



Em Busca do Rádio de Autor: Apontamentos Para Uma Revisão Crítica da História do Rádio no País¹

Eduardo VICENTE²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Este texto se propõe a oferecer alguns apontamentos para uma discussão crítica da história do rádio no país, que valorize sua dimensão mais propriamente autoral. Ele parte do entendimento de que a visão hegemônica que se estabeleceu acerca da história do veículo no Brasil acaba por dificultar uma discussão mais abrangente de seus autores, de seu repertório e das suas potencialidades de desenvolvimento diante do leque de alternativas de produção, difusão e uso social oferecidos pelas novas tecnologias digitais. Dentro deste quadro, é desenvolvida uma discussão crítica do relato sobre a história no Brasil oferecido por Gisela Ortriwano em seu livro “A Informação no Rádio”, publicado em 1985.

Palavras-Chave: teoria do rádio; história do rádio; linguagem radiofônica

A massa ainda comerá o biscoito fino que eu fabrico
Oswald de Andrade

Este texto se propõe a oferecer elementos para o que considero como uma necessária revisão crítica e ampliação do debate em torno da história do rádio no país no sentido da valorização de sua dimensão mais propriamente autoral e artística. Esta questão, no contexto de minhas pesquisas sobre o rádio, liga-se ao conceito de “rádio possível”, que comecei a desenvolver em 2006 como uma tentativa de afirmação da possibilidade de existência de um rádio mais experimental, autoral, vinculado ao que Balsebre (1994) denomina como o caráter expressivo do veículo, frequentemente colocado em segundo plano diante do seu amplo potencial de difusão. A proposição desse conceito parte da premissa de que, diante das novas alternativas abertas para a produção e veiculação radiofônica a partir dos diferentes usos sociais possibilitados

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor de Rádio do Curso de Audiovisual da ECA/USP. E-mail: eduvicente@usp.br e edduvicente@gmail.com.

pelas tecnologias digitais, faz-se necessária uma discussão crítica dos referenciais teóricos, da estética e da história do veículo no país que possa nos oferecer uma visão mais “aberta” do rádio, apta a explorar as múltiplas possibilidades desse seu novo momento. Por isso, entendo a ideia “rádio possível” como uma estratégia de abordagem do passado e do presente do rádio no sentido de prospectar suas dimensões autorais, experimentais e expressivas para uma exploração mais radical de suas novas possibilidades de utilização.

É à “abordagem do passado” que irei dedicar o presente texto. Tentarei demonstrar que a recuperação de uma perspectiva mais crítica sobre as potencialidades de uso social do rádio no Brasil deve necessariamente passar por uma “reabertura” da discussão de sua história, que nos possibilite uma visão menos naturalizada da trajetória percorrida até o momento atual e nos ofereça uma compreensão menos limitadora de suas características e possibilidades de uso. Com esse objetivo, irei desenvolver uma discussão crítica sobre a visão da história do rádio no país apresentada por Gisela Ortriwano em “A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos” (São Paulo: Summus, 1985) para, em seguida, apresentar alguns elementos que me parecem fundamentais para uma visão histórica do veículo que considere de forma mais consistente sua dimensão autoral. A discussão do texto de Ortriwano advém, evidentemente, do fato dele ter se tornado talvez a mais importante referência para os estudos sobre o veículo no país. Embora o livro apresente um relato bastante resumido sobre a história do rádio no Brasil, ele traz uma proposta de periodização e uma visão sobre o desenvolvimento do veículo que, a meu ver, acabaram por se consolidar como nossos relatos hegemônicos nesse campo – por isso considero fundamental um esforço no sentido de sua revisão crítica.

Mas quero deixar claro que não considero a obra de Ortriwano como conservadora ou acrítica. Na verdade, a autora empreendeu um estudo ousado e abrangente sobre o rádio do Brasil, buscando uma chave para a compreensão da história, da linguagem e das características do veículo. Entendo, no entanto, que o foco da autora foi a questão da informação no rádio e que ela não tinha a pretensão de ter escrito uma “história do rádio” que iria se manter como nosso texto canônico sobre o tema quase três décadas depois.

De qualquer forma, antes de iniciar as discussões propostas, acho importante explicar porque considero esse olhar sobre o passado tão importante para o futuro do rádio. Em primeiro lugar, pelo que Miege (2009) denomina como uma dupla mediação,



ou seja, uma dimensão sociotécnica que media nossa relação com as novas tecnologias de comunicação. Nesse contexto, se por um lado as tecnologias acabam determinando novas práticas de produção pelas suas características, por outro a relação com os novos meios se dá menos por rupturas do que pela “continuidade de processos complexos e engajados há muito tempo” (Miège, 2009, p.18). Assim, as práticas historicamente estabelecidas no âmbito da produção radiofônica acabam assumindo um importante papel mesmo num contexto de grandes mudanças tecnológicas como o atual, situação que a meu ver torna fundamental um questionamento sobre o processo histórico que levou à sua consolidação. Desnaturalizar esse processo e compreender que outras possibilidades de produção já foram exploradas no Brasil pode nos ajudar a assumir uma visão mais abrangente sobre as potencialidades do rádio e de sua linguagem, capaz de iluminar os caminhos possíveis para o veículo em seu contexto atual.

Em segundo, por nos possibilitar uma compreensão das potencialidades expressivas, experimentais e artísticas do rádio, que se manifestam normalmente através de gêneros como o radiodrama e a radioarte³, como mais do que meramente “elitistas” ou, pior ainda, reminiscências fossilizadas de sua infância. Entendo que essa visão limitadora pode potencialmente prejudicar um uso mais radical e inovador da linguagem de rádio em espaços de difusão radiofônica alternativos como projetos sociais, educacionais ou rádios comunitárias – que se veriam, desse modo, condenados a reproduzir os modelos tradicionais de difusão assumidos pelas grandes emissoras, lançando mão de uma linguagem padronizada, empobrecida mas, dentro de uma visão conservadora do veículo, “compreensível para as massas”.

Gostaria então de me dedicar agora à discussão do texto de Ortriwano, levantando nesse processo algumas questões que me parecem pertinentes para o estabelecimento de uma perspectiva autoral do rádio no Brasil.

A história do rádio na obra de Gisela Ortriwano

Professora do Departamento de Jornalismo da ECA/USP, Gisela Ortriwano publicou “A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos” em 1985. A obra se propunha a oferecer uma visão abrangente sobre o veículo no país,

³ Entendo as dificuldades em torno da conceituação de gêneros e formatos no rádio, mas não considero esse um espaço para esse tipo de discussão. De qualquer modo, utilizo o termo “radioarte” a partir da conceituação oferecida por Lídia Camacho (2007)

apresentando sua história, modelo de desenvolvimento, organização econômica, legislação, características gerais e uso jornalístico. A qualidade e o caráter abrangente do texto acabaram por transformá-lo em uma