

A comunidade radiouvinte e o sentimento de pertencimento¹

Marta Regina Maia²

Universidade Metodista de Piracicaba (docente)

Resumo

O propósito deste trabalho é discutir o papel do rádio em sua “época de ouro”, período em que o rádio fornece os primeiros indícios do fenômeno da centralidade dos meios de comunicação que se torna crescente do século XXI, em especial com as novas tecnologias comunicacionais. Quando começa a entrar em um estágio de popularização mais acentuado, a partir do final dos anos 30, o rádio torna-se um componente essencial das práticas culturais de uma época. Torna-se uma referência diuturna para a população, criando assim uma certa base para a formação de uma comunidade de radiouvintes.

Palavras-chave

Processos mediáticos e culturais; rádio; pertencimento; comunidade radiouvinte; “época de ouro”.

¹ Trabalho apresentado ao NP Rádio e Mídia Sonora, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² *Marta Regina Maia* é Doutora em jornalismo - Ciências da Comunicação - pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), Mestre em Educação pela Universidade Metodista de Piracicaba e professora da Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep). Jornalista formada pela PUC Campinas e Historiadora formada pela Unicamp. Participa ainda do Grupo de Pesquisa "Processos Mediáticos e Culturais" (registrado no CNPq) e coordena o Grupo de Estudos “Comunicação, Cultura e Recepção”, da Unimep. E-mail: marta@martamaia.pro.br.

Introdução³

O rádio, em seus “anos dourados”, como veículo de maior interferência nos lares brasileiros, “criou sua própria esfera pública” (HOBSBAWM, 1995, p. 195). Para o historiador Eric Hobsbawm “a mais profunda mudança que ele trouxe foi simultaneamente privatizar e estruturar a vida de acordo com um horário rigoroso, que daí em diante, governou não apenas a esfera do trabalho, mas a do lazer” (1995, p. 195). As pessoas podiam dialogar de uma maneira um pouco mais horizontal, pois o conteúdo veiculado era de domínio de uma parcela expressiva da população, que tinha suas conversas e discussões no trabalho, na escola, com os vizinhos, baseadas no que havia sido transmitido no dia anterior. Pode-se dizer que rádio fornece os primeiros indícios do fenômeno da centralidade dos meios de comunicação que se torna crescente do século XXI, em especial com as novas tecnologias comunicacionais.

Quando começa a entrar em um estágio de popularização mais acentuado, a partir do final dos anos 30, o rádio passa a promover novas práticas sociais como a participação em programas de auditório, a formação de fãs-clubes, a escuta coletiva e familiar. Tratava-se de uma referência diuturna para a população, criando assim uma certa base para a formação de uma comunidade de radiouvintes.

A noção de comunidade radiouvinte tem como referência o conceito de comunidade elaborado por Max Weber, que denomina comunidade a uma relação “quando a atitude na ação social – no caso particular, em termo médio ou no tipo puro – inspira-se no *sentimento* subjetivo (afetivo ou tradicional) dos partícipes da *constituição de um todo*” (1973, p. 140).

O aspecto geográfico deixa de ser uma categoria essencial para a existência de uma comunidade. Pode-se dizer que isso passa a ocorrer já no século XVI, dado o crescimento das relações mercantis e da formação dos estados nacionais. Benedict Anderson fornece os elementos que contribuíram para a existência das novas “comunidades imaginadas” ao dizer que “foi uma interação semifortuita, mas explosiva, entre um sistema de produção e de relações produtivas (capitalismo), uma tecnologia de comunicações (a imprensa) e a fatalidade da diversidade lingüística do homem” (1989, p. 52).

