

RÁDIO e IMAGINÁRIO

O USO "INTELIGENTE" DO VEÍCULO FEITO
POR VARGAS (BRASIL) E PERÓN (ARGENTINA)

DORIS FAGUNDES HAUSSEN

Introdução

O título, evidentemente, é provocativo. O que se quer dizer dos dois governantes ditatoriais é que souberam - intuitivamente ou não - utilizar-se do veículo para seus fins políticos, deixando que o mesmo se dirigisse ao imaginário popular, sem instrumentalizá-lo totalmente. Tanto Vargas quanto Perón permitiram que o rádio operasse comercialmente, com a sua programação normal de rádio - novelas, programas de humor, de auditórios, musicais, esportivos, informativos, sempre, sob a ação vigilante da censura, mas com as inserções oficiais apenas em determinados espaços ou através da programação das emissoras estatais, que eram poucas nos dois países. No Brasil, a rádio Nacional que fora encampada em 1940 funcionava num esquema comercial. Na Argentina, a rádio do Estado encabeçava a única rede eminentemente oficial.

Esta análise da relação rádio e imaginário popular apóia-se na concepção da íntima ligação entre cultura e comunicação, "que não se esgota na simples análise ideológica do discurso, mas que se propõe como uma abordagem mais ampla, a partir da própria história da cultura, especialmente aquela relacionada às atividades da vida cotidiana". (FADUL, s/d) Ou seja, tanto Getúlio quanto Perón, ao não interferir (diretamente) na programação das emissoras, permitiram que elas continuassem o seu trabalho de "construção" do imaginário popular. Isto porque, naquele momento da história latino-americana, tratava-se de organizar, a partir do Estado, uma consciência nacional. E o rádio, único veículo realmente de massa que se estruturava também, desenvolveu importante papel neste sentido.

R. FAMECOS	Porto Alegre	n.2	p.7-16	março 1995	semestral
------------	--------------	-----	--------	------------	-----------

REVISTA FAMECOS

A radiodifusão nos dois países

No Brasil, os dois períodos de governo de Vargas (1930-1945 e 1951-1954) foram diversos em relação ao rádio. No primeiro, sob regime ditatorial, o veículo vivia sob o poder do governo federal. No segundo, sob a democracia, o rádio gozava de plena liberdade. Na Argentina, durante todo o governo de Perón, embora o mesmo tivesse sido eleito pelo voto popular, o sistema também foi ditatorial e o rádio só foi ter liberdade após a deposição de Perón em 1955. Ele havia governado a Argentina de 1946 a 1955, tendo sido reeleito em 1950.

Quando Vargas assumiu o poder em 1930, a radiodifusão ainda estava em sua fase incipiente de rádio-clubes e rádio-sociedades. A autorização oficial para a veiculação de publicidade só viria em 1932, através do Decreto-Lei 21.111. Também nessa época, o Brasil adotava o modelo norte-americano de radiodifusão e passava a distribuir concessões de canais a particulares, o que auxiliaria a incrementar a exploração comercial do veículo. O Decreto 20047, de 1931, que substituiu o primeiro Decreto de 1924 sobre a radiodifusão no país, havia estabelecido que a radiodifusão era de interesse nacional com fins educativos. O governo promoveria a unificação do serviço numa rede nacional e definiria as concessões de emissoras, renováveis a cada dez anos. No entanto, "o que desde o início se distanciou do decreto de 1931 foram os fins educativos da radiodifusão pois, baseado em princípios de liberdade de expressão, os empresários da indústria cultural logo procuraram tratar do novo meio de comunicação dentro do processo produtivo (produção, circulação, consumo), em busca do lucro. (CAPARELLI, 1985, p. 16). Fenômeno este que seria o motivador da profissionalização no rádio, incipiente naquele momento.

Na Argentina, a situação era bastante semelhante, só que a fase de rádio-clubes foi superada antes. Isto porque a indústria de equipamentos radiofônicos desenvolveu-se mais rapidamente que a brasileira e o contexto sócio-econômico e cultural era diverso. Enquanto no Brasil a influência de Roquette Pinto sobre a programação, que no seu entender deveria ter um cunho educativo e cultural, permaneceu por mais tempo, na Argentina a influência da publicidade iniciou mais cedo. Naquele país, em 1922 surgia a rádio Cultura de Buenos Aires que já incluía espaços comerciais na sua programação. A licença, conseguida pelo proprietário da emissora,

previa que a publicidade não poderia exceder a 30% do total da programação.

