



A reinvenção das tradições no cenário da modernidade: a radiodifusão e as suas raízes urbanas



Almirante. Charge de Mendez.

Maria Inez Machado Borges Pinto

Professora do Departamento de História da Universidade de São Paulo/USP. Autora de *Cotidiano e sobrevivência: a vida do trabalhador pobre na cidade de São Paulo, 1890-1914*. São Paulo: Edusp/FAPESP, 1994, e *Radiodifusão e integração nacional na era Vargas* (no prelo).

a reinvenção das tradições no cenário da modernidade:

a radiodifusão e suas raízes urbanas

Resumo

Partindo da premissa de que o rádio era mania nacional já na década de 1930, buscamos discutir suas diversas particularidades em muitas regiões do país e contrariar a proposta de que os padrões da radiofonia do Rio de Janeiro - então capital federal - seriam a expressão típica do rádio brasileiro. Para tanto, é preciso desconstruir tal interpretação, pois ela não abrange as diversidades e especificidades que configuraram a difusão radiofônica no país, considerando-se os múltiplos processos locais. Sem dúvida, no Brasil, seguindo tendências internacionais, a radiofonia foi implantada como sistema de comunicação unidirecional: opôs-se às propostas progressistas de um rádio mais aberto, bidirecional e interativo em seus desdobramentos socioculturais.

Abstract

Based on the premise that radio was a national mania as far as back in 1930, we search to discuss the many particularities it presented in different places of Brazil and refute the idea that Rio de Janeiro's radio broadcast patterns would be the Brazilian model. To do so, it is necessary to deconstruct such interpretation because it does not cover the diversity and specificity that marked radio broadcast in the country. Undoubtedly, Brazilian radio was conceived according to international trends: a communication system toward only one end. In other words, it opposed to progressive proposals of a medium opener and more interactive in its sociocultural unfolding.

Palavras-chave: reinvenção das tradições; modernidade; radiodifusão.

Keywords: reinvention of traditions; modernity; radio broadcast.

As primeiras ondas do rádio: improvisação, amadorismo e elitismo

Na década de 30 do século passado, para usar a expressão de Muniz Sodré, *o rádio já era mania nacional*. Considerando-se essa expressão, o rádio no Brasil tem sido visto, quase sempre, sob uma ótica globalizante, neutralizando o papel das diferenças regionais que marcaram a especificidade da expansão radiofônica por todo território nacional. Numa visão reducionista, corriqueiramente, a proposta é que os padrões da radiofonia carioca, porque localizado na antiga capital federal, seria a expressão típica do rádio brasileiro. Todavia, faz-se necessário desconstruir essa interpretação, pois ela não dá conta das diversidades e especificidades que configuraram a difusão radiofônica por todo país, considerando-se os múltiplos processos locais.

Merece destaque o papel do rádio paulista diferenciado do conjunto nacional, tal como é interpretado por essa visão reducionista e generalizante. Há a necessidade de se recorrer à história social de São Paulo. O número ainda reduzido de estudos de História Cultural e Social que relacionem as experiências sociais de múltiplos atores sociais e os meios de comunicação torna a tarefa de reconstrução mais difícil e árdua. Para isso, é preciso valer-se da transformação da própria pesquisa sobre o rádio em elemento que permite a reconstrução da história do contexto radiofônico paulista. Convém lembrar, no entanto, que a radiofonia brasileira, e com ela a paulista, é em grande parte tributária do rádio carioca, na medida em que este se constituiu, principalmente, no contexto dos anos 1930, em um foco da criação de estilos, padrões e conteúdos de trabalho para toda radiofonia nacional.

Os arquivos sonoros, depoimentos de época, livros, revistas e jornais são, sem dúvida, fontes importantes para situar o rádio como participante da história social da cidade, inclusive com a presença e participação direta de alguns modernistas no *cast speakers* de algumas rádios, cuja atuação pode ser notada na produção radiofônica, tornando-se relevante para compreender a profundidade da circularidade cultural, bem como da dimensão social e política, deste diálogo.

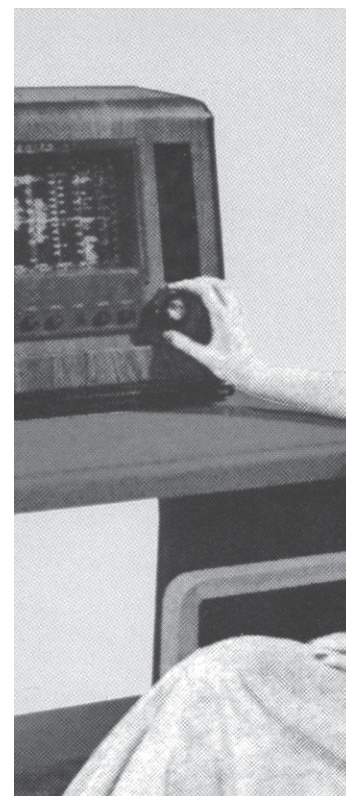
O rádio como meio de comunicação de massas teria organizado e reordenado parte do cotidiano de amplos contingentes sociais no espaço da cidade. A partir destas considerações, objetiva-se destacar como o rádio passa a fazer parte na própria vida dos indivíduos¹ e para isso ele lança mão, como aponta Mário de Andrade, de uma *linguagem particular, complexa, multifária, mixórdiosa, com palavras, ditos sintaxes de todas as classes, grupos e comunidades*², exprimindo de forma bastante ambígua e contraditória o ritmo anárquico e mais rápido da fala urbana.

O rádio invade a vida cotidiana para reproduzi-la segundo determinações e interesses dos grupos detentores da posse deste meio de comunicação, criando novas formas de produção e recepção cultural e organizando um mercado próprio de bens culturais, ao mesmo tempo, em contrapartida, as experiências urbanas imiscuem-se nas transmissões dos programas radiofônicos, interagindo na elaboração das linguagens e narrativas empregadas pelos radialistas. Pode-se assinalar que essa interação envolve o rádio, colocando-o como parte de um novo estilo de vida que se destaca pela fluidez das experiências urbanas³.

No entanto, cabe ressaltar que, expressando um precário e elitista consumo cultural de novidades, em São Paulo, a radiodifusão, em seus primórdios, estava ligada às experiências lúdicas e técnicas a um só tempo de restritos grupos semi-amadorísticos. Enquanto nos Estados Unidos o rádio já podia ser considerado um meio de comunicação de massas, no Brasil o rádio era produzido e usufruído por uma pequena parcela da sociedade. Num primeiro momento, um dos caminhos para usufruir os prazeres de se ouvir uma programação de “radiotelephonia” era freqüentar os clubes possuidores de aparelhos receptores. Poucos tinham acesso a esse novo bem de consumo durável.