O conceito apresentado por Anderson refere-se à discussão sobre a formação das nações em que os indivíduos não se conhecem, mas se percebem no universo simbólico propiciado por fatores subjetivos. Entretanto, o caráter restrito deste conceito fornece

³ Este trabalho é um dos tópicos do 3º capítulo da minha tese de doutorado (ver Bibliografia), com algumas modificações.

elementos para trazer à tona a relação entre ouvintes e rádio como uma comunidade radiouvinte. O próprio Anderson já levantava esta probabilidade:

Existe, neste caso, analogia evidente com os respectivos papéis das *intelligentsias* bilíngües e dos operários e camponeses, na maioria analfabetos, na gênese de determinados movimentos nacionalistas – antes do advento do rádio. Inventado apenas em 1895, o rádio tornou possível ignorar a imprensa e dar nascimento a uma representação auditiva da comunidade imaginada, onde a página impressa dificilmente penetrava. Seu papel nas revoluções vietnamita e Indonésia e, em geral, nos nacionalismos de meados do século XX, tem sido muito subestimado e muito mal estudado. (1989, p. 64)

O rádio no Brasil e o sentimento de pertencimento

Se o Estado brasileiro, no final do século XIX, havia conseguido estabelecer certas premissas que o qualificavam como tal, com uma burocracia organizada e um sistema jurídico⁴, esta situação expressava, portanto, uma dominância do modo de produção capitalista. O rádio brasileiro surge neste contexto de relações produtivas articuladas no plano internacional⁵, sem, entretanto, apresentar-se como elemento integrante destas mesmas relações, na medida em que surge como uma iniciativa de Roquette Pinto e Henry Morise, sem uma interferência do governo ou dos setores privados da sociedade.

Em sua primeira década de existência, o rádio ainda não havia despertado tanto o interesse da sociedade até porque, além da programação elitista, não havia atingido, de uma forma geral, as diversas camadas da sociedade. Porém, quando começa a irradiar programas diversificados, quando se percebe o seu potencial comercial e ainda quando começa a ganhar *status* no interior das casas, com a aquisição de aparelhos para sua audição, o rádio estabelece laços afetivos que o colocam no centro das mediações existentes no interior da sociedade.

Os dispositivos informacionais transformam os pré-requisitos de contigüidade e distância em variáveis de importância cada vez menor, fazendo com que as relações humanas prescindam do espaço, da mesma maneira que os sentimentos possam dirigir-se a uma pessoa distante.

⁴ Décio SAES, *A formação do estado burguês no Brasil (1888-1891)*. O autor estabelece que a formação do Estado burguês no Brasil teve como processo de sua manifestação a Abolição da Escravatura (1888), a Proclamação da República (1889) e a Assembléia Constituinte (1890-1891), reforçando que as dominâncias do modo de produção capitalista ocorreram, entretanto, após o que ele denominou de revolução política burguesa de 1888-1891.

⁵ A primeira emissora de rádio surge em 1923, embora outras experiências radiofônicas tenham sido realizadas anteriormente.

Nesse sentido, o que se observa é o declínio, cada vez mais evidente, de importância da comunidade local. A identificação territorial, que para a cidade e a nação tem sido historicamente importante, cede lugar a identificações – o que é fundamental para a existência da comunidade – pautadas por outros referentes, como ideologia, classe social, etc.(PAIVA, 1998, p. 76)

Com o desenvolvimento das comunicações, especialmente com o advento do rádio, o espaço deixa de ser um empecilho para o estabelecimento de relações comunitárias. “Assim, o homem torna-se livre para solidarizar-se, cooperar, amar uma pessoa escolhida por critérios diversos daqueles de sangue - no caso dos parentes - e de solo - os vizinhos e conterrâneos”. (PAIVA, 1998, p. 77)

Este sentimento comunitário perpassa a vida cultural dos indivíduos. Ao discutir o conceito de cultura, Raymond Williams faz uma crítica a certas visões “marxistas” que separaram a cultura da vida social material, deixando de analisar as possibilidades da cultura “como um processo social constitutivo, que cria ‘modos de vida’ específicos e diferentes, que poderiam ter sido aprofundados de forma notável pela ênfase no processo social material” (1979, p. 25). Ele explica que o estabelecimento de certas “leis científicas” no interior da sociedade relegou a cultura a um segundo plano, descaracterizando sua análise a partir de suas especificidades situando-a num plano determinista, “um campo de ‘simples’ idéias, crenças, artes, costume, determinado pela história material básica” (1979, p. 25). Este tipo de leitura social transformou as experiências sociais em modelos fixos, descartando o aspecto da singularidade.

