

ARTIGO

CIDADE, NAÇÃO E CULTURA POPULAR NAS ONDAS DO RÁDIO – UBERLÂNDIA/MG 1939/1969

*Newton Dângelo - UFU**

RESUMO: A pesquisa em andamento tem como objetivo reconstituir diferentes experiências de vida na cidade de Uberlândia e suas articulações com a difusão de novas linguagens e valores culturais proporcionados pelo rádio, fixando imagens e lembranças de ouvintes, artistas locais, programadores, locutores e outras personagens que trafegaram nessas ondas. Através da investigação em jornais, revistas, scripts, cartas de ouvintes, entrevistas e fotografias, o trabalho analisa diferentes formas de interação/recepção da produção radiofônica local, situada entre as décadas de 1930/60, período compreendido entre a fundação da primeira estação de rádio na cidade, a PRC6 – Rádio Difusora, em 1939, e a consolidação das transmissões televisivas no final dos anos 60.

PALAVRAS-CHAVE : *Rádio; Cidade; Nação; Cultura Popular.*

“A União Operária toca o último ‘dobrado’ do seu repertório escolhido para aquela retreta domingueira. Executou lindas valsas, polkas e mazurkas, que deleitaram aquele povo feliz, que ainda não sonhava com a invenção do rádio. Saem todos agóra para o cinema São Pedro”¹.

* Professor Assistente do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia. Doutorando em História Social pela PUC/SP com o projeto de pesquisa “Cultura Oral e Radiodifusão em Uberlândia – décadas de 1930-60”, sob a orientação da Profa. Dra. Maria Antonieta Martinez Antonacci.

¹ REVISTA Uberlândia Ilustrada. n. 4, p. 31-2, junho/1939.

<i>Tempos Históricos</i>	<i>M. C. Rondon</i>	<i>v.02</i>	<i>nº01</i>	<i>p. 67-91</i>	<i>Mar/2000</i>
--------------------------	---------------------	-------------	-------------	-----------------	-----------------

O cronista que nos brinda com estas reminiscências, escritas em junho de 1939 na revista Uberlândia Ilustrada, procura traçar o ambiente cotidiano vivido por uberlandenses, “aquele povo feliz”, conversando e ouvindo músicas na “praça chic da cidade” em 1907. Ele o faz a partir de um tempo presente - 1939 - que passa a ser visitado pelas ondas radiofônicas, ainda tênues, com poucos programas locais regulares, mas que já imprimem uma atmosfera de novidade, impressionando e atraindo a curiosidade de uma pequena cidade do interior de Minas Gerais, de 18.000 habitantes. São as vozes de locutores, cantores e músicos transportados à distância pela PRC6 - Rádio Difusora Brasileira de Uberlândia - através de alto-falantes e aparelhos receptores, passando a penetrar em diferentes espaços de sociabilidade para além dos lares, tais como as praças, parques de diversões, bares e confeitarias. O rádio figura como símbolo da modernidade, em contraposição ao tempo nostálgico do lazer e da sociabilidade vividos num domingo de 1907, na praça central de Uberabinha (que passou a denominar-se Uberlândia, em 1929).

As sonoridades do passado são outras: o burburinho da praça, as conversas entre vereadores e intelectuais, as piadas, as fofocas, as retretas da banda na praça, as valsas, polkas, mazurkas, a música tocada no interior da sala do cinema São Pedro, a serenata ao luar, “ tudo que era bom e que não volta mais”.

Este cenário nos introduz a algumas questões importantes acerca da fundação e do desenvolvimento da radiodifusão em Uberlândia. Em 1939, a PRC6 nascia e passaria a dividir os antigos transmissores com programações de âmbito nacional, irradiando músicas, modos de falar e propagandas comerciais para diferentes sujeitos e experiências de vida, anteriormente mediados pela presença do cinema, jornais, revistas, correios, telégrafo e telefone².

² Além dos Correios, Telégrafos, Cia. Força e Luz e central telefônica, Uberlândia passava a contar em 1939 com uma estação de rádio, 05 salas de cinema, 05 jornais e uma revista de circulação mensal. Em um quadro estatístico publicado na Uberlândia Ilustrada em 1940, a frequência dos moradores de Uberlândia aos cinemas, além de ser maior que a dos circos e parques de diversões, é comparada ao Rio de Janeiro: enquanto a população da capital federal acolhia 14 vezes a população da cidade nos cinemas, a de Uberlândia lotava os cinemas numa proporção de 28 vezes a sua população.

Nesse sentido, acompanharemos o perfil do rádio uberlandense nas suas experiências iniciais e as mudanças assumidas ao longo de três décadas de seu funcionamento, até o final dos anos 60, a fim de captarmos as vozes de diferentes sujeitos e tensões que integraram a sua trajetória, trabalhando nos seus estúdios e microfones ou interagindo e reelaborando valores e práticas sociais anonimamente como ouvintes³.

Como ponto de partida para a nossa problemática de análise, transportando reflexões de minha dissertação de mestrado⁴, a técnica de reprodução da voz e a ampliação de seu alcance precisa ser discutida à luz do contexto sociocultural em que se estabelece e se afirma como linguagem, em meio a outras formas de sociabilidade e de experiência/transmissão de valores e comportamentos anteriormente existentes.

Esta perspectiva de análise procura romper com concepções que reforçam a dimensão técnica e estética do rádio, a qual reproduz uma memória consagrada em que a linguagem radiofônica se expande por imagens forjadas de um certo senso comum, despolitizando as relações socioculturais na aquisição e difusão de sons e linguagens urbanas. Vários registros disponíveis sobre o papel que deveria ser desempenhado pelas ondas do rádio, escritos ou sonoros, tendem a recriar e celebrar um ambiente social, informado pelos “mass media”, como homogêneo e tecnicamente eficiente, ancorados pelo discurso da modernidade e do conforto

³ O texto de Jesús Martin-Barbero é elucidativo a esse respeito, ao utilizar como ponto de partida não a técnica dos meios de comunicação, mas aquilo que os sujeitos fazem com a comunicação. “Assim a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos mas de re-conhecimento. Um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para re-ver o processo inteiro da comunicação a partir de seu outro lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos”. MARTIN-BARBERO, Jesús. *DOS MEIOS ÀS MEDIAÇÕES: COMUNICAÇÃO, CULTURA E HEGEMONIA*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. p. 16

⁴ DÂNGELO, Newton. “*Escolas sem Professores*”: o rádio educativo no Brasil - décadas de 1920/40. Mestrado-História, PUC/SP, 1994.

da civilização, proporcionados pelas propriedades “regeneradoras” do “broadcasting”.

É com este discurso que se desenvolveram as primeiras experiências com o rádio no Brasil nos anos 20. Num momento em que ainda não se havia tornado o “amigo de todas as horas” no aconchego do lar, nos deparamo-nos com discursos, projetos e práticas racionalizadores, procurando, sob a tutela do Estado, uma padronização técnica que evitasse o seu domínio pelo setor empresarial e que levasse aos brasileiros imagens de uma nação social e culturalmente regenerada.