Nos seus primórdios, o rádio brasileiro era feito por pequeno número de pessoas, uma elite interessada nos seus aspectos técnicos e/ou com objetivos fundados claramente em diretrizes educativas e difusão da “alta cultura”. O rádio seria, então, o instrumento privilegiado para educar e “civilizar” o povo brasileiro, embora suas características apresentassem um viés bastante improvisado, atravessando uma série de experiências díspares. Os princípios educativos estavam relacionados a um difuso projeto nacionalista e civilizatório que se propunha conduzir ao progresso da nação.

Sem qualquer sentido comercial, as primeiras emissoras funcionavam como sociedades, associações ou clubes, com manutenção financeira e participação realizadas através da colaboração dos sócios e dos associados. Elas geralmente funcionavam precária e improvisadamente em salas residenciais ou escritórios particulares, com seus participantes exercendo inúmeras funções, de técnicos a locutores.



¹ A vida cotidiana não está “fora” da história, mas no “centro” do acontecer histórico: é a verdadeira “essência” da substância social. HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972, p. 20.

² ANDRADE Mário de. A língua radiofônica. In: *O empalhador de passarinho*. Belo Horizonte: Itatiaia, 2002, p. 210.

³ HELLER, Agnes. *O homem do renascimento*. Lisboa: Presença, 1982, p. 130.

As programações eram ocasionais, com dia e hora para ocorrer. A análise de fatos jornalísticos, audição de música erudita, a leitura de romances e poesias não atraíam número grande de ouvintes. A linguagem culta e solene, mais próxima da prosa parnasiana e da fala bacharelesca, era utilizada nos programas dessa época, que não eram originalmente concebidos para o rádio, assim como a leitura de trechos de livros, conferências, concertos de música erudita, etc, sendo, na maioria das vezes, enfadonhos. Somente em 1927 a programação da Rádio Educadora se ampliou, organizando-se em dois blocos: das 11 às 13 horas, música popular em disco; das 17 às 22 horas, boletins informativos, contos infantis, música leve e em seguida orquestral ao vivo, geralmente com cantores e solistas eruditos do Teatro Municipal. No ano de 1928, seguindo os objetivos da radiocultura educativa, as emissoras incorporaram programas de informação médica e sanitária.⁴

Porém, nos desdobramentos da radiodifusão, novas linguagens narrativas seriam construídas em interação com as experiências das transformações da modernidade que a sociedade brasileira sofria naquela época. Aos poucos, foi surgindo uma nova linguagem radiofônica que incorporava múltiplos sotaques, desde expressões regionais e acaipiradas que marcavam os resquícios da cultura rural⁵ até os dialetos das diferentes etnias de imigrantes, cuja polifonia de linguagens marcava o cotidiano das ruas paulistanas, enfim, o caráter cosmopolita da fala urbana.

Nesse curso da expansão da radiofonia, a rádio criou uma linguagem própria, rápida, sintética e concisa, colada na vida diária, suscetível de registrar o efêmero do dia-a-dia, estabelecendo, dessa forma, estreitas conexões com o teatro musicado, o teatro de revista, as gravações fonográficas, como também com as produções cinematográficas⁶. A mixórdia lingüística, a incorporação anárquica de ditos e refrões populares conhecidos, a fala rápida e concisa, o jogo de trocadilhos, a habilidade das palavras, a plasticidade na criação de uma linguagem adaptável à música, aos ritmos frenéticos da dança, às mensagens telegráficas dos anúncios, fizeram com que o rádio trouxesse uma parcela da modernidade industrial para a privacidade do “amigo ouvinte”. Nesse cenário, a dimensão cultural do rádio se ampliava, na medida em que esse novo meio de difusão cultural auxiliava os ouvintes não letrados a mapear uma cidade em rápida mutação, que gerava estranhamentos e instabilidades, possibilitando a eles se guiarem pela intrincada rede desses seus novos caminhos, em busca de improvisadas redes de sociabilidade que lhes dessem um mínimo de oportunidades de sobrevivência⁷. Esse processo de difusão da instabilidade da língua, sobretudo quando exposta às misturas e constantes hibridações com a oralidade e a fala diária de diferentes matrizes culturais, foi uma experiência bastante presente na língua radiofônica dos locutores, que seria uma das marcas mais características da rádio paulista⁸.

Nesta perspectiva, é essencial considerar como a modernização do espaço urbano na capital paulistana envolvia sutilmente a radiodifusão, apesar de a implantação e o crescimento da radiofonia se darem, de forma lenta, num aparente paradoxo em relação ao acelerado processo de urbanização paulistano. Nesse contexto paradoxal, vale ressaltar como as construções das hierarquias sociais da modernidade perpassavam as emissões radiofônicas, já que majoritariamente estas se afinavam aos padrões e gostos das elites, símbolos de seu prestígio e poder, ou seja, como a Rádio Educadora, apesar de dedicar parcela de seu tempo à música popular era, sem dúvida, uma emissora que, em sua programação de música clássica e suas cotações da Bolsa de Cereais, considerava com maior propensão os gostos de uma estrita burguesia agrária que procurava se identificar com uma pretensa cultura européia.

Tanto isso é mais verdadeiro quando se aprecia que o entrelaçamento de tecnologias era apanágio de poucos. Nesse início da indústria cultural, o rádio ia constituindo uma relação mais direta com os ouvintes através de outra máquina que também apenas poucos poderiam ter acesso: o telefone. Os possuidores de

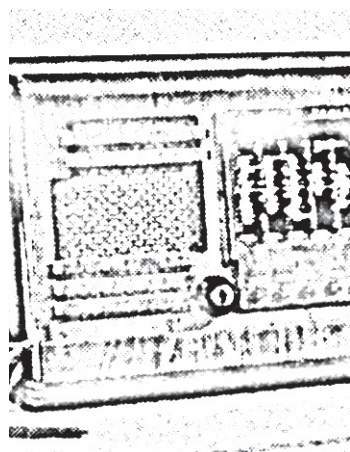
⁴ SAMPAIO, Mário Ferraz. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo: memórias de um pioneiro*. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984, p. 292.