A valorização de uma visão que extrapola o conceito de cultura como reflexo imediato das condições econômicas da sociedade amplia o campo da análise. Este passa a levar em consideração as experiências vividas e as tensões adjacentes a este mesmo processo, que existem independente de classificações ou generalizações geralmente pensadas a partir de critérios racionalizantes. Raymond Williams vai denominar de “estruturas de sentimento” a estas experiências e relações sociais:

O termo é difícil, mas “sentimento” é escolhido para ressaltar uma distinção dos conceitos mais formais de “visão de mundo” ou “ideologia”. Não que tenhamos apenas de ultrapassar crenças mantidas de maneira formal e sistemática, embora tenhamos sempre de levá-las em conta, mas que estamos interessados em significados e valores tal como são vividos e sentidos ativamente, e as relações entre eles e as crenças formais ou sistemáticas são, na prática, variáveis (inclusive historicamente variáveis), em relação a vários aspectos, que vão do assentimento formal com dissentimento privado até a interação

mais nuançada entre crenças interpretadas e selecionadas, e experiências vividas e justificadas. (1979, p. 134)

Dentro desta concepção, é possível dizer que a análise do cotidiano da produção cultural, incluindo neste processo também as suas esferas de recepção e as diversas mediações decorrentes⁶, vai mostrar que as relações ocorrem dentro de um espírito de trocas e não de simples manipulação de quem produz. Transportando esta discussão para o período e o tema em questão é viável afirmar que o rádio gera novos comportamentos, revoluciona modos de viver, criando certas demandas coletivas, que só puderam ocorrer devido ao seu alto grau de interação.

Jesús Martín-Barbero, ao discutir as chaves da trama conceitual da investigação na América Latina (1995), vai levantar alguns aspectos que os novos estudos da vida cotidiana tem proporcionado para a pesquisa neste campo. Em primeiro lugar, ele destaca a ruptura com uma visão que identifica a vida cotidiana como um espaço de reprodução da força de trabalho, afirmando que “a vida cotidiana é o lugar em que os atores sociais se fazem visíveis do trabalho ao sonho, da ciência ao jogo” (1995, p. 59), ou seja, ela tem um papel importante na produção da trama social.

Outra ruptura promovida por estes estudos é com os chamados grandes sentidos da vida, pois “resgatar o sentido comum é resgatar esse viver cotidiano como espaço de produção de conhecimento e como espaço de produção e de troca de sensibilidade”(1995, p. 60). Ao levantar este aspecto, Martín-Barbero, referenciando-se em Habermas, esclarece o papel da comunicação como categoria central no processo de investigação do real. Ele ainda apresenta o consumo como um importante elemento tanto da distinção como da circulação de sentidos, acrescentando duas dimensões essenciais, que são os desejos e os ritos, porque consumir faz parte “da relação desejante entre sujeitos da interpelação que nos constitui como sujeitos [...] O consumo tem seu ritual, [...], tem sua lógica, segundo diferentes atores sociais, grupos, classes, etnias e gerações” (1995, p. 62-63).

Outra chave conceitual sugerida pelo autor é a da leitura. Os novos estudos vão pensar o texto em uma relação dialógica, interativa e vão levar em consideração ainda a importância dos gêneros nesse processo. Este trabalho, portanto, pretende compreender a relação entre ouvinte e rádio a partir das questões levantadas por Martín-Barbero, tão bem sintetizadas por Mauro Wilton de Sousa:

⁶ Valho-me especialmente da pesquisa realizada para a produção da minha tese de doutorado (ver bibliografia), em que trabalhei com a pesquisa das práticas de recepção mediática, com o apoio da História Oral. Foram entrevistadas 10 pessoas com mais de 64 anos, ligadas a instituições diferenciadas, que se dispuseram a dar o seu depoimento, e que viveram de maneira intensa a relação cotidiana com emissoras de rádio no município de São Paulo nas décadas de 30 à 50.

Assim, os media são vistos enquanto espaço aglutinador na fragmentação social, espaço de centralização nesses processos de exclusão das pessoas. Aqui identidade se confunde com a busca de um comum, com mediações entre o vivido isolado, fragmentado e diferente, e a necessidade de seu oposto pela inclusão. (1999, p. 15)

Se, na atualidade, o pertencimento faz parte de uma busca pela inclusão ante processos de fragmentação, é possível dizer que nas décadas de 40 e 50 esta noção já começa a se esboçar na medida em que boa parte da população estava alijada da vida cultural articulada (especialmente da chamada cultura letrada), afinal o índice de analfabetos em 1940, no Brasil, era de 61,8%, sofrendo pequena alteração na década seguinte: 58%⁷. Outro aspecto importante é que o movimento migratório começa a ter uma dimensão ampliada, em que milhares de pessoas vêm do campo para as cidades e vêm no rádio mais um componente de inserção na vida urbana.

