

Cultura de Massas e a Integração Nacional pelas Ondas do Rádio.

Maria Inez Machado Borges Pinto

Professora Livre Docente do Departamento de História da USP

O fenômeno das massas é, ao lado da industrialização e do desenvolvimento tecnológico, uma das principais características da sociedade que se configura a partir de meados do século XIX. Desde então, vem-se despertando a atenção de historiadores, cientistas políticos, filósofos, literatos e governantes, reproduzindo nestes grupos reações diferenciadas de temor, de repúdio e de fascínio, bem como tentativas de compreensão, de controle, de manipulação e de organização desse fenômeno social. Ao comentar a influência dominante do progresso da democracia eleitoral e da aparição política das massas nas "invenções das tradições" no século XIX, Hobsbawm observou:

"...da década de 1870 em diante tornou-se cada vez mais evidente que as massas estavam começando a envolver-se na política, e não se poderia ter certeza de que apoiaria seus senhores. Após a década de 1870, portanto que certamente junto com o surgimento da política de massas, os governantes e observadores da classe média redescobriram a importância dos elementos 'irracionais' na manutenção da estrutura e da ordem social." (Hobsbawm, 1984, p. 276).

Dessa forma, a preocupação com as massas e o envolvimento destas na esfera política determinaram, a partir das instâncias de poder, o desenvolvimento de instrumentos não só de controle e repressão, mas também de outros mecanismos ideológicos que permitissem aos setores dominantes o controle de inserção política dessas massas no cenário social.

No século XX, a industrialização e o desenvolvimento tecnológico atingem níveis sem precedentes no mundo ocidental, a urbanização toma vulto e a sociedade de massas consolida-se. Nesse contexto, a tentativa de alcançar as massas e controlar seu papel político torna-se uma ação fundamental para a realização de qualquer projeto político-ideológico, impondo às classes dirigentes a busca de formas de relação com as massas que se coadunassem com os determinantes da nova estrutura social. Assim, ao lado do controle e da repressão, novos elementos, como a proximidade, a rapidez, a simultaneidade e a manipulação, tornam-se necessários para a configuração de uma política de massas. Nesse sentido, a emergência dos novos meios técnicos de comunicação de massas representa a abertura de novas possibilidades na relação massas/poder pois, a partir de seu desenvolvimento, os "mass media" adquirem as condições necessárias para estabelecer, junto às massas, relações de proximidade, constância e simultaneidade, passando a estar em contato direto com a sociedade. Analisando o desenvolvimento industrial e a emergência da cultura de massa no século XX, Edgar Morin observa:

"Eis que começa nas feiras de amostras e máquinas de níqueis a segunda industrialização: a que se processa nas imagens e nos sonhos. A segunda colonização, não mais horizontal, mas desta vez vertical, penetra na grande reserva que é a lama humana. [...] A Segunda industrialização, que passa a ser a industrialização do espírito, a Segunda colonização que passa a dizer respeito à alma progridem no decorrer do século XX. Através delas, opera-se esse progresso ininterrupto da técnica, não mais unicamente voltado à organização exterior, mas penetrando no domínio interior do homem e aí derramando mercadorias culturais." (Morin, 1969, p.15).

A partir dessas considerações sobre o fenômeno das massas, a emergência de novos meios técnicos de comunicação de massa e as potencialidades desses novos meios na construção de uma política de massas, destaca-se a questão da mediação desempenhada pelos "mass media", enquanto artefatos culturais, nas relações entre sujeito/objeto de conhecimento. No texto *A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução*, Walter Benjamin, analisando a atuação artística do ator cinematográfico, em comparação com a do ator de teatro, aponta para a idéia de mediação ao destacar que, no caso do cinema, a performance artística está submetida à mediação de todo um aparato técnico que se irá interpor também na relação artística como público (Benjamin, 1983, p.15). Com relação a essa mediação exercida pelos artefatos de comunicação nos processos de aquisição e transmissão de conhecimento, Mar de Fontcuberta observa que no mundo contemporâneo o ser humano, vivendo na denominada aldeia global, têm sua visão de mundo "mediada pelos meios de comunicação de massas que são os primeiros a provocar a circulação do conhecimento"(Fontcuberta, 1992, p.17).