⁵ KOGURUMA, Paulo. *Conflitos do imaginário: a reelaboração das práticas e crenças afro-brasileiras na 'metrópole do café' (1890-1920)*. São Paulo: AnnaBlume/FAPESP, 2001, p.195-197.

⁶ PINTO, Maria Inez Machado Borges. *Encantos e dissonâncias da modernidade: urbanização, cinema e literatura em São Paulo (1920-1930)*. Tese (Livre-docência em História) - FFLCH-USP, São Paulo, 2002, p. 54-77 e p. 79-115.

⁷ PINTO, Maria Inez Machado Borges. *Cotidiano e sobrevivência: a vida do trabalhador pobre na cidade de São Paulo, 1890-1914*. São Paulo: Edusp/FAPESP, 1994, p. 137-182.

⁸ SALIBA, Elias Thomé. *Raízes do riso: a representação humorística na história brasileira (da belle époque aos primeiros tempos do rádio)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002, p. 228.



rádio que desejassem ouvir determinada música de sua preferência deveriam efetuar ligações telefônicas para a emissora. Ambos artefatos eram privilégio das camadas endinheiradas, o que tornava bastante restrita a expansão da radiodifusão. Isto porque se deve considerar que em uma cidade de aproximadamente 700 mil habitantes, havia somente 22 mil aparelhos telefônicos.

Nesta perspectiva, também se torna importante evidenciar que somente de forma indireta a radiodifusão paulista estava ligada a interesses econômicos dos empresários paulistas, revelando ainda mais suas características improvisadas. De um lado, não havia nenhuma coincidência na utilização da única estação de rádio existente para transmitir as cotações de câmbio e da Bolsa de Mercadorias e, de outro lado, os empresários não utilizavam os serviços da rádio para veicular propagandas de seus produtos. A Rádio Educadora se valia apenas de recursos de seus associados para se manter e se expandir.

Além disso, o amadorismo e a improvisação da captação das ondas radiofônicas pelos ouvintes constituíam problema adicional nos primórdios da radiodifusão, pois os aparelhos de rádio apresentavam uma tecnologia rudimentar e precária. As lembranças de Jorge Americano¹⁰ e de Dona Alice (citada por Ecléa Bosi)¹¹ informam sobre a precariedade técnica dos aparelhos e das transmissoras que impunha limites à audição das mensagens radiofônicas. Na percepção de Americano, o rádio de galena parecia improvisadamente constituído de elementos usuais e caseiros: *uma caixinha com certa porção de galena, ligação com a instalação elétrica, dois cordões para colocar nos ouvidos e uma ponta metálica que vai sendo experimentalmente colocada sobre diversos pontos... até escutar o som*¹². A simplicidade técnica possibilitava que o aparelho fosse confeccionado em casa e surgisse uma imprensa popular que ensinava como construir o “seu próprio rádio”. Dona Alice, ao fazer um balanço da audição nos primórdios da radiofonia, conta como era extremamente difícil a escuta coletiva do aparelho, as “disputas” entre seus familiares e amigos, pois todos os que freqüentavam seu círculo social, inclusive os conhecidos das redondezas de sua vizinhança, ansiavam por ouvir as populares “histórias do rádio”, “causos”, contos e narrativas folhetinescas, que apenas um poderia ouvir, mas que eram repassados aos demais pela narrativa desse ouvinte privilegiado. Assim, o contar histórias das práticas orais tradicionais completava o circuito da recepção da nova tecnologia de comunicação¹³.

Outro exemplo ilustrativo dessa improvisação entre a técnica dos aparelhos, a emissão radiofônica das estações e a recepção dos ouvintes – provavelmente em decorrência do fato do sistema radiofônico estar bastante indefinido e em processo de constituição – é dado pelas observações de Amadeu Amaral, apontando a precariedade geral das estações retransmissoras brasileiras nos anos 1920 no Rio de Janeiro:

*Quando vi a antena plantada a um canto do jardim – uma simples vara de bambu com uns fios ligeiramente installados – e sobretudo quando penetrei no quarto de operações e pude examinar os toscos objetos que complementavam o dispositivo... Não era possível que aquela carangueijola feita com bambu, alguns metros de fio cobre e um bobina de papelão... desse resultado sério. Aquella carangueijola ridícula funcionava maravilhosamente...*¹⁴

Ademais, a expansão da rádio também encontrava limites numa “improvisação” da apropriação das práticas culturais arraigadas da população, nas tensões da “invenção das tradições” na sociedade moderna, como naquelas ligadas às tradições religiosas: na Semana Santa do ano de 1925, a Educadora irradiou, durante um dia, músicas especiais para a “efeméride” e no ano seguinte, acompanhando a tendência de toda a cidade, que se curvava às normatizações religiosas da Igreja Católica, não houve irradiações¹⁵. Não havia na rádio paulista uma conduta sistemática e planejada, mas sim tendências que configuravam as características de uma radiodifusão feita ao sabor das tensões, ambigüidades e



⁹ Dicionário Histórico, Geográfico e Etnográfico do Brasil, 2 Tomos. Instituto Histórico e Geográfico. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1922. Cf. FREDERICO, Maria Elvira Bonavita. *História da comunicação: rádio e tv no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982, p. 31.

¹⁰ AMERICANO, Jorge. *São Paulo atual (1935-1962)*. São Paulo: Melhoramentos, 1963.

¹¹ BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade: lembrança de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

¹² AMERICANO, Jorge, *op.cit.*, p. 247.

¹³ BOSI, Ecléa, *op.cit.*, p. 110.

¹⁴ PEREIRA, João Batista Borges. *Por profissão imobilidade: o negro e o rádio de São Paulo*. São Paulo: Pioneira/ Edusp, 1967, p. 48.

¹⁵ Ver: *O Estado de S. Paulo* de 10 de abril de 1925, p. 5. *O Estado de S. Paulo* de 2 de abril de 1926, p. 3, publicou que não haveria irradiação na Sexta-feira Santa, sendo reiniciada somente na noite do sábado de Aleluia.

contradições que perpassavam a improvisação das práticas sociais e culturais da população paulistana.

Aqui reside uma importante contradição, que mereceria uma análise mais apurada no decorrer destas nossas pesquisas: a expansão do rádio acabará por encontrar, no montante de contribuições de seus associados, limites para o incremento de novas técnicas. Para superar este limite econômico-financeiro, o rádio precisaria vender seus serviços potenciais para a propaganda, entrar no mercado, enfim, mas o rádio, estruturado como estava, resistiria ainda um pouco mais às pressões para se comercializar.