A partir da introdução da publicidade na programação das emissoras, o processo de profissionalização acelerou-se nos dois países. Os programas de auditório foram incrementados, os programas de música também foram incentivados. No Brasil, durante o Estado Novo, houve uma forte pressão do governo sobre os compositores para que abandonassem as letras sobre a malandragem e passassem a valorizar o trabalho. Casos ficaram famosos, como o da música "O bonde de São Januário", de Wilson Batista, que precisou alterar a letra. Nesses anos, as contribuições de Villa Lobos e Ary Barroso ao nacionalismo, incentivado pelo governo, foram fundamentais. Na Argentina, as canções de Antonio Tormo, compositor da província de Mendoza, invadiram as emissoras de Buenos Aires. Era a presença do interiorano nas rádios urbanas. Fazia-se, então, o processo inverso - não era só a capital que tomava conta do interior.

A partir de 1934, na Argentina, o sistema radiofônico passou a organizar-se em redes, com as cabeceiras das mesmas em Buenos Aires. A LR-3 rádio Belgrano passou a comandar a "Primeira Cadeia Argentina de Broadcasting", a LR1, Rádio El Mundo, em 1935 compunha a Rede Azul e Branca de Emissoras Argentinas e, em 1941, a radio Splendid instituiu a RADES - Rede Argentina de Emissoras Splendid. Mais tarde foi criada a Cadeia Argentina de Radiodifusão, tendo como cabeceira a rádio do Estado.

Este sistema de redes configuraria o modelo permanente da radiodifusão argentina, sendo conhecido como parte da cabeça de Gólias", uma vez que Buenos Aires comandava tudo. Da capital era difundida a maior parte da programação, ficando para as afiliadas do interior cerca de 40% da produção.

O sistema, segundo os estudiosos do assunto, teve muitos aspectos contraditórios. Positivos no sentido de que se elevou o nível artístico das programações das emissoras do interior. Negativos, na medida em que se transplantou o modelo portenho às províncias. Além da programação propriamente, as giras das caravanas de artistas da capital reforçavam a divulgação do modo de vida de Buenos Aires. Alguns historiadores consideram que esta influência foi avassaladora, uma espécie de imposição de um modelo cultural ao interior.

Na opinião de RIVERA (1991), "o portenho inteirava-se de coisas que já conhecia; o interiorano punha-se a par de coisas que

não o interessavam. Por sua vez, o morador da capital não tinha registro da problemática real das regiões, uma recopilação crítica, orgânica de seu país. Assim, uns eram alheios aos outros ... o tipo do interior derramava lágrimas pelo que dizia uma letra de tango que nada tinha a ver com a sua realidade (...) consumia uma espécie de folclore homogeneizado com o qual se identificava".

No entender de MAZZIOTTI (1991), no entanto, este poder das redes era amenizado pela forte presença do radioteatro, produzido nas cidades do interior mais importantes, com seus repertórios e elencos próprios. Os artistas locais também tinham seu espaço nessas emissoras. E houve ainda o fenômeno inverso: a influência da forte corrente migratória interiorana que se transferira para Buenos Aires e que começou a aparecer na programação com o seu modo de vida. Em determinado momento, inclusive, o tango começou a dividir o espaço com o folclore nas emissoras. Isto já durante o governo peronista que incentivava o nacionalismo.

As radionovelas, por sua vez, marcavam presença nos lares brasileiros e argentinos. Na Argentina, o gênero iniciou bem antes, devido à forte influência do circo e do teatro naquele país. Já em 1929 ia ao ar a novela episódica "A carícia do lobo" e em 1931 "A estância de Dom Segundo" era irradiada pela rádio Nacional argentina. No Brasil, em 1937 a rádio Nacional iniciava o programa "O teatro em casa" e, em 1942 ia ao ar "Em busca da felicidade", a primeira radionovela, do cubano Leandro Blanco.

O papel das radionovelas foi relevante. Na Argentina, as primeiras peças do gênero tinham como personagens principais figuras gauchescas - a ambientação era toda no pampa argentino. Esta temática vai cedendo espaço para ambientações urbanas, na medida em que começam as migrações do interior para a capital, devido à industrialização e à oferta de empregos. O enredo das radionovelas começa a tratar das questões dos subúrbios e do tango. O conflito sentimental, que nas novelas gauchescas aparecia entre a mocinha seduzida pelo filho do fazendeiro, surge agora nas relações entre a moça do subúrbio e o rapaz de outra classe. Começa a construção do novo imaginário.