Portanto , dentre as muitas abordagens que podem ser feitas ao rádio, pretendemos analisá-lo como um artefato cultural, um aparato técnico que, a partir de suas particularidades enquanto mídia, pode funcionar como elemento mediador entre as massas e a política de massas dos grupos sociais dominantes. Visto desta ótica, o rádio (assim como a palavra escrita, o cinema, a fotografia e a TV), por atuar nas áreas de informação, de comunicação e do conhecimento, altera as relações entre as massas e as classes dirigentes, inaugurando novas formas de atuação no campo da política de massas.

Um exemplo de como a mediação propiciada pelo rádio pode alterar a relação massas/ideologia dominante verifica-se na transmutação das massas, através do veículo, em um novo elemento social, o público ouvinte. Assim, quando pensado a partir da perspectiva capitalista (rádio comercial), o rádio transforma, através do discurso dominante, a massa desorganizada e perigosa em público-ouvinte e consumidor, dotado de uma nova racionalidade, a do mercado capitalista . Abraham Moles, criticando a política denominada "doutrina demagógica dos

publicistas" (alcançar e manter o maior índice de audiência) que nos primeiros anos dominou a radiodifusão comercial, observou que o rádio nessa perspectiva era visto como

"um sistema destinado a fornecer ao indivíduo motivações econômicas inextrincavelmente mescladas com o prazer. O rádio [seria] um componente dos espaços mortos da duração; ao mecanismo das radiodifusões privadas num país capitalista [caberia] manter o equilíbrio permanente entre o coeficiente de atração do programa e as mensagens publicitárias fabricadas pelos engenheiros da emoção." (Moles, 1982, p.73).

Assim, como já foi assinalado anteriormente, nossas pesquisas pretendem evidenciar com o rádio (bem como com os demais meios técnicos de comunicação) abrem-se novas perspectivas no universo da política de massas, que passa a contar com um instrumento capaz de falar, simultaneamente, com agilidade e rapidez para um grande número de indivíduos, levando-lhes toda sorte de informações, aproximando-os em sua intimidade, para transformá-los em uma grande audiência coletiva.

Rudolf Arnheim, em 1933, na introdução do seu livro *Estética radiofônica*, assinalava que a grande maravilha do rádio residia na sua capacidade de estar ao mesmo tempo em toda parte:

"As canções e as palavras atravessam as fronteiras, vencem o isolamento imposto pelo espaço, importam cultura aos países usando as asas invisíveis das ondas [radiofônicas] com o mesmo custo para todos: é o ruído dentro do silêncio."(Arnheim, 1980, p.16).

O potencial do rádio para suprimir as distâncias , atingir um sem número de ouvintes com rapidez e agilidade e atuar sobre as consciências, transforma-se no argumento principal dos discursos daqueles que estavam, de alguma forma, envolvidos com o novo veículo. H.P. Davis, vice-presidente da "Westinghouse electric & Manufacturing Co.", em artigo publicado em 1930, ao analisar o desenvolvimento inicial do rádio nos EUA observou:

"Estávamos convencidos de ter nas mãos um instrumento que iria ser o maior e o mais direto meio de comunicação e de educação das massas que até então havia surgido. O fascínio natural de seu mistério, ligado a sua capacidade de eliminar distâncias, atrairia o interesse e abriria muitas vias de utilização. [O rádio] apresentava as possibilidades de um serviço que podia ser oferecido a milhões, sem privilégios e sem custos diretos." (Davis, 1930, p.6-7).