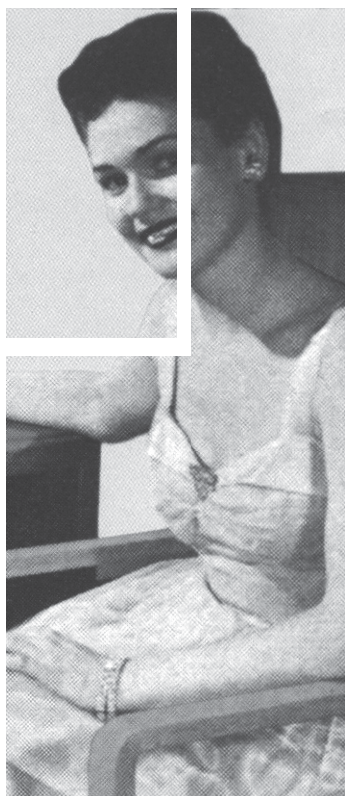
Radiodifusão, modernidade e provincianismo

Nos últimos meses do ano de 1927 e nos primeiros do ano seguinte, a cidade passou por uma fase de maior sensibilidade pela incorporação de novos projetos de metropolização, vencendo o que poderia ser chamado de obstáculos provincianos à remodelação urbana. Mário de Andrade, dois anos antes, captou este momento de transição entre os traços da cidade bucólica de raízes rurais e os aspectos violentos da modernidade da metrópole. As raras iniciativas do poder público para preservar aspectos arquitetônicos e urbanísticos da velha São Paulo colonial eram suplantadas pelo imperativo do progresso, mais atraente para suas elites do que o passado¹⁶. Falava-se, ambigualmente, com um misto de vago saudosismo e com um grande entusiasmo, das demolições dos velhos casarões coloniais entaipados e do alargamento das ruas estreitas, além da abertura de extensas avenidas nos antigos caminhos de muare que convergiam para a cidade.

Recriava-se uma concepção de cidade voltada para as classes abastadas e sequiosas para seguir a estética e o modelo urbanístico europeus, e que se proclamavam portadoras de uma concepção de *higiene dos povos vividos*¹⁷. Entretanto, pode-se notar mais um paradoxo entre essas características da urbanização e a configuração da radiofonia. Nesse panorama de profundas e contraditórias remodelações do espaço urbano, observa-se que, na noite de 23 de outubro de 1928, a Rádio Sociedade Record iniciou suas transmissões às 20 horas e 30 minutos com uma programação que se assemelhava às das outras rádios: música, muita música executada por conjuntos de dois “amadores”¹⁸.

A programação inicial da Record era irregular. Não poderia ser de outra forma na fase de implantação. Entretanto, é importante sublinhar que apesar de as programações das três emissoras de rádio que coexistiam na cidade terem certa convergência, a da Record e a da Cruzeiro do Sul, diferentemente da Rádio Educadora, apresentavam ligeira preferência pelas músicas populares, o que revela uma possível estratégia para a ampliação de seu público. Elas, com os teatros e circos, transformariam centenas de intérpretes musicais que se apresentavam em bares, os chamados “cafés-chantants”, em artistas do microfone; com a contínua incorporação de uma cultura popular caipira que era incentivada pela construção de uma identidade paulista, cara às suas elites dominantes que, inclusive, adquiriam assim, dada à hegemonia política de São Paulo durante a República Velha, um caráter de identidade nacional, projetada na figura mítica do bandeirante desbravador dos sertões inóspitos.

Esse processo pode remontar ao início do século XX, quando pouco se sabia sobre esta personagem, o caipira, além de alguns aspectos pitorescos, desconhecendo-se praticamente tudo de sua vida cotidiana e cultural, como estratégias de sobrevivência, sua vida volante, suas danças, músicas e poesias. No início da década de 1910, Cornélio Pires, natural de Tietê, instaurou uma tendência a divulgar a cultura caipira e a criatividade autêntica do homem rural paulista na cidade de São Paulo, com suas conferências e saraus sobre a vida do homem do interior de São Paulo, sendo acompanhado e apoiado pelos membros das elites paulistas, numa densidade cultural crescente que se tornava expressão de



¹⁶ KOGURUMA, Paulo, *op. cit.*, p. 83-145

¹⁷ *O Estado de S. Paulo* de 10 de abril de 1925, *op. cit.*

¹⁸ *O Estado de São Paulo* de 23 de outubro de 1928, p. 7.

fermentação nativista, inclusive inspirando atividades artísticas como o cinema, a literatura e o rádio.

Em 1919, o filme *O contratador de diamantes* retratava a epopéia sertanista dos ancestrais das elites paulistas, refletindo as palavras de ordem de Paulo Prado como reação à ascensão socioeconômica e cultural dos “bandeirantes italianos e conquistadores sírios”. Buscava escavocar as raízes rurais das elites paulistas que eram incitadas pelas evocações de regionalismo/nacionalismo que ecoavam dos manifestos e palavras de ordem da Liga Nacionalista e da Revista do Brasil¹⁹. Desde o pioneirismo de Cornélio Pires, incentivados por tais manifestos culturais, prosperaram diversas produções culturais que disseminavam a cena rural e a cultura caipira que acompanhava tendências modernas de recriação de identidades regionais e dialetais que vingavam nas tendências nacionalistas dos Estados Unidos ou da Europa, de ampla vigência social.

Voltando a 1910, cabe recordar que naquele ano Cornélio Pires encenou na Universidade Mackenzie um velório típico do interior paulista. A encenação incluía intérpretes autênticos de cururu e cateretê, além de cantadores e dançadores. A apresentação foi um sucesso, principalmente pela linguagem bem-humorada da encenação, que entrecruzava o sagrado e o profano, e abriu espaço para outras que se seguiram, graças à obstinação de Cornélio Pires. Mais tarde, ele criou uma prática que lhe traria enorme popularidade: proferia diversas palestras sobre a cultura popular rural, acompanhado de exemplos vivos desta arte popular desconhecida. Mostrava as práticas culturais rurais e urbanas das populações do interior, e que já se espalhavam por outras regiões além das fronteiras do estado, como Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso e Paraná, caracterizando, enfim, uma música, uma religiosidade e uma poesia “paulistas”.