No Brasil, as novelas, em geral, têm a sua origem nas produções cubanas e argentinas, adaptadas ao gosto nacional. E como já se iniciam na década de 40, tratam principalmente de problemas urbanos. O fenômeno das migrações brasileiras, em direção às cidades maiores, também já começara. A entrada das grandes

agências publicitárias norte-americanas, nesse período, trouxe igualmente grande impulso ao ordenamento da produção empresarial da rádio-novela.

O uso político do rádio

As pessoas viviam apaixonadamente o rádio nessa época. Os dois ditadores desenvolviam as suas políticas e usavam o veículo, quando era necessário. Os empresários sabiam os seus limites. Na Argentina, quando Perón assumiu, a primeira medida foi apropriar-se das emissoras que, posteriormente, foram devolvidas aos seus donos, só que estes ficaram como diretores ou gerentes - o Estado era o dono. A administração continuou privada, com a venda de espaços publicitários. Aqueles que não concordaram, tiveram que abandonar seus negócios. No Brasil, embora não tenha ocorrido a apropriação de emissoras, os mecanismos criados pelo governo foram tão fortes que também era impossível transgredir - o DIP foi a mais opressiva dessas ferramentas.

O rádio, a nova tecnologia daquele momento, encontrava condições férteis para o uso político, tanto em nações mais desenvolvidas (Estados Unidos, Itália, Alemanha, por exemplo) como em países em situações de menor desenvolvimento e com características peculiares e pré-condicionadas a utilizações populistas como nos casos de Brasil e Argentina. O entendimento do fenômeno, no entanto, passa pelo que BARBERO (1985) considera fundamental: a introdução da história para superar a concepção puramente manipulatória da cultura, procurando-se pensar a relação entre massificação cultural e a entrada das massas na política. Rotular-se, assim, esses movimentos apenas de fascistas ou de revolucionários seria não enxergar o todo, a complexidade da situação. O que confirma, também, a definição de WEFFORT (1980, p.62): "o populismo foi um modo determinado e concreto de manipulação das classes populares, mas foi também um modo de expressão de suas insatisfações".

O que se percebe, então, nesses dois países, nas décadas de 30 a 50, em relação ao rádio? Por um lado, situações concretas de censura e auto-censura; proibições de determinados programas e músicas; contratação de alguns artistas em detrimento de outros; favorecimentos através de verbas publicitárias; apropriação e fechamento de emissoras; delação de colegas. Por outro,

programações bem feitas, radionovelas com altos índices de audiência, programas esportivos e de humor, noticiosos bem elaborados (com divulgação limitada dos fatos). E, principalmente, de uma forma ou de outra, a presença do povo no que era difundido: no tango ou no samba, no folclore ou na notícia policial, nos chistes de humor ou no melodrama, na narração de futebol ou do ato político. Ou seja, na presença do popular estava também o drama e o prazer vivenciados. O cotidiano, enfim.

Nos dois países, a cooptação de artistas foi feita, principalmente através da legislação que os beneficiou, o que tornou a adesão dos mesmos às causas populistas mais fácil. Era comum grupos de artistas e radialistas apoiarem programas oficiais de rádio, em campanhas de saúde, educação ou em situações extraordinárias. No Brasil, esta adesão tinha uma certa justificativa: em 1928, ainda quando deputado pelo Rio Grande do Sul, Getúlio Vargas fora o autor do Decreto Legislativo n. 5492, de 16 de julho, que estabelecia o pagamento de direitos autorais por parte das empresas que lidassem com música. A chamada Lei Getúlio Vargas foi, assim, o primeiro vínculo estabelecido entre o futuro presidente e os artistas da música popular.

O nacionalismo, incentivado, aparecia principalmente nas músicas, bem como em programas folclóricos, como os de Almirante, no Brasil, e nas músicas do argentino Antonio Tormo. Uma diferença que se estabelece, no caso brasileiro, é em relação ao segundo período Vargas, em que se acentua a campanha nacionalista com "O petróleo é nosso", mas que em nível dos meios de comunicação encontra grande resistência, uma vez que o presidente já não contava com os mecanismos do DIP, do primeiro período. Enquanto isso, na Argentina, a situação continuava inalterada, vindo a se modificar somente em 1955, quase ao fim do governo Perón que, então, já não dominava mais a situação.