Construção da identidade da nação brasileira, construção da identidade do rádio, pois em torno do veículo também é construída uma comunidade imaginada. Comunidades imaginadas, no caso da nação, a partir de pressupostos relacionados à etnia, ao espaço geográfico e à língua, enquanto no veículo radiofônico esta noção está mais vinculada ao imaginário, ao devaneio, à matriz dramática como uma espécie de herança mítica do povo latino-americano. É possível então situar o pertencimento como uma forma de objetivação deste imaginário.

O rádio, ao proporcionar a diversão lúdica, rompe com a vida cotidiana, adquirindo uma relativa autonomia e, por outro lado, na medida em que estabelece vínculos afetivos, faz de sua audição uma necessidade constante. Ao trazer elementos do fantástico, ele estabelece uma dimensão de satisfação. É possível relacioná-lo a um jogo, que

ornamenta a vida, ampliando-a, e nessa medida torna-se uma necessidade tanto para o indivíduo, como função vital, quanto para a sociedade, devido ao sentido que encerra, à sua significação, a seu valor expressivo, a suas associações espirituais e sociais, em resumo, como função cultural. Dá satisfação a todo o tipo de ideais comunitários. Nesta medida, situa-se numa esfera superior aos processos estritamente biológicos de alimentação, reprodução e autoconservação. (HUIZINGA, 1990, p. 12)

⁷ IBGE, VI recenseamento geral do Brasil -1950. In: André Madrid CASQUEL, *Aspectos da teleradiodifusão brasileira*, p. 86.

Saindo da esfera estritamente material ou biológica, o rádio permite que a sensualidade, no sentido de captar e expressar diversos sentidos, saia desavergonhadamente de suas ondas eletromagnéticas e ingresse nos corações de seus ouvintes, explicitando assim um clima emotivo, capaz de ocorrer somente em situações de interação.

Ao caminhar em direção aos circuitos populares, o rádio pôde desenvolver uma trajetória permeada pelo elemento lúdico, mas que era composta ainda pela informação e a criação de necessidades de consumo. É possível dizer então que uma rede complexa de interesses permeou a cultura radiofônica desse período, incluindo em seu entorno pessoas que antes eram excluídas do espaço público justamente por serem analfabetos ou não terem completo domínio da escrita e da leitura.

O grau de intimidade estabelecido entre ouvinte e locutor/artista de rádio concretizava-se na fidelidade assumida. Entre as muitas histórias que podem justificar essa afinidade vale a pena relatar a experiência da ex-radioatriz da Rádio Tupi de São Paulo, Zilda Fecarotta:

Chegava carta, eu tive cartas de encher caixote [...] pra mim tinha um valor imenso porque eram pessoas simples, que às vezes mal sabiam escrever, mas a inteligência era muito grande, aguçada, porque comentavam, falavam a respeito do que tinham ouvido. Então, isso era muito bonito. Outra parte que eu considerava primordial na novela de rádio era o bem que a gente fazia para aquelas pessoas que estavam hospitalizadas, que era a distração delas, que não precisavam olhar, não precisavam ler letreiros porque era tudo dito a elas. Se eram cegas, elas se envolviam de uma maneira tão bonita, sabe? Eu recebia correspondência de um sanatório de leprosos, eu não sei se ainda existe... porque hoje em dia essa doença não é mais tratada como naquela época; era muito triste, muito triste.⁸

O fascínio exercido pela radiodifusão acontecia, no início, devido ao desconhecimento da própria tecnologia, entretanto quando o novo começa a deixar de sê-lo, são os programas que transportam as mentes dos radiouvintes para espaços etéreos. Programas musicais, com seus cantores e cantoras; programas humorísticos, rompendo a sisudez cotidiana; transmissões esportivas, transportando o ouvinte para outros campos; programas de variedades, aconselhando e contribuindo para a formação dos ouvintes; as radionovelas, cativando especialmente as mulheres; notícias que ajudavam o ouvinte a se manter informado e ainda, não se pode negar, as propagandas de produtos, que criavam novas necessidades de consumo. Enfim, transportando algo que não tinha um destino final, que não tinha um porto fixo para atracar, pois as mensagens não acabavam ao chegar nos lares, pelo contrário, ecoavam nos

