para além da desconstrução do mundo, mas para uma (re)construção das humanidades que (re)existem mesmo em meio a um sistema hegemônico marcado pelas contradições. Entretanto, este sistema foi construído por humanos e, de certa forma, é a expressão singular do nosso ser, da nossa natureza. Será possível ser mesmo em um mundo que está cada vez mais a se globalizar? Estariam as humanidades nas especificidades? Seria o diferente a chave para o viver? Dissemos sim para a maioria das questões, mas o importante é compreender bem que, mesmo com a presença e o uso do rádio, o lugar não foi para o espaço.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACHELARD, G. *The Poetics of Space: A classic look at how we experience intimate places*. Boston: Beacon Press, 1994.
- _____. *A intuição do instante*. Campinas: Verus Editora, 2010.
- BURLEIN, A.; ORR, J. The Practice of Enchantment: Strange Allures. *Women's Studies Quarterly*, Volume 40, Numbers 3 & 4, 2012, pp. 13-23
- CARLOS, A. F. A. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: FFLCH, 2007.
- CASTELLS, M. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: *A sociedade em Rede: Do Conhecimento à Acção Política*. Belém: Centro Cultural de Belém, 2005. p. 17-29.
- CLAVAL, P. O papel da nova geografia cultural na compreensão da ação humana. In: ROZENDAHL, Z. ; CORRÊA, J. L. *Matrizes da geografia cultural*. Rio de Janeiro: edUERJ, 2001. p. 35-81.
- _____. Os desafios culturais do mundo atual. In: *A geografia cultural*. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1999. p. 387-421.
- _____. As Abordagens da Geografia Cultural. In: CASTRO, Iná E et al. (Org.). *Explorações geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 1997.
- FERRARO, A. R.; KREIDLOW, D. Analfabetismo no Brasil: configuração e gênese das desigualdades regionais. *Educação e Realidade*, Porto Alegre, v. 29, n.2, 2004. p. 179-200.
- FOUCAULT, M. *A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970*. 22. Ed. São Paulo: Edições Loyolla, 2012.
- GIDDENS, A. *O mundo na era da globalização*. 6. ed. Lisboa: Presença, 2002. 91 p.
- HAESBAERT, R. *O mito da desterritorialização: Do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

- JENNINGS, B. Enlightenment and enchantment: Technology and moral limits. *Technology in Society*, Number 32, 2010, pp. 25–30.
- LEITE, A. F. O Lugar: Duas acepções geográficas. *Anuário do Instituto de Geociências*, Rio de Janeiro, v. 21, p.9-20, 1998. p. 9-20.
- MARQUES, L. M.; SANTOS, R. J. As festas populares na modernidade: algumas contribuições a partir da Festa de Santos Reis de Martinésia, Uberlândia - MG. II Seminário Regional de Programas de Pós Graduação em Geografia do Centro-Oeste e Triângulo Mineiro, 2010, Uberlândia. *Anais do II Seminário Regional de Programas de Pós Graduação em Geografia do Centro-Oeste e Triângulo Mineiro*, 2010.
- NASCIMENTO, F. A. História e Memória: o Rádio por seus Locutores. *Fênix – Revista de História e Estudos Culturais*, Vol. 3, Ano III, nº 4, 2006.
- NIETZSCHE, F. *Assim falou Zaratustra*: Um livro para todos e para ninguém. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- ORTRIWANO, G. S. Radiojornalismo no Brasil: Fragmentos de História. *Revista USP*, São Paulo, n.56, 2003, p. 66-85.
- POCOCK, D. C. D. 1981. Place and the Novelist. *Transactions of the British Geographers*, New Series 6, p. 337-347.
- SANTOS, M. *Por uma Outra Globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2012.
- SANTOS, R. J. *Gaúchos e mineiros do cerrado: metamorfoses das diferentes temporalidades e lógicas sociais*. Uberlândia: EDUFU, 2008.
- STEINBRENNER, R. M. A.; ANGELIM, J. K. O.; OLIVEIRA, F. H. G.; TRINDADE, R. S.; VIANA, W. A. Conta Mais sobre a história do rádio no Brasil! *Anais do 9º encontro nacional de história da mídia*. UFOP, Ouro Preto, 2013.
- TUAN, Y. *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: DIFEL, 1983.
- WOODYER, T.; GEOGHEGAN, H. (Re)enchanting geography? The nature of being critical and the character of critique in human geography. *Progress in Human Geography*, Number 37, 2013, p.195-214.

DANIELA ÁVILA MALAGOLI

CANTORAS DA RÁDIO DIFUSORA DE UBERLÂNDIA: 1939-1970

Uberlândia

2014

Cantoras da Rádio Difusora de Uberlândia: 1939-1970

Daniela Ávila Malagoli

Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo

Universidade Federal de Uberlândia

E mail: malagoli.dani@gmail.com

Resumo: Este artigo objetiva discutir sobre a história do rádio e sua configuração no Brasil. Acoplado a isso, também serão ilustradas reflexões teóricas sobre esse meio de comunicação de massa que é, inevitavelmente, elemento integrante da sociedade e do conjunto de metamorfoses sócio-históricas que a acompanha. Além disso, também será apresentado breve histórico das cantoras do rádio, as quais constituíram o plano de trabalho da pesquisa fomentada pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica PIBIC/CNPQ/UFU-2012/2014 intitulado “A Rádio Difusora de Uberlândia e suas experiências musicais na configuração da cultura popular urbana – 1939-1970.” As cantoras do rádio contribuíram de maneira significativa para a construção da cultura tradicional brasileira, especialmente na cidade de Uberlândia-MG.

Palavras-chave: Rádio. Cantoras. Reflexão.

Uberlândia

2014

1. INTRODUÇÃO

O rádio caracteriza-se de maneira peculiar, uma vez que produziu, ao longo de seu surgimento e desenvolvimento, relação de familiaridade com o ouvinte, exercendo tamanha influência na sociedade. Por se constituir um meio de comunicação de massa, o rádio exerce papel fundamental no espaço físico-social. Segundo Azevedo (2002),

Ser cidadão, pertencer a uma determinada sociedade, passa a implicar também integrar esse conjunto de consumidores dos produtos culturais oriundos, em sua grande maioria, dos meios de comunicação de massa (p.11)

É considerado o meio mais popular e de maior alcance populacional, uma vez que não exige atenção exclusiva do ouvinte, o qual não necessita interromper suas atividades para poder escutar o rádio. A sua construção e desenvolvimento em todo o mundo foi resultado de grandes contribuições científicas.

No Brasil, o rádio marcou história, acompanhando a evolução dos acontecimentos que marcaram a transição da economia agrária em urbano-industrial, além de estar imbuído às transformações culturais inatas à sociedade. Teve seu auge na década de 30 e, no século XXI, passa por dificuldades devido às tecnologias que surgem de forma cada vez mais imediata, “impondo” esse imediatismo ao público consumidor. A rapidez, a praticidade e o dinamismo das novas formas de comunicação fazem com que o rádio inove seus métodos de transmissão de informação e entretenimento, tendo como uma das alternativas o trabalho coletivo com os meios de comunicação contemporâneos.

2. SOBRE O RÁDIO

A história da invenção do rádio é carregada de polêmicas. Em termos gerais, segundo informações do blog SrHistoria²⁹ (2006), em meados de 1890, após várias contribuições científicas, “o cientista Roberto Landell de Moura testa a primeira transmissão de falas por ondas eletromagnéticas”. Ainda segundo o autor, graças ao também padre e engenheiro, a Marinha Brasileira conseguiu realizar alguns testes de mensagens telegráficas no ano de 1905.

O rádio, por seu método de propagação peculiar e variedade de assuntos que engloba em sua programação, “superou a soberania dos jornais impressos” (Daher, 2012). Embora tenha perdido popularidade nos anos 50, com o desenvolvimento da televisão, ainda continuou presente e vivo no cotidiano das pessoas até a primeira década do século XX, segundo o autor.

No Brasil, o rádio comemora, neste ano de 2014, 91 anos de existência. A sua trajetória é marcada por mudanças que sempre acompanharam as evoluções históricas da sociedade. O cronograma de desenvolvimento desse veículo de comunicação baseia-

²⁹ Disponível em: <<http://www.srhistoria.blogspot.com.br/>>. Acesso em 21 de Março de 2014.

se no crescimento do mesmo como difusor de informação e entretenimento (a primeira novela radiofônica brasileira, segundo informações do blog SrHistoria³⁰ (2006), surgiu em 1941, juntamente ao primeiro radiojornal, o Repórter Esso).

Desde sua fundação, em 1923, quando surge a primeira emissora brasileira, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, hoje denominada Rádio MEC, o rádio cresceu a ponto de se tornar parte do cotidiano dos lares brasileiros. Com o advento das transformações tecnológicas, dentre as quais destaca-se o surgimento da transmissão FM, em 1955, e, em 2005, as transmissões no sistema digital, o rádio ganhou força, tornando-se instrumento poderoso de produção e divulgação rápida de conteúdos variados.

No Brasil, o rádio teve papel decisivo na construção da cultura tradicional. De acordo com Daher (2012), o país ouviu a primeira transmissão radiofônica na comemoração do primeiro centenário da independência do Brasil. O discurso do então presidente Epitácio Pessoa foi restrito a habitantes de Petrópolis, São Paulo e Rio de Janeiro, no entanto marcou “o início de uma história de verdadeiro sucesso do rádio brasileiro” (DAHER, 2012).

Mais de um século após sua invenção, e mesmo com os avanços tecnológicos cada vez mais imediatos e inteligentes, o rádio ainda continua presente na vida das pessoas. Ele constituiu-se, ao longo do tempo, um instrumento familiar, ao passo que estava sempre “acompanhando” as donas de casa em seus afazeres, por exemplo. Além disso, as pessoas tinham a oportunidade de ouvir jogos de futebol, novelas, notícias e outros assuntos pelo rádio, o qual também se tornou meio de comunicação e relação direta, “íntima”, entre as autoridades e a população.

O rádio, ao longo de seu surgimento e desenvolvimento, construiu relação de intimidade e credibilidade com o público. De acordo com Hobsbawm, “sua capacidade de falar simultaneamente a incontáveis milhões, cada um deles sentindo-se abordado como indivíduo, transformava-o numa ferramenta inconcebivelmente poderosa de informação” (HOBBSAWM Apud AZEVEDO, 2002, p.16).

Contudo, enfrenta concorrência brutal com a tecnologia atual, marcada principalmente pela agilidade e praticidade, com inovações quase que instantâneas, dando a ideia de que tudo se torna rapidamente obsoleto. Dessa forma, os costumes de

³⁰ Disponível em: <<http://www.srhistoria.blogspot.com.br/>³⁰> Acesso em 21 de março de 2014.

reunir os familiares para partilhar de emoções, sentimentos e diversões proporcionados pelo rádio parecem cada vez mais longínquos perante as relações interpessoais (escassas, dando lugar ao virtual) e para com os meios de comunicação contemporâneos.

As metamorfoses fizeram o rádio se adaptar para não perder tanta influência. Hoje em dia, as variedades de podcasts e playlists contribuem para manter a dinamicidade do meio de comunicação. De acordo com Daher (2012),

Antes, para um artista ser considerado de sucesso, era necessidade primordial que sua música fosse veiculada em alguma das diversas estações exclusivamente musicais do País. Hoje em dia, estas estações veem sua influência diminuir a cada dia. Na cobertura de notícias, entretanto, o rádio ainda se destaca por sua grande agilidade e eficácia.

Nesse contexto, é importante ressaltar que, embora o rádio tenha concorrentes fortes, há algo de peculiar em sua criação que ainda perdura: o sentimento edificado entre ele e o ouvinte. Muitas pessoas ainda guardam e/ou reformam seus aparelhos antigos e não se sentem obrigados a acompanhar de maneira rígida as tecnologias, adquirindo o novo que tão rapidamente se tornará obsoletos. Gostam de manter a tradição, os sentimentos e emoções que o rádio lhes proporciona.

Segundo dados do Ministério das Comunicações, existem cerca de 3.000 emissoras de rádio no Brasil, transitando entre as frequências AM e FM. No que tange à cidade de Uberlândia-MG, o rádio contribuiu de maneira significativa para a construção da cultura tradicional e foi marcado por processos de contraste. Para Dângelo (2000), o processo de inserção da cultura radiofônica se deu de maneira peculiar, uma vez que se constituiu de um contraste entre a cultura letrada e a oral, na qual predominava a linguagem “caipira”.

Nesse contexto, é imprescindível ressaltar o papel das cantoras do rádio, as quais também contribuíram de maneira significativa para a formação e consolidação da cultural tradicional regional.

3. AS CANTORAS DO RÁDIO

As cantoras do rádio exerceram tamanha influência na sociedade que se transformaram em Documentário, dirigido por Gil Baroni. O longa-metragem resgata parte de um glorioso passado, o da Era de Ouro do Rádio, durante as décadas de 30 e 50. Nesse contexto, merecem ser destacadas as “divas” do rádio: Carmem Miranda, Aracy de Almeida, Aurora Miranda, Dalva de Oliveira, Dolores Duran, Elizeth Cardoso, Linda e Dircinha Baptista, Isaura Garcia e Nora Ney.

A atuação das cantoras do rádio acompanhou, inexoravelmente, a evolução da sociedade em busca dos ideais, especialmente o de liberdade. Dessa forma, a inserção da mulher nos setores da sociedade foi um longo processo, do qual o rádio não se desvinculou.

No ano de 1937 foi instituído o concurso “Rainha do Rádio”,

Ano em que Linda Baptista (Florinda de Oliveira) elegeu-se a primeira "Rainha do Rádio Brasileiro", promovido pelo late Laranja, um barco carnavalesco que ficava atracado na Esplanada do Castelo, na antiga capital federal. (PORTAL SÃO FRANCISCO³¹)

No auge dos programas musicais e de auditório do rádio no Brasil, nos anos 50, o público acompanhava ferozmente a interpretação de suas cantoras favoritas. Os programas de auditório criaram e alimentaram o fenômeno dos fã-clubes, os quais tinham sede própria e faziam de tudo para arrecadar dinheiro e presentear o cantor predileto: “as disputas mais famosas da história dos fã-clubes ocorreram entre os adoradores das cantoras Marlene e Emilinha Borba” (AZEVEDO, 2002, p. 242).

“Cantoras do gênero popular, ao longo de sete décadas, encantaram gerações com suas vozes marcantes e interpretações memoráveis” (PORTAL SÃO FRANCISCO).

Participaram desse concurso:

Aracy de Almeida (Tenha Pena de Mim e Não me Diga Adeus), Nora Ney (Vai, Vai Mesmo, Menino Grande e Ninguém me Ama), Dalva de Oliveira (Olhos Verdes e Segredo), Elizeth Cardoso (Mulata Assanhada e Barracão), Isaurinha Garcia (Mensagem), Dolores Duran (A Noite do Meu Bem), Elizeth Cardoso (Canção de Amor), Carmen e Aurora Miranda (marchinhas carnavalescas), Linda e Dircinha Batista (marchinhas carnavalescas), Ângela Maria (Não Tenho Você), Emilinha (Chiquita Bacana, Se queres saber), Marlene Doris Monteiro (Se Você

³¹ Disponível em:< <http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/historia-do-radio/historia-do-radio.php>> Acesso em 21 de Março de 2014.

se Importasse), Carmem Miranda (Pra você gostar de mim, Que é Que a Baiana Tem e South American Way), Odete Amaral, Lourdinha Bittencourt, Ellen de Lima, Violeta Cavalcante, Carminha Mascarenhas, Carmélia Alves, a eterna Rainha do Baião, gênero que popularizou até em temporadas na Europa, nos anos 60, Linda e Dircinha Baptista. (PORTAL SÃO FRANCISCO³²)

É essencial ressaltar que o rádio se constituía, cada vez mais, como elemento integrante entre as pessoas e criava uma relação de proximidade entre o público e os artistas do rádio. Segundo Azevedo (2002, p. 245),

O mundo mágico estava montado. Os ouvintes transformavam-se em membros de um reino governado por uma rainha que fazia a alegria do povo ao cantar de forma simples e democrática. Os artistas eram transformados em seres especiais que o rádio colocava ao alcance de todos. A popularidade do rádio na década de 50 estava baseada nessa capacidade do meio de transitar entre o real e o imaginário, fornecendo informação e entretenimento.

Dessa forma, corrobora-se a importância do rádio como instrumento de produção e divulgação tanto de conteúdo jornalístico quanto de entretenimento. A partir dessa reflexão, percebe-se que o rádio criava uma espécie de interlocução com o público, o qual não se portava como passivo e homogêneo (o oposto do que os teóricos da indústria cultural acreditavam) diante do meio de comunicação, mas participava de maneira ativa e se sentia parte de tudo aquilo. “O rádio forneceu aos fãs um sentimento de proximidade, de intimidade como nenhum outro veículo de comunicação” (AZEVEDO, 2002, p. 247).

Ainda no que tange ao concurso, em determinado ano, Marlene venceu, ganhando o título de “Rainha do Rádio”, deixando Ademilde Fonseca e Emilinha Borba em segundo e terceiro lugares, respectivamente:

Quando eu ganhei, deu no Repórter Esso, na Hora do Brasil e em todos os jornais do Brasil na primeira página. Tinha a figura de uma garrafa e eu espocando, aquela espuma toda e a minha cara saindo de dentro da garrafa com a legenda: “A Rainha do Rádio e o Rei do Refrigerantes.” (MARLENE apud AZEVEDO, 2002, p. 247).