Se os referidos autores enaltecera a emergência do rádio, vale mencionar nosso interesse em analisar como outros viram o fenômeno como algo negativo. O novo veículo de comunicação despertou inclusive, em alguns setores da sociedade, reações de repúdio e descrença em relação a seus efeitos benéficos. Mas após o impacto inicial de seu aparecimento e com seu desenvolvimento

progressivo, as potencialidades desse novo instrumento técnico, enquanto meio de comunicação de massa, logo se tornaram evidentes e o veículo passou a ser objeto de disputas entre diversos grupos sociais. Nesse sentido, cabe destacar a importância do rádio e seu papel social passam a fazer parte das preocupações tanto daqueles que se opunham ao veículo (apontando para os perigos de uma possível má utilização do rádio na manipulação das massas), quanto daqueles que apostavam no veículo como instrumento de "democratização" sócio-cultural. Como observou, em 1935, Raymond Gram Swing, editor do *The Nation*, num artigo sobre o futuro do rádio:

"O que sei é que temos no rádio um tipo especial de instrumento social, que eu diria ser mais poderoso, mais íntimo e mais promissor que qualquer outro instrumento social desde o desenvolvimento da imprensa. O rádio é definitivamente um instrumento de massas e parece que pode tornar-se, de todas as invenções modernas, a que maior coesão social produz. A qual será reconhecida como algo ao mesmo tempo benéfico e perigoso. Todos nós nos alarmamos com a utilização que tem sido dada ao rádio na Alemanha, Áustria, Itália e Rússia. E se tivermos juízo, também ficaremos alarmados como o poder que tem dado e pode dar a determinados indivíduos neste país [EUA]. [...] Um meio que serve para a disseminação da verdade e do conhecimento serve do mesmo modo para a disseminação da perversão e da mentira." (Swing, 1935, pp. 5-6).

Inserido no contexto mais amplo da disputa pelo aceso e controle das massas no cenário social, ao atuar no campo da informação e da comunicação, alterando as relações entre as massas e a ideologia dominante, nossa pesquisa exigirá uma incursão mais profunda para detectar como o rádio irá despertar a atenção de diversos setores sociais. As esferas governamentais, a iniciativa privada e, particularmente, os grupos ligados às áreas de educação começam a disputar o domínio do veículo. O rádio passa a representar para cada um desses setores um importante aliado na consolidação de um projeto político de incorporação das massas ao cenário social dentro dos limites da ideologia dominante. E muito embora houvesse divergências entre esses setores quanto às formas de utilização do veículo, todos passam a destacar as potencialidades educativas do novo artefato como uma de suas principais características para o controle político das massas.

Conforme já havia sido assinalado, a emergência das massas no cenário sócio-político instaurou a busca de instrumentos que fossem além do âmbito repressivo e do controle puro e simples. Buscava-se também, sem deixar esses componentes de lado, a configuração de mecanismos mais sutis de dominação. Nesse sentido, foram destacadas as potencialidades dos novos artefatos de comunicação na criação desses mecanismos, sua importância nas áreas da comunicação e da informação, bem como o interesse de diversos setores sociais por suas potencialidades educativas. E em relação a este último aspecto é que se esboçava outra questão

relativa ao rádio e sua emergência como um novo artefato técnico de comunicação: a incorporação do veículo ao discurso dominante como instrumento potencialmente capaz de promover a educação das massas.

Tem-se, portanto, a partir dessa questão, a convergência de dois elementos que se tornam fundamentais no imaginário político da sociedade de massas: de um lado, a educação, que carrega consigo as idéias de transformação, de construção e de formação dos indivíduos; de outro, o rádio, instrumento capaz de alcançar esses indivíduos com rapidez, agilidade e competência, de forma a potencializar sua educação, possibilitando assim, sua transformação em força social produtiva.

Partindo da idéia de que o controle da informação e do acesso ao conhecimento representa uma ação estrategicamente importante numa sociedade de massas, procuraremos aprofundar a compreensão entre a convergência do rádio (um novo meio de comunicação) e a educação (agente de transformação e formação de indivíduos) representa, de um lado, a tentativa de criação de mecanismos de controle e dominação de massas e , de outro, caracteriza o veículo como um artefato cultural que, ligado ao campo da informação e do conhecimento, insere-se na sociedade de massas com poder potencial de atuar sobre as consciências.

Nesse sentido, torna-se particularmente interessante recuperar alguns dos diversos debates que, nas primeiras décadas deste século, procuram definir o rádio como agente educativo pois, a partir desses debates, pode-se situar a emergência desse novo meio técnico de comunicação e as tentativas de apropriá-lo como instrumento potencial para a concretização dos projetos ideológicos de transformação social daquele período como um fenômeno histórico da sociedade de massas. Pois como assinala Anthony Smith, as demandas sociais, culturais e políticas decorrentes da emergência das massas no cenário da sociedade contemporânea iriam dominar de tal forma as decisões sobre desenvolvimento do rádio que a história do veículo pode ser interpretada como a *"história da interação de uma série de invenções com uma série de crenças sobre a natureza da sociedade de massas do século XX"*. (Smith, 1973, p.22).