Em 1922, nas festividades de comemoração do primeiro centenário da Independência do Brasil e entre tantas atividades programadas, Cornélio foi escalado para promover diversas manifestações da cultura caipira, sendo-lhe reservado espaço seletivo para apresentação de suas palestras e exposições. Suas apresentações sobre costumes e ambientes do mundo rural do interior paulista alcançaram êxito surpreendente perante o público mais amplo de uma cidade cosmopolita e europeizada como o do Rio de Janeiro. O que fora negado até então se revelava: a vida caipira que séculos de aculturação índio-portuguesa haviam produzido, num hibridismo cultural que caracterizava as práticas de uma vida de luta pela sobrevivência, tão bem interpretada por Sérgio Buarque de Holanda ao tratar da figura do mameluco, das populações pobres volantes do interior paulista.²⁰

Surgida em 1924, a Rádio Cruzeiro do Sul se estabilizou somente no ano de 1929, indo ao ar com sua programação definitiva, com administração do grupo Byington, sob direção de Wallace Downey, viabilizando-se através de um recurso inédito até então: o patrocínio comercial da Atlantic Motor Oil. E assim, com sua homônima do Rio de Janeiro, estava criada a primeira rede radiofônica do Brasil: a rede Verde-amarela. No dia de sua inauguração, além de diversos espetáculos, entre eles apresentações humorísticas com personagens caipiras, foi interpretada a música *Coração*, de Marcelo Tupinambá com letra de Ariovaldo Pires.

Na agitada capital de São Paulo, a arte popular caipira se mantinha encoberta pelo manto “sertanejo” ou “regional”. E esta estilizada forma de apresentar a música rural por vezes atribuía ao intérprete o direito da composição, tomando ele o lugar do verdadeiro autor. Afinal, a imagem estereotipada do caipira era de um ser indolente, ignorante, especialista em fazer os outros rirem, jamais capaz de elaborar peças musicais esmeradas. Contra esta imagem pejorativa, insurgira-se Cornélio Pires, abrindo espaço nas gravadoras e nas rádios para intérpretes populares de música caipira.

Assim, emergiram Zico Dias e Ferrinho, Lourenço e Olegário, Lázaro e Machado, Plínio Ferraz e João Michalany, Arlindo Santana e Joaquim. Foi nessa época que surgiram também os primeiros programas humorísticos repletos de



¹⁹ SEVCENKO, Nicolau. *Orfeu extático na metrópole: São Paulo sociedade e cultura nos frementes anos 20*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 246-247.

²⁰ HOLANDA, Sérgio. Buarque de. *Caminhos e fronteiras*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

quadros típicos, como *Cascatinha do Genaro*, na rádio Cruzeiro do Sul, mais tarde transferidos para a Rádio São Paulo (1935). Esses programas, repletos de caricaturas e modismos, eram um verdadeiro entrecruzamento de estilos e tendências.

Além disso, nessa busca de ampliação do público, havia outras estratégias. A Rádio Record, por exemplo, aproximava-se mais do cotidiano da cidade que se modernizava velozmente, quando seu “boletim informativo” ampliava e complementava com as “últimas notícias” do dia os simples informes que a Educadora costumava transmitir.

*Notícia, hora certa e, acima de tudo, informações sobre o tempo, incipientes “serviços” que ampliavam o poder ativo do rádio de envolver, sincronizando, as pessoas com a cidade e umas com as outras, amplificando as possibilidades da construção de novas sociabilidades. As informações sobre o tempo, por serem “necessárias” para certos ritmos atrelados à improvisação da sobrevivência dos setores populares, começavam a “envolver as pessoas” numa trama abrangente comum à cidade. Assim, toda a sociedade era envolvida pela rotina urbana, pois “todos a vivem, sem nenhuma exceção, qualquer que seja seu posto na divisão do trabalho intelectual ou físico”.*²¹

Desse modo, nos anos 30, no momento em que no Brasil o rádio imprimia um ritmo anárquico e mais acelerado, quase industrial, às produções musicais, com o fim de atender às demandas do público ouvinte em expansão e dos emergentes programas radiofônicos de um meio urbano que se transformava aceleradamente, em São Paulo o rádio incorporou ao repertório de sua programação uma rica produção popular oral existente no cenário cultural urbano. Introduziu a canção popular, a narrativa, o humor, a fala do dia-a-dia, dos pregões dos ambulantes, jargões de grupos profissionais, enfim, a multiplicidade de linguagens que impulsionaria e daria novos rumos ao universo cultural da radiofonia paulista.²²

Como apontam os estudos mais recentes da historiografia da cultura referente a São Paulo, a cidade apresentava nos anos 30 do século XX um contexto cultural fragmentado e com múltiplas facetas que exprimia o ritmo polissêmico das mudanças sociais do panorama urbano. Profundamente permeada pelas inúmeras transições e fusões entre as tradições das festas populares religiosas e profanas rurais, cadinhos da cultura afro-indígena e da diversidade étnica de imigrantes de várias procedências, sobretudo, de italianos, a cultura urbana paulistana apontava para tendências internacionalistas. Na esteira dessas tendências, a radiofonia paulistana incorporou de maneira ampla e dinâmica essa complexa e paradoxal identidade multifária assentada num cosmopolitismo bastante difuso e contraditório.

Com muita sensibilidade, o cronista Jorge Americano, relatando as mudanças que os veículos mais modernos de transmissão sonora, como o rádio e o fonógrafo, influíam nos contornos de uma nova sociabilidade urbana, inúmeras vezes, tensionando as novas relações de vizinhança, salienta como se tornava rotineiro, sob as janelas abertas, escutarem-se *fonógrafos com discos roucos infernizando os vizinhos*.²³ Referindo-se às diferenças sociais e culturais da nova cultura urbana de São Paulo, este cronista destaca a polifonia de gêneros e estilos que compunham a nova “Lira Paulistana”, que num *hibridismo sui generis* incorporava sons da música européia de sabor mediterrâneo, canções populares oriundas do morro carioca e a música sertaneja de raízes rurais paulistas.²⁴

Essas emissoras procuraram profissionalização, mantendo uma programação variada e diária mais leve e de entretenimento, principalmente abrindo espaço para a propaganda comercial de produtos para viabilizar economicamente suas estruturas, seguindo assim o modelo norte-americano.



²¹ HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*, op. cit., p. 17.

²² Ver: MORAES, José Geraldo Vinci de. *Sonoridades paulistanas*. Rio de Janeiro/São Paulo: FUNARTE/ Editora Bional, 1997; MORAES, José Geraldo Vinci de. Rádio e música popular nos anos 30. *Revista de História*, São Paulo/DH-FFLCH-USP/ Humanitas, n.º 140, 2º semestre de 1999; MORAES, José Geraldo Vinci de. *Metrópole em sintonia: história, cultura e música popular na São Paulo dos anos 30*. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.