Estas iniciativas foram recolhidas nos jornais de circulação nacional e na revista *Cultura Política*, do Estado Novo, com forte presença discursiva em torno de reformas educacionais e de implantação de recursos técnicos audiovisuais nas escolas. Também nos arquivos da FGV / CPDOC - Fundação Getúlio Vargas/Centro de Pesquisa em Documentação em História Contemporânea do Brasil, encontramos várias referências sobre a radiodifusão educativa e o seu papel civilizatório, levando aos mais diversos lares, escolas e demais espaços urbanos e rurais, o aprendizado cívico, patriótico e técnico que pudesse dar conta da falta de espírito brasileiro, das imensas diferenças regionais e locais e dos “hábitos atrasados” de trabalho.

O cruzamento desta documentação trouxe à tona uma missão educativa para o rádio fervorosamente disputada, com a organização, desde a década de 20, de associações de radiodifusão, abertura de estações por grupos privados, fundação de rádio-escolas, troca de experiências com outros países, edição de revistas especializadas, além da realização do **1º Congresso da Língua Nacional Cantada**, em 1937, organizado pelo Departamento de Cultura do Estado de São Paulo, especialmente para o estudo e regulamentação dos modos de se cantar no Brasil.

Encontramos com frequência, nesta documentação, apelos e idealização de projetos que evitassem a “contaminação” do rádio com “músicas imorais”, uso de gírias, propagandas comerciais, através de regulamentos e de “censura cultural” à rede de estações

em âmbito nacional, afiliadas à Confederação Brasileira de Radiodifusão (CBR), fundada em 1933. Ao mesmo tempo, os intelectuais pioneiros da radiodifusão pressionavam o Estado para a implantação de estações exclusivamente educativas e de recursos audiovisuais nas escolas (como o rádio, aparelhos projetores de filmes, quadros intuitivos, entre outros), procurando através de discursos científicos de “regeneração nacional” e ocupando cargos estratégicos junto ao governo, transformar diferenças culturais, lingüísticas, de classe, de gênero e de etnias em uma só cultura nacional.

Por outro lado, as entrelinhas desta busca de oficialização e absorção de uma cultura nacional e homogênea, experimentada em reformas educacionais e compartilhada por dirigentes e técnicos do rádio, no interior e fora de instâncias governamentais, informam uma radiodifusão educativa que procurava, nas décadas de 20 e 30, transformar um perfil plural e disperso do rádio que informava, divertia e acomodava modos variados de falar e pensar, num instrumento de canalização entre os “produtores de cultura” e os ouvintes. Os limites destas intenções e projetos são vislumbrados por correspondências e despachos oficiais que falam em desilusão, insatisfação e apelos para maiores investimentos estatais, a fim de que o rádio oficial pudesse concorrer em pé de igualdade com a radiodifusão comercial.

Sobretudo a partir dos anos 40, ganha força no âmbito do próprio Estado Novo, nos ministérios da Educação e Saúde, via Serviço de Radiodifusão Educativa - SRE - e do Ministério da Justiça, responsável pelo rádio-jornal “A Hora do Brasil”, por um lado, a idéia de uma falta de alcance e limitações técnicas, e de outro, a necessidade de que o governo precisaria ser ouvido a partir de outras modalidades de programação, mais convincentes e menos formais. Estes supostos “desvios” de rumo, associados aos constantes ataques a programas “imorais” e às “músicas indecentes”, como o samba, o maxixe e a marchinha nos anos 30, incentiva-nos a penetrar num debate sobre as diferentes formas de fruição dos ouvintes sintonizados numa programação que estaria

explicitamente voltada para o lazer e entretenimento nas estações privadas⁵. Assim, enquanto no mestrado a pesquisa desembocara em fragmentos da memória oficial sobre o rádio educativo e as tentativas de disciplinarização e regulamentação das emissões radiofônicas, basicamente da música, da linguagem e do ensino de História do Brasil, na atual, várias descobertas estão me levando enfim a reconstituir a história do rádio a partir de outras problemáticas e enfoques, trazendo novos ingredientes para um entendimento dos embates, tensões e injunções entre cultura nacional e cultura local, o popular e o erudito, o comercial e o educativo, homogeneização e pluralidade cultural, o rural e o urbano, analfabetos e letrados.

Na análise das crônicas, poemas e comentários sobre a programação de rádio, publicados na revista *Uberlândia Ilustrada*, observamos uma forte convergência destes apelos com o significado atribuído ao rádio em relação às populações do interior, como se o mundo do trabalho passasse a subordinar as diferentes maneiras de se “gastar” o tempo livre, como a que se segue:

“Trabalha e sente-se orgulhoso de dizer que também contribuiu para o crescer da cidade e o aumento de sua riqueza pública. Já não somos um povoado perdido entre duas vertentes de rios. Já não somos meia duzia de casas, com lampeões acesos, chorando a nostalgia languida das noites enluaradas. (...) Homem do campo, mulher camponia, viajor de estradas, trabalhador

⁵ Segundo Joffre Dumazedier, “o aumento do número de automóveis, a multiplicação das técnicas de comunicação de massa (imprensa, cinema, rádio, televisão), o desenvolvimento das associações e grupos, que procuram satisfazer mais as predileções, caprichos e paixões de cada um, contribuíram para o aumento do prazer com as atividades de lazer, em proporções incomparavelmente maiores do aquele que a máquina, até agora, conseguiu diminuir no que concerne às penas do homem” (DUMAZEDIER, 1976: 24). Embora o texto seja de grande importância para compreendermos as leituras e pesquisas empíricas sobre o lazer em 1956-57, é também importante nos precavermos quanto a um possível deslumbramento com um discurso que a própria mídia procurava disseminar quanto à necessidade de se aproveitar bem os meios de diversão e o uso do “tempo livre”, para não reafirmarmos a subordinação da fruição destes meios aos mecanismos técnicos e estéticos. Também a esse respeito, ver SANT’ANNA (1994: 69).

rural, cidadão do centro, professores, homem do trabalho, intelectual, uberlandense, mineiro, brasileiro enfim, onde fôr que estiverdes agora, neste instante que me proporciona a PRC6 o ensejo de voz falar, atendei: sois célula desta magnífica colmeia de entusiasmos e realizações, sois parte de um grande corpo, forte e intemerato, que é o paiz em que nascestes (...)"⁶.