³² Disponível em:< <http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/historia-do-radio/historia-do-radio.php>> Acesso em 21 de Março de 2014.

No ano de 1948, a Associação Brasileira de Rádio optou por reorganizar o tão popular concurso, que reunia fanáticos pelas cantoras do rádio e suas músicas. Dircinha Baptista, irmã de Linda Baptista, foi “coroadada” rainha durante um ano. Nesse contexto, as disputas entre os fã-clubes tornaram-se violentas, o que ocasionou, em 1953, a publicação do artigo intitulado “O perigo dos programas de auditório”, pela Revista do Rádio.

É importante realçar, nesse contexto, a ligação intrínseca entre os meios de comunicação e todos os profissionais a ele ligados. No que diz respeito ao rádio e suas cantoras, reafirma-se o fio condutor desta análise: o desenvolvimento do objeto de comunicação acompanha as mudanças sociais, políticas econômicas e históricas.

Corroborando a reflexão acima, nos anos 1940, 50 e 60, a luta dos artistas era por uma carreira estável e duradoura. Isto é, a busca pelo sucesso não era tão ligada ao quesito financeiro, algo que se tornou verdadeira prioridade nas décadas de 1970 e 80, época marcada pelo alto desenvolvimento mercadológico, resultado das transições pelas quais a sociedade brasileira passou.

Nesse contexto, torna-se necessário destacar a pesquisa fomentada pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica PIBIC/CNPQ/UFU-2012/2014 intitulado “A Rádio Difusora de Uberlândia e suas experiências musicais na configuração da cultura popular urbana – 1939-1970.” A vertente do projeto escolhida para estudo é denominada “Cantoras da Rádio Difusora de Uberlândia: 1939-1970”. Foi realizada durante o período de um ano – de 1º de março de 2013 até 28 de fevereiro de 2014.

A pesquisa realizada durante o período acima explicitado constitui-se a segunda parte da investigação (o primeiro ano foi composto de estudos teóricos relacionados à área). A análise prática foi realizada no Centro de Documentação e Pesquisa em História (CDHIS) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Foram selecionados três dias por semana para o exame dos discos disponíveis no Acervo Discográfico Geraldo Mota Baptista, da Rádio Difusora de Uberlândia. Fundada em 1939,

produziu e irradiou programas ao vivo em estúdio, em auditórios, em praças públicas e direto das marquises de sua sede, na avenida Afonso Pena, funcionando sem concorrentes até o início dos anos 1950.
(DÂNGELO, 2012, P. 31)

Com o passar do tempo, a Rádio Difusora ganhou concorrentes, mas esse conjunto de novas rádios não só reforçou como consolidou o sentimento de proximidade entre o ouvinte e o rádio. O ambiente era de troca de gentilezas e críticas, e sensação de pertencimento do público. Segundo Dângelo (2012),

Naquela época, o radio uberlandense vivia um momento em que, mesmo com a chegada da televisão, havia construído e consolidado uma fidelidade de audiência invejável a outras mídias, a ponto de possibilitar a eleição do radialista Geraldo Mota Baptista – o Geraldo Ladeira, como ficou conhecido o proprietário da Difusora – a prefeito de Uberlândia, em 1959. (p.32)

Nomes como Cauby Peixoto, Emilinha Borba e Marlene foram para Uberlândia para grandes shows e os programas de auditórios eram realizados nos auditórios da Rádio Difusora com a participação de artistas locais. De acordo com Dângelo (2005),

A Difusora passava a compor um quadro local de diferenciadas formas de lazer e entretenimento, de informação e de espaços de sociabilidade, irradiando músicas, noticiários e propagandas comerciais para diferentes sujeitos e experiências de vida, anteriormente mediados pela presença do cinema, jornais, revistas, folhetins, folhetos de cordel, correios, telégrafo e telefone. (p. 26)

O acervo discográfico Geraldo Mota Baptista foi doado à UFU em 1990 é composto de 10.640 discos. Por meio do projeto de pesquisa intitulado “Nas ondas da emoção: a música que vai para o ar”, foi iniciada a classificação e a conservação do acervo, que “objetivava limpar, catalogar e armazenar o arquivo discográfico da extinta Rádio Difusora” (DÂNGELO, 2012, p.18).

Posteriormente, com a obtenção das bolsas de iniciação científica na UFU e no CNPq, em 1995, o trabalho foi agilizado e, de acordo com Dângelo (2012), hoje o acervo encontra-se totalmente classificado em fichas manuais, que alimentam um programa de computador especialmente criado para armazenar, cruzar e consultar os dados das fichas (p. 18)

No que tange à execução do plano de trabalho, de março de 2013 a fevereiro de 2014, foram avaliados todos os discos. Segue abaixo o resumo dos resultados:

- **TOTAL DISCOS DO ACERVO: 10.640**
- **TOTAL DISCOS CANTORA: 736**
- **TOTAL DISCOS CADASTRADOS CANTORA: 296**

Dessa forma, deve-se ressaltar a cantora Dalva de Oliveira apareceu com grande evidência nos discos avaliados e cadastrados. O nome original da cantora é Vicentina de Paula Oliveira e nasceu em 5 de maio de 1917, na cidade de Rio Claro, São Paulo.

Dalva de Oliveira é considerada a Rainha da voz, ou também o rouxinol brasileiro, uma vez que sua extensão vocal era imensa. Cantou um tempo em conjunto (o Trio de Ouro), mas voltou a ter carreira solo, em 1951, lançando dois sucessos: “Olhos verdes” e “Ave-Maria”. No ano seguinte, foi eleita rainha do Rádio, vivendo momentos de apogeu nas décadas de 30, 40 e 50. Dalva faleceu em 1972, vítima de câncer.



Figura 1 - Fonte:
<<http://bonavides75.blogspot.com.br/2012/05/dalva-de-oliveira-95-anos.html>>

A cantora tornou-se ícone no Brasil, sendo protagonista das escolas de Samba Acadêmicos de Santa Cruz, Imperatriz Leopoldinense e Turunas do Riachuelo nas décadas de 70 e 80. A mídia brasileira também destacou Dalva de Oliveira em suas produções. No ano de 2002 o teatrólogo mineiro Pedro Paulo Cava Criou o espetáculo teatral denominado “Estrela Dalva”, o qual rendeu várias viagens pelo Brasil ao elenco; um verdadeiro sucesso. A vida da cantora também foi ilustrada na minissérie Dalva e Herivelto - Uma Canção de Amor, produzida pela Rede Globo em 2010.

A Rainha do Rádio é dona de 14 álbuns gravados em estúdio: A Voz Sentimental do Brasil (1953); Dalva de Oliveira, Roberto

Inglês e sua orquestra (1955); Os Tangos Mais Famosos na Voz de Dalva de Oliveira (1957); Dalva (1958); Dalva de Oliveira Canta Boleros (1959); Em Tudo Você (1960); Tangos (1961); Dalva de Oliveira (1961); O Encantamento do Bolero (1962); Tangos - Volume II (1963); Rancho da Praça Onze (1965; A Cantora do Brasil (1967); É Tempo de Amar (1968) e Bandeira Branca (1970).

Dalva também possui 12 coletâneas e grandes sucessos, como: “Errei, sim” (Araulfo Alves - 1950), “Há um Deus” (com Tom Jobim ao piano - Lupicínio Rodrigues-1957) e Bandeira branca (Laércio Alves e Max Nunes-1970), da qual segue abaixo uma breve análise:

Bandeira Branca

Dalva de Oliveira

Bandeira Branca, Amor

Não Posso Mais

Pela Saudade

Que Me Invade

Eu Peço Paz (Bis)

Saudade Mal De Amor, De Amor

Saudade Dor Que Dói Demais

Vem Meu Amor

Bandeira Branca

Eu Peço Paz

Ficha de análise de músicas/jingles

Título/Tema: Bandeira Branca

Data de gravação: 1970

Compositor: Laércio Alves e Max Nunes

Intérprete: Dalva de Oliveira

Gênero predominante: Marcha

Melodia, Harmonia, Ritmo: Marchinha de carnaval

Como o compositor desenvolve o tema? Que posicionamentos ou intenções ele assume?

Na música de Dalva de Oliveira, o eu - lírico se rende e pede paz em nome da saudade; isto é, pode-se perceber que o sentimento que rodeia a canção tende para a tristeza, a angústia, algo que pode ser considerado um paradoxo diante do tamanho sucesso da música no carnaval, marcado por sentimentos opostos aos citados acima. Dessa forma, a intenção do autor é marcada por sensações melancólicas.

Quais simbologias, figuras, metáforas, conceitos ou valores sócio-culturais são informados na letra e melodia?

“Bandeira Branca” faz parte das marchinhas, as quais transcendem a simples retratação de sentimentos de alegria e amor. Esse estilo musical trata de política, cultura, dentre outros assuntos, e possui, muitas vezes, dose de humor. “Bandeira Branca” é um exemplo de canção que vai além da expressão de sentimentos diversos. Uma vez que a música está imbuída no espaço social, político e cultural, ela tende a acompanhar as mudanças pelas quais a sociedade passa.

Como são tratados os sujeitos?

A canção passa a impressão de que o autor rende-se ao sujeito (na música, é chamado de “amor”). O sujeito, dessa forma, é tratado com carinho, delicadeza, mas ao mesmo tempo é questionado sobre a angústia do autor, que necessita de paz.

A quem se dirige o discurso?

O discurso parece dirigir-se a sociedade em geral, que vive em um contexto que clama por paz.

Informações complementares: regravações, contexto da produção, sucesso, censura, outros.

A música acima faz parte do álbum de mesmo nome, datado de 1970. A letra demonstra que não só essa, mas as canções de Dalva de Oliveira caminharam juntas com as modificações culturais, sociais, políticas e econômicas pelas quais a sociedade, inexoravelmente, teve que passar. Nesse caso, a letra parece ser um desabafo e uma rendição, ao mesmo tempo, algo que pode ser considerado comum diante da época vivida, a Ditadura Militar (1964-1988).

Portanto, é imprescindível ressaltar a bagagem cultural, política e social imbuída nessa canção de Dalva de Oliveira. Além disso, o contexto da música é marcado, principalmente, pela censura, repressão em todos os setores da sociedade, inclusive o da música, já que ela trazia consigo sentimentos, emoções, opiniões e vontades e “cantava” em nome da sociedade.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo pretendeu explicitar a história do rádio, especialmente no Brasil, e sua relação com a sociedade, dado que ele se constituiu e ainda constitui elemento integrante das mudanças culturais, sociais, políticas e econômicas que sempre estiveram presentes no espaço físico. Ademais, nesse contexto, foi explicitado um pouco sobre as cantoras do rádio, as quais contribuíram de maneira significativa para a construção e consolidação da cultura tradicional brasileira. Por fim, foi apresentada a pesquisa relacionada a este tema e seus resultados.

Infere-se, a partir disso, que o rádio configura-se como sendo um objeto da vida privada e cotidiana, no entanto foi o grande responsável pela construção de relações coletivas entre pessoas que, a priori, não se conheciam. “O rádio também contribuiu para que as pessoas também se transformassem em consumidores culturais” (AZEVEDO, 2002, p. 260). Acrescenta-se a esse fato a possibilidade de interlocução e consequente produção de cultura, dada a capacidade do rádio em criar proximidade com o público, algo até então escasso nos meios de comunicação.

O rádio foi pioneiro na comunicação, uma vez que possibilitou às pessoas o conhecimento de notícias nacionais e internacionais. Além disso, foi criador de hábitos na sociedade, o que proporcionou uma sensação de pertencimento, algo que, sem dúvidas, foi uma das causas do grande sucesso do rádio no Brasil. Faz parte dessa história as cantoras, as quais fizeram emergir para além de simples belas músicas, mas verdadeiras comunidades integradas no mesmo sentimento de pertencimento ao mundo das Rainhas do Rádio.

A relação entre uma cantora e um público vasto, uma relação por si só de uma natureza altamente impessoal, promovia, nesse vai-e-vem, um intercâmbio assistemático, quebrado, fazendo com que

experiências de caráter pessoal se tornassem socialmente representativas, a dimensão socialmente representativa pudesse ser interiorizada de formas particulares, em grupos, em classes, em faixas etárias, em faixas sociais bastante distintas umas das outras.(LENHARO apud DÂNGELO, 2012, p. 21)

Assim como em todo o Brasil, a cidade de Uberlândia foi amplamente influenciada pelas cantoras do rádio no que tange à edificação e desenvolvimento da cultura tradicional. Embora sejam processos contraditórios e contrastantes, dada a realidade da época, é imprescindível ressaltar que a sensação de integração e familiaridade entre as pessoas e os artistas, nesse caso, as cantoras, foi algo pioneiro do rádio, daí a importância desse instrumento na inauguração de uma sociedade mais ativa, consumidora e produtora, independente, comunicativa e participativa.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Lia Calabre de. No tempo do rádio: Radiodifusão e Cotidiano no Brasil: 1923 – 1960. 277 folhas. História, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2002.

DÂNGELO, Newton. Aquele povo feliz, que ainda não sonhava com a invenção do rádio: cultura popular, lazeres e sociabilidade urbana. – Uberlândia – 1900 – 1940 / EDUFU, 2005.

DÂNGELO, Newton. Cidade, nação e cultura popular nas ondas do rádio: Uberlândia-MG – décadas de 1930-60. in: REVISTA Tempos Históricos. Cascavel: UNIOESTE, v.2, n.1, 2000.

DÂNGELO, Newton. Vozes da cidade; rádio e cultura popular urbana em Uberlândia – MG 1939/1970. Uberlândia, EDUFU, 2012.

SOBRE A HISTÓRIA DO RÁDIO. Disponível em: <<http://www.srhistoria.blogspot.com.br/>> Acesso em 20 de março de 2014.

SOBRE A HISTÓRIA DO RÁDIO. Portal São Francisco. Disponível em: <<http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/historia-do-radio/historia-do-radio-10.php>> Acesso em 21 de março de 2014.

SOBRE CANTORAS DO RÁDIO. Disponível em: <<http://www.hotsitespetrobras.com.br/cultura/projetos/21/84>> Acesso em 21 de março de 2014.

SOBRE DALVA DE OLIVEIRA. Disponível em: <<http://letras.mus.br/dalva-de-oliveira/243872/>> Acesso em 21 de março de 2014.

TAHER, Gabriel. Revista Brasileiros. Disponível em: <<http://www.revistabrasileiros.com.br/2012/09/24/radio-o-aparelho-que-revolucionou-o-mundo/#.Uysr1PldV5I>> Acesso em 20 de março de 2014.

O PAPEL DO RÁDIO NO ESPAÇO RURAL BRASILEIRO: ROMPENDO FRONTEIRAS

Jéssica Soares de Freitas³³
jessicasoaresfreitas@gmail.com

Rosselvelt José Santos³⁴
rosselvelt@ufu.com

Introdução

As tecnologias da informação proporcionam ao homem maior dinamicidade no mundo contemporâneo. As modificações por elas efetuadas ao longo dos anos, principalmente no século XX, ocorreram de forma rápida ao transformar o modo de transmissão da informação. A esta nova configuração da sociedade existem múltiplas nomenclaturas, tais como “Sociedade do Conhecimento”, “Sociedade da Informação”, “Sociedade da Comunicação”, dentre outras, todas estas culminando na “Sociedade em Rede”, termo cunhado por Manuel Castells para definir a forma em que a sociedade está a interagir com esta metamorfose informacional.

A transformação tecnológica proporciona novas possibilidades no cotidiano. Por meio dela é possível agregar diversos meios de comunicação com variados

³³ Discente em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia.

³⁴ Professor Doutor do curso de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia.

intermediários unidos em um único mecanismo. O rádio, a televisão, a internet, e o telefone estão inseridos, em conjunto, em vários dos aparelhos eletrônicos contemporâneos. O que um dia seria impossível, se torna possível.

No entanto, a tecnologia coloca em evidência as classes sociais, a divisão social do espaço. O poder de estar conectado é possível apenas para alguns e muitos são os excluídos desse processo de “magnificência comunicacional”. As redes de internet não alcançam todo o globo, mesmo que una virtualmente os dois extremos do planeta, é possível observar vazios em meio a ele. Nesses se localizam aqueles que o restante da comunidade terrestre faz questão de esquecer os quais lutam para sonhar que um dia poderão ser unidos ao todo.

A informação, originada de um ponto específico, se espalha por meio das mídias, seja ela impressa, visual, auditiva ou eletrônica. O Rádio, tendo início no Brasil nos anos 20, fez e ainda faz parte do cotidiano de muitos brasileiros. Contudo, com o advento da internet e as inovações dos celulares, ficou cada vez mais difícil do aparelho de rádio encontrar ou reencontrar o seu espaço, no entanto, este tem buscado alternativas para se inserir nestas novas mídias.

Apesar disso, como não pode se pensar no todo sem as partes, em algumas localidades o rádio, seja ele pequeno, grande, médio, aparece nas casas como objeto fundamental de uma sociabilidade local, comunitária, proporcionando convivências. Isso se deve ao fator cultural e espacial que o rádio demonstra. Nas famílias rurais, por exemplo, mais distantes do ambiente urbano, essa caixa de diversos tamanhos, de frequência variada, leva a elas notícias, conversas, futebol e canções. Mesmo que o sinal de televisão já tenha chegado, o rádio ainda é presente nas ordenhas, no começo do dia, a fim de ouvir as notícias diárias.