²³ AMERICANO, Jorge. *São Paulo nesse tempo (1915-1935)*. São Paulo: Melhoramentos, 1962, p. 243.

²⁴ MORAES, José Geraldo Vinci de. São Paulo na década de 1930: cultura e música popular no ar. *Revista História*, vol. 17/18, São Paulo/Unesp, 1998/99.

Entretanto, de acordo com os radialistas paulistanos Nicolau Tuma e Fausto Macedo, a resistência à publicidade foi muito grande tanto dentro como fora das emissoras. Para seus donos e sócios, ela era considerada picaretagem e degeneradora dos princípios mais nobres de educação da população. Para o empresário anunciante, econômico nos gastos, esse tipo de anúncio era algo imaterial, o que o impedia de perceber o retorno financeiro da propaganda na radiodifusão. Segundo essa perspectiva, o papel escrito, que refletia a segurança dos contratos escritos de negócios, seria, ao contrário, mais palpável e confiável.

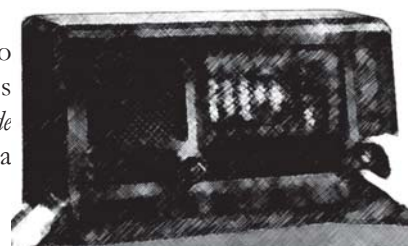
Ultrapassando as iniciativas individuais de alguns radialistas, foi a legislação mais frouxa com relação à propaganda o ponto determinante e fundamental para solidificar economicamente as empresas radiofônicas, permitindo-lhes crescimento e expansão. Em 1931, foi estabelecida a primeira lei mais aberta com relação ao assunto, mas foi a legislação do ano seguinte (D.L. 21.111 de 1932) que autorizou definitivamente a veiculação de anúncios pelo rádio, seguindo o modelo norte-americano do rádio publicitário (na Europa, o padrão radiofônico ainda era estatal ou semi-estatal, com a cobrança de imposto fiscal do ouvinte). Junto à abertura propiciada pela legislação, as grandes agências de publicidade estrangeiras, sobretudo norte-americanas, como a N. W. Ayer and Son (1931), a Thompsom (1930), a Standard (1933), a MaCann-Erikson (1935) e a Interamericana (1938), sentiram-se motivadas para implantar-se ou aumentar seu volume de negócios no país, tendo o rádio como instrumento central da veiculação de suas idéias e das propagandas de seus clientes, boa parte deles empresas estrangeiras.

Não é sem motivo, portanto, que surgiram, já nos anos 30, programas como *Calouros Kolinos*, *Concurso Palmolive* etc. De certo modo, essas agências também colaboraram para a profissionalização das relações comerciais na radiofonia nacional, sobretudo ao tentar ultrapassar as relações pessoais nesse tipo de comércio. Obviamente, elas já identificavam no rádio o grande instrumento de divulgação de massa que levaria a milhares de pessoas seus anúncios e produtos, aumentando o faturamento de seus clientes.

A implantação dessas agências, com suas políticas de marketing e veiculação de idéias e padrões de consumo, foi uma das principais portas de entrada para transmitir o padrão e o modo de vida norte-americanos, identificados com certo tipo de “modernidade”, e colaborou com o processo de americanização cultural que alcançou grande força nos anos 40, principalmente após o fim da guerra, marcando sua presença na música popular no Brasil. Com relação à música, o aumento do faturamento proporcionado pelo crescimento da publicidade permitiu a contratação e manutenção, através de salários e cachês, de elenco fixo de cantores e instrumentistas e ainda a contratação de grandes espetáculos com os artistas mais famosos, geralmente vindos do Rio de Janeiro. O rádio comercial paulistano caminhava para a profissionalização de seus músicos e artistas, que lentamente ocupavam espaços cada vez mais amplos nas programações diárias.

A comercialização das atividades artísticas, na maioria das vezes, também apresentava muitas dificuldades para boa parte dos artistas. O aumento da publicidade nas emissoras não ampliava necessariamente as oportunidades para novos talentos e nem melhorava a vida dos artistas populares. Geralmente os artistas negros tinham mais dificuldades ainda para entrar ou se manter “no ar”. Os programas que os mantinham como protagonistas centrais e parte do elenco fixo, divulgando certos elementos da cultura negra, tinham profundas dificuldades para levantar patrocínio.

Inúmeras emissoras, aliando estrutura comercial e desenvolvimento tecnológico, de modo impressionante e rápido, ocuparam lugar nos espaços urbanos, formando, como bem disse o radialista carioca Almirante, uma *floresta de antenas* nas cidades. Em São Paulo, o fenômeno se tornou evidente com a multiplicação das rádios pela cidade durante toda a década de 1930.



Uma radiodifusão “tipicamente paulista”: o rádio em São Paulo no pós-1932

Ao historicizar as vicissitudes do rádio em São Paulo, a proposta é fazer da história do rádio na cidade uma antena metafórica capaz de captar os elementos da modernidade na Paulicéia. Modernidade manifestada não só na disseminação das inovações tecnológicas, mas principalmente englobando as ambigüidades de uma cidade com profundos traços provincianos e cosmopolita, em acelerado processo de metropolização e com profundas desigualdades sociais.

Uma temática central cadente e notável parece, portanto, ter emergido do levantamento incipiente do conjunto documental: a descoberta do surgimento e das virtualidades de um rádio marcadamente paulista, retratando tipos humanos, cenas de rua, de um cotidiano típico da cidade, ainda que com fortes raízes provincianas, embora ela estivesse se cosmopolitizando aceleradamente.

Essas tendências se manifestaram de forma mais acentuada, por exemplo, a partir do “movimento constitucionalista” de 1932: por ser expressão da oligarquia, este movimento resgatou antigos símbolos caros ao “espírito paulistano”. Estes símbolos se tornaram mitos e se reforçaram com a consolidação de uma radiodifusão paulista.

Depara-se, portanto, com um paradoxo instigante: um meio de comunicação de massas com um projeto de integração nacional e de grandes espaços se transforma, nos anos 1930, porta-voz de questões político-regionais, apesar da radiofonia paulista ser capaz de rapidamente se desenvolver além desses limites.