Os conselhos e apelos são dirigidos a públicos distintos, por um instrumento comunicativo que, ao contrário do mundo do trabalho, deveria preencher o tempo livre com programas e músicas. Percebemos, com isso, a forte demarcação de limites para os usos do tempo do não trabalho, o lazer, em que as rotinas domésticas, assim como aquelas reproduzidas por jingles dirigidos às donas de casa e aos chefes de família que chegam do trabalho, tenderiam a habituar os ouvintes à marcação do tempo, à disciplina do trabalho, à higienização física e mental, neutralizando o ritmo rural e seus hábitos, a partir da introdução dessa nova mentalidade no mundo doméstico. Através destes chamamentos, percebemos uma pluralidade sociocultural constituindo o espaço urbano e, segundo o locutor, a ser domesticada em nome de um "grande corpo" forte e produtivo. Nesta lógica, o ambiente rural, dos "lampeões acesos", deveria ceder lugar aos ventos do progresso e da civilização transportados pelo rádio.

Embora reconhecendo o vigor e a eloquência do cronista, também enxergamos quase um pedido de licença do mesmo para entrar nos lares dos ouvintes, ao mencionar "o instante que me proporciona a PRC6 o ensejo de voz falar". Assim como nos relatos já registrados em outras fundações de estações, ocorre o reconhecimento de matizes culturais e étnicos "dispersos" pelo interior e de uma certa fragilidade do discurso nacionalista que pudesse descaracterizar e absorver tensões e experiências das mais diversas origens incorporando migrantes oriundos do campo, estrangeiros que se estabeleciam na cidade (italianos, portugueses

⁶ Uberlândia Ilustrada- agosto/setembro, 1940.

e árabes, principalmente) e a cultura africana numa identidade local de conjugação de forças para o crescimento de Uberlândia⁷.

A introdução do rádio neste espaço de “atraso e desorganização”, fica mais explicitada nas impressões a seguir, de 1938 – “Tenda Maravilhosa” - de Clovis Cesar (futuro editor da revista Elite Magazine):

“ Milhões de braços cavam a terra; cultivam o trigo e fazem o pão! Á sombra dos túneis e entre caracões de serras, silvam locomotivas, enquanto, nas alturas, vôa a máquina dos ares, dominando as rótas, dominando as brumas, dominando o azul ! ... Através da maravilha dos rádios, vôa a palavra, vôam protestos de amor! Cantam os seus microfones o Hino da nossa terra, o chôro das habaneiras, modinhas ao violão e a doçura das cavatinas! ...”⁸.

⁷ “ Esquecendo as divisões administrativas, notemos que o mineiro, por ele tão gabado e a cada passo sobreposto ao paulista, não é indiscriminadamente o natural das Minas Gerais: é sobretudo, o habitante das suas áreas centrais, relativamente urbanizadas, beneficiadas pelo surto civilizador da mineração, ligadas à Capital do País. O habitante do Sul e do Oeste de Minas, pelo contrário, despertaram-lhe, por sua vida rústica e pouca educação, o mesmo desgosto que o paulista. É que eram populações disseminadas, vivendo, os pobres, da agricultura de subsistência; os remediados, da pecuária atrasada – sem núcleos urbanos, conforto nem polidez. Aproximavam-se, inclusive étnica e historicamente, do caipira paulista, de quem se originam muitas vezes, e com o qual mantêm contacto incessante, pelas migrações que o vêm trazendo a São Paulo de torna – viagem, há mais de um século.” Nesta perspectiva de Antônio Cândido, as populações situadas ao longo da Mogiana, como Uberabinha, estariam nessa zona de intercâmbios comerciais e culturais, muito mais do que com o restante do Estado, o que nos ajuda a compreender melhor os insistentes movimentos separatistas do Triângulo, liderados por Uberlândia, ao longo deste século. E caracteriza este isolamento com a visão de Saint-Hilaire: “Uma população fraca, disseminando-se por uma extensão imensa, torna-se mais difícil de governar: vivendo a grandes distâncias uns dos outros os lavradores perdem pouco a pouco as idéias que inspiram a civilização.” CÂNDIDO, Antônio. OS PARCEIROS DO RIO BONITO. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1987. p.44 e 45

⁸ REVISTA Uberlândia Ilustrada, 1938, p. 29. Segundo o dicionário Aurélio: Habaneira – Dança de origem afro-cubana, difundida na Espanha, e cuja forma rítmica influenciou o maxixe, o tango e a música popular de quase todos os países hispano-americanos. É em compasso binário, com o primeiro tempo fortemente acentuado, e consiste, em geral, numa curta introdução, seguida de duas partes de oito compassos, cada uma com modulação do tom menor para o maior. Cavatina: Pequena ária, sem repetição nem Segunda parte, ordinariamente intercalada num recitativo. Pequena peça instrumental, cujo caráter lírico e leveza evocam a cavatina.

Aqui, as metáforas entremeiam o mundo do trabalho rural, o domínio do homem sobre a natureza através das locomotivas e aeroplanos e a maravilha das ondas radiofônicas, capazes de alfabetizar com a palavra, sensibilizar corações, enaltecendo a pátria e a cidade, elevando os espíritos de seus habitantes. Ao mesmo tempo, percebemos a propriedade do rádio de cantar músicas diferenciadas, de públicos distintos, exibindo gêneros populares, as habaneiras, e os ritmos mais comportados, como a modinha e a cavatina. Nas entrelinhas, embora o rádio reserve um espaço para a musicalidade popular, a atmosfera de identidade sociocultural ganha relevância com a integração, tanto do ritmo “amaxixado” quanto de seus adeptos, a fim de atrair os segmentos populares à idéia de educação dos ouvidos através da “boa música”, seduzindo-os também para a novidade radiofônica.

Esta educação, se levarmos em conta o linguajar caipira dos ilustres moradores de Uberlândia, seria direcionada também para os alfabetizados, os quais ainda não teriam abandonado a sua origem sertaneja, uma maneira de ser considerada inadequada do ponto de vista da modernidade e do progresso.

Estas ricas descrições do cenário rural e urbano nos levam a algumas questões importantes acerca da organização e afirmação da radiofonia em Uberlândia. Em 1939, a PRC6 nascia e passaria a dividir os mesmos transmissores que até pouco tempo recebiam apenas os programas e músicas das grandes estações do Rio de Janeiro e São Paulo, com programações de âmbito nacional, com sotaques e modos de falar basicamente de cariocas e paulistas. Quais seriam, portanto, as matrizes comunicativas que alimentariam a fundação desse novo processo comunicativo pelo rádio na cidade de Uberlândia? Seria mesmo uma novidade, um símbolo do progresso? Por que o rádio tornou-se esta materialização da modernidade, segundo a maioria dos registros da cultura letrada de Uberlândia? Quais relações podemos estabelecer entre o surgimento do rádio e as antigas modalidades de comunicação impressa e oral?