A comunicação possui papel primordial na transmissão e construção da cultura. Ela é um dos três eixos principais para se analisar de forma geográfica a cultura, em consonância com as sensações e representações dos sujeitos e com análise da dimensão individual.³⁵ É por meio dos fluxos dela que os sujeitos trocam informações que são de cada um, sendo transmitidas pela observação, imitação, pela palavra ou pela escrita. Através do rádio foi possível uma amplitude maior da comunicação e da transmissão

³⁵ CLAVAL, P. As abordagens da Geografia Cultural. In: CASTRO, I. E. de et al. (org.). *Explorações geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. p 89-117.

cultural, já que o que não era conhecido passou a ser, havendo pequenas modificações no ser do sujeito social local.

Podemos observar também que o lugar é atingido pelo rádio. O rádio passa a fazer parte do lugar. Ele efetiva o lugar na medida em que proporciona relações sociais entre o local e o global. Como elaborado em Haesbaert³⁶, a globalização não mata os lugares, pelo contrário, ela os intensifica. O lugar está ligado a cada sujeito de formas diferentes, cada um o sente e o compreende de diferentes formas.

Por intermédio de pesquisas bibliográficas, trabalhos de campo e entrevistas dialogadas com ouvintes radiofônicos e pesquisadores cuja temática é o rádio foi possível a realização deste trabalho. Analisando as diversas temporalidades das tecnologias da informação, com ênfase no rádio, foi possível observar as modificações que ocorreram a partir da sua criação e propagação. O resultado deste trabalho decorre do objetivo de analisar o papel da tecnologia e da comunicação no Brasil com destaque para seu espaço rural.

Comunicação e Cultura: O rádio como intermediário

Comunicar faz parte do processo de humanização do ser humano. É através de sons, gestos e imagens que o homem consegue ser mutável, transmitir sua cultura, captar de outros conhecimentos, saberes e fazeres, mostrar-se como diferente, particular, específico do lugar. Dessa forma, a comunicação mediada, ou seja, quando há a intervenção de objetos, amplia esta forma de comunicar. O que antes poderia ser realizado apenas entre pessoas, sem mediações diretas, começou a ser modificado. Nas pinturas rupestres já é possível verificar a comunicação dos humanos usando códigos, objetivando a transmissão da mensagem, decodificando-a, sendo possível, dessa forma, realizar o processo comunicacional.

A evolução da técnica nos colocou em uma nova era: a era da tecnologia, a qual passou a intensificar a comunicação e a informação. Neste contexto, a dinamicidade da vida individual e coletiva transformou a realidade dando novas possibilidades à vida cotidiana. Com a forma impressa era possível divulgar a informações para um número restrito de pessoas, pois era necessário dominar a leitura dos textos impressos, bem

³⁶ HAESBAERT, R. Região, Diversidade Territorial e Globalização. *GEOgraphia*. Ano. 1, n. 1, 199. p. 15-39.

como adquiri-los. Dessa forma, a grande maioria ficava a margem dessa conquista, inclusive de ter acesso às informações dos fatos que estavam a ocorrer em âmbito local. A informação impressa, distribuída pelos agentes hegemônicos dividia a sociedade de forma a excluir os “inabilitados”, sobretudo, os analfabetos e os pobres da sociedade.

Com o rádio, a massificação da comunicação se tornou possível já que atingia um maior número de pessoas.³⁷ Com as informações chegando à casa das pessoas, a cultura local poderia ser translocada, passada para outras localidades. O espaço rural podia comunicar-se com o urbano através das ondas de amplitude modulada (AM), que atingem maiores distâncias, alcançando o homem do campo. A transferência de informações da cidade para o campo foi também uma conversação de culturas.

Esta configuração possibilitou também maiores possibilidades de hegemonia e controle por parte do governo. Getúlio Vargas, por exemplo, utilizou-se do rádio para construir seu mito de “pai dos pobres”, assim como o ideário estadonovista, na modernização do Estado Brasileiro³⁸. Em 1935 criou-se “A Hora do Brasil”, programa com uma hora de duração de segunda a sexta-feira com noticiário oficial do governo³⁹. O programa ainda permanece até os dias atuais com o nome “A voz do Brasil”, transmitido por todas as rádios do país.

O rádio transformou o cotidiano e a forma de comunicação da sociedade brasileira. Com a evolução tecnológica, as rádios FM (frequência modulada) possibilitaram estações de rádio mais localizadas, já que opera com ondas curtas, mas com qualidade de som melhor. No entanto, no rural, principalmente nos pontos mais longes da cidade, a rádio AM foi e ainda é a mais bem aceita, primeiro por que algumas transmissões FM nem chegam ao local e segundo pelo público aderir melhor à primeira tipologia de transmissão.

Nos anos 50, com maior difusão da televisão no globo, o rádio passou a operar em segundo plano, já que com o novo aparelho era possível ver e ouvir⁴⁰. No entanto,

³⁷ MAGNONI, A. F.; RODRIGUES, K de C. O rádio e a adaptação à nova era das tecnologias da comunicação e da informação: contextos, produção e consumo. *9º Encontro Nacional de História da Mídia-UFOP*, 2013.

³⁸ NASCIMENTO, F. A. História e Memória: o Rádio por seus Locutores. *Fênix – Revista de História e Estudos Culturais*, Vol. 3, Ano III, nº 4, 2006.

³⁹ ORTRIWANO, G. S. Radiojornalismo no Brasil: Fragmentos de História. *Revista USP*, São Paulo, n.56, 2003, p. 66-85.

⁴⁰ TEIXEIRA, M. M. *A Comunicação na Sociedade da Informação*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, v. 1, p. 1-31, 2012.

na zona rural as transmissões ainda não eram de qualidade (em alguns casos sequer chegavam), e os preços dos televisores eram maiores. O rádio nos lares rurais predominou, assim como nos lares daqueles que não podiam comprar o aparelho na cidade.

Com a informática, teve-se a gênese de novas mídias de comunicação. A internet possibilitou a junção de todas em uma só. Nela podemos ouvir rádio, ver televisão, ler jornal, conversar com pessoas de lugares distantes e mais uma amplitude de coisas. A conversão das mídias anteriores dentro dessa nova deu oportunidade para as rádios alcançarem uma maior gama de públicos sem a necessidade de adquirirem o aparelho de rádio.

Contudo, a internet ainda não é realidade de todos. No começo de sua difusão, quando dependia das redes de telefonia, com restrição ainda maior, muitos nem imaginavam “o mundo mágico” da internet. Na atualidade, com a internet 3G, por satélite e nada de fios é possível encontrarmos em muitas casas essa nova mídia, até mesmo nos municípios rurais. No entanto muitos ainda preferem a televisão e até mesmo o rádio para ver ou escutar o futebol, a novela, as músicas. No campo ainda é tradição ouvir o radialista acordar as pessoas para um novo dia juntamente com o cantar do galo.

A cultura se torna essencial para a formação dos sujeitos, os quais a ela pertencem e por ela são construídos, ela “é feita de informações que circulam entre indivíduos e lhes permitem agir. Códigos servem para organiza-los ou para trocá-los”⁴¹. A forma de se realizar uma tarefa, de construir, os materiais necessários, os alimentos, entre outros.

Ela se espacializa e se acumula na paisagem, a qual pode ser considerada como um palimpsesto, um mosaico de acumulações desiguais de tempos. Os viveres e existires dos sujeitos deixam rastros, cicatrizes e memórias que formam rugosidades. A cultura bebe destas fontes, as quais muitos preferem chamar de tradições, e se (re)constrói continuamente, criando pertencas e identidades. Através dela o convívio social se torna possível. A razão para o existir humano se pauta na sua inserção cultural, pois esta não

⁴¹ CLAVAL, P. As abordagens da Geografia Cultural. In: CASTRO, I. E. de et al. (org.). *Explorações geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. p 94.

está apenas na erudição, mas no cotidiano, naquelas pequenas, porém contínuas, repetições, sejam elas banais ou cabalísticas.

É através da comunicação que a cultura se constitui. Com as mídias de comunicação em massa, este fato se intensificou ao informar vários sujeitos ao mesmo tempo. A cultura é dinâmica, contínua, modificada ao longo da vida do sujeito. Para compreender sua constituição é necessário considerar uma gama de fatores, tais como o ambiente em que está inserido, os modos de vida, seus saberes e fazeres, o contato com o outro. O novo não surge do nada, muito pelo contrário, ele parte daquilo que é tradicional e se aproveita de uma rachadura para se expandir e transmutar. A percepção de cada um atua de uma forma diferente neste processo, pois em todo ser humano há a semente de algo único. É assim particular de cada sujeito, como forma de sobreviver em diversos ambientes, sejam estes naturais ou sociais⁴².

Uma maior difusão da informação possibilita essa mutabilidade da cultura nos lugares de forma mais dinâmica e com maiores velocidades. Percebemos que a comunicação em massa transforma o um para um em um para muitos, onde a conversa entre duas pessoas passa a ser de um sujeito para vários que podem estar localizados em diferentes pontos. A comunicação é realizada partindo de um para vários sujeitos, no entanto a mensagem pode ou não ser decodificada. Quando ela o é, significa que o processo de comunicação foi bem sucedido, quando ela não o é, houve falha neste processo. No espaço rural, a cultura está também relacionada ao lugar que se vive e é mais bem compreendida quando a mensagem é transmitida respeitando ou considerando as especificidades dos lugares e dos sujeitos.

Entre as ondas do rádio e os segredos do lugar

Não é a tecnologia que forma a sociedade, é a sociedade que desenvolve a tecnologia conforme necessidades, valores e interesses daqueles que se apropriam das tecnologias. As tecnologias da comunicação e da informação, em especial, são compassíveis em relação aos usos da própria tecnologia⁴³. Podemos compreender que

⁴² GOMES, P. C. da C. Cultura ou civilização: A renovação de um importante debate. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. *Manifestação da cultura no espaço*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. p. 99-120.

⁴³ CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

o desenvolvimento dessas tecnologias se deu por haver a necessidade de melhorar a conexão espacial.

A transmissão radiofônica, como tecnologia da informação, foi pioneira na intensificação desse processo. Por intermédio dela diferentes regiões foram conectadas, formando um público fiel ao rádio e, a partir desses contextos, redes sociais, essenciais nesse processo de produção e transmissão da informação. As redes “constituem a nova morfologia social de nossas sociedades, e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura.”⁴⁴. Castells, em “A Sociedade em Rede”, mostra que mesmo que as redes tenham existido em outros momentos, na atualidade elas são essenciais e enigmáticas por transformarem e expandirem toda a estrutura social.

A pseudo homogeneização do globo era percebida, ou imaginada, a partir do avanço tecnológico conforme as necessidades humanas aumentavam, principalmente no século XX. Cadeias globais de alimentos, roupas, produtos, economia intensificavam sua reprodução no espaço. McDonald’s, jeans, Coca-Cola, dentre outros são encontradas tanto nos EUA quanto no Brasil ou mesmo na Índia.

No entanto, os produtos locais ainda são preservados e mostrados ao ponto em que o local não é totalmente transformado pelo global. O local sob vários aspectos permanece com suas características, com suas gentes e representações. A diversidade cultural se torna importante para a formação da sociedade e mesmo para o sistema em vigor. Para o capitalismo, uma maior diversidade de estilos se torna interessante ao passo em que o alcance da produção se torna maior.⁴⁵ Para Renato Ortiz, “Uma cultura mundializada não implica no aniquilamento das outras manifestações culturais, ela coabita e se alimenta delas”⁴⁶. O lugar, íntimo de cada sujeito, não se acaba com este processo. Ele se mostra ainda mais forte e vívido na memória, na fala, nos gestos, na forma de vida do sujeito.

O rádio, como agente de informação em massa, não elimina do modo de vida local seus atributos e valores humanos, ele passa a transmitir informações, principalmente entre as emissoras locais, tomando como referência o cotidiano da

⁴⁴ Ibid., 44.

⁴⁵ HAESBAERT, R. Região, Diversidade Territorial e Globalização. *GEOgraphia*. Ano. 1, n. 1, 1999. p. 15-39.

⁴⁶ ORTIZ, R. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Editora Brasiliense, 3ª ed., 1998. p.27.

comunidade, as festas, os nascimentos, aniversários e falecimentos. Por vezes torna-se um transmissor de recados, trazendo notícias de quem está longe. As famílias escutam o rádio, pois é às vezes a única forma de ficar sabendo ou mesmo de acompanhar o cotidiano do lugar.

Em alguns lugares o rádio continua reforçando os laços comunitários. Algumas pessoas relatam que antigamente, quando um membro da família ia para a cidade fazer seus afazeres, comunicava sua família que horas iria chegar, usando o rádio. As pessoas sabiam os hábitos do seu grupo social em escutar as transmissões radiofônicas. Os aniversários e as mortes eram também anunciados, por intermédio de pedido e de um pequeno pagamento. A população, neste contexto, sabia dos acontecimentos públicos e particulares e se informava da vida de sua comunidade.

O rádio, assim como as bordadeiras, tece suas redes, envolve lugares em que sua presença representa, em alguns casos, a única possibilidade de fazer a conexão “glocal”. A emissora localizada na cidade de São Paulo ou Rio de Janeiro é capaz de transportar informações a uma pequena cidade do interior de Minas Gerais, por exemplo, e mais além: chega ao espaço rural, em comunidades quase desconhecidas. Ele então possibilita conexões de pessoas e de lugares, os quais trocam informações. Suas especificidades são destacadas, dialogadas. Os locutores possuem essa importante função, é com eles que os ouvintes passam a conversar, ele se torna parte do grupo social do sujeito, mesmo que ele não saiba nem como aquela pessoa do outro lado da caixa se parece.

Enquanto as rádios com abrangência nacional, ao alcançarem um maior número de ouvintes informam de forma standardizada, já as emissoras regionais e locais informam de forma mais exclusiva, de melhor compreensão para o ouvinte, já que ele está inserido de forma mais intensa e ativa nesta realidade. Os lugares e os locais eram fundamentais para a audiência das rádios, assim como para promover a presença do estado e desenvolvimento de suas políticas públicas.

Como forma de propagar uma melhor especialização no/do campo, as rádios divulgavam não só as novas tecnologias, as quais permaneciam no imaginário dos sujeitos, mas também o como e o que fazer com a terra para que ela seja mais produtiva. As tais notícias eram diariamente questionadas se seriam boas ou ruins ou mesmo o quanto aquilo ajudaria na sua lida diária.

O trator, por exemplo, em meados da década de 60 era amplamente divulgado pelas rádios, principalmente aquelas que atingiam o público rural. A forma como foi inserido fazia com que os homens do campo imaginassem como este seria manuseado, já que parecia ser tão útil para melhorar suas terras. Os sistemas de créditos para adquirir as tecnologias do campo também foram e ainda são colocadas nas rádios. As rádios se tornam um bom recurso para a propagação da “melhoria do campo”.

A maioria das transmissões que atingem o público rural são aquelas que alcançam maiores distâncias no caso das AM nacionais e das rádios FM locais. A diversidade de público exige uma maior diversidade na programação e dinamicidade e flexibilidade por parte dos locutores. Alguns locutores conseguiram atingir o público de forma acolhedora e se tornaram símbolo para alguns moradores do espaço rural.

O radialista Zé Bettio, por exemplo, começou sua carreira na Rádio Difusora de Guarulhos e fez sucesso na rádio Record a partir de 1972, com sua irreverência e seu modo de falar mais simples. Na Rádio Capital, já na década de 80, seu programa era das 5h00 às 7h00, sendo responsável por acordar milhões de casas no país, principalmente na Zona Rural, horário esse que muitos produtores de leite tiram para ordenhar suas vacas. Por conta do seu jeito simples de falar e suas vinhetas, que incluíam galinhas, vacas, o cachorro que ele carinhosamente chamava de Teimoso, a Mascarada, a Tita, a Fortuna, a Galinha d’angola, ele conquistava a audiência⁴⁷.

Seu irmão, Oswaldo Bettio, com programa durante a madrugada atingia outro público, o dos caminhoneiros. O rádio mostra seu carácter dinâmico e acolhedor. O programa de Zé Bettio fez grande sucesso por entrar na vida do sujeito. Ele fazia parecer que estava materializado junto àquele que o escutava e não apenas nos imaginários. Podemos observar a relação íntima do rádio com o lugar do sujeito.

Considerando que “o lugar é espaço (*sic*) das relações humanas, entre homem e natureza, tecido por relações sociais que se realizam no plano do vivido o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos,”⁴⁸ o rádio possui significados íntimos para o sujeito, que marca muitas vezes sua história e fica vivo por meio da memória. Dessa forma, o rádio ao mesmo tempo em que leva informação para o sujeito usando

⁴⁷ Conforme entrevista concedida ao apresentador Milton Neves no dia 11 de setembro de 2011, disponível na internet.

⁴⁸ CARLOS, A. F. A. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: FFLCH, 2007. p. 22.

da tecnologia, a qual é guiada pelas redes, transforma a vida do sujeito, o conecta à sua comunidade e a outras realidades.

Considerações finais

O rádio como uma das primeiras mídias de comunicação em massa possui papel transformador no espaço brasileiro, principalmente no espaço rural. Por intermédio da difusão da informação, ele proporcionou novas perspectivas para o sujeito ao conectar lugares. O pequeno aparelho passou a fazer parte da vida do sujeito, com horários corretos para ligá-lo e escutar a programação desejada. Juntamente com as ferramentas da lida na roça ou para os afazeres domésticos, o rádio estava presente possibilitando a interação sem precisar parar sua vida diária.