Quanto à programação, no caso da radionovela, como já foi citado, havia semelhanças mas também diferenças na questão da temática. O gauchesco argentino não teve um equivalente muito forte no Brasil pelas razões já explicitadas. Quanto ao humor, o seu aparecimento no rádio foi praticamente simultâneo nos dois países. Os programas de monólogos e de duplas humorísticas fizeram parte da programação inicial. Mais tarde, programas mais bem estruturados foram introduzidos. A grande diferença que se estabelece está no fato de, no Brasil, Vargas ter incentivado o humor em relação à sua

pessoa (há, inclusive, relatos que indicam terem sido os censores das emissoras, durante a ditadura, mais rígidos que o próprio presidente em relação às sátiras irradiadas), enquanto que, na Argentina, Perón não permitia brincadeiras sobre si.

Os programas esportivos, por outro lado, foram incentivados pelos dois governantes. Perón era adepto das corridas de automóveis, tendo prestigiado o corredor argentino "Fangio" em suas competições. O próprio presidente gostava de esporte: esqui e equitação. Já os programas jornalísticos apresentavam maiores problemas, uma vez que de política só era possível falar sobre o permitido (no Brasil, em relação ao primeiro período Vargas, porque, no segundo, não havia ingerência maior sobre as emissoras).

O fato das emissoras operarem comercialmente dava uma autonomia relativa - as giras das companhias artísticas eram bancadas pelos próprios empresários que, em relação aos programas de entretenimento, não tinham maiores problemas.

Nacionalismo/Cidadania/Imaginário

Inserido no projeto nacional-populista, o rádio contribuiu, de alguma forma, com essa nacionalização e, por conseqüência, com o processo de conquista de cidadania. Isto na medida em que, conforme BARBERO (Op. cit. p. 154), "o rádio se constituiu em chave da gestação do sentimento nacional, na tradução da idéia de nação, em sentimento e cotidianeidade". Isto porque houve a possibilidade das culturas rurais chegarem à cultura urbana, com a introdução de uma cultura oral, sem a perda total da identidade rural.

Pode-se dizer, então, que o Estado nacional-populista daqueles anos propiciou transformações modernizadoras nas duas sociedades. Por não contar com categorias sociais capazes de promover a industrialização (principalmente no caso brasileiro), o Estado tomou a si a tarefa: reuniu os capitais necessários, valendo-se principalmente da poupança interna; criou empresas estatais básicas que induziram o surgimento de empresas privadas; estabeleceu reservas de mercado para proteger as indústrias nascentes; promoveu estímulos, subsídios, isenções, incentivando a formação de um mercado interno. "Não foi um empreendimento apenas nacional, mas também popular. O Estado criou uma noção de povo que permitiu associar classes normalmente antagônicas. Isto legitimou

uma relação direta entre líderes carismáticos e massas deserdadas". (FREITAS, 1991, p.4)

No populismo, a noção de povo abrangia a todos, ricos e pobres, empresários e trabalhadores, grandes e pequenos - a nação. O Estado nacional-populista oportunizou, assim, conquistas importantes, mas como o autoritarismo era inerente, não permitiu a democracia. Havia, então, crescimento econômico e justiça social sem democracia (no primeiro governo Vargas e no de Perón). No segundo governo Vargas, havia democracia e também a tentativa de levar em frente o projeto nacionalista - mas o esquema de alianças e o momento político eram outros. Não deu certo. O mesmo aconteceu com Perón, embora continuasse tentando governar no mesmo estilo anterior.

Dentro desse esquema, o rádio, embora sofrendo pressões políticas e econômicas, censura, ameaças oficiais, ações judiciais e pressões legais, contribuiu de certa forma para o desenvolvimento social. Tanto que, mesmo com todas essas sanções, chegado o momento de esgotamento do modelo, não foi empecilho para as transformações que viriam a ocorrer. Ou seja, o rádio como um meio de comunicação, por si só, não pode modificar a sociedade (pode, talvez, atrasar um processo), mas a decisão final caberá sempre à coletividade que necessita de mudanças. (HAUSSEN, 1993)

A rádio Nacional, durante o primeiro período de Vargas, por exemplo, desempenhou um papel nacionalista e homogeneizador, como parte de um projeto mais amplo, mas também dentro de suas possibilidades. No segundo governo, embora fosse a maior e a mais qualificada emissora do país, prosseguiu com a sua programação e foi usada, dentro do possível, para dar sustentação ao governo - mas não pode fazer milagre.

No caso das emissoras argentinas, que estavam todas em mãos de pessoas ligadas ao governo e contavam com uma censura ainda mais férrea após a morte de Eva Perón, em 1952 (quando a situação política e econômica do país já não era a anterior), o desfecho foi o mesmo - chegado o momento, nenhum mecanismo do governo foi suficiente para impedir o movimento transformador. Até porque as informações chegavam através das emissoras uruguaias.