Cabe indagarmos se este perfil empresarial do rádio, que

ora assume discursos de homogeneização cultural e ora busca audiência em segmentos variados da população, não seria fruto de práticas sociais conflituosas, vivenciadas pelos moradores da cidade, o qual acomoda experiências de um público iletrado, mas dispondo de outros canais de informação, lazer e sociabilidade⁹, de intelectuais, - como o professor e redator da revista Uberlândia Ilustrada – Prof. Jerônimo Arantes, e dos comerciantes locais, desejosos de constituir um mercado consumidor para seus produtos farmacêuticos, secos e molhados, ferragens, perfumarias, roupas, etc.¹⁰ .

Segundo Magnani, “para o próprio migrante, a mudança não se esgota no problema de uma maior ou menor capacidade de adaptação às exigências do trabalho urbano, mas significa alterações profundas em seu modo de vida, na forma de satisfação de suas necessidades e no aparecimento de novas necessidades. Implica, em suma, um reordenamento de todo o seu estoque simbólico. Urge, na grande cidade, reconstituir uma nova identidade, reconstituir laços de parentesco e vizinhança, acostumar-se aos

⁹ Contrariando o conjunto de discursos que idealizavam o progresso para Uberabinha, vemos fotos de época em que o primeiro Ford Bigode da cidade “percorria as ruas” sem nenhuma pavimentação, numa cidade sem água potável ou esgotos e alusões a vacas pastando em praças públicas. Ainda segundo Cândido, “Daí a estabilização da vida caipira, nos planos biológico e social, em torno de padrões mínimos, que, encerrando o agricultor num círculo fechado, tornavam-se fator pouco favorável ao desenvolvimento da atividade intensa. Resumindo, podemos dizer que o desamor ao trabalho estava ligado à desnecessidade de trabalhar, condicionada pela falta de estímulos prementes, a técnica sumária e, em muitos casos, a espoliação eventual da terra obtida por posse ou concessão. Em consequência, resultava larga margem de lazer que, vista de certo ângulo, funcionava como fator positivo de equilíbrio bio-social. (...) O lazer era parte integrante da cultura caipira” (CÂNDIDO, Antônio. *Op. cit.* p. 86-87).

¹⁰ É interessante observar que os primeiros comerciantes do núcleo urbano de Uberabinha praticavam um comércio sem muita especialização, “vendendo de tudo”, como vemos a seguir em anúncio da Livraria Kosmos: “Grande sortimento de livros escolares, romances, obras jurídicas, literatura, etc. Bolsas para escola, lápis, tintas, pennas, regoas, artigos para escritório, livros commerciaes, grammophones de superiores marcas, discos, cordas, agulhas e mais pertences para grammophones. Há ainda grande seção de brinquedos e variados sortimentos de louças” (In: A TRIBUNA, Anno 1, Uberabinha, 14 de dezembro de 1919).

equipamentos urbanos. Nesse processo, junta-se o velho ao novo, tradições rurais com valores próprios da sociedade industrial; algumas coisas permanecem, muitas se transformam, outras ainda desaparecem” (MAGNANI, 1998: 25-26). Nessa perspectiva, consideramos que a introdução e circulação da cultura letrada, através dos jornais e revistas locais, ou a grande afluência dos habitantes aos cinemas, não provocam, como defendem alguns teóricos da sociologia da comunicação e algumas leituras “pessimistas” da Indústria Cultural, a destruição das tradições populares. Para tanto, é preciso evitar uma constatação *a priori*, generalizante, e buscar um conhecimento, nas entrelinhas destas falas, de experiências de vida, de consumo, de fruição da palavra oral e impressa, a difusão de valores e hábitos por sujeitos diferenciados com origens plurais, na constituição da cidade.

A análise da experiência do ouvinte e do ambiente sociocultural em que ocorria a recepção das ondas do rádio, possivelmente contida nas diferentes formas de produção e fruição da linguagem social, reproduzida e levada aos mais diversos espaços, torna-se assim um grande desafio metodológico, na medida em que as fontes disponíveis, sobretudo escritas e fotográficas, elaboram imagens, consensos e versões uniformizantes do cotidiano urbano e de seus sujeitos históricos.

Esta busca de afirmação de um “público ouvinte” e fiel a determinados valores e modos de falar, acreditamos estar relacionada tanto às iniciativas estatais de homogeneização cultural via difusão de valores nacionais e de controle legal sobre as irradiações, como também às diferentes estratégias de comercialização de produtos, valores, hábitos e ídolos radiofônicos, elaborados pelas demais estações de “entretenimento”, as chamadas estações comerciais.

A respeito da chamada “Era do Rádio” no Brasil, atribuída às décadas de 1930, 40 e 50, verificamos algumas leituras, consolidadas em artigos de jornais e revistas, como a Revista do Rádio, Radiolândia e outras, em que os sujeitos históricos são retratados a partir de sua participação em programas de auditório

ou como membros fiéis de fãs-clubes, na condição de personagens consumidores de diferentes propostas culturais.

Entretenimento, lazer, diversão, são associados a consumo, satisfação e ilusão participativa dos bens culturais e materiais.

Nessa perspectiva, Míriam Goldfeder, em *Por Trás das Ondas da Rádio Nacional*, desenvolve uma análise significativa sobre a produção radiofônica e das possibilidades de intervenção dos ouvintes. A sua participação é tratada do ponto de vista de impressões retiradas das revistas especializadas, de entrevistas a respeito dos conflitos fabricados em torno de Emilinha Borba e Marlene e das possibilidades de corrosão social extraídas de programas humorísticos e de cantoras com perfis socialmente mais críticos. Nesse caso, o conjunto da documentação é fixado ao universo radiofônico, no qual as imagens das camadas populares, participando ou não dos destinos da programação, retornam à condição de público ouvinte.

As diferentes formas de fruição e mesmo a discussão pormenorizada desta linguagem homogeneizante ficam vinculadas ao eixo imagético da Rádio Nacional. Toma-se a hipótese de participação (o que ao final se enfraquece, dada a intervenção regulamentadora dos apresentadores e dos próprios ídolos) e em seguida procuram-se as brechas ideológicas da dicotomia entre autonomia e controle: “As músicas gravadas por Emilinha Borba serão objeto de referência somente a título de confirmação do padrão ideológico que marcava a sua imagem”¹¹. Os sonhos, desejos, satisfações e realizações incorporam-se na dualidade produtor/consumidor, ídolo/fã, alimentada por astros e estrelas da música, das novelas radiofônicas e pelos apresentadores de programas de um lado, e de outro, por uma audiência cativa, ou por algumas reações desviantes de ouvintes nas seções dos leitores.

Assim, a linguagem oficializante, presente na incorporação do rádio e demais instrumentos e mídias informadores e

¹¹ GOLDFEDER, Míriam. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981. p. 66

formadores de saber ao universo ideológico da propagação do desenvolvimento, do progresso tecnológico e cultural, da criação de uma civilização moderna, procura repor identidades e valores como socialmente aceitos. Ao mesmo tempo, refaz o passado e atribui papéis definidos ao sujeito e, no caso da radiodifusão, consolidado socialmente na condição de “ouvinte”.