Através da interpretação de algumas crônicas de Menotti del Picchia, publicadas em 1933, que expressam a afinidade do autor com certas perspectivas muito peculiares a São Paulo, como o regionalismo paulista e o bandeirantismo, torna-se possível compreender como o quadro político nacional convulsionado e o clima conturbado das tensões regionais tinham um forte impacto no cotidiano da cidade. Com um tom bastante ufanista, nessas crônicas que têm como pano de fundo pequenas histórias do cotidiano da participação intensa e generalizada de amplos setores da população mais humilde na Revolução de 1932, o autor procura estabelecer os vínculos reais ou imaginários da sociedade paulistana com a causa “revolucionária” e que foram potencializados pela voz mecânica das transmissões que irradiavam palavras de ordem:

Capacetes de Aço... Faz frio nas trincheiras... Doe ouro para o bem de São Paulo!... Assobiando, tomou saquinho... e como um príncipe ou um barqueiro, olhando todos com superioridade, dirigiu-se para a Record. Isto é tudo para um soldado paulista!... Abrira, a custo, seu caminho entre o povo apinhado em frente da estação de rádio. Lá estava o “guichet” para receber donativos²⁵.



²⁵ PICCHIA, Menotti del. *Despertar de São Paulo: episódios do século XVI e XX na terra bandeirante*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1933, p. 226.

²⁶ Depoimentos de Nicolau Tuma, Arquivo do MIS, São Paulo.

²⁷ PICCHIA, Menotti del, *op. cit.*, p. 211.

Essas crônicas, além de apresentarem a dimensão da interferência do cenário político no dia-a-dia dos paulistanos, ao mesmo tempo demonstravam como a cidade, ao expor as confluências entre rádio e política, modernizava-se. A radiodifusão, a voz do *speaker*, passava a participar ativamente do cotidiano urbano, não ficando imparcial e distante desse quadro de confrontos políticos; ao contrário, contribuiu para criar uma relação íntima entre a rebelião e os rebelados, aprofundando-se a tal ponto que, nos relatos do radialista Nicolau Tuma, as emissoras paulistas foram naqueles anos utilizadas *como autênticas armas de guerra*²⁶.

Ainda de acordo com a narrativa de Menotti del Picchia em uma de suas crônicas, intitulada *Vae*, através das ondas radiofônicas a voz mecânica do *speaker* imiscuia-se na esfera privada, penetrando na sala *familiar com uma voz doméstica*, comunicando: *As patrulhas, no setor norte... (Genny)... Desligou o rádio, nervosamente*.²⁷

Nessa conjuntura de profundos abalos econômicos e políticos, importa destacar como, às velhas e conhecidas armas utilizadas pelo candidato oficial

para derrotar Getúlio Vargas, foi acrescentada uma nova e moderna: o rádio. Entre os ricos associados da Rádio Educadora Paulista, encontrava-se Júlio Prestes. A Rádio Educadora havia irradiado, durante toda a campanha, a marchinha de Freire Júnior, “Seu Julinho vem”.

Sem dúvida, a Rádio Educadora se afastava dos princípios filosóficos que haviam aparentemente norteado a radiodifusão brasileira até aquele momento, ou seja, os da radiocultura. A palavra empresa por si só já é o suficiente para identificar uma transformação na estrutura da radiodifusão paulista, com um objetivo político muito claro. Na verdade, houve um acordo político entre Júlio Prestes e Rangel Moreira, diretor da Rádio Educadora, no qual este se comprometia a não tocar no nome de Getúlio Vargas e da Aliança Liberal. Assim, trata-se de discutir como a Rádio Educadora passava a ser o porta-voz dos interesses da política paulista oficial na luta contra as propostas relativamente transformadoras dos tenentes e da Aliança. Esta nova arma política seria utilizada novamente pelos paulistas no próximo confronto político travado também contra Vargas em 1932.

Apesar das interferências do Estado Novo na radiodifusão e na música popular, parece que em São Paulo a convulsionada situação política de 1932 foi mais determinante para o desenvolvimento de uma radiodifusão regional paulista do que a política de Getúlio. É perceptível que as relações entre a situação política conjuntural de São Paulo e o rádio colaboraram para difundir a radiofonia na cidade a partir da segunda metade da década de 1930, porém, foram dois outros fatores que atuaram de forma mais significativa e direta para a popularização do rádio: a mudança da linguagem e a diversificação da programação, mais ligadas a certo gosto médio da população. Com a situação financeira das emissoras estruturada e o quadro político mais estabilizado, foi possível dar o passo seguinte na direção da popularização. A agitada vida da metrópole paulistana introduziu uma forma mais moderna e rápida de se comunicar.

Da elite de iniciados existente no final dos anos 20 surgiu, na primeira metade da década de 1930, um número grande de radiouvintes que, na segunda metade da década, rapidamente se tornou uma impressionante massa de “amigos ouvintes” que consumia cada vez mais aparelhos, peças e os programas radiofônicos. Presente todos os dias e funcionando em qualquer momento, a variada programação alcançou toda a família, das crianças à dona de casa, do pai aos empregados da casa. A linguagem mais próxima do “amigo ouvinte” e adaptada ao tipo de programa e à clientela de destino de fato tornou o rádio um “amigo” diário com o qual se criou forte identificação e familiaridade.

Ao comentar que estava nascendo uma nova linguagem que era uma *língua viva* como a fala *dos engenheiros, ... dos gatunos, ... dos amantes, como a usada pela mãe com o filho* e que, portanto, não deveria ser normatizada conforme as regras mais estáveis da língua escrita, pois não se *dirige uma língua viva!...*, Mário de Andrade observava que o simples problema de alcançar o maior número de ouvintes, de lhe ser acessível, de simpatizar e convencer “a todos”, obriga o rádio a uma “*linguagem mista*”, *complexa, de um sabor todo especial, a começar pelo “Amigo ouvinte”, que da linguagem dos púlpitos passou para o rádio*. Segundo o autor, foram as exigências mesmas da técnica radiofônica, além de razões psicológicas e gramaticais práticas, que levaram os locutores cariocas, a despeito da crítica veemente dos setores acadêmicos, à generalização do “você” como fórmula de tratamento coloquial radiofônico cotidiano.