Mesmo nos lugares mais distantes da cidade, onde a energia elétrica não tenha chegado, o rádio é encontrado como se fosse um membro da família. A relação íntima do sujeito com o rádio se torna algo corriqueiro em diversas comunidades. A forma que os radialistas encontram para cativar seu público mostra quem eles querem atingir ou se referenciar. As músicas por eles tocadas dá um caráter de personalidade, de forma a convergir com a maneira de falar e lidar do locutor. Destarte, percebemos a falta de maiores estudos relacionados ao rádio e o rural, sua inserção no lugar e o significado que ele possui nas casas de milhões de ouvintes.

Por mais que a ampla divulgação da informação aproxime os lugares ela não os elimina, mas os fortalece na medida em que o sujeito se sente cada vez mais pertencente ao meio em que está inserido. A cultura, propagada pelas ondas de rádio também não se perde, ela transforma os sujeitos desse meio social ao passo em que agrega diferentes perspectivas aos seus já constituídos valores.

Destarte, este meio de comunicação foi, e continua a ser, uma força espacializante para as comunidades rurais, criando pertencças e fortalecendo o sentimento de união. É de suma importância lembrar que a existência acontece na escala dos lugares, é neles que a cultura vai se manifestar, se reproduzir e passar por mutações. Através da informação e da comunicação, a cultura pode se moldar, adaptando os sujeitos às contradições do cotidiano, elencando sua resiliência e evidenciando que existem lógicas outras que vão para além das hegemônicas.

Referências

- ABRÃO, J. A. A.; BRISKIEVICZ, M.; MEIRA, S. G. de. In: SAQUET, M. A. (org.). *Estudos territoriais na ciência geográfica*. São Paulo: Outras Expressões, 2013. p 75-90.
- BENAKOUCHE, T. Tecnologia é sociedade: contra a noção de impacto tecnológico. In: _____. (org.); SILVEIRA, R. L. L. da (org.) *Redes, sociedades e territórios*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005. p. 79-106.
- CARLOS, A. F. A. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: FFLCH, 2007.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, Maunel. (org.); CARDOSO, Gustavo (org.) *A Sociedade em Rede: do conhecimento à acção política*. Lisboa, INMC, 2005, p. 17-30.
- CLAVAL, P. As abordagens da Geografia Cultural. In: CASTRO, I. E. de et al. (org.). *Explorações geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. p 89-117.
- _____. *A geografia cultural*. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1999.
- DIAS, L. C. Os sentidos da Rede: Notas para discussão. In: _____. (org.); SILVEIRA, R. L. L. da (org.) *Redes, sociedades e territórios*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005. p. 11-28.
- FEARING, F. A comunicação humana. In: COHN, G. (org.). *Comunicação e Indústria Cultural: Leitura de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e "cultura de massa" nessa sociedade*. 5. ed. São Paulo: T.A. Queiroz, 1987. p 56-82.
- FLÁVIO, L. C. Território e Memória. In: SAQUET, M. A. (org.). *Estudos territoriais na ciência geográfica*. São Paulo: Outras Expressões, 2013. p 91-106.
- GOMES, A. L. Z; GOMES, S. **Tecendo redes no campo: a comunicação como ferramenta de desenvolvimento local**. Brasília: Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural – NEAD/Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável/ Ministério do Desenvolvimento Agrário, Editorial Abaré, 2003.
- GOMES, P. C. da C. Cultura ou civilização: A renovação de um importante debate. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. *Manifestação da cultura no espaço*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. p. 99-120.
- HAESBAERT, R. Região, Diversidade Territorial e Globalização. *GEOgraphia*. Ano. 1, n. 1, 1999. p. 15-39.
- HOHLFELDT, A. As origens antigas: a comunicação e as civilizações. In: HOHLFELDT, A; MARTINO, L. C; FRANÇA, V. V. *Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. 8. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008. p. 61-98.
- LASSWELL, H. D. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In: COHN, G. (org.). *Comunicação e Indústria Cultural: Leitura de análise dos meios de comunicação*

na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e “cultura de massa” nessa sociedade. 5. ed. São Paulo: T.A. Queiroz, 1987. p 105-117.

LEITE, A. F. O Lugar: Duas acepções geográficas. *Anuário do Instituto de Geociências*, Rio de Janeiro, v. 21, p.9-20, 1998. p. 9-20.

MAGNONI, A. F; RODRIGUES, K de C. O rádio e a adaptação à nova era das tecnologias da comunicação e da informação: contextos, produção e consumo. *9º Encontro Nacional de História da Mídia-UFOP*, 2013.

NASCIMENTO, F. A. História e Memória: o Rádio por seus Locutores. *Fênix – Revista de História e Estudos Culturais*, Vol. 3, Ano III, nº 4, 2006.

ORTIZ, R. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Editora Brasiliense, 3ª ed., 1998.

ORTRIWANO, G. S. Radiojornalismo no Brasil: Fragmentos de História. *Revista USP*, São Paulo, n.56, 2003, p. 66-85.

RÁDIO BANDEIRANTES. Entrevista Com Zé Bettio. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=c8tXTuzDjro>> Acesso em 13 de janeiro de 2014.

SANTOS, M. *Por uma Outra Globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2012. 174 p.

SANTOS, R. J. *Gaúchos e mineiros do cerrado: metamorfoses das diferentes temporalidades e lógicas sociais*. Uberlândia: EDUFU, 2008.

SAQUET, M. A. Por uma abordagem territorial: continuando a reflexão. In: ____ (org.). *Estudos territoriais na ciência geográfica*. São Paulo: Outras Expressões, 2013. p 47-74.

SQUIRRA, S. Sociedade do conhecimento. In: MARQUES de M. J. M.; SATHLER, J. *Direitos à Comunicação na Sociedade na Informação*. São Bernado do Campo, SP: Umesp, 2005, p. 255-265.

STEINBRENNER, R. M. A. et al. Conta Mais sobre a história do rádio no Brasil! *Anais do 9º encontro nacional de história da mídia*. UFOP, Ouro Preto, 2013.

TEIXEIRA, M. M. *A Comunicação na Sociedade da Informação*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, v. 1, 2012. p. 1-31.

TUAN, Y. *Espaço e Lugar: A perspectiva da experiência*. Tradução de Livia de Oliveira. São Paulo: DIFEL, 1983.

WERLE, F. O. C. O rádio e a educação rural no Rio Grande do Sul (1940-1960). *Revista História da Educação*. Porto Alegre, v. 15, n. 35. Set./dez.2011. p. 127-154.

LAURA JUNQUEIRA C. F. COSTA

A FUNDAÇÃO DA RÁDIO DIFUSORA E SUAS REPERCUSSÕES SOCIOCULTURAIS NA
CIDADE DE UBERLÂNDIA: O SAMBA E A CULTURA POPULAR NEGRA

UBERLÂNDIA

2014

**A fundação da rádio Difusora e suas repercussões socioculturais na cidade de
Uberlândia: o samba e a cultura popular negra**

Resumo

Este artigo pretende analisar a influência que a produção e circulação da programação radiofônica em Uberlândia exerceu sobre as transformações da cultura popular local e da sociedade em si, além de analisar como o samba e a cultura popular negra estão inseridos neste contexto. Em outras palavras, compreender os diferentes modos de intervenção e percepção das classes populares em torno da radiofonia, em especial da Rádio Difusora (PRC-6).

Palavras-chave

Radiodifusão; rádio; repercussões; instalação; samba.

1. Introdução

Com a instalação da rádio Difusora na cidade de Uberlândia no ano de 1939, houve repercussões socioculturais que influenciaram o cotidiano da população. A instalação da rádio Difusora na cidade no ano de 1939 vem com o intuito de educar a população, através da leitura de crônicas e disseminação de palestras, contudo, este ideal só se mantém até o ano de 1944, quando Geraldo M. Baptista à compra e populariza sua programação.

Em 1952, instala-se a rádio Educadora, que vem para suprir uma demanda da elite uberlandense por uma rádio mais elitizada, com uma programação mais erudita. Uberlândia se torna um exemplo para as demais cidades da região, no qual a instalação da rádio é vista como símbolo de progresso e modernização. Registra-se que o primeiro aparelho de rádio chega a cidade no ano de 1925, antes mesmo da chegada emissoras.

A vinda destas emissoras de rádio foi muito importante para Uberlândia, que vivia na época uma dualidade campo/cidade ainda muito forte. No Brasil, o rádio teve oficialmente sua primeira transmissão em 7 de setembro de 1922, com o discurso do então presidente Epitácio Pessoa.

A instalação da rádio na cidade possibilitou que os grandiosos shows em clubes fechados de orquestras nacionais e internacionais pudessem ser levados para os

estúdios e auditório das emissoras. A partir de sua instalação, a rádio Difusora vai difundir conhecimento, através, por exemplo, da transmissão de palestras, leitura de artigos e crônicas, vai incentivar o comércio, além de popularizar artistas e músicas.

A instituição do rádio, em seus primeiros momentos, não se apresentou como mais um mecanismo de "divertimento das massas", mas pretendeu orientá-las rumo ao progresso desejado pelas elites de uma cidade imaginada, do ponto de vista da moralização de costumes. Ao mesmo tempo, a necessidade do comércio local, no sentido de estimular suas vendas, contradizia este direcionamento, expressando as tensões sociais de uma cidade plural, em que linguagens, práticas de lazer e sociabilidade disputavam espaços, e onde a dualidade campo/cidade permanecia forte.

O rádio "falava" por meio das classes populares - populações urbanas e rurais excluídas de lazeres em espaços privados - tornando pública a sua existência, a de seus parentes e amigos. Sua ligação com a oralidade popular também podia ser evidenciada através da experiência de transmitir as novidades, conectando a população com os principais acontecimentos da cidade.

O professor Newton Dângelo entende que a trajetória de artistas e a própria radiofonia emanaram de múltiplas experiências de consumo, de produção e usos de equipamentos, de constituição e disputas de lazeres urbanos e oralidades. Penetrando nessas conexões e se aproximando das incorporações e experiências de diferentes grupos sociais, ele procurou captar o surgimento e a afirmação do rádio em Uberlândia.

“Os primeiros tempos da Radio Difusora já indicavam a permanência, sob novas linguagens, de experiências conflitantes em torno da construção da cidade. Essas tensões foram percebidas na introdução de discursos e crônicas lidos aos microfones da estação que apareceram com muita frequência nos jornais desde o início do século.”(Dângelo,2012, pg. 84)

A radiodifusão auxiliou também a difundir o samba, nos anos 40 o gênero musical passa a ser o sinônimo de brasilidade e ganha fama internacional. As rodas de samba eram realizadas em lugares estratégicos, como, por exemplo, a casa da Tia Ciata no Rio de Janeiro, onde reuniam-se os maiores personagens do samba da época. Parte considerável da produção musical dos compositores de samba dialogou com a linguagem do choro.

No que diz respeito sobre a história do samba, André Diniz, em seu livro “Almanaque do Samba”, afirma que este gênero é resultante das estruturas musicais europeias e africanas e com os símbolos da cultura negra o samba se alastrou pelo Brasil. A primeira menção do termo samba conhecida, foi feita em 3 de fevereiro de 1838, no jornal satírico pernambucano “O Carapuceiro”, inicialmente a palavra samba não significava o ritmo que conhecemos hoje. No século XX, a literatura carioca já registrava com frequência o termo samba.

2. Fundamentação Teórica

O rádio, enquanto meio massificante, conseguiu mediar o popular, fazendo com que os indivíduos encontrassem em sua programação uma identificação, uma orientação. Esse meio de comunicação falava o idioma do povo, interpelando como afirma Jesús Martín-Barbero, o popular pelo massivo, no qual temos que:

“Pensar o popular a partir do massivo não significa, ao menos não automaticamente, alienação e manipulação, e sim novas condições de existência e luta, um novo modo de funcionamento da hegemonia.”(Martín-Barbero,1997)

Martín-Barbero em seu texto “Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia” trata sobre o popular e o massivo, analisando a interpelação que existe entre os ambos, no qual pensar o popular a partir do massivo é visualizar uma diferente maneira de funcionamento da supremacia. Existe uma forte relação entre a cultura popular e a indústria cultural de massa, verificando o sentido e a função das mídias na América Latina, o autor procura expor como as experiências das classes populares se entrelaçam com as mídias.

A proposta de Martín-Barbero aponta para a existência de uma ligação entre o popular, a mídia e as novas condições de existência e luta social, na medida em que com o aparecimento das massas urbanas também surge uma hegemonia social, onde acontece um constante diálogo entre massivo e o popular.

Maria Cristina Matta(2005) compreende o modo em que, a partir dos meios massivos e neles, se trabalha a identidade das camadas populares. Analisando as relações e as trocas que vão modelando as imagens que os indivíduos e grupos vão ter

de si mesmos enquanto sujeitos de certa cultura e de certa ordem social. É a partir dessa perspectiva que a autora vai pensar os meios a partir da recepção, investigando-os a partir de três dimensões: a discursiva, a de consumo e a cultural.

Theodor W. Adorno, em seu texto “A indústria cultural”, relata sobre a conversão da cultura em mercadoria. Fazendo uma crítica a respeito da influência que indústria cultural exerce sobre as pessoas, no qual esta impede a formação de indivíduos autônomos e independentes.

Adorno explica que o termo “indústria cultural” foi aplicado em substituição ao termo “cultura de massa”, buscando eliminar a interpretação de que esta trata de uma cultura que nasce das massas. As massas são nesse caso, um acessório da maquinaria, e o indivíduo seu objeto, apresentando-se não como a medida, mas a ideologia dessa indústria.

Vê-se que o que há de novo na indústria cultural é o efeito, que é exatamente calculado em seus produtos. A motivação do lucro está presente em seus criadores, o que torna suas obras em mercadorias. Nota-se que através da ideologia da indústria cultural, a consciência deu lugar ao conformismo. Esta é domada pelo interesse das classes dominantes, que intenta a disseminação de ideias que visão o controle popular.

3. O Samba e a cultura popular negra em Uberlândia

O carnaval de Uberlândia, até meados de 1928, este era dominado pela elite, tanto na rua como nos salões. A primeira notícia da participação do povo no carnaval da cidade aparece em 1928, quando o clube dos negros, "Flor de Maio", promove bailes carnavalescos. Na década de 1930, o carnaval uberlandense desenvolve-se com grande movimentação nas ruas, criação de clubes e grandes blocos populares. As músicas criadas por compositores do Rio de Janeiro, já não eram suficientes. Surgem, então, compositores locais que produzem marchas e sambas.

O carnaval toma feição popular a partir de 1935. Os negros, cuja sociedade se denominava "Sociedade Carnavalesca Negra", formam um rancho, com considerável número de figurantes, e invadem literalmente a avenida, cantando e dançando ao som de diversos instrumentos musicais. Esses produzem suas próprias músicas, em geral marchinhas.

O primeiro bloco que deu origem à primeira escola de samba da cidade foi o "Tenente Negro", formado em 1948, por Devanir Santos, o Dengo, seguido do "Turuna", formado por um ex-membro do Tenente Negro, o Bené. No princípio da década de 1950 surgem as escolas de samba modeladas nas pioneiras cariocas, que tiveram grande importância na recuperação do carnaval de rua na cidade.

Em 1953, por iniciativa dos "Tenentes Negros", nasce no bairro Patrimônio, a primeira escola de samba de Uberlândia. Com o nome de batismo de "Tabajaras", esta escola, que desfila até hoje, reuniu 30 figurantes, sob a liderança de Arlindo de Oliveira Filho, o Lotinho, sobrinho de Devanir dos Santos. O carnaval de Uberlândia foi oficializado em 1957 e, junto com carnaval, as Escolas de Samba.

Em 1966, o carnaval de rua, por intermédio das Escolas de Samba, apresenta algumas alterações. São criados quesitos para o julgamento. O enredo e o aspecto artístico passam a ser obrigatórios. As fantasias têm que apresentar policromia, a bateria tem de apresentar afinação e ritmo. Nesse ano, o carnaval de rua passa a ser transmitido pelas emissoras de rádio local e pela TV Triângulo. Além disso, o carnaval volta a ter o rei Momo, depois de três anos sem ele.

Inicialmente, a rádio Difusora em Uberlândia, vem com a intenção de educar seus ouvintes, com a irradiação de uma programação mais erudita, através da transmissão músicas clássicas, de palestras, leitura de crônicas. Posteriormente, quando Geraldo Ladeira compra a rádio, começa-se a difundir uma programação mais popular, o que vai abrir espaço para uma maior difusão do samba e da cultura negra em si.

Sendo assim, faz-se importante expor os dados adquiridos através da pesquisa fomentada pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica PIBIC/CNPQ/UFU-2012/2014 intitulado "A Rádio Difusora de Uberlândia e suas experiências musicais na configuração da cultura popular urbana – 1939-1970." O projeto foi dividido em duas partes e o título do plano de trabalho, que é relevante a esta pesquisa é "O samba e a cultura popular negra ao som da Rádio Difusora de Uberlândia: 1939-1970".

A pesquisa foi feita entre o período de fevereiro de 2012 a fevereiro de 2014, realizando a análise do acervo da Rádio Difusora, localizado no Centro de Documentação

e Pesquisa em História (CDHIS), da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Durante esse período foi realizado a análise de todos os 10.640 discos da rádio Difusora.