Numa outra abordagem, o texto de Alcir Lenharo – “Cantores do Rádio”¹² procura recuperar as memórias de Jorge Goulart e Nora Ney e integrá-los a experiências mais amplas, vivenciadas por sujeitos anônimos que compunham o universo radiofônico, ambientando a região boêmia da Lapa como espaço de memória e cruzando/dialogando diferentes fontes, tais como as revistas de época, documentos de arquivos oficiais e bibliotecas, jornais, acervos pessoais, entrevistas com outras pessoas para averiguação de fatos e busca de outras impressões e, particularmente o que nos interessa de perto, o contato com cartas de ouvintes aos seus ídolos.

Segundo Lenharo, “os artistas funcionam como antenas sensíveis do seu tempo, captam as ansiedades coletivas; através deles a sociedade se vê, se revê, se pensa. Basta historiar, nesse momento, a discussão sobre a crise do casamento como instituição, a possibilidade do divórcio, o destino dos filhos e, de uma maneira mais velada, o aborto. (...) Os problemas que ele apresenta ficam em aberto, como se encontram em aberto dentro da sociedade, mas na pele do artista a sociedade lida mais facilmente com o que é polêmico e crítico, pois o artista personaliza e carrega a marca do instável e do incerto, do irresolvido” (LENHARO, 1995:102). Desse modo, a relação entre ídolo e fãs, segundo Lenharo, ganha uma dimensão que extrapola os mexericos das páginas da Revista do Rádio e passa a assumir uma condição propícia para a interpretação dos comportamentos de uma época, fugindo da homogeneização cultural que o rádio procurava assumir junto ao

¹² LENHARO, Alcir. *Cantores do rádio: a trajetória de Nora Ney e Jorge Goulart e o meio artístico de seu tempo*. Campinas: Ed. UNICAMP, 1995.

social e ao indivíduo, assim como se apresenta na distinção do público heterogêneo e transgressor que se alimentava das melodias cantadas por Nora Nei - prostitutas, homossexuais, presidiários, empregadas domésticas e patroas (estas costumeiramente associadas ao fã-clube de Emilinha ou Marlene), a ponto de ocorrerem suicídios em bares ao som de suas músicas.

Acompanhando este diálogo, procuramos dar sustentação a uma problematização da recepção/percepção/produção de linguagens e experiências em permanente disputa, alimentada por reflexões acerca das fontes escritas, gravações, fotografias e fragmentos de memórias de pessoas que viveram diferentes experiências com a disseminação das ondas do rádio.

Devemos, pois, reconhecer a historicidade da percepção, compreendendo-a como manifestação social, impregnada pela temporalidade, mesmo quando expressa através de falas individuais ou por revistas especializadas¹³.

Este é o caso da revista *Uberlândia Ilustrada*, fundada em 1939, mesmo ano da inauguração da Rádio Difusora. Fundada e dirigida por Jerônimo Arantes, inspetor de ensino da cidade, a revista funcionava como canal de expressão de setores médios, do empresariado e políticos locais, ao divulgar solenidades e comemorações, publicar discursos e crônicas e acompanhar o desenvolvimento urbano da cidade e de seus equipamentos públicos. Como estratégia de convencimento, o passado de Uberlândia é frequentemente reconstruído e associado a tempos de “atraso” e de “nostalgia”, sobretudo na seção “Visão do Passado”, em contraste com as realizações de figuras importantes da atualidade. Junto a estes elementos, há um grande espaço para anúncios de programações do rádio e do cinema e de marcas de

¹³ Nesse sentido é significativa a abordagem que Alcir Lenharo desenvolve no seu *CANTORES DO RÁDIO*, ao utilizar fontes indispensáveis, como a *Revista do Rádio*, sem ater-se apenas nas informações prestadas, mas analisando a sua trajetória enquanto veículo de divulgação e de fomento do mercado discográfico e as diferentes formas de produção de imagens sobre os ídolos e suas seções, além das estratégias para alimentar a própria vendagem da revista através do recebimento de cartas dos leitores.

aparelhos receptores, como que anunciando e respaldando os “novos tempos” do progresso.

Além desta, também recolhemos no Arquivo Público Municipal fragmentos significativos de coleções de jornais avulsos e encadernados, que vão desde a fundação do primeiro jornal de Uberabinha em 1896 – A Reforma, passando pelas revistas Ilustração Mineira (1925-26), Triângulo de Minas (1935), Uberlândia Ilustrada (1941 a 1961), Triângulo (1952), Sereia (década de 50), Triângulo Mineiro Ilustrada (1955), Elite Magazine (1957-59) e finalizando com o jornal Tribuna de Minas (1966), com a importante seção “Rádio e Televisão – Comentários” e o acervo pessoal de Dantas Ruas.

Nesta longa caminhada, algumas preciosidades foram localizadas, tais como o Almanaque Uberabinha, de 1912, uma referência sobre a revista “O Rádio”, de 1940 (não disponível no arquivo), o jornal PEÉRRE, de 1955, especializado em rádio mas com apenas um exemplar disponível e a vasta coleção de programas, radionovelas e correspondências do acervo de Dantas Ruas, a partir de 1952, contemplando momentos valiosíssimos retratando o auge da radiodifusão nos anos 50 e 60 e descortinando a chegada da televisão em Uberlândia, em 1964.

Depois de manuseadas, classificadas e selecionadas as fichas individuais de 7.000 discos do acervo Geraldo Mota Baptista, da Rádio Difusora, que dispõe de 10.000 exemplares datados entre 1930 e 1970, uma considerável seleção de músicas está sendo realizada, contemplando visões acerca do mundo rural e do urbano, as tradições e as modificações do falar, principalmente em discos de cantores sertanejos e em sonoridades também presentes nos 250 jingles e anúncios falados localizados entre 1944 a 1967, que informam através de falas e músicas, imagens do progresso e do consumo para os uberlandenses.

Os jingles, anúncios falados, aberturas de programas e músicas do acervo do CDHIS - Centro de Documentação e Pesquisa em História da Universidade Federal de Uberlândia - portanto, representam uma memória viva, ao atenderem tanto ao

mercado fonográfico quanto às necessidades latentes na sociedade. A coleção de discos, em certa medida, faz parte do contexto de mudanças que se operaram no cotidiano de pessoas anônimas, fãs-clubes, boêmios, lavadeiras, domésticas, crianças, materializando gostos, valores e sensibilidades de milhares de pessoas com fruições e assimilações as mais diversificadas¹⁴.