Em 1935, em artigo publicado nos anais do Sexto Encontro Anual de Educação pelo Rádio e da Quinta Assembléia Anual do Conselho de Orientação sobre Rádio em educação nos Estados Unidos, um dos participantes (Philip G. Loucks, representante da associação nacional dos profissionais de rádio), ao comentar sobre os interesses dos radialistas no rádio educativo assinala:

"Na produção e apresentação de programas educativos, os profissionais de rádio tem tido certos objetivos bem definidos. Tais programas, acreditam eles, devem complementar e não suplantar o nosso vasto sistema público de educação formal. Os programas educativos devem ampliar os horizontes da sala de aula, inspirar e informar todo o tipo de pessoas e estimular a apreciação das artes, da literatura, da música e da ciência."(Loucks, 1935, p.27).

Em outro trecho desse mesmo artigo, o autor ao destacar a disposição da associação dos profissionais de rádio em colaborar com educadores e radialistas para o estabelecimento de um amplo programa de modernização e expansão da educação pelo rádio, que promovesse a cooperação entre as partes e criasse programas educativos experimentais, observa:

"Acredito que a resposta será encontrada na elaboração de um plano de ação cooperativa que contemple, de um lado, a utilização dos quinze anos de experiência acumulada pelos radialistas e , de outro, a aplicação dos conhecimentos daqueles educadores que se têm familiarizado com os problemas práticos da radiodifusão. [...] À medida que programas de valor e mérito comprovados forem planejados, e considera-se que poderão atrair e manter grandes audiências, eles deverão ser apresentados em âmbito nacional. Em outras palavras, se os profissionais de rádio e educadores representativos puderem chegar a um acordo sobre o estabelecimento de alguns laboratórios experimentais desse tipo, conjuninar seus conhecimentos sobre radiodifusão educativa, e cada um desses grupos aceitar a justa divisão das responsabilidades, então acredito que seremos capazes de encontrar o método pelo qual se poderá fazer 'a utilização mais completa possível do rádio como meio executivo.'" (Loucks, 1935, pp. 28-29).

Os dois trechos citados acima exemplificam como a emergência do rádio, um novo meio técnico que comunicação, suscitou o desenvolvimento de concepções teóricas de seu papel social, bem como de ações práticas para sua utilização educativa. Nesse sentido torna-se evidente o nosso interesse para estudar a disputa pelo domínio do veículo a partir de diferentes segmentos sociais (profissionais de rádio e educadores) e como as potencialidades educativas do rádio se tornam elemento fundamental no discurso desses segmentos. Trata-se de analisar em um país onde o rádio teve seu desenvolvimento marcado pelo caráter comercial, a preocupação quanto à definição de seu papel, enquanto artefato cultural de comunicação, está ligado a seu potencial de educar as massas.

BIBLIOGRAFIA E FONTES

BENJAMIM, Walter. *A obra de arte na época na época de suas técnicas de reprodução*. In: **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1983. pp.3-28.

FONTCUBERTA, Mar de. *Medios de comunicación telemática y educación*. **Revista CL&En- comunicación, lenguaje y educación**. nº 14. Madrid: 1992. pp. 17-28.

HOBBSAWM, Eric J. *A produção em massa de tradições: Europa, 1870 a 1914*. In: HOBBSAWM, Eric J. e RANGER, Terence (orgs.) **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

LIMA, Luis Costa (org.) **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

MOLES, Abraham A. *Doutrinas sobre a comunicação de massa*. In: LIMA, Luis Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. pp. 73-100.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. São Paulo: Cia Editora Forense, 1969.

BRANCO, R.P. Castelo. *A unidade brasileira e suas causas determinantes*. **Revista Cultura Política**. Rio de Janeiro: DIP, abril de 1941. Pp. 87-90.