Mário de Andrade, referindo-se entusiasmado à nova linguagem, à gíria radiofônica largamente falada na comunicação interna dos estúdios, afirma que cantores e instrumentistas de rádio, muitos deles jamais tendo lido *uma artinha*, ou seja, tido acesso aos códigos cultos do mundo da linguagem musical, estavam criando *uma terminologia musical brasileira*, muito mais lógica do que a culta. No caso da música, objeto de amplo estudo do autor, ele afirmava que como *os fenômenos musicais, cultos ou populares são os mesmos*, estava surgindo, com admirável força expressiva, na terminologia radiofônica, palavras mais claras e didáticas,



que poderiam perfeitamente substituir, com *vantagem de nacionalidade*, as utilizadas na terminologia letrada.²⁸

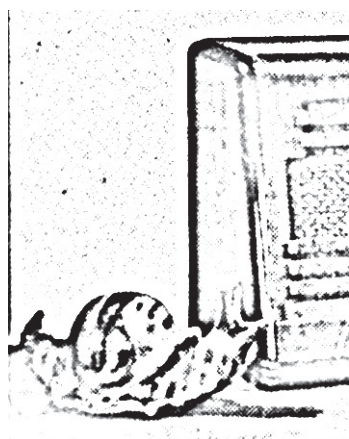
Nesse sentido, torna-se relevante entender o rádio em seu processo de comunicação, em meio às tensões políticas, sociais e culturais, como um veículo de comunicação moderno que serviu para veicular propostas ideológicas de uma classe com fortes matizes conservadores, suas hierarquias sociais, seus padrões culturais e as especificidades das suas tensões regionais. O moderno meio de comunicação foi facilmente absorvido pelas necessidades políticas conservadoras, seja expressando as especificidades dos regionalismos, seja manifestando as tendências centralizadoras e autoritárias da construção de uma homogeneidade na identidade nacional.

É de se notar ainda uma outra iniciativa exemplar que demonstra as vicissitudes ideológicas na configuração histórica da radiodifusão em São Paulo. Trata-se da tentativa de implantação de uma rádio educativa através do Estado na gestão de Fábio Prado na Prefeitura de São Paulo (1934-38). Quando ele criou o Departamento de Cultura do Município em 1936, dando o comando a Mário de Andrade, projetou para o futuro próximo a criação de uma Rádio-escola. De acordo com o prefeito, a emissora teria por finalidade *pôr ao alcance de quem quer que seja, por meio de uma estação rádio-difusora, palestras e cursos populares, literários ou científicos, cursos de conferências universitárias, enfim, tudo que possa contribuir para a expansão cultural*²⁹. Diante de tantos problemas e dos altos custos financeiros, pensou-se em recorrer à estrutura técnica de uma emissora comercial para as irradiações dos programas do Departamento de Cultura, mas tanto esta iniciativa como a da emissora idealizada por Fábio Prado, a Rádio Cultura, não conseguiram ser implantadas, ruindo o projeto de Mário de Andrade de estabelecer uma rádio educativa financiada pelo Estado e pela qual se irradiaria, sobretudo, a “boa música” popular e erudita de raízes nacionais.

Como vimos apontando, apesar das pretensões e características universalistas e de integração nacional, a emergente radiodifusão paulista reforçou compromissos e aspectos culturais regionais e locais. No panorama nacional, o rádio já nascia envolvido por um ideário que via o veículo como instrumento político importante, mas que não se restringia a questões partidárias. Os pioneiros da radiodifusão viam na expansão da radiofonia as potencialidades educativas, civilizatórias e integradoras do rádio em um país de grande extensão territorial e diversidade regional, considerado ainda como sendo um país “atrasado” política e culturalmente pela suas elites intelectuais, sobretudo se comparado aos países europeus.³⁰

Por ora, interessa deixar claro que a radiofonia educativa, com a adoção de uma filosofia e política pedagógica, como almejavam os intelectuais pioneiros da radiodifusão, não se disseminou no país, e a expansão das emissoras coincidiu com o momento em que este meio de difusão cultural assumiu características mais publicitárias. Foi somente sob os auspícios do Estado, na Era Vargas, que algumas emissoras funcionavam com atividades pedagógicas, criando quase um sistema próprio, isolado do estilo e da programação cultural dominante nas outras emissoras.

Sem dúvida, no Brasil, seguindo tendências internacionais, a radiofonia foi implantada como um sistema de comunicação unidirecional, opondo-se às propostas progressistas de um rádio mais aberto, bidirecional e interativo em seus desdobramentos socioculturais.³¹ De qualquer modo, o “produto negociado” das novas empresas radiofônicas comerciais era predominantemente programas recreativos multivariados que se apropriavam de elementos da rica cultura popular urbana, tais como as apresentações dos “cantastorie”, o humor caricato, as cantigas de roda, canções sertanejas, “causos”, narrativas folhetinescas³², fatos sensacionalistas e crimes escabrosos³³, cujos focos centrais – as músicas e a sonoplastia – possibilitavam a criação de um mundo fabulativo, sensível à reinvenção dessas preferências tradicionais do público e às novidades do novo mercado de consumo de uma infinidade de produtos difundidos pela publicidade. Ao lado dos programas lúdicos havia também, na radiofonia publicitária, espaço, ainda que secundário, para irradiações vagamente educativas: boletins informativos, orientação cívica, médica, religiosa e política, bem como de cursos técnico-profissionais variados.³⁴



²⁸ ANDRADE, Mário de, *op. cit.*, p. 205-213.

²⁹ PRADO, Fábio. A administração de Fábio Prado na Prefeitura de São Paulo. Entrevista concedida ao Estado de São Paulo. Coleção. Depto. Municipal de Cultura, SP, 1936.

³⁰ PINTO, Maria Inez Machado Borges. *Radiodifusão e integração nacional na era Vargas* (no prelo).

³¹ SALIBA, Elias Thomé, *op. cit.*, p. 228.

³² PINTO, Maria Inez Machado Borges, 1994, *op. cit.*, p. 167-170

³³ JORGE, Janes. *O crime de Cravinhos: imprensa e poder oligárquico na urbanização do Oeste Paulista (1920-1930)*. Dissertação (Mestrado em História) - FFLCH/USP, São Paulo, 1999. Na década de 1920, a imprensa sensacionalista, assim como o cinema e o rádio, iria se inspirar na tradição oral e de folhetins que exploravam amplamente crimes escabrosos e espetaculares, muito ao gosto das camadas populares, numa circularidade que ampliava cada vez mais a repercussão desses crimes, tais como o Crime de Cravinhos, O Crime da Mala ou os crimes do famoso bandido sertanejo Dioguinho, das bandas do Rio Pardo.

³⁴ PEREIRA, João Batista, *op. cit.*, p. 58-59.