Por outro lado, as entrevistas, a serem recolhidas junto às pessoas que trabalharam ou guardam recordações proporcionadas pelo rádio no período em questão, serão de fundamental importância para as reflexões sobre percepção, recepção, valores, desejos, sentimentos e experiências sociais. Esta vertente do trabalho será certamente enriquecida com o manancial de informações e análises de que disponho hoje, com o estágio atual da pesquisa, quando então poderei dividir minhas impressões com os entrevistados, realizar diálogos com a memória municiados com fragmentos em que os entrevistados estejam registrados em jornais, revistas ou fotografias, recolher lembranças ao som de músicas e jingles e compartilhar dúvidas e interpretações acerca dos bastidores do rádio em Uberlândia.

O depoimento de um colecionador de discos, o Sr. Antônio Pereira, pode introduzir-nos aos poucos neste ambiente. No que diz respeito à história radiofônica em Minas Gerais, indica o seu início por volta da década de 20, quando ocorre a inauguração da primeira estação de rádio mineira, a 6 de novembro de 1927, tendo como prefixo PRAQ e, posteriormente, PRC7. Nesta época,

¹⁴ Segundo Alcir Lenharo, “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 uma das outras.(...) Que dimensão mais rica para se apreender as reais mudanças que se operavam no cotidiano das pessoas pode ser encontrada em outras fatias da pesquisa histórica? Sem querer fazer a apologia da cultura massiva, é preciso acentuar a sua propriedade como matéria prima da História, um campo privilegiado da pesquisa, ainda à espera da curiosidade e interesse do historiador.” In: HISTÓRIA E RADIOFONIA. *ANAIS do Seminário*

segundo a entrevista realizada , não se pensava em uma emissora de rádio na cidade de Uberlândia, devido a problemas quanto à captação do som.

Entretanto, em meados da década de 30, verificam-se possibilidades de sintonização de emissoras argentinas durante o dia em ondas curtas e, à noite, a sintonização das rádios Difusora de São Paulo, Record, Rádio Clube, entre outras¹⁵. Por volta de 1937, iniciam-se as conversas sobre a instalação de uma emissora de rádio em Uberlândia. Embora não tenha ocorrido a inauguração da mesma, houve a instalação na cidade de uma série de alto-falantes ambulantes, propriedade das empresas que faziam propagandas de suas mercadorias. “Salvo engano, o primeiro a aparecer foi um que fazia propaganda da Bayer, cujo locutor chamava-se Drummond. Os alto-falantes fixos ficavam em cima da fachada do antigo Bar Antarctica, na Avenida Afonso Pena, transmitindo músicas gravadas e ao vivo com os velhos seresteiros da cidade. Dirigiam-se ao público flutuante que circulava entre as ruas Goiás e Olegário Maciel, onde se concentrava toda a vida cultural, social, política e econômica da cidade.”

Esse serviço de alto-falantes, que era propriedade do Sr. Paulo de Castro, foi, segundo Antônio Pereira, a escola de rádio da cidade. Seus primeiros locutores foram Adib Chueiri, Oswaldo de Souza, Sebastião Benoni, entre outros.

Com a chegada do industrial paulista Joaquim Mathos Penteadado à cidade, a criação de uma emissora de rádio em Uberlândia torna-se real, pois este veio com a intenção de instalar uma montadora e uma emissora de rádio. “J. Mathos como era

¹⁵ As disputas entre a Rádio Record e a Educadora de São Paulo, analisadas por Antônio Pedro Tota, em “*A Locomotiva no Ar: rádio e modernidade em São Paulo – 1924-1934*”, são elucidativas a respeito dos diferentes mecanismos promocionais e variação de programas a fim de consolidar-se a audiência. Importante ressaltar que os confrontos lingüísticos envolvendo a linguagem rural e urbana, regional e local, nacional e local, estão contemplados na própria origem dos acervos de discos disponíveis, formados, na sua quase totalidade, de exemplares vindos de São Paulo. Um fato sugestivo nesse sentido é o de que Geraldo Motta Baptista, proprietário da Rádio Difusora, iniciou sua trajetória no interior de São Paulo.

chamado, tinha como preposto o Sr. Aristides de Figueiredo, que gerenciava a rádio. Todo o pessoal dos alto-falantes foi recrutado para formar a primeira geração de radialistas da cidade. Com isso, a inauguração da mesma se deu, em 28 de agosto de 1939, por Aristides de Figueiredo sob a denominação de Rádio Difusora de Uberlândia PRC6, estando entre as 30 primeiras do país”¹⁶.

Esta foi comprada em 1944 por Geraldo Ladeira, que a administrou por 40 anos. Foi sob esta administração que a emissora viveu seus “anos dourados” de produção artística, na década de 50, com grande participação do público.

No início de suas experiências, a Rádio Difusora operava na frequência de 1470 Kilociclos, tendo como prefixo 24.0, e possuía canal internacional com os mais longínquos espaços do mundo. Sua onda tropical chegava até em Berna na Suíça¹⁷.

Sua programação incluía peças de teatro, programas infantis, shows das sacadas do seu prédio, além de notícias, comerciais, seleção de músicas pagas e dedicadas com poemas e versos ilustres que movimentavam toda a sociedade. Alguns programas ficaram famosos: “A crônica do dia”, “Ave Maria”, “Rádio Teatro Difusora”, “Carnet Social”, “Audições Ary Novaes Rocha”, entre outros.

Já por volta da década de 50, os programas de auditório movimentavam a cidade ao trazer grandes atrações de artistas nacionais como Aluizio Azevedo, Emilinha Borba, Linda e Dirceinha Batista, Ângela Maria, Carmélia Alves, Dalva de Oliveira, Marlene, entre outros, e um dos programas mais ouvidos, segundo o depoente, era o “Sábado Milionário”, que contava sempre com uma atração de âmbito nacional.

Estes encontros entre a produção radiofônica nacional e a local passaram também a veiculação de anúncios cantados, os jingles, os quais informam a constituição de mensagens e valores

¹⁶ Em princípio, segundo o entrevistado, o prefixo PRC6 deveria seguir a ordem cronológica de instalação da emissora no país. Sendo assim, a mesma estaria entre as trinta primeiras do Brasil.

¹⁷ Correio de Uberlândia, 29 de agosto de 1987. “Difusora: Uma história de 48 anos”.

para o consumo de mercadorias, ao mesmo tempo em que procuram direcionar as sensações de conforto, felicidade e satisfação no cotidiano.

Segundo outro entrevistado, Luis Fernando Quirino, antigo radialista da cidade, “em Uberlândia não havia estúdio de gravação, por isso não se fazia Jingle aqui. Às vezes vinham pessoas de São Paulo fazer Jingle aqui ou então vinham os jingles que eram feitos em São Paulo. Aqui em Uberlândia o que se fazia era o texto pelo próprio dono do estabelecimento. A tecnologia era muito limitada, somente utilizava microfone e mesa de som. O rádio era muito feito na base do entusiasmo de cada um, principalmente porque lidava com o imaginável. Na década de 60 mais precisamente em 62 surgiu o primeiro stúdio do Sr. Moacyr Lopes de Carvalho que fazia “Jingles”, entretanto a maioria eram veiculados a produtos de âmbito nacional. Tinham Jingles muito famosos, mas de grandes produtos nacionais, como Biotônico Fontoura (Dalva de Oliveira), Sabonete Gessy, etc...”