⁸ Entrevista à Marta Regina Maia.

corações, mentes e conversas cotidianas. E é esse contexto que os sambistas César Cruz e Moreira da Silva conseguiram retratar no samba-canção gravado em 1946, intitulado Estúdio Azul:

Céu
Estúdio Azul
Lua
Microfone de um cantor
Lua que transmite as serenatas
Que eu faço a noite inteira
Em louvor ao meu amor.

Cada canção que eu canto
Mais uma estrela aparece
Na platéia da ilusão.
Cada estrela que me ouve
Manda dizer que é fã (TINHORÃO, 1981, p. 117)

A dimensão estratosférica é apresentada nesta letra, que traz ainda, um dos mais importantes elos de ligação entre rádio e ouvintes: os fãs. Embora não seja o sujeito deste trabalho, é interessante conhecer a origem do termo e do fenômeno. De acordo com José Ramos Tinhorão (1981, p. 124), o termo surgiu da abreviação feita pelos norte-americanos da palavra *fanatic* (dada a admiração fanática para com os cantores) e foi divulgado no Brasil, inicialmente, como fan, ganhando posteriormente a grafia fã. Ainda para o pesquisador, o fenômeno “constituía não apenas a prova da popularidade do artista, mas seu mercado potencial, na hora de vender os discos” (1981, p. 125-126). Milhares de fãs-clubes foram criados por todo país, incentivados pelas próprias gravadoras e empresários dos artistas, mas também como uma tentativa do público ouvinte em se aproximar ainda mais do seu ídolo. Mesmo quem não pertencia a nenhum fã-clubes tentava uma aproximação com seus ídolos, por intermédio das cartas enviadas às emissoras e também por intermédio do próprio circuito cultural do período, como os shows nas praças e circos.

Qual é a principal motivação para a ocorrência desse fenômeno específico e o fenômeno mais geral, traduzido no vínculo afetivo estabelecido? Para alguns pesquisadores a resposta resume-se nas palavras manipulação e alienação, mas para outros ela pode ser pensada a partir de uma análise menos racionalizante, como tão bem avalia Michel Maffesoli, ao discutir o fantástico cotidiano:

“Em nosso universo asséptico e sem asperezas aparentes ao fim de um processo de racionalização eficaz, talvez seja interessante observar que o fantástico, a ficção impregnam radicalmente o espírito humano

[...] A parte do imaginário é importante naquilo que chamamos de minúsculas situações da vida cotidiana. Para além dos vários dogmatismos e/ou positivismos que começam a perder o fôlego, a importância do imaginário é agora reconhecida, e múltiplos trabalhos mostraram como ele estruturava a sociabilidade básica”. (1984, p. 64)

A construção de cenários mentais pelos radiouvintes, bem diferente da televisão que estimula o elemento sensorial da visão, pode ser encarada como um aspecto democratizador do rádio na medida em que as imagens podiam ser construídas a partir das referências individuais e coletivas de um indivíduo. Estas imagens, entretanto, não impediam a sua ressignificação cotidiana, ocorrida por intermédio das conversas entre familiares, amigos, vizinhos, fãs-clubes, nos programas de auditório, nas cartas enviadas, enfim, nas diversas práticas sociais que traduzem a noção de pertencimento a uma comunidade radiouvinte.

O rádio dá ao ouvinte a impressão de um repouso absoluto, de um repouso enraizado. O homem é uma planta que pode se transplantar, mas é preciso que sempre se enraíze. Ele criou raiz na imagem apresentada pelo locutor. Fará florescer uma flor humana. Saberá justamente que possui um inconsciente. Acabaram de traduzir para ele coisas claras sob forma obscura. É necessário procurar um pouco o obscuro. (BACHELARD, 1985, p. 180)

Quando o mistério, “radiodifundido” (BACHELARD, 1985) pelo veículo, fica esclarecido, muitas vezes ocorre uma decepção (não com o rádio, mas com a imagem “distorcida” pelo real). As inúmeras cenas veiculadas, por exemplo, pelas radionovelas podiam ser imaginadas pelos ouvintes a partir de sua própria realidade. Muito diferente das cenas veiculadas atualmente pela televisão, já que a imagem é muito nítida para todos, não há como criar. Como essa relação era permeada principalmente pelo aspecto lúdico, um pouco de desconhecimento poderia ser um quê a mais neste envolvimento.