O projeto registrou que, dos 10.640 discos avaliados, 1.880 eram de samba. Através do levantamento feito pela pesquisa, tornou possível identificar os traços do samba e da cultura negra em Uberlândia, no qual pode-se inferir que aproximadamente 17% do acervo de discos contidos no CDHIS, pertence ao gênero samba, um número relevante



que indica a forte presença desse gênero musical em Uberlândia.

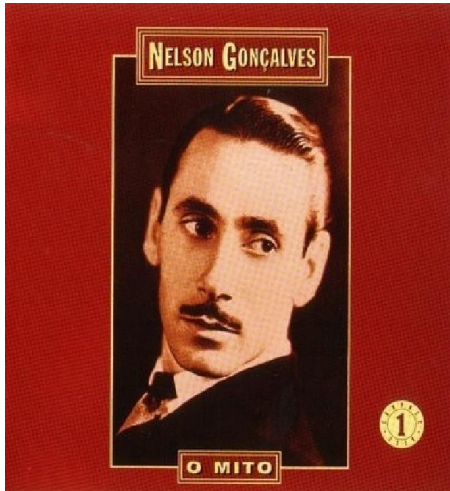
4. Nelson Gonçalves

Antonio Gonçalves, como era seu nome de batismo, nasceu em 01 de junho de 1919, na cidade de Santana do Livramento, no Rio Grande do Sul. O artista cantava desde os seis anos de idade, participava de feiras-livres e enquanto seu pai tocava violino, ele cantava.

Quando garoto, era gago, e por isso ganhou o apelido de metralha. Já foi jornalista, engraxate, mecânico, polidor, tamanqueiro e lutador. Mais tarde, estudando canto acadêmico com o maestro Bellardi, descobre que não é gago e sim taquilárico, e aconselhado por ser professor, Antônio decide se tornar cantor.

Por sugestão de alguns amigos, muda o seu nome para Nelson. Posteriormente, é contratado pela PRA-5, e se casa com Dona Elvira Molla, com quem teve dois filhos. Com a chegada da guerra, a rádio promove cortes em massa, e Nelson perde o emprego, indo trabalhar como garçom.

Sendo assim, o cantor decide tentar a sorte no Rio de Janeiro, onde é rejeitado por diversos programas, inclusive por Ary Barroso. Decepcionado, ele volta para São Paulo, e consegue um convite para gravar uma valsa de Orlando Monella e Oswaldo França. Depois de gravada a valsa, Nelson volta ao Rio e mostra o material para a RCA Victor, conseguindo assim ser contratado.



Já famoso e separado, casou-se novamente em 1952 com Lourdinha Bittencourt, a segunda substituta de Dalva de Oliveira no Trio de Ouro. E nesse mesmo ano conhece seu maior parceiro: Adelino Moreira, um dos maiores compositores de samba, que escreveu mais de 370 músicas para Nelson Gonçalves.

Em 1965 casa-se com Dona Maria Luiza e alguns anos depois decide retornar sua carreira, Nelson Gonçalves ficou três anos sem gravar músicas, e em 1971 a RCA o convida para gravar um disco. O artista faleceu em 18 de abril de 1998, deixando uma extensa lista de sucessos que até hoje são regravados por outros cantores. Dentre suas músicas mais tocadas está a canção “Eu não posso viver sem mulher”, segue abaixo a letra:

Eu não posso viver sem mulher
Nelson Gonçalves
(composição Mario Rossi e Roberto Martins)

Eu não posso viver sem mulher
Até quem nunca me viu, sabe disso
É esta grande fraqueza que eu tenho
Parece que me botaram feitiço
Eu não posso viver sem mulher
Todo amor, meu coração é que quer

O meu coração não sabe viver sem amor
Já nasceu assim e não faz questão de cor
Confesso a minha culpa, me condene quem quiser
Eu não sei viver sem amar uma mulher

Eu não posso viver sem mulher
Até quem nunca me viu, sabe disso
É esta grande fraqueza que eu tenho

Parece que me botaram feitiço
Eu não posso viver sem mulher
Todo amor, meu coração é que quer

O meu coração não sabe viver sem amor
Já nasceu assim e não faz questão de cor
Confesso a minha culpa, me condene quem quiser
Eu não sei viver sem amar uma mulher

Ficha de análise de músicas

Título/Tema: Eu não sei viver sem mulher

Data de gravação: 1944

Compositor: Roberto Martins e Mario Rossi

Intérprete: Nelson Gonçalves

Gênero predominante: Samba

Melodia, Harmonia, Ritmo: Samba

Como o compositor desenvolve o tema? Que posicionamentos ou intenções ele assume?

O tema da música é a mulher, e este é desenvolvido a enfatizar a importância da imagem feminina na vida do eu-lírico. Este assume o posicionamento de que não consegue viver sem ter uma mulher para amar.

Quais simbologias, figuras, metáforas, conceitos ou valores sócio-culturais são informados na letra e melodia?

A canção é um relato de como o eu-lírico não consegue viver sem uma mulher em sua vida. Expondo também a importância do amor e a necessidade de amar uma mulher. Realizando assim uma ligação de dependência entre a vida e o amor, no qual pode ser identificado no trecho “O meu coração não sabe viver sem amor”.

Como são tratados os sujeitos?

O sujeito é tratado na medida em que seu discurso gira em torno de uma declaração a respeito da forma como sua vida está condicionada, o eu-lírico se submete a um estado de dependência, em que a mulher e o amor são colocados como a essência de sua vida.

A quem se dirige o discurso?

O discurso se dirige principalmente a mulher

Informações complementares: regravações, contexto da produção, sucesso, censura, outros.

A música apresenta uma forte ligação com a imagem da mulher, da necessidade do personagem em viver rodeado de mulheres. A canção também faz uma alusão a vida boêmia, tema que Nelson Gonçalves utilizava muito em suas composições. O fato de uma de suas músicas de maior sucesso se chamar “A volta do Boêmio”, pode ser considerado como exemplo.

Nelson Gonçalves era cantor e compositor, e um dos maiores vendedores de disco da história do Brasil. Ganhador do prêmio Nipper da RCA, durante sua carreira, gravou mais de duas mil canções, 183 discos em 78 rpm, 128 álbuns, vendeu cerca de 78 milhões de discos, ganhou 38 discos de ouro e 20 de platina.

5. Considerações Finais

A importância desta investigação se dá pela necessidade de um maior conhecimento acerca da radiodifusão em Uberlândia e sobre o samba e a cultura popular negra. Analisar as transformações socioculturais que a instalação da rádio Difusora propiciou na época se faz fundamental na medida em que nos remete a própria história da cidade, no qual a inauguração da rádio vai servir de estímulo para o progresso de Uberlândia.

Identificar como as transformações da cultura popular oral se configuraram a partir da afirmação da linguagem radiofônica local. Compreendendo assim os diferentes modos de intervenção e percepção das classes populares em torno da radiofonia, em especial da Rádio Difusora (PRC-6).

Referências Bibliográficas

Adorno, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, G. **Comunicação Industrial**. São Paulo: T.A. Queiroz, 1987, p. 287-295

Martín-Barbero, Jesús. ***Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia***. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997, p; 308-334.

Matta, Maria Cristina. Rádio: Memórias da recepção: aproximação à identidade dos setores populares. In: Meditsch, Eduardo (org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005, p. 269-295.

Dângelo, Newton. **Aquele povo feliz, que ainda não sonhava com a invenção do rádio:cultura popular, lazeres e sociabilidade urbana – Uberlândia – 1900/1940**. Uberlândia: EDUFU, 2005.

Dângelo, Newton. **Vozes da cidade: rádio e cultura popular urbana em Uberlândia MG – 1939/1970**. EDUFU, 2012.

Diniz, André. **Almanaque do Samba – A história do samba, o que ouvir, o que ler, onde curtir**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006

Dângelo, Newton. O Reclame das multidões: radiofonia e oralidade popular em Uberlândia 1939-1970, In: Revista Projeto História. Puc/SP, 2002.

Albieri Nery, Vanda. **Samba no Pé...Alegria na Avenida – Um estudo do carnaval de rua à luz da folkcomunicação**. Uberlândia, 2005

SOBRE NELSON GONÇALVES: disponível em <http://www.mpbnet.com.br/musicos/nelson.goncalves/> acesso em 24 de março de 2014.

SOBRE NELSON GONÇALVES: disponível em <http://www2.uol.com.br/uptodate/nelson/home.html> acesso em 24 de março de 2014.

RÁDIO UM INSTRUMENTO PARA SE FAZER COMUNICAÇÃO PÚBLICA: A VOZ DO BRASIL COMO GERADORA DE CIDADANIA

Mayara Abadia Delfino dos Anjos⁴⁹

Resumo: Em 1922, foram realizadas as primeiras transmissões radiofônicas no Brasil. Todo o sistema de radiofusão é objeto de concessão pública, com isso as emissoras de rádio ou televisão, prestam um serviço público, por isso deve haver funções de comunicação pública. Comunicação Pública compreende os processos de troca de informações e cultura entre instituições, produtos e públicos de mídia, que compartilhados socialmente, são amplamente disponíveis e comuns por natureza, sendo que a informação é um direito de cidadania. Através do rádio temos a Voz do Brasil, como um programa que trabalha com comunicação pública. O objetivo desse artigo é apresentar o rádio como uma mídia importante para a comunicação pública, além de apontar a Voz do Brasil, como um importante instrumento de levar informações aos cidadãos, gerando assim cidadania e conseqüentemente praticando a comunicação pública.

Palavras-chave: Rádio. Comunicação Pública. Voz do Brasil

1 INTRODUÇÃO

O rádio se institui como o primeiro meio de comunicação verdadeiramente de massa, mas atualmente, o rádio é uma mídia considerada pessoal, livre de fios e tomadas, podendo ser levado para qualquer lugar, podendo ser ouvido mesmo em lugares onde não haja energia elétrica, atingindo pessoas até mesmo nos pontos mais extremos do país. Além disso, pode ser ouvido mesmo que as pessoas estejam

⁴⁹ Graduada em Administração pela FUCAMP. Pós-graduada em RH, Marketing e Gestão Empresarial pela UNIESSA. Pós-graduanda em Logística Empresarial pela Faculdade Pitágoras. Mestranda em Tecnologias, Comunicação e Educação pela UFU. E-mail: mayaradelfino@hotmail.com

realizando outras atividades, sendo um veículo de baixo custo diante de outros veículos de comunicação, tanto para empresários quanto para ouvintes.

Atualmente no Brasil existem dificuldades para se criar uma rádio, pois é necessário conseguir uma autorização do Governo Federal, pois todo o sistema de radiodifusão é objeto de concessão pública, conforme a Constituição Federal, art, 21, inciso XII, ou seja, a concessão é dada pelo Governo Federal aos interessados em abrir um sistema rádio, após um processo onde exigências devem ser cumpridas. Com isso as emissoras de rádio ou televisão, públicas ou privadas, prestam um serviço público, por isso segundo Koçouski (2012) devem haver funções de comunicação pública.

Comunicação Pública poderia ser definida como todos os processos de troca de informações e cultura entre instituições, produtos e públicos de mídia que ao compartilhados socialmente, são amplamente disponíveis e que são comuns por natureza, sendo que a informação é um direito de cidadania e de todo cidadão. (DUARTE, 2009)

Um dos principais programas no rádio onde se pratica a comunicação pública é a voz do Brasil. A Voz do Brasil está no ar há mais de 70 anos. O objetivo desse programa é levar informação aos cidadãos dos mais distantes pontos do país.

Para essa pesquisa foi feito uma revisão bibliográfica sobre rádio, comunicação pública, e a Voz do Brasil. De acordo com Martins (2002, p. 35), esse tipo de pesquisa “tem como objetivo recolher, selecionar, analisar e interpretar as contribuições científicas já existentes sobre determinado assunto”.

O objetivo desse artigo é apresentar o rádio como uma mídia importante para a comunicação pública, além de apontar a Voz do Brasil, como um importante instrumento de levar informações aos cidadãos, gerando assim cidadania e consequentemente praticando a comunicação pública.

2 RÁDIO E SUA IMPORTÂNCIA DE COMUNICAÇÃO PARA A CIDADANIA

O rádio ainda era uma descoberta tecnológica extremamente recente no início da década de 20, para ser mais preciso em 1922, quando foram realizadas as primeiras transmissões radiofônicas no Brasil, durante a Exposição do Centenário da Independência, no Rio de Janeiro. Essa experiência realizada com um transmissor de 500

watts trazido pela Westinghouse e instalado no morro do Corcovado durou alguns meses e serviu de exemplo e inspiração para as futuras emissoras, irradiando discursos, música erudita e uma série de palestras de caráter educativo. (PIMENTEL, 2004)

A recepção era bastante restrita, sendo que era feita através de alto-falantes distribuídos pelo lugar de alcance e de um pequeno número de aparelhos receptores disponíveis no país. A Western Electric, então trouxe dois transmissores de 500 watts para a Exposição do Centenário, que foram posteriormente comprados pelo governo brasileiro, que instalou um deles na Praia Vermelha, no Rio de Janeiro, em junho de 1923, para utilização telegráfica, tendo sido utilizado também para transmissões litero-musicais. (PIMENTEL, 2004)

Outra experiência de rádio no Brasil é a da Rádio Clube de Pernambuco, que iniciou uma série de transmissões no ano de 1919, porém estas transmissões não poderiam ser consideradas de radiodifusão, mas de radiotelegrafia. Quem fez esta experiência e criou a primeira emissora de rádio no Brasil foi o professor Edgard Roquette Pinto, levando adiante aquela nova tecnologia, que iria modificar profundamente a sociedade brasileira no século XX. Na década de 30, o rádio brasileiro já tomava um grande impulso, principalmente depois do Decreto-Lei nº 21.111, de 01 de março de 1932, assinado pelo presidente Vargas, que regulamentava a propaganda comercial nas emissoras. (PIMENTEL, 2004)

O rádio se configurou como o primeiro meio de comunicação de massa, podendo medir essa condição pela preocupação do Estado, que no ano de 1931 regulamentou oficialmente o funcionamento do rádio, liberando seu uso para exploração comercial. Era o início do rádio como indústria cultural, ao mesmo tempo em que dava voz aos sonhos ditatoriais de Getúlio Vargas, através do Departamento de Imprensa e Propaganda. (MOREIRA e MOTTA, 2008)

O rádio foi um veículo de importância significativa no empenho para a popularização do regime, pois fazia chegar às zonas rurais, não incorporadas pela política populista, o projeto de legitimação do Estado Novo. O rádio foi imprescindível como meio de integração e uniformização política e cultural, contribuindo para minimizar as diferenças regionais, de acordo com o projeto nacionalizador estadonovista. Em seu discurso Vargas anunciou o propósito de instalar em todo interior do país receptores providos de alto-falantes em praças, logradouros públicos e vias de movimento. Este projeto foi levado a efeito, contribuindo para disseminar modelos culturais

urbanos na zona rural e constituindo importante meio de transmissão da mensagem da comunicação populista. (GOULART, 1990, p. 19-20).

O rádio é inserido e às vezes deixado de lado, mas está sempre presente em nosso dia-a-dia. O Rádio que viveu momentos de glória ao ocupar lugares de destaque na sala das casas, unindo a família com suas rádio novelas, nos programas de auditório, na música, no humor, no esporte, no noticiário. Além de ser um meio que foi usado por ditadores, como Hitler, de forma primorosa e arquitetada para fazer acreditar que suas ideias ergueriam a nação alemã e colocariam em supremacia mundial o seu povo. Assim, a força comunicacional do idioma comum a todos ganha sua maior expressão, enquanto alcance de massa, conseguindo isso através do rádio. Assim o rádio pode ser considerado um veículo de comunicação mais abrangente, que está presente no cotidiano de todos nós, embalando sonhos, despertando emoções e pode ajudar no trabalho educativo e de conscientização das pessoas. (BLOIS, 1996)

O rádio é um veículo universal, viaja o mundo em ondas curtas, médias e tropicais conectando continentes instantaneamente, isso sem falar, das emissoras de frequência modulada, das redes via satélites e das que trafegam pela internet. O rádio é um meio “cego”, mas que tem forte potencial de estimular a imaginação, uma vez que o ouvinte ao ouvir a mensagem do locutor tenta visualizar o que ouve, as paisagens e os sons do rádio são criados dentro de nós, individualmente. “Ao contrário da televisão, em que as imagens do rádio são limitadas pelo tamanho da tela, as imagens do rádio são do tamanho que você quiser” (MCLEISH, 2001, p. 15).

O rádio acelera a disseminação da informação de modo que todos, tanto líderes, como liderados, ficam sabendo da mesma notícia, da mesma ideia política, declaração ou ameaça. Se conhecimento é poder, o rádio dá poder a todos nós, quer exercitemos ou não algum tipo de autoridade (MCLEISH, 2001).

3 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

O conceito de comunicação pública ainda está em discussão no Brasil, mesmo assim ainda não há um consenso entre os pesquisadores. O surgimento desse conceito ocorreu na Europa, exatamente na França, nos anos de 1980, como ênfase para uma comunicação de instituições públicas. (OLIVEIRA, 2004).

No Brasil, o termo também vem sendo usado desde a década de 80, como sinônimo da comunicação estatal, geralmente, como contraponto à mídia privada. Por isso muitas vezes, o termo é confundido com comunicação organizacional, comunicação governamental e comunicação política. Com o fim do regime militar, o conceito de comunicação pública foi ampliado e passou a ser entendido como sinônimo de convergência entre comunicação, democracia e cidadania, num cenário que envolve o Estado, o Governo, as Organizações Não Governamentais (ONGs) e demais entidades da sociedade civil (OLIVEIRA, 2004).