O papel desempenhado pelo rádio sob os dois governos populistas, em última análise, deve ser visto tanto do âmbito da comunicação (dentro da história) como da cultura. Embora fosse, naquele momento, o único veículo realmente de massa, não era

somente essa a explicação para o seu sucesso: acima de todas as sanções vividas, o rádio relacionava-se com o imaginário popular. O que era apresentado era o vivido, o que dava prazer, o que mexia com as emoções - o espelho, enfim. Um espelho que podia, às vezes, distorcer a imagem, mas que não a modificava totalmente em sua essência. O que remete ao indicado por FADUL (op. cit.) como a necessidade de outros pontos de partida para a discussão cultural que ultrapassem uma visão iluminista e difusionista, pensando a cultura a partir dos dominados, "como uma manifestação de vida e não como um conjunto de atividades relacionadas aos interesses de determinadas parcelas da população".

O rádio, então, foi usado como instrumento de mediação por Perón e Vargas com as massas, dentro de determinados projetos políticos. O veículo, no entanto, era anterior aos dois governantes, não foi uma criação de ambos (como na Itália, onde Mussolini ascende ao poder juntamente com o início do período da radiodifusão). As emissoras brasileiras e argentinas, atuando dentro do mercado de empresas privadas, com a competição, tiveram que ter, de alguma forma, mais liberdade de programação para gerar o lucro, o que possibilitou certas brechas (os programas humorísticos, no caso do Brasil, exploravam o que era possível).

Se o rádio fosse totalmente instrumentalizado, como determinados jornais partidários, por exemplo, não teria o sucesso que teve. A sempre citada rádio-alemã, durante o período de Hitler, uma rádio onipresente, instalada através de auto-falantes, nas praças, nas ruas, nas fábricas - que não dava quase nunca nenhuma chance de escape - não impedia, no entanto, que grande parcela da população buscasse outro tipo de informação, de forma clandestina, em emissoras estrangeiras. O que demonstra haver sempre uma demanda da sociedade mais pluralista e que repele o monolítico.

Neste sentido, Perón e principalmente Vargas, souberam utilizar melhor o veículo, mantendo uma programação mais livre, utilizando-o, quando necessário. O que por um lado, auxiliou seus projetos e, por outro, deixou o meio de comunicação mais solto, lembrando BACHELARD (1985, p. 177): "o rádio é uma função de originalidade. Não pode se repetir. Deve criar a cada dia. Não é simplesmente uma função que transmite verdades, informações. Deve ter vida autônoma, nessa logosfera, nesse universo da palavra, nessa palavra cósmica que é uma nova realidade do homem".

Após a análise do contexto dos dois países e da história do

rádio nos mesmos, pode-se dizer que o veículo possui uma história própria que vai além das conjunturas - Vargas e Perón passaram, o rádio permaneceu ... contando outras histórias, sobre outros contextos que, por sua vez, têm a ver com o anterior e ...

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACHELARD, Gaston. **O direito de sonhar**. São Paulo, Difel, 1985.
- BARBERO, Jesus Martín. **Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista**. México, Felafacs/ GG, s/d.
- CAPARELLI, Sergio. "Políticas de Radiodifusão no Brasil", **Cadernos INTERCOM**, n.8, Cortez/Intercom, dez/1985.
- FADUL, Anamaria. **Violência, Rádio e Imaginário Popular**. São Paulo, mimeo, s/d.
- FREITAS, Décio. "O Estado Nacional Populista". Porto Alegre, **Zero Hora**, Ed. Jornalística RBS, 1/12/91, p. 4.
- HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política: Tempos de Vargas e Perón**. São Paulo, Tese de Doutorado apresentada à ECA/USP, 1993.
- WEFORT, Francisco. **O populismo na política brasileira**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1980, 2. ed.

ENTREVISTAS

- MAZZIOTTI, Nora. Professora da UBA. Buenos Aires, 1991, depoimento à autora.
- RIVERA, Jorge B. Historiador. Buenos Aires, 1991, depoimento à autora.

Texto apresentado no GT "Rádio: história, gêneros e linguagem", XVI Congresso Brasileiro de Pesquisadores da Comunicação INTERCOM - Universidade Federal do Espírito Santo Vitória - 1993

DORIS FAGUNDES HAUSSEN

Coordenadora do Curso de Pós-Graduação em Comunicação Social;
Dirª em Ciências da Comunicação,
ProF FAMECOS-PUCRS e FABICO-UFRGS