Esse processo está longe de se localizar somente nos efeitos provocados pela veiculação das mensagens. Ele mantém uma estreita conexão com o próprio fluxo de sinais emitidos, que podem ser assimilados ou descartados, indicando uma posição ativa do receptor, mesmo havendo limites nesta posição, afinal sempre houve uma relação paradoxal no funcionamento dos meios de comunicação na sociedade brasileira, pois ao mesmo tempo em que sempre atendeu prioritariamente aos interesses privados, os meios também precisavam falar a linguagem dos despossuídos, caracterizando assim espaços de trocas. Estas trocas foram acentuadas no caso do rádio porque, mesmo atendendo a interesses políticos e comerciais, o veículo tinha a necessidade de se popularizar para ser consumido. E o rádio, por intermédio de uma linguagem coloquial, aproximou-se ainda mais do seu público.

A linguagem reflete a hierarquia social instaurada, a hierarquia oficial das apreciações (em relação às coisas e noções) e as fronteiras estáticas entre as coisas e os fenômenos instituídas pela concepção do mundo oficial.

Mas quanto menos oficial é a linguagem e mais familiar, mais freqüente e substancialmente se aliam esses tons, mais se enfraquece a fronteira entre o louvor e a injúria; esses começam a coincidir em uma única pessoa e uma única coisa, enquanto representantes de um mundo em devir. As fronteiras oficiais fixas entre as coisas, os fenômenos e os valores, começam a misturar-se e a apagar-se. (BAKHTIN, 1987, p. 368)

Em 1940, Mário de Andrade produziu um instigante texto a partir de uma discussão sobre a linguagem radiofônica na Argentina⁹. Após comentar os resultados desta discussão, ele traduz a polêmica para o caso brasileiro, afirmando que o rádio tem uma linguagem específica, justamente pela necessidade de “convencimento”, mais imediato:

A cultura do rádio, baseada no vôo infixável da palavra falada, moldada por elementos próprios, como o da minutagem, que tem que ser curta não por interesses, econômicos apenas, mas psicológicos, de fadiga, de audição desprovida dos elementos plásticos da oratória, etc [...] A geografia do rádio não alcança as montanhas elevadas da cultura. Fica-se pelos vales, pelos platôs largos e pelos litorais. Daí a sua linguagem particular, complexa, multifária, mixordiosa. (1972, p. 209-210)

Outra questão que se coloca é a diversidade da programação no rádio nos “anos dourados”. Diferente da própria televisão, que herdou do rádio boa parte de sua programação, e expandiu-se - graças ao advento dos satélites e das inovações tecnológicas como o videoteipe - muito mais em forma de redes e afiliadas, padronizando assim a sua programação, o rádio conseguiu manter uma programação um pouco mais diversificada.

Considerações finais

O potencial democrático da radiodifusão é inegável, ainda que este veículo, por não estar dissociado do sistema político-econômico em voga, possa ser usado por regimes totalitários ou por grandes corporações. Nesse sentido, é importante ressaltar que o modelo brasileiro de radiodifusão é privado, com complementaridade do serviço público e estatal.

⁹ A língua radiofônica. In: *O empalhador de passarinho*. O autor conta que foi realizada, na Argentina, uma pesquisa com diversas instituições culturais, com o intuito de se verificar quais alterações deveriam ocorrer no conteúdo veiculado pelas emissoras de rádio.

O modelo de radiodifusão brasileiro, portanto, nunca esteve dissociado das políticas governamentais. Avaliando-se a legislação e a organização adotadas nota-se a interferência dos governos e do próprio mercado, entretanto é possível também perceber inúmeras brechas em um indústria cultural que ainda estava em processo de formação. É importante levantar esta questão, mesmo que rapidamente, na medida em que, ao pensar o rádio também como transmissor de uma riqueza cultural que fazia (e ainda faz) com que milhares de ouvintes tivessem (e alguns ainda têm) no rádio uma grande companhia, não se pretende desconsiderar este aspecto estrutural da sociedade.