Para Franco (2013) a comunicação pública poderia ser resumida como um processo de informação voltado para a esfera pública, desde que vise ao interesse público, promova a cidadania e viabilize o funcionamento da democracia. A expressão comunicação pública tem sido fomentadora de interesse a respeito de suas diferentes interpretações, implicações e potencial de adoção. Assim o interesse geral e a utilidade pública das informações que circulam na esfera pública são pressupostos da comunicação pública.

Já para Duarte (2009), comunicação pública ainda não é um conceito, porque não tem sentido unívoco e contorno claro, assim se torna um conceito em construção. O termo surgiu para designar uma situação ideal e genérica de transparência total dos negócios de Estado e de empresas privadas, e do exercício pleno do direito do cidadão de se informar e ser informado sobre tudo o que for de interesse público.

A expressão vem sendo utilizada com múltiplos significados, que com frequência se conflitam, dependendo do país, do autor e do contexto em que é utilizada. Tanta diversidade demonstra que a expressão ainda não é um conceito claro, nem mesmo uma área de atuação profissional delimitada. Pelo menos por enquanto, comunicação pública é uma área que abarca uma grande variedade de saberes e atividades e pode-se dizer que é um conceito em processo de construção. (DUARTE, 2009)

A comunicação pública considera todos os agentes sociais, conferindo a cada um peso específico. Jornalista, legislador, cidadão: na prática seus papéis e responsabilidades diferem na sociedade e também a comunicação. Nesse caso o desafio do técnico é informar a múltiplos públicos sem perder a sua força e o seu foco. Assim fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo. Neste contexto, compreendemos comunicação pública

como um processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com informação voltada para a cidadania. (DUARTE, 2009)

Ainda segundo o autor supracitado, divulgação por meio da mídia é a visão jornalística da comunicação pública, partindo do pressuposto de que o público deve conhecer aquilo que é de interesse do órgão e que o instrumento ideal para esta finalidade seria a mídia, pois geralmente os veículos utilizados, seja web, impressos, rádio ou televisão, elaboram a notícia com atributos capazes de transformar aquilo que é de interesse do órgão em assunto de interesse público.

Os princípios da comunicação pública são segundo Duarte (2009), o direito do cidadão à informação, o dever do Estado de informar, comunicação pública como instrumento de diálogo, interatividade e envolvimento do cidadão nas políticas públicas, a importância da qualidade na comunicação dos serviços públicos. Já as principais finalidades seriam responder a obrigação que as instituições públicas têm de informar o público; estabelecer uma relação de diálogo de forma a permitir a prestação de serviço ao público; apresentar e promover os serviços da administração; tornar conhecidas as instituições (comunicação interna e externa); divulgar ações de comunicação cívica e de interesse geral; e integrar o processo decisório que acompanha a prática política.

Assim Soares e Sortari (2005) afirma que por todas essas funções, a comunicação pública exibe uma complexidade da relação com o cidadão receptor, visto que na comunicação pública o cidadão é um interlocutor ambivalente e ao mesmo tempo em que ele respeita e se submete à autoridade das instituições públicas, ele protesta sobre a falta de informação, ou sobre suas mensagens mal construídas, incompletas ou mal divulgadas. Sendo assim, como na empresa privada, o cliente público é uma espécie de cliente acionário ou um assinante que já tendo contribuído com os custos da estrutura vai quitar o custo de um serviço por um eventual complemento de preço.

Enquanto eleitor, o usuário do serviço público detém o poder de decisão junto a seu fornecedor, pois é do legislador, da autoridade federal, estadual ou municipal que vem a autoridade e a legitimidade política e das decisões, tomadas pelos representantes do poder público. (SOARES e SORTARI, 2005)

No Brasil, todo o sistema de radiodifusão é objeto de concessão pública, conforme a Constituição Federal, art. 21, inciso XII: "Art. 21. Compete à União: XII - explorar, diretamente ou mediante

autorização, concessão ou permissão: a) os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens” (Brasil, 1988).

Isso significa que as emissoras de rádio ou televisão, públicas ou privadas, prestam um serviço público. O que quer dizer que essas emissoras, mesmo quando são comerciais, realizam, ao menos em parte, funções de comunicação pública. (KOÇOUSKI, 2012)

Existe uma confusão conceitual ao se classificar a radiodifusão brasileira em três sistemas considerados complementares: o privado, o público e o estatal. Segundo Bucci (2008), a Constituição Federal cria uma confusão ao não apresentar uma distinção clara entre o que se considera radiodifusão pública e radiodifusão estatal, no Brasil:

O limbo [...] começa na própria Constituição, que institui os sistemas estatal e público de radiodifusão sem indicar uma distinção mínima entre ambos. Prossegue na ausência de lei complementar para organizar a matéria. Poucos são os estudiosos que sabem fazer uma distinção sensata entre o que é o sistema estatal e o público. No vazio legal, o senso comum dos profissionais – e dos políticos – da área consagrou o maniqueísmo estapafúrdio de que a comunicação estatal é aquela que “defende o ponto de vista do governo” e a pública é aquela que “dá voz à sociedade”. Não é nada disso, mas o senso comum prevalece. (Bucci, 2008, p.259)

Bucci (2008) propõe ainda que existem apenas dois sistemas de radiodifusão: o público e o privado, sendo o estatal uma subcategoria do público, baseado no Art. 223 da Constituição Federal que diz “que compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal”.

Nenhum canal de radiodifusão estatal pode ser posto a serviço de interesses de pessoa política, de um gestor político ou de um governo, mas um problema do art. 223 é induzir a leitura de que o papel do Estado em relação à comunicação pública é unicamente a viabilização da existência de emissoras públicas, criadas em alternativa à imprensa comercial e não a sua participação para se fazer comunicação pública, ou seja, informar os cidadãos. (KOÇOUSKI, 2012)

Assim reforça-se a ideia de que a comunicação estatal ou de governos, principalmente a realizada por assessorias de comunicação de instituições públicas, é algo à parte da comunicação pública, pelo fato de a comunicação estatal ser vislumbrada

sob o ponto de vista político-ideológico, a serviço do interesse de governantes, e não como informação voltada para o interesse coletivo, de acordo com os preceitos constitucionais vigentes. (KOÇOUSKI, 2012)

4 A VOZ DO BRASIL

A Voz do Brasil é o programa nacional mais antigo do rádio brasileiro e foi transmitido pela primeira vez em 1935, com esse nome. Foi criado durante o governo do presidente Vargas, e o programa nesse período tinha como objetivo divulgar para a população os feitos do presidente, em uma época em que não existia televisão (A voz do Brasil, Site EBC Serviços, 2013).

Não se tem um registro exato da primeira vez que a Hora do Brasil, foi ao ar. Sabe-se apenas que foi no final do mês de julho do ano de 1935. Foi um programa com cerca de uma hora de duração e que ainda não era transmitido em cadeia nacional. Em sua primeira transmissão, entraram em cadeia apenas oito emissoras sendo elas PRA-2, PRA-3, PRA-9, PRP-7, PRC-8, PRE-2, PRD-2 e PRF-5.¹⁷ O programa só começou a ser transmitido para todo o país em janeiro de 1938, o que deu ao programa o título de mais antigo de caráter oficial do Brasil. (PEROSA, 1995)

Antes, o programa se chamava Hora do Brasil, mas em seis de setembro de 1946 a Hora do Brasil se transformou em Voz do Brasil. A mudança fez parte de uma reestruturação para desvincular o programa da imagem de Getúlio Vargas e assim Congresso Nacional ganhou um espaço de dez minutos (MATOS, 2001).

Com o fim do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) que foi criado na era Vargas, o programa ficou sob a responsabilidade por cerca de um ano de seu sucessor, o Departamento Nacional de Informações (DNI). Em seguida, passou à Agência Nacional, que já fazia toda a produção do programa, mas se antes estava subordinada ao DNI e assim ganhava sua autonomia. Nesse período a Voz do Brasil se destacou na cobertura da redação e promulgação da nova constituição, afinal, era o veículo de formação oficial do Governo (MATOS, 2001).

A Voz do Brasil representa um dos mais importantes canais de comunicação entre o governo e o povo brasileiro, onde em muitos casos, constitui a única opção de

informação para os brasileiros que vivem em regiões afastadas dos centros urbanos, nos extremos do país. (Matos, 2001)

Foi inserida na Constituição Federal através da emenda nº 391/96 que dá nova redação ao Artigo 223, mudando o texto atual para: “A prestação de serviços de radiodifusão fica condicionada a cessão gratuita do horário das 19 (dezenove) às 20 (vinte) horas, diariamente, exceto aos sábados, domingos e feriados, para a divulgação de informações dos poderes da República, na forma da lei.” (MATOS, 2001)

A Voz do Brasil tem como objetivo levar informação aos cidadãos dos mais distantes pontos do país, com um programa que possui uma hora de duração, sendo que os primeiros 25 minutos são produzidos pela EBC Serviços e levam aos cidadãos as notícias, de seu interesse, sobre o Poder Executivo e os demais 35 minutos são divididos e de responsabilidade dos Poderes Judiciário e Legislativo, respectivamente (A voz do Brasil, Site EBC Serviços, 2013).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Voz do Brasil muitas vezes é um programa não muito bem visto pela maioria dos brasileiros, por isso muitas vezes presenciamos cenas de uma pessoa estar ouvindo uma estação de rádio, mas ao dar 19:00 horas e o Guarani tocar para a pessoa desligar o rádio. Essa concepção desse programa vem da ideia de que tudo que vem do governo é burocrático e “chato”, por isso essa resistência, mas existem muitas pessoas que ouvem o programa para saber das últimas notícias, leis, resultados e como está indo a administração de nosso país e para outras pessoas, nos pontos mais extremos do país, é a única forma de saberem as notícias do país.

Com toda essa capacidade de alcance que possui a Voz do Brasil, ele é exibido em todas as estações de rádio do Brasil e o programa se tornou o principal canal de comunicação do governo com o povo brasileiro e através dele temos acesso a várias informações que muitas vezes não veremos na mídia tradicional e grandes jornais, mas através do programa se tem esse acesso e pelo fato de se transmitido pelo rádio, pode ser acompanhado realizando distintas tarefas, pois o rádio proporciona essa facilidade que outras mídias não oferece.

A comunicação pública visa gerar informações do Estado, das empresas, do Governo para a população, para lhes informar o que está ocorrendo, quais as novidades

e principalmente gerar informações para construir a cidadania. Assim com o programa Voz do Brasil, temos a oportunidade de saber tudo que está ocorrendo nos três poderes da União: Executivo, Legislativo e Judiciário, podendo assim afirmar que o Programa Voz do Brasil visa gerar cidadania informando os brasileiros através do rádio e assim está gerando a comunicação pública, mostrando a grande importância desse programa e consequentemente do rádio para os brasileiros.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A voz do Brasil. Disponível em <<http://conteudo.ebcservicos.com.br/programas/a-voz-do-brasil>>, acessado em 03 de novembro de 2013.

BLOIS, Marlene M. *O Rádio Nosso de Cada Dia*. Comunicação **81** Educação, São Paulo, (61: 13 a 21, mai./ago. 1996

BRASIL. *Constituição (1988)*. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado, 1998.

BUCCI, Eugênio. *Em Brasília, 19 horas: a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

DUARTE, Jorge (org). *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FRANCO, Melina Paixão. *Comunicação Pública da ciência: releases e reportagens sobre a UFU no Correio de Uberlândia*. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social: habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2013.

GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero/CNPQ, 1990.

KOÇOUSKI, Marina. *Comunicação pública: construindo um conceito*. In *Comunicação pública : interlocuções, interlocutores e perspectivas* /Heloiza Matos (org.) – São Paulo : ECA/USP, 2012. 411 p.

MARTINS, Gilberto de Andrade. *Manual para elaboração de monografias e dissertações*. São Paulo: Atlas, 2002.

MATOS, Lidiane Leite de. *Voz do Brasil Do Estado Novo ao século XXI*. UFJF, Juiz de Fora, 2001

MCLEISH, Robert. *Produção de Rádio – um guia abrangente de produção radiofônica*. São Paulo: Summus, 2001.

MOREIRA, Claudia da Consolação; MOTTA, Manoel Francisco de Vasconcelos. *Educom: a utilização do rádio como meio de ação pedagógica*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste – Cuiabá – MT, 2008.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. (Org.) *Comunicação Pública*. Campinas/SP: Alínea, 2004.

PEROSA, Lílian Maria F. de Lima. *A Hora do Clique: análise do programa de rádio Voz do Brasil da Velha a Nova República*. São Paulo: Annablume, 1995.

PIMENTEL, Fábio Prado. *O Rádio Educativo no Brasil, uma visão histórica*. Rio de Janeiro: Soarmec Editora 92 p, 2004.

SOARES, Maria Salete Prado; SARTORI, Ademilde Silveira. *Concepção dialógica e as NTICS: a educomunicação e os ecossistemas comunicativos*. V Colóquio Internacional Paulo Freire – Recife, 19 a 22-setembro 2005.

MEMÓRIAS DO RÁDIO E CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DO ARTISTA SERTANEJO.

RESUMO

A primeira apresentação em um programa radiofônico é, para grande parte dos artistas sertanejos, encarada como uma das etapas mais importantes para a consolidação de suas trajetórias no mercado fonográfico dos anos 1960 e 1980. Entretanto, para além de uma simples etapa a ser cumprida, as recordações das experiências no meio radiofônico são, após o auge de suas carreiras, um lugar onde esse grupo de artistas apóia a construção de suas identidades artísticas. Assim, a partir de um conjunto de entrevistas realizadas com uma rede desses artistas, buscaremos discutir alguns aspectos dessa construção identitária.

PALAVRAS-CHAVE: artistas sertanejos; rádio; história oral; identidade.

* * *

A primeira apresentação em um programa radiofônico é, para grande parte dos artistas sertanejos, encarada como uma das etapas mais importantes para a consolidação de suas trajetórias no mercado fonográfico nos anos 1960 e 1980. Nesse sentido, as recordações das experiências no meio radiofônico podem ser entendidas, após o auge de suas carreiras, como um lugar onde esse grupo de artistas apóia a construção de suas identidades artísticas. Assim, nosso objetivo nesse estudo é, por meio das memórias orais de uma rede de artistas sertanejos, analisar como a mobilização dessas memórias sobre a experiência radiofônica se torna um importante aspecto dessa estratégia de construção identitária.

Essa questão origina-se de uma outra pesquisa realizada para a minha dissertação de mestrado defendida no ano de 2010, sobre a trajetória do compositor Goiás no meio artístico sertanejo. Uma vez que durante a pesquisa levantamos mais questões do que os dois anos de mestrado permitiram responder, após superar a ressaca que nos abate ao fim desses intensos esforços para a conclusão das investigações de maior vulto, venho retomando alguns temas específicos que foram insatisfatoriamente explorados e que merecem maior

atenção para o aprofundamento das teses defendidas naquele trabalho, dentre esses temas o papel do rádio na promoção e divulgação da música sertaneja.⁵⁰

Nesse sentido, não somente às questões remontam a essa investigação anterior, mas também as entrevistas aqui analisadas. O que faz com que seja pertinente apontar alguns aspectos de sua produção.

A produção dessas entrevistas visava atender aos interesses da investigação que estava em andamento, mas a nosso ver não deveriam se restringir a ela, pois era a oportunidade de montar um acervo de narrativas orais que pudesse ser utilizado em trabalhos futuros sobre esses artistas e, de forma mais ampla, sobre o meio musical sertanejo. Deste modo, traçamos como método de condução das entrevistas a seguinte perspectiva: em um primeiro momento o entrevistado seria provocado a falar sobre sua trajetória de vida e artística de forma mais aberta e livre; após essa etapa seriam colocadas questões mais específicas sobre sua experiência no meio fonográfico e radiofônico ou sobre os trechos anteriores de sua narrativa; e, por último, as questões sobre a pesquisa que estava em andamento sobre o compositor Goiá.

Então, uma questão central passava a ser a formação do grupo de colaboradores.⁵¹ A comunidade de possíveis entrevistados, neste caso, se mostrava um universo tão amplo quanto impraticável, para fins de realização das entrevistas. Eram inúmeros os colaboradores que poderiam informar, de alguma forma, sobre a vida e a obra do compositor o que não restringia os entrevistados ao nem ao universo artístico nem ao seu núcleo familiar. Assim, para restringir o grupo de entrevistados, optamos por privilegiar, do ponto de vista privado, aqueles que haviam compartilhado da intimidade do compositor e, do ponto de vista artístico, daqueles artistas que lhe foram mais próximos e também de outros que em diferentes épocas foram intérpretes de suas composições. Mas esse recorte deixava ainda uma lacuna relevante: a recepção de sua obra pelo público. Tal constatação nos fez ampliar a colônia de colaboradores a um grupo de fãs circunscrito ao espaço geográfico de sua cidade natal, Coromandel, e imediações. Assim, esse *corpus* de colaboradores foi dividido em redes menores cujas relações sociais e questões de interesse possuíam um diálogo mais estreito, são elas: familiares, amigos, artistas (intérpretes, compositores e radialistas) e fãs. Esses grupos formam

⁵⁰ Devo a Newton Dângelo a provocação para retomar essas questões por ocasião da minha participação no evento realizado sob sua coordenação, no ano de 2013, *Seminário Nacional 90 anos de Rádio no Brasil*.