A listagem a seguir reproduz a variação de jingles encontrada no acervo Geraldo Mota Baptista: Antarctica, Bloquinho, Brahma Chopp, Brinquedos Amaral, Cafiaspirina (1959), Caracú, Casas Pernambucanas (1961-62-63), Cestas Amaral, Cigarros Beverly, Cigarros Macedônia, Cigarros Pulmann, Creme Dental Eucalol, Creme Dental Gessy, Detefon Líquido, Esferográficas BIC, Formicida Agroceres, Gillete (1963), Guaraná Brahma, Lacta (1963-64), Laranja Fanta, Milho híbrido Funks, Óleo Cestol, Óleo Delícia (1961), Óleo Salada (1962), Pastilhas Valda, Peitoral Scott (1961), Refrigerador Triunfo (1961), Refrigerador Vitória, Rochedo, Sabão Minerva em pedaços (1961), Sabão Minerva em pó (1961) Sabonete Eucalol, Sabonete Gessy, Talco Gessy (1962), Tintas Coral, Linholene (1961), Abacateirol (1944), Fósforos Beija-Flor (1962).

Numa análise preliminar, pode-se constatar que a influência de modelos musicais internacionais nesse período, em especial sobre a programação local da Rádio Difusora, não teve tanta expressão, em que pese o fato de a maioria das mercadorias veiculadas serem de origem multinacional. Assim, os “Jingles” são formados na sua

maioria - 61,53%- por gêneros nacionais e 38,46% de origem internacional, demonstrando a preocupação empresarial de associar sua mensagem publicitária ao universo musical com maior penetração e sucesso e que tocasse mais de perto a sensibilidade do ouvinte/consumidor¹⁸.

Estes resultados estão reproduzidos na amostragem a seguir: Caracú (Baião e Fox-trot), Laranja Fanta (Balada), Sabonete Eucalol (Bossa Nova), Pernambucanas (Coral Natalino) , Óleo Delícia e Gessy (Fox), Gessy (Jovem Guarda), Pastilhas Valda (Mambo), Guaraná Brahma e Clímax Vitória (Marcha).

A diversidade de gêneros musicais é uma amostra do clima cultural dos anos 60, quando ocorre uma maior popularização do rádio ao lado de uma penetração ainda lenta dos aparelhos de televisão na cidade de Uberlândia. Os ritmos da jovem guarda, o baião, a bossa nova, o samba e o tropicalismo convivem com o mambo, o fox-trot e o rock para a sugestão do consumo de produtos nacionais e importados, cada vez mais estendidos às regiões interioranas do país. Um exemplar significativo dessas injunções entre o nacional/local e o rural/urbano, é o anúncio cantado do Formicida Agrocères, no ritmo de valsa caipira. Percebe-se tanto na melodia quanto na letra, a busca de incorporação do homem do campo aos avanços tecnológicos oferecidos pela ciência. Assim, a linguagem rural vem expressa sem a utilização do “s”, acompanhada de frases que falam do ritmo de tempo do campo, como “um conselho pro ano inteiro”, fechando com a gíria tipicamente urbana para convencer e ao

¹⁸ O artigo de Rafael José dos Santos discute estes limites da “americanização” e do “imperialismo cultural” dos E.U.A na propaganda brasileira nos anos 20 e 30: “dezenas de agências especializavam-se na produção, tradução, distribuição e posicionamento de anúncios de produtos americanos nos mercados estrangeiros, associando-se via de regra a agenciadores locais. Essa estratégia inicial, contudo, enfrentava problemas no que dizia respeito à adaptação dos anúncios às realidades nativas” (SANTOS, Rafael José dos. “Globalização e americanidade: o caso da publicidade no Brasil dos anos 30”, in: REVISTA USP. São Paulo: USP, 1996-97. nº 32., p. 51).

mesmo tempo integrar o consumidor ao ambiente da cidade: “vai por mim que eu tô na minha”.

Nessa perspectiva, as diversas mídias locais fazem parte de ramificações que se estendem por espaços regionais e nacionais, da mesma forma que as pessoas que vivem e produzem cultura na cidade são oriundas de diferentes localidades ou procedentes do mundo rural, fortalecendo um campo de análise que recolha estas tensões e injunções constitutivas da história local.

Podemos destacar como parte desse raciocínio, os contrastes lingüísticos de imigrantes, trabalhadores rurais, descendentes de africanos e índios, os quais permearam a produção de gostos musicais e literários e o reconhecimento de dialetos e gírias. Estas configurações socioculturais e seus conflitos precisam ser explorados nos diferentes canais de veiculação da oralidade, da mesma forma que as imagens fixadas por estes mesmos mecanismos, a respeito da vida urbana¹⁹.

Ainda, como parte deste contato com as fontes, obtivemos o acesso a outras referências sobre a história do rádio local, formadas por um grande conjunto de imagens fornecido pelas coleções de fotografia de época, pertencentes à filha de Geraldo Mota Baptista, Zulmira Ladeira, e do acervo do Arquivo Público Municipal. Em conjunto, as imagens²⁰ procuram fixar a mensagem

¹⁹ “ (...) o rádio encontrava facilidade para estabelecer esses vínculos profundos com seu público cativo. Seu autoproclamado ‘reino encantado de sonhos e informação’ sintonizava diretamente com as demandas sociais, distribuía divertimento e informação. É preciso lembrar que esse veículo ágil acompanhava de perto os acontecimentos do dia-a-dia das grandes cidades, atuava como escola de socialização para populações migrantes que saíam do campo e das pequenas cidades para se acotovelar nas capitais. O rádio apresentava esse mundo novo ao migrante que ele próprio havia motivado a migrar; seu raio de alcance reportava portanto a outros mundos, a novas realidades, sempre a manter um ponto de sedução mais distante do alcance do recém-chegado à cidade” (LENHARO, *Op. cit.*, p. 136).

²⁰ Apesar das fotos informarem uma forte presença do cast da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, notamos várias faces de uma programação local muito rica, a qual procurava aproximar o público ouvinte das instalações da PRC6, organizando eventos festivos, concursos, patrocinando carnavais e competições esportivas. Segundo Martin-Barbero, “Muitos programas apresentam a pobreza e as engenhosidades das pessoas, numa linguagem que procura levar para o rádio a fonética, o vocabulário e

de um rádio atuante socialmente, de felicidade, de realização moral, de civismo, de aglutinação dos moradores da cidade em torno de um ideal de progresso e civilização. Na entrelinhas, todavia, cada momento registrado pela objetiva da câmara pode nos transportar para diferentes experiências em torno da radiodifusão, sobretudo em se tratando de um rádio local, participante do cotidiano das pessoas que procuravam entretenimento, reconhecimento enquanto sujeito e realização de sonhos e desejos, escutando assiduamente histórias infantis, radionovelas, programas de calouros, rádio-jornais, etc.