Como elemento constituinte da cultura, o rádio conseguiu agregar, de maneira especial, uma comunidade de radiouvintes virtual que tinham neste veículo a sua maior referência cultural. Como diz Walter Benjamin, a comunidade de ouvidos já não existe mais (1984, p. 205), dificilmente as pessoas escutam umas às outras. Na Época de Ouro do rádio, é possível então falar de um ambiente de escuta diferenciado dos dias atuais. A arte manual, condição essencial para esta escuta, ainda de acordo com Benjamin, tinha a possibilidade de ser exercitada no momento da audição. Como muitas das profissões da época ainda eram da área manufatureira, é comum ouvir relatos de costureiras, alfaiates, bordadeiras, empregadas domésticas, donas de casa, entre outros, que realizavam suas tarefas ao som do aparelho.

A sociabilidade proporcionada pelo rádio criou laços de afetividade entre público e emissoras, que permearam todo o imaginário coletivo, expresso a partir desta troca de sensações, que realizava-se de maneira acentuada, pois a relação estabelecida era de cumplicidade. Esta relação também pôde ser observada em diversos materiais da época, em especial nas revistas do rádio, que proporcionavam um suporte essencial para a circulação de sentidos na esfera social. É importante registrar ainda que o rádio não participou somente de um processo simbólico, mas que também estimulou o consumo, afinal muitos de seus programas eram patrocinados por empresas que buscavam no veículo um apoio para a ampliação de suas vendas.

Ao trabalhar com a oralidade, o rádio pôde introduzir variadas informações, pelas ondas sonoras, idéias e sentimentos, participando efetivamente do cotidiano familiar. Tratava-se de formar não só uma comunidade de radiouvintes dentro da casa, a ouvir e discutir as informações trazidas por certa “companhia”, mas também de formar uma comunidade mais ampla (externa aos lares) em um conjunto “unificado”, agrupado, em torno de assuntos e referências comuns. Esta companhia então, levava assim uma “cultura” antes inacessível e restrita do circuito da chamada cultura letrada para perto de milhares e milhares de ouvintes.

Bibliografia

- ANDERSON, Benedict. *Nação e Consciência Nacional*. São Paulo: Ed. Ática, 1989.
- ANDRADE, Mário de. A língua radiofônica. In: *O empalhador de passarinhos*. São Paulo: Ed. Martins, 1972.
- BACHELARD, Gaston. Devaneio e rádio. In: *O direito de sonhar*. São Paulo: DIFEL, 1985.
- BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: Contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec, 1987.
- BENJAMIN, Walter. O narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: *Magia e técnica, arte e política: Ensaios sobre literatura e história da cultura*. 6ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- HOBBSAWM, Eric. *Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens: O jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 1990.
- MADRID, A. Casquel. *Aspectos da telerádiodifusão brasileira*. 1972. Tese (Doutorado em Comunicação). Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.
- MAFFESOLI, Michel. *A conquista do presente*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.
- MAIA, Marta Regina. *Quadros radiofônicos: memórias da comunidade radiouvinte paulistana (1930-1950)*. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação) Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. América latina e os anos recentes da recepção em comunicação social, In: SOUSA, Mauro W. de (org), *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- PAIVA, Raquel. *O espírito comum: Comunidade, mídia e globalismo*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- SAES, Décio. *A formação do estado burguês no Brasil (1888-1891)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.
- SOUSA, Mauro Wilton de. Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público. In: Revista Novos Olhares, nº 3, ano 2, 1999.
- TINHORÃO, José Ramos. *Música popular - Do gramofone ao rádio e TV*. São Paulo: Ática, 1981. Coleção Ensaios, 69.
- WEBER, Max. Comunidade e sociedade como estruturas de socialização. In: Fernandes, Florestan (org) – *Comunidade e Sociedade*, São Paulo: Ed. Biblioteca Universitária, 1973.
- WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1979.

Entrevista:

Zilda Fecarotta, em 3 de outubro de 2001.