⁵¹ Ao nos atentarmos para esses procedimentos estávamos dialogando com as reflexões metodológicas de Meihy e Holanda. Ver: MEIHY, José Carlos Sebe B.; HOLANDA, Fabíola. *História Oral: como fazer, como pensar*. São Paulo: Ed. Contexto, 2007.

o universo dos entrevistados pela pesquisa que se encontra analisada em seu conjunto no estudo já referido.

Dentro desse quadro, para fins de responder a questão colocada por essa reflexão nos ateremos a uma dessas redes, a dos cantores sertanejos que iniciaram suas carreiras artísticas interpretando composições de Goiás. Desse grupo selecionamos para a análise três entrevistados.

A análise de fontes orais, em que pese a riquíssima contribuição oferecem à pesquisa historiográfica, não deixa de trazer consigo alguns pontos que requerem atenção especial do pesquisador, sobretudo a subjetividade do testemunho, dado que os depoimentos orais não se deixam maquiagem por uma fantasiosa aura de objetividade: são expressões ligadas intrinsecamente à subjetividade do narrador. Se esta impõe dificuldade, também é uma oportunidade para se compreenderem outros significados implícitos: ante a subjetividade — afirma Portelli —, *nossa a tarefa não é, pois, a de exorcizá-la, mas (...) a de distinguir as regras e os procedimentos que nos permitam em alguma medida compreendê-la e utilizá-la.*⁵²

Ainda no dizer de Portelli, *a motivação para narrar consiste precisamente em expressar o significado da experiência através dos fatos: recordar e contar já é interpretar.*⁵³ A subjetividade das fontes orais é importante porque estas *contam-nos não apenas o que o povo fez, mas o que queria fazer, o que acreditava estar fazendo e o que agora pensa que fez.*⁵⁴ A narrativa de experiências de vida e eventos passados é reconstruída sob influência de experiências posteriores aos fatos narrados, quando um sem-número de significados é incorporado ao depoimento e, assim, faz do presente uma temporalidade essencial do narrar. O presente condiciona a memória de um depoente:

Mas o realmente importante é não ser a memória um depósito passivo de fatos, mas também um processo ativo de criação de significações. Assim, a atualidade específica das fontes orais para o historiador repousa não tanto em suas habilidades de preservar o passado quanto nas mudanças forjadas pela memória. Estas modificações revelam o esforço dos narradores em buscar sentido no

⁵² PORTELLI, Alessandro. A filosofia e os fatos: narração, interpretação e significado nas memórias e nas fontes orais. *Tempo*. Rio de Janeiro, vol. 1, n° 2, 1996, p. 65.

⁵³ *Ibid.*, p. 60.

⁵⁴ PORTELLI, Alessandro. O que faz a história oral diferente. *Projeto História*. São Paulo, (14), fev., 1997, p. 31.

passado e dar forma às suas vidas, e colocar a entrevista e a narração em seu contexto histórico.⁵⁵

No presente, além dos fragmentos que a memória não recupera, o narrador seleciona, dos fragmentos lembrados, os mais marcantes e/ou os que lhe interessam que sejam mencionados na entrevista, considerando o momento e a finalidade a que se destina. Dito de outro modo, se esses depoimentos são uma interpretação do passado feita pelos entrevistados, então cabe buscar não o que houve de fato, mas a maneira como avaliam hoje suas trajetórias artísticas e o que acreditam ou querem nos fazer acreditar que significaram suas atitudes, suas experiências e seus sentimentos vividos na carreira profissional. Assim, no depoimento desses artistas, *o presente* é o de quem envelheceu após dedicar muito tempo da vida à carreira artística, que não lhe rende mais tantas glórias (programas de rádio, abundância de shows, grande visibilidade, gravação de álbuns) e que faz aflorar ressentimentos (com gravadoras, editoras, sociedades arrecadoras de direitos autorais); enquanto *o passado* é o de quem, na juventude, arriscou tudo pela profissionalização, do auge da carreira, do sucesso na música sertaneja que conduziu aos gabinetes de presidentes de gravadoras para assinar contratos, dos programas de rádio, dos shows em circos lotados, das noitadas musicais acompanhados de outros artistas, da criação, da vida profissional intensa e agitada.

IDENTIDADE. As memórias desses depoentes têm pontos em comum, como se certas etapas fossem condições imprescindíveis para se tornarem artistas sertanejos: formação musical nas festividades lúdicas e religiosas do meio rural — junto aos trabalhadores nos intervalos da lida na lavoura — ou nas pequenas cidades do interior — sob influência do rádio. Pensando em seguir carreira, cantaram como duplas amadoras em programas radiofônicos interioranos e em festivais locais e regionais, cantaram em circos e quermesses, migraram para a cidade de São Paulo. Ali, vieram os primeiros programas de rádio de alcance regional ou nacional; e, aos primeiros sinais de sucesso público, gravaram o primeiro disco sob influência do radialista, nalguns casos, “padrinho artístico” da dupla.

Mas, sobre o início da carreira, o que subjaz a esses depoimentos, muitas vezes grandiloqüentes? O que querem nos dizer? Dizem-nos de como avaliam suas trajetórias artísticas: uma aposta difícil, porque realizada em condições adversas (pobreza, pouco estudo e necessidade de migração). Na bagagem, só a vontade de vencer e o talento. O pai — figura sempre mencionada — arriscava tudo (até porque o que tinha era pouco) na migração da família

⁵⁵ Ibid., p. 33.

inteira ou mandava os filhos ainda crianças para São Paulo sob a tutela de um empresário. Não são raros no meio da música sertaneja os artistas que passaram a infância em circos e em rádios até gravarem o primeiro disco. Alguns perceberam que não tiveram uma infância convencional somente após encerrar a carreira, quando a disponibilidade de tempo lhes permitiu avaliar seu passado com mais calma. Suas falas se compõem de justificativas que dão sentido a suas vidas e atitudes. Implícita em depoimentos distintos, a mensagem “se vencemos, não foi fácil” versa sobre as significações criadas quanto às experiências vivenciadas no trabalho artístico. E nesse processo de construção da identidade artística, o rádio assume um papel central.

A importância do rádio na consolidação da carreira artística é evidente nessas narrativas em dois momentos. No primeiro, surge o rádio do interior onde os artistas iniciantes participam dos primeiros programas musicais e festivais, recebem premiações e, às vezes, tentam manter um programa próprio. Esta etapa é lembrada nessas narrativas, como o período em que o talento da dupla para a profissionalização da carreira é identificado pela família ou por agentes da cena musical da região. Em um segundo momento, surge a imagem do rádio como o espaço da consolidação do potencial artístico da dupla por meio da exploração de seu sucesso no mercado fonográfico. O rádio nessa fase representa não só a comprovação do talento mas, principalmente, a profissionalização da carreira musical e o *sucesso*⁵⁶. Nesse momento, surgem nas narrativas as alusões ao ingresso nas emissoras de alcance nacional, sobretudo em São Paulo, o recebimento de cachês para se apresentarem nos shows promovidos pelas difusoras, as referências aos programas próprios (mediante a compra de horários com o apoio de patrocinadores). Ainda mais: o papel dessa inserção radiofônica para se conquistar a gravação do primeiro disco, para alimentar o circuito de shows em circos, e movimentar o circuito de arrecadação de direitos autorais, etc.

São essas representações que passaremos a analisar a partir de agora, inicialmente pela entrevista de Domingos Sabinho da Cunha, o Amaraí, integrante da dupla Belmonte e Amaraí, uma das mais representativas da fase de “mexicanização” da música sertaneja. Belmonte nasceu em Barra Bonita (SP); Amaraí, em Rui Barboza (BA) — mas aos 7 anos de idade foi com a família para Rio Verde (GO). Seu repertório contém alguns *clássicos sertanejos* (como os fãs do gênero gostam de chamar as canções cujo elo temático com o universo rural é mais forte), mas a maior parte é composta de versões de músicas mexicanas. Junto com Tibaji e Miltoninho, foram precursores da *modernização* da música sertaneja e fizeram

⁵⁶ A questão do sucesso merece uma explicação. Como eles entendiam o sucesso? Nas entrevistas isto está ligado ao presente da recordação. No livro há subsídio para este debate, tanto no que se refere a Goiás quanto aos demais artistas.

escola: muitas duplas se dizem influenciadas pelo seu estilo de interpretar — Durval e Davi, Milionário e José Rico e Chitãozinho e Xororó são alguns dos admiradores.

Sobre o Início da carreira narra o cantor:

Jataí foi umas das cidades aonde a gente teve até um programa de rádio. Por que a gente ganhou um festival de cantores populares que teve na época em Rio Verde. Depois que eu ganhei este festival, a gente foi morar em Jataí, né? De Jataí nos formamos uma dupla, tinha também um rapaz que gostava de cantar, que é o meu compadre Amoroso. Aí formou a dupla Amoroso e Amarai. (risos). De lá fomos pra São Paulo...⁵⁷

Mas demonstrado o talento, na emissora interiorana, logo sua narrativa dá um salto e vai para São Paulo. O lugar da profissionalização e do *sucesso*. Assim, sem perder de vista a defesa da qualidade musical, ressaltou a importância de que a criação artística tivesse em vistas agradar aquele grupo do universo musical que, para ele, era fundamental na consolidação da carreira, os radialistas:

Que o radialista era quem mandava na rádio, ele que escolhia música, não era a gente que chegava “vai tocar essa música aqui por que eu to pagando, ou eu..., tem que ser asse música”. Não, ce passava numa rádio o radialista pegava isso aí e tocava, ia lá no quartinho dele, vamos dizer assim, nos escritório deles e ficava o dia inteirinho ouvindo, qual que era a música que ele ia jogar no ar. É, eu falo isso hoje é..., uma nostalgia gostosa por que, eu chamo de nostalgia gostosa por que existia uma preocupação, né? Agora hoje por que o cara tem nome chega um Cd numa rádio “não pode por já, já vamo tocar”. Naquela época não era assim, não é que eu queira que isso continue dessa forma por que as coisas mudam, né? Mais a gente tinha uma preocupação, a gravadora e a gente também de agradar muito ao radialista. O radialista tocava uma música por gostar, né? Inclusive eu devo muito ao Zé Bétio, por que o Zé Bétio foi assim, um dos maior fã que nos tivemos, Belmonte e Amarai, nas rádio dele lá, nos caminho por onde ele passou, ele nunca esqueceu de tocar Belmonte e Amarai, ele tocava por qualidade, por gostar mesmo da dupla.⁵⁸

⁵⁷ ENTREVISTA com Domingos Sabino da Cunha, o Amaraí. São Sebastião do Paraíso - MG, 12 de fevereiro de 2008. 1 cassete sonoro.

⁵⁸ ENTREVISTA com Domingos Sabino da Cunha, o Amaraí. São Sebastião do Paraíso - MG, 12 de fevereiro de 2008. 1 cassete sonoro.

Para ressaltar a papel do rádio, sobretudo na divulgação do trabalho artístico utilizou como recurso a comparação com a televisão, pois tal como a TV agora, o rádio, em sua concepção, também *pegava no Brasil inteiro*:

O rádio era a televisão de hoje, né? Esses grandes canais de televisão que tem hoje eram as rádios. Era, vamos dizer, Rádio Tupi, Rádio Nacional que se tinha, era uma Globo hoje. (...) Uma Rádio Bandeirantes, que pegava AM, mais pegava no Brasil inteiro. Não existia Fm praticamente, FM começou a existir de setenta e três pra cá, antes não tinha, setenta e quatro, antes não tinha FM, lugar nenhum do Brasil, né? Ai começou esse negócio de FM e tal né? Começou inclusive, (risos) nessa época também não tinha esse negócio de aniversário de cidade. As grandes feiras não existia, 73 não existia isso, é de 73 pra cá que virou empresas, né? As rádios fazem parceria com os grandes empresários pra montar uma festa, uma grande festa e só trazem as grandes estrelas, aquele negócio todo, né? Então é por aí menino.⁵⁹

Com a carreira de músico profissional em andamento era comum que os cantores possuíssem seus próprios programas radiofônicos. Sobre este aspecto nos disse, Amaraí:

Tivemos [programas] na Rádio Nacional, na Rádio Record e na Bandeirantes – junto como Tônico e Tinoco. Rádio Nove de Julho (era uma rádio em ondas curtas mais na época tinha uma audiência muito grande no Brasil) junto com o Geraldo Meireles, onde ele foi o primeiro empresário nosso.⁶⁰

Sobre os vínculos de trabalho e remuneração, o cantor se referiu nos seguintes termos: *no começo, nas rádios, era tudo contratado. Você era contratado de uma rádio. Mas depois vieram os negócios, né? O cara que queria aparecer já começou negociar. Aí a rádio parou de pagar, parou de contratar. E falou: “vai atrás, busca patrocínio que eu te dou o horário”*.⁶¹

Essa foi a primeira entrevista realizada dentro do grupo dos artistas e nela já estava presente uma estrutura narrativa que, apesar das muitas variações relativas as trajetórias

⁵⁹ ENTREVISTA com Domingos Sabino da Cunha, o Amaraí. São Sebastião do Paraíso - MG, 12 de fevereiro de 2008. 1 cassete sonoro.

⁶⁰ ENTREVISTA com Domingos Sabino da Cunha, o Amaraí. São Sebastião do Paraíso - MG, 12 de fevereiro de 2008. 1 cassete sonoro.

⁶¹ ENTREVISTA com Domingos Sabino da Cunha, o Amaraí. São Sebastião do Paraíso - MG, 12 de fevereiro de 2008. 1 cassete sonoro.

individuais, a seqüência das entrevistas revelariam estar presente em todas os testemunhos no que tange à inserção no meio radiofônico e fonográfico.

Percurso narrativo não muito distante foi também o construído pelos irmãos Gildemar José Rocha e Expedito José Rocha, componentes da dupla sertaneja Durval e Davi. Nascidos em Goianésia (GO), são filhos de um casal de trabalhadores rurais do lugar. Começaram a cantar nos intervalos do trabalho na lavoura e se mudaram para São Paulo após ganhar um festival promovido por uma rádio da região, que premiou os primeiros colocados com a gravação de um disco. Era 1973, e Davi e Durval tinham 15 e 14 anos, respectivamente; impossibilitado de acompanhar os filhos menores, o pai passou a tutela deles para o empresário da dupla. Sobre o início da carreira no interior de Goiás, afirmou Durval:

Aí nós começamos, começaram a nos levar pra poder cantar nas rádios da região. Naquela época tinha muita roda de violeiro nas emissoras de rádio, de manhã. Começamos a cantar nas emissoras de rádio, aí foi convidado pra participar de festivais de música sertaneja nas cidades da região. Tinha a cidade de Rialma, que é pioneira em festivais lá na região, de música sertaneja. Andamos ganhando, fazendo muitos festivais e ganhamos vários festivais. E foi em um festival desses que nós ganhamos e os promotores trouxeram a gente pra São Paulo.⁶²

Sobre a importância do rádio na afirmação de uma carreira de sucesso, Davi, alegou:

O rádio é tudo até hoje. O rádio na época não se cobrava nada, ao contrário o rádio pagava a gente pra fazer um show – fazia o aniversário da rádio. Hoje eles já cobram, mas mesmo cobrando o rádio é o veículo mais importante pro artista, o artista estourou no rádio na televisão é consequência. Tanto é que só vai depois que estoura no rádio.⁶³

Não obstante a dupla tenha tido programas radiofônicos, eles dizem não considerar a estratégia fundamental. É o que observamos na seguinte passagem da narrativa de Durval:

⁶² ENTREVISTA com Gildemar José Rocha, o Durval. Campinas 22 de fevereiro de 2008. 2 cassetes sonoros.

⁶³ ENTREVISTA com Expedito José Rocha, o Davi. Campinas 22 de fevereiro de 2008. 2 cassetes sonoros.

Tivemos três anos de Rádio Record, três anos de Rádio Globo e três anos de Rádio Tupi. Depois dois anos no programa Edgar de Souza, da Rádio Nacional. Fizemos com Otávio Pimentel da Rádio Tupi, isso até a década de 80. Mas tivemos também em rádio pequena. Mas com o programa de rádio do artista ele se torna um concorrente das outras rádios, e não é bom pra ele. As outras rádios não tocam ele, né?⁶⁴

É preciso salientar que não estamos interessados em saber se realmente esses programas existiram ou se o tempo de permanência em cada um é mesmo o mencionado. Tal como tratamos anteriormente, estamos interessados em acompanhar como a presença do rádio nessas narrativas individuais vai ganhando dimensão coletiva na medida em que se torna recorrente nas narrativas de diferentes artistas, tornando-se um importante aspecto da constituição de suas identidades artísticas. Identidade essa que emerge, como estamos tentando argumentar, da seguinte representação: a dos músicos interioranos de talento que expuseram seu trabalho por meio das rádios do interior do país e dos seus circuitos musicais, que ali conquistaram a oportunidade de se profissionalizarem em São Paulo e que, novamente, por meio das rádios de alcance nacional alcançaram sucesso e reconhecimento em todo o país.