Como estratégia para nos aproximarmos destas tensões que impregnaram experiências já passadas e discutirmos as diferentes formas de fruição e recepção destes materiais gravados e fotografias, procuraremos agregá-los a outros depoimentos orais e artigos de jornais, a fim de tecermos um diálogo entre as lembranças, os momentos cotidianos vividos por estas pessoas e as impressões proporcionadas por diferentes programas e propagandas radiofônicas. Um percurso que possa trazer à tona a experiência vivida dos ouvintes, dita por eles mesmos e que possa traçar outros enfoques sobre a vida cultural urbana entre os anos 30 e 60 na cidade de Uberlândia.

Assim, o rádio se intromete num universo comunicativo que expõe conflitos socioculturais entre a cultura popular e erudita, sobretudo em se tratando da fruição da palavra impressa, a qual não incorporava diretamente os analfabetos e semi-alfabetizados. O rádio, nesse sentido, passa a ter como perfil comunicativo a

a sintaxe da rua, uma participação expressiva em mensagens, cartas e visitas à emissora, e sobretudo uma presença grande da música em que se plasma hoje a mestiçagem urbana em Lima: 'a chicha'. Através de tudo isso a emissora local interpela um nós popular que, embora construído com vozes populistas, convoca e ativa dimensões da vida cultural do país desconhecidas ou negadas nas emissoras de corte transnacional. (...) O conteúdo: música da região e felicitações de aniversário, informações sobre festas ou acontecimentos da região, atividades do grupo regional na cidade e propaganda dos produtos feitos pelas pessoas da coletividade" (*Op. cit.*, p. 316-317).

propriedade de atingir estes segmentos urbanos que não haviam sido absorvidos diretamente pela cultura letrada²¹.

Em relação à recepção e aos sistemas de oralidade mais comuns e cotidianos, não se trata de buscar *no rádio* as imagens e reflexos sobre o sujeito, ditas e reproduzidas tecnicamente, mas procurar compreender as interferências e absorções do cotidiano da cidade, o qual se constituía de grupos sociais diferenciados e origens e padrões lingüísticos próprios, na formação de uma linguagem urbana socialmente produzida que o rádio passa a integrar e também a reelaborar. Desse modo, as diferentes mídias se intercambiam através de símbolos, discursos e representações, em espaços públicos e privados, promovendo novas maneiras de se dizer e de se expressar o cotidiano urbano.

Os documentos da história do rádio, portanto, devem ser tratados do ponto de vista do próprio texto, do instrumento que comunica o texto e do ato de apreensão pelos diferentes sujeitos. Estas experiências estão presentes na memória de pessoas comuns, carregadas de lembranças que oscilam entre imagens próprias ou relatadas pelo próprio rádio, nas fotografias e outros documentos iconográficos de ex-membros de fãs-clubes, no cruzamento de informações sobre as origens e processos de produção e reprodução de discos constantes dos acervos de estações.

Em conjunto, estas fontes podem permitir uma aproximação do historiador com a forma pela qual uma nova oralidade, traduzida pela expansão da radiodifusão, vai se constituindo em meio à

²¹ Jesús Martín-Barbero, após remeter a origem da programação popular do rádio argentino, ligando-o a “uma longa e vasta tradição de expressões da cultura popular”, num elo entre a oralidade e o folhetim gauchesco e os atores ambulantes com o rádio, nos dá a dimensão destas permanências ao abordar a sua recepção: “O que implica ultrapassar o meio e trabalhar o campo das experiências do receptor e as estratégias de recepção: presença do público nas salas das emissoras onde é feita a transmissão do radiodrama, turnês dos grupos teatrais pelas províncias apresentando sínteses das peças transmitidas, as cartas da audiência, etc. E, ao estudar o rádio a partir desta perspectiva, torna-se fundamental estabelecer uma relação entre a rádio-audiência e a leitura coletiva, essa ‘leitura auditiva’ que durante tanto tempo constituiu a leitura popular. Fernando Ortiz explicita essa relação ao mostrar a passagem do costume de leitura coletiva nas fábricas de tabaco para a audiência radiofônica” (p. 235-6).

absorção de ritmos e canções anteriores ao rádio, provenientes do campo, de melodias e festas populares.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ADORNO, T. W. e HORKHEIMER, M. “Indústria cultural e o iluminismo como mistificação de massas”. In: *Teoria da cultura de massa*. (L. C. Lima Org.) Rio de Janeiro: Saga, 1969.
- BAKTHIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo/Brasília: Hucitec/UNB, 1987.
- CÂNDIDO, Antônio. *Os parceiros do Rio Bonito*. 7 ed. São Paulo: Duas Cidades, 1987.
- CHARTIER, Roger. *A história cultural – entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, 1990.
- DÂNGELO, Newton. *Escolas sem professores: o rádio educativo nas décadas de 1920/40*. Mestrado-História, PUC/São Paulo, 1994.
- DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Cia. Das Letras, 1990.
- DAVIS, Natalie Zemon. *Culturas do povo: sociedade e cultura no início da França moderna*. Rio de Janeiro: Graal, 1990.
- DUMAZEDIER, Joffre. *Lazer e cultura popular*. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- GOLDFEDER, Míriam. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- HABERMAS, ADORNO e outros. *Comunicação e indústria cultural*. Org. G. Cohn. São Paulo: Cia Ed. Nacional e USP, 1971.
- LENHARO, Alcir. *Cantores do rádio: a trajetória de Nora Ney e Jorge Goulart e o meio artístico de seu tempo*. Campinas: UNICAMP, 1995.
- _____. “História e Radiofonia”. ANAIS do Seminário “Fronteiras da História”. Belo Horizonte: FAFICH/UFMG, 1984.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Festa no pedaço: cultura popular e lazer na cidade*. São Paulo: Hucitec/UNESP, 1998.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

- SANT'ANNA, Denize Bernuzzi. *O prazer justificado: história e lazer (São Paulo, 1969/1979)*. São Paulo: Marco Zero, 1994.
- SANTOS, Rafael José dos. "Globalização e americanidade: o caso da publicidade no Brasil dos anos 30", in: REVISTA USP. São Paulo: USP, 1996-97. n.º 32.
- SOUSA, Mauro Wilton de (org.) *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- THOMPSON, E. P. *A formação da classe operária inglesa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- TINHORÃO, José R. *Música popular – do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo: Ática, 1981.
- TOTA, Antônio Pedro. *A locomotiva no ar: rádio e modernidade em São Paulo - 1924-1934*. São Paulo: Sec. Est. Cultura/PW, 1990.
- WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- _____. *O campo e a cidade: na história e na literatura*. São Paulo: Cia. Das Letras, 1989.