BRASIL. **Coleção das Leis e Decretos de 1924**. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1925.

BRASIL. **Coleção das Leis e Decretos de 1932**. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1942.

BRASIL. **Coleção das Leis e Decretos de 1939**. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1939.

BRASIL. **Anuário Estatístico do Brasil**. (ano II). Rio de Janeiro: IBGE, 1936.

BRASIL. **Anuário Estatístico do Brasil**. (ano VI). Rio de Janeiro: IBGE, 1941-1945.

BRASIL. **Anuário Estatístico do Brasil**. (ano VII). Rio de Janeiro: IBGE, 1946.

CAMPOS, Carlos Augusto Ribeiro (org.). **Atlas Estatístico do Brasil**. Rio de Janeiro: Departamento Nacional do Café, 1941.

CAMPOS, Francisco. **O estado nacional: sua estrutura, seu conteúdo ideológico**. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1940.

DAVIS, H. P. *American beginnings*. In: CODEL, Martin (ed.) **Radio and its future**. New York: Harper & Brothers Publishers, 1930. Pp. 3-11.

LIMA, Jorge Alves. *Uma visita ao 'studio' da Rádio Record*. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 12/06/1931. P.4.

LOUCKS, Philip G. *Broadcasters interest in education radio*. In: TYSON, Levering e MACLATHY, Josephine (eds.). **Education on the air and radio and education - 1935**. Chicago: The University of Chicago Press, 1935. Pp.25-29

REVISTA PUBLICIDADE. 1º Anuário do Rádio. Rio de Janeiro: Empresa Editora Publicidade, setembro de 1945.p.53.

ROQUETTE-PINTO, Edgar. **Seixos rolados: estudos brasileiros**. Rio de Janeiro: Mendonça, Machado e Cia., 1927.

ROQUETTE-PINTO, Edgar. **Ensaio de antropologia brasileira**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1933.

ROQUETTE-PINTO, Edgar. **Ensaio brasileiro**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1940.

SWING, Raymond Gram. *Radio and Future*. In: TYSON, Levering e MACLATHY, Josephine (eds.). **Education on the air and radio and education - 1935**. Chicago: The University of Chicago Press, 1935. Pp.3-10.

VARGAS, Getúlio. **A nova política do Brasil**. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1938.

VARGAS, Getúlio. **As diretrizes da nova política do Brasil**. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1943.

CABRAL, Sérgio. *Getúlio Vargas e a música popular brasileira*. **Ensaio de Opinião**, 1975.

GOMES, Angela Maria de Castro. *O redescobrimto do Brasil*. In: OLIVEIRA, Lúcia Lippi (et. alli). **Estado Novo ideologia e poder**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. Pp.109-150.

GOMES, Angela Maria de Castro. **A invenção do trabalhismo**. Rio de Janeiro: Vértice/ IUPERJ, 1988.

GURGUEIRA, Fernando. *A integração nacional pelas ondas: a rádio no Estado Novo*. Tese de Mestrado. São Paulo. FFLCH/USP. 1995.

ARNHEIM, Rudolf. **Estética radiofônica**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1980.

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **História da comunicação - rádio e TV no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1982.

HALE, Julian. **La radio como arma política**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1979.

MADRID, André Casquel. *Aspectos da teleradiodifusão brasileira*. **Tese de doutorado**. São Paulo: ECA/ USP, 1972.

ANPUH – XXII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – João Pessoa, 2003.

PEDRO, Antonio (Tota). *A locomotiva no ar: rádio na cidade de São Paulo 1924-1934*. **Tese de doutorado**. São Paulo: FFLCH/USP, 1987.

PEREIRA, João Baptista Borges. **Cor, profissão e mobilidade: o negro e o rádio de São Paulo**. São Paulo: Pioneira/EDUSP, 1967.

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

SAROLDI, Luiz Carlos e MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio Nacional - o Brasil em sintonia**. Rio de Janeiro: funarte, 1984.

SMITH, Anthony. **The shadow in the cave: the broadcasters, his audience and the state**. Chicago: University of Illinois Press, 1973.

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular: do gramofone ao rádio e TV**. São Paulo: Ática, 1981.