Chegamos assim, ao último testemunho a ser analisado aqui. Zalo, parceiro de seu irmão Zilo na dupla Zilo e Zalo, nasceu em Santa Cruz do Rio Pardo (SP). O pai era sitiante, e com ele aprenderam músicas de folias de reis e catiras da região; cantaram no coreto da igreja, em bailes e em festas no sítio. Numa palavra, iniciaram-se na música caipira típica das comunidades rurais do Sudeste do país e que aparece. Começaram a carreira cantando em festas da região e também tentaram a sorte com um programa na rádio local – projeto frustrado pela falta de patrocínio. A partir dessa experiência resolveram, segundo seu testemunho, transferirem-se para São Paulo. Na capital, a entrada para o circuito artístico se deu pelo circo. Foram as apresentações no circo que, segundo Zalo, os levaram ao primeiro programa de rádio na capital paulista, mantido pelo proprietário do circo na Rádio Cultura. Após o fim do programa, conseguiu espaço para se apresentar no programa de Zacarias Mourão, na Rádio Bandeirantes, e segundo Zalo, *ali foi o começo*.⁶⁵ Com a com a visibilidade do programa teria vindo, segundo ele, a gravação do primeiro disco e com ele o tão almejado sucesso:

⁶⁴ ENTREVISTA com Gildemar José Rocha, o Durval. Campinas 22 de fevereiro de 2008. 2 cassetes sonoros.

⁶⁵ ENTREVISTA com Benizário Pereira de Souza, o Zalo. Mogi Mirim - SP, 13 de fevereiro de 2008. 1 cassette sonoro.

E graças a deus foi assim. Saímos da Rádio Bandeirantes, fomos pra Nove de Julho. Depois em 63 fomos pra Rádio Nacional, em São Paulo. E era a mais ouvida na época! Ali foi onde o sucesso chegou mesmo, né? E ficamos 10 anos na Rádio Nacional.⁶⁶

A imagem do trânsito pelas principais emissoras do período e nelas freqüentando os programas de maior audiência equivalem, em seu depoimento, à representação do sucesso:

Daí ficamos cinco anos na Rádio Bandeirantes, na Rádio Nove de Julho. Depois na Rádio Nacional e ficamos lá 10 anos. Depois a *Linha Sertaneja* foi pra Record – daí nós fomos pra Record também. O Sebastião Vitor levou a turma toda pra Record, né? Aí montou *Música Sertaneja em Classe A*. Daí fomos pra Record e cantamos 9 anos lá, durante todo tempo a dupla continua, depois veio a fase da televisão...⁶⁷

Para Zalo a importância do rádio na divulgação era tamanha que ele chega a dizer que teria aberto não de seus cachês tendo em vista a divulgação de seu trabalho:

Eu tinha, por exemplo, um direito assim da publicidade, né? Porque eu arrumava o anunciante, mas eu abria mão. O que interessava mesmo era o programa. Porque com o programa na mão agente anunciava show, fazia publicidade das músicas que gravava. Então o programa..., naquele tempo o rádio pra nós era tudo. Só fazia bilheteria no circo quem tinha um programa no rádio, principalmente uma rádio grande como a Nacional, Rádio Record, Bandeirantes. Então quem conseguia entrar numa dessas emissoras e tivesse qualidade se tornava sucesso.

Nesse contexto, as memórias do rádio como elemento do processo de construção da identidade artística desses músicos e cantores sertanejos se dá na medida em que o rádio é recrutado nessas narrativas para ser o lugar onde o talento será reconhecido e posteriormente consolidado em uma carreira de sucesso. Assim, a função de sua mobilização é a

⁶⁶ ENTREVISTA com Benizário Pereira de Souza, o Zalo. Mogi Mirim - SP, 13 de fevereiro de 2008. 1 cassete sonoro.

⁶⁷ ENTREVISTA com Benizário Pereira de Souza, o Zalo. Mogi Mirim - SP, 13 de fevereiro de 2008. 1 cassete sonoro.

de legitimizar essas narrativas que retomam o passado como exaltação em uma seqüência narrativa linear, naturalizada e sem conflitos.

A seu modo, os depoimentos desses artistas inscrevem na história as interpretações da experiência vivenciada naqueles anos de transformações em todos os setores da sociedade. Talvez os fatos narrados não sejam tão fiéis aos fatos acontecidos; talvez os depoimentos fossem outros se tivessem sido registrados à época. Mas isso não diminui a importância e representatividade do testemunho. Essas memórias criam a oportunidade para um mergulho no tema da construção da identidade artística, pois revelam como esses artistas vêem a si e sua carreira. Logo, a contribuição das fontes orais à pesquisa historiográfica é pôr a sensibilidade e subjetividade do historiador em confronto explícito com a sensibilidade e subjetividade dos sujeitos aqui historiados. Tal como nos alerta Portelli, *recordar e contar já é interpretar*.⁶⁸

FONTES

ENTREVISTA com Domingos Sabino da Cunha, o Amaraí. São Sebastião do Paraíso - MG, 12 de fevereiro de 2008. 1 cassete sonoro.

ENTREVISTA com Gildemar José Rocha, o Durval. Campinas 22 de fevereiro de 2008. 2 cassetes sonoros.

ENTREVISTA com Expedito José Rocha, o Davi. Campinas 22 de fevereiro de 2008. 2 cassetes sonoros.

ENTREVISTA com Benizário Pereira de Souza, o Zalo. Mogi Mirim - SP, 13 de fevereiro de 2008. 1 cassete sonoro.

BIBLIOGRAFIA

MEIHY, José Carlos Sebe B.; HOLANDA, Fabíola. *História Oral: como fazer, como pensar*. São Paulo: Ed. Contexto, 2007.

PORTELLI, Alessandro. A filosofia e os fatos: narração, interpretação e significado nas memórias e nas fontes orais. *Tempo*. Rio de Janeiro, vol. 1, n° 2, 1996, p. 65.

PORTELLI, Alessandro. O que faz a história oral diferente. *Projeto História*. São Paulo, (14), fev., 1997, p. 31.

Voz Humana: o uso da webrádio para a discussão dos direitos humanos

GUIMARÃES, Brunner Macedo
GARCIA, Sandra Sueli

⁶⁸ PORTELLI, 1996, p. 60.

RESUMO

Desde setembro de 2013 está sendo veiculada a produção “Voz Humana” na programação da Rádio In, webrádio do curso de jornalismo da UFU. O programa busca discutir temáticas sensíveis dentro dos chamados “direitos humanos”, de forma que consiga contemplar aspectos jurídicos e cotidianos de cada problemática e apresentar um panorama humanizado e até mesmo didático. Este artigo tem como objetivo abordar os desafios desta produção jornalística, especialmente no que diz respeito à inserção e tratamento no rádio de linguagens, personagens e vivências inerentes ao assunto.

Palavras-chave: radiojornalismo, direitos humanos, webrádio.

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo apresentar e discutir a produção, os desafios e as implicações de uma série radiojornalística para uma webrádio, tratando do tema direitos humanos. Esta discussão requer uma breve abordagem da emergência do formato radiofônico na internet, do panorama do debate em torno dos direitos humanos no Brasil e no mundo, e, posteriormente, uma distensão maior em torno do processo produtivo da série.

O trabalho desenvolvido na produção do programa, chamado “Voz Humana” e veiculado na Rádio In, consistiu-se em uma possibilidade de experimentação de técnicas jornalísticas relacionadas ao radiojornalismo a partir de um viés voltado ao público da internet. Além disso, a experiência também se caracteriza pela execução de habilidades jornalísticas de caráter crítico e humanístico, discutindo uma temática de interesse público, se valendo da ideia do papel social do jornalismo.

A Rádio In é uma rádio com veiculação pela web, produzida no interior do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia congregando diferentes produtos laboratoriais elaborados por estudantes do

curso sob orientação e/ou supervisão da Profª Sandra Garcia. A Rádio In iniciou suas atividades no ano de 2012 e conta com uma programação musical e jornalística 24 horas por dia.

RADIOJORNALISMO NA WEB

O rádio chegou ao Brasil na década de 1920 e, desde então, passou por diferentes momentos no país, considerando-se modelos de consumo, tecnologias e relação com outras mídias. Sob este último aspecto cabe especial atenção no sentido de que, possivelmente, as principais mudanças contedísticas, de consumo e de funcionalidade do rádio foram influenciados pela popularização da TV e, mais recentemente, da Internet junto aos brasileiros.

Diante do discurso de um possível enfraquecimento do rádio diante da internet novas formulações de radiojornalismo voltado para a web e a crescentes adaptações de formato, levam a crer que a inserção do formato radiofônico na internet não é uma migração que sentencia ao fim o rádio, mas uma tendência de convergência observada em diferentes meios na contemporaneidade. Podemos destacar nisso a ideia de remediação apresentada por Bolder e Grusin:

em primeiro lugar, podemos pensar em algo como a progressão histórica, de novos meios de comunicação remediando os antigos e, em especial da mídia digital remediando os seus antecessores. Mas a nossa é a genealogia de afiliações, não uma história linear, e nesta genealogia, a mídia mais antiga também pode remediar a mais jovem (BOLDER; GRUSIN, 2000, p. 55).

As experiências que utilizam o formato radiofônico, e inclusive radiojornalístico, na internet, contudo, trazem novas demandas, como o processo de interação com o público e a veiculação de conteúdos multimidiáticos que ultrapassam a veiculação de áudios. Verifica-se que o jornalismo, então, ainda está em processo de adaptação de formulação de novos padrões para a produção radiofônica na web.

O jornalista hoje é compelido a integrar essas novas dinâmicas, a compreender e utilizar as ferramentas com agilidade para, desta maneira, acompanhar seu ouvinte e as ferramentas que ele adota para consumir a informação. Desta forma, o rádio, mais uma vez, se revisita. Não abandona suas características, não deixa de ser rádio, mas adéqua suas rotinas e sua narrativa às possibilidades geradas pelos novos espaços de difusão de informação (LOPEZ, 2010, p.115)

A veiculação da produção radiojornalística pela internet abre espaço para novas possibilidades também em relação à temáticas. O assunto debatido pelo programa “Voz Humana” na Rádio In UFU é um exemplo disso, uma vez que a discussão dos direitos humanos pela internet possibilita espaços para engajamento e alcance convenientes à importância do tema.

DIREITOS HUMANOS

Considerando o papel social do jornalismo, a discussão em torno das questões referentes aos direitos humanos exigem fundamentalmente do jornalista uma atenção especial. A reportagem e o levantamento do debate em torno das violências praticadas pelos estados e a insuficiência das leis de proteção a grupos socialmente fragilizados são situações em que a imprensa adquire poder insubstituível de transformação. Deste modo, a presença desta temática na mídia tem se mostrado mais constante, embora nem sempre o suficiente, como afirma o relatório do Conselho Internacional de Política de Direitos Humanos:

Nos últimos anos, os direitos humanos têm passado a ser cada vez mais proeminentes. Os governos e líderes políticos recorrem às normas de direitos humanos com maior frequência, tanto na formulação oficial de políticas como nos seus discursos. O conhecimento do público a respeito do tema tem experimentado uma evolução similar. Os direitos humanos tem sido considerados centrais na cobertura de muitas matérias internacionais - desde Afeganistão à Palestina, de Colômbia à Serra Leoa – e a estar cada vez mais vinculados aos debates sobre a dívida externa e o comércio internacional, a educação e a saúde. Provavelmente, a cobertura dos direitos humanos nos meios de comunicação continuará aumentando muito e,

portanto, passa a ser cada vez mais pertinente que os jornalistas da imprensa, do rádio e da televisão realizem uma reportagem mais apurada sobre a questão. (POLICY, 2002, p.1)

Embora a discussão em torno das questões de direitos humanos tenham aumentado, por outro lado a desinformação reforça as discrepâncias sociais e prejudicam o debate saudável em torno dessas políticas. No Brasil, por exemplo, cresce o discurso simplista de que direitos humanos serve apenas para defender criminosos.

No desconhecimento em torno da extensão dessas políticas e a importância delas para a garantia dos direitos individuais dos cidadãos e do respeito a direitos básicos como a vida, a liberdade de culto ou de expressão, mostra-se uma lacuna em que o papel do jornalismo não foi suficientemente bem executado a ponto de promover a conscientização. O que justifica o foco nesta temática adotado pela série radiofônica apresentada neste artigo.

A EXPERIÊNCIA “VOZ HUMANA”

A produção da série “Voz Humana”, discutindo a temática direitos humanos na Rádio In, webrádio do curso de jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, pode ser pensada a partir de três momentos: a pesquisa, as entrevistas, e a edição. Contudo, cabe ressaltar aspectos da idealização e os primeiros planejamentos para a viabilização do projeto.

Diante das definições temáticas da série, o projeto abarcou diferentes temas, levantados no início do processo de pesquisa, são eles: a questão indígena no Brasil, a problemática dos direitos humanos em relação à ditadura militar, a violência policial, a questão das comunidades negras no país, os direitos e agressões aos grupos LGBT, a desigualdade de gênero, as políticas públicas em relação aos dependentes químicos, a humanização da saúde e o papel do jornalista frente aos direitos humanos e a democracia. Inevitavelmente, diversos outros temas pertinentes tiveram de ser preteridos. Além das nove temáticas citadas acima, foi determinado que o primeiro programa teria um caráter geral e introdutório, discutindo de forma até mesmo didática o que são os direitos humanos e para que eles existem.

As entrevistas foram realizadas embasadas por uma pauta sobre um assunto específico, ou mais de um, quando o entrevistado tem condições de discutir mais temas, como foi o caso das entrevistas com um doutor em Direito, com sociólogos e jornalistas. Outros entrevistados se caracterizaram por especificidades inerentes a um determinado tema, como a escolha de uma indígena Guarani Kaiowá, na discussão dos direitos humanos em relação às populações indígenas, ou de um líder do movimento LGBT em Uberlândia, para falar sobre os direitos e violências contra lésbicas, gays, bissexuais, transsexuais, travestis, etc.

Além do programa, a produção também prevê a disponibilização dos áudios veiculados para download e *streaming*, e, ainda, espaços de interação por meio de redes sociais (*fan page* no *Facebook*) e possibilidade de contato por meio do próprio site. A importância destes aspectos é ressaltada por Debora Lopez.

O consumo de informação sonora neste contexto apresenta uma dinâmica de fruição distinta, que aciona, no organismo humano, outras demandas e exige do meio de comunicação o investimento em estratégias narrativas ampliadas. O internauta-ouvinte deseja interação e atualização (LOPEZ, 2010, p.51).

Deste modo, o programa efetivaria a proposta de estar imerso no meio digital, não apenas enquanto material disponibilizado, mas como elemento deflagrador de interatividade em torno do tema discutido: os direitos humanos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de uma temática sensível como os direitos humanos, e os grupos suscetíveis, que de alguma forma necessitam dessas políticas, é importante que um projeto que proponha aprofundar tal discussão, não acabe colaborando com o senso comum, reproduzindo as temáticas por meio de artificialidades. Desta forma, a produção do “Voz Humana” requereu sensibilidade para trazer à luz aspectos pouco discutidos ou mal discutidos e a partir, sumariamente, dos agentes que vivem ou estudam cotidianamente tais realidades.

A produção do “Voz Humana” a partir de uma proposta de radiojornalismo

veiculado em uma webrádio também traz uma dimensão da democratização do acesso à informação. Ainda que a internet esteja longe de ser um meio completamente democrático e democratizado, a veiculação do conteúdo por meio dela alcança espaços e públicos de amplitude imensuráveis para a produção jornalística atual e liberdades consideravelmente mais expressivas que em outros meios, conforme expõe Maia (2008):

Não são poucas as dúvidas a respeito da capacidade dos meios massivos para formar plataformas para o debate público. As empresas de comunicação estabelecem diversas relações de interesse com grupos de poder e setores do mercado, o que pode comprometer os parâmetros da comunicação democrática, ou seja, a independência, a responsabilidade e a correção da informação (MAIA, 2008, p.95).

Sob tal aspecto, Ricardo Silva também complementa que na contemporaneidade a internet tem sido adotada como meio preferencial para a expressão e divulgação de problemáticas por meio de grupos marginalizados na sociedade. Para ela, “a internet, em especial, possibilita a multiplicação dos recursos não somente para consumo de notícias especializadas, mas igualmente para a expressão e a produção de informações, gerando um discurso próprio” (SILVA, 2012, p.53-54). Portanto, calcado na ideia de produção experimental e independente, o “Voz Humana” procurou discutir temas de interesse público, firmando-se no preceito do papel social do jornalismo e através de uma mídia que pode ser considerado, pelo menos, potencialmente democrática.

REFERÊNCIAS

BOLDER, Jay David; GRUSIN, Richard. Remediation: understanding news media. Cambridge: The MIT Press, 2000.

LOPEZ, Debora Cristina. Radiojornalismo hipermediático. Covilhã: UBI, LabCom, 2010. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415->

debora_lopez_radiojornalismo.pdf Acesso em 25/11/2013

MAIA, R.C.M. (Coord.). Mídia e deliberação. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2008.

POLICY, International Council on Human Rights Journalism. Media and the Challenge of Human Rights Reporting. Versoix, Switzerland, 2002, Disponível em: http://www.ichrp.org/files/reports/15/106_report_pt.pdf Acesso em: 25/11/2013

SILVA, Ricardo Duarte Gomes. O papel social do jornalismo cívico e a interação midiática entre o jornalista e as minorias sociais. Revista de C. Humanas, Viçosa, v. 12, n. 1, p. 52-65, jan./jun. 2012. Disponível em: <http://www.cch.ufv.br/revista/pdfs/artigo5vol12-1.pdf> Acesso em: 27/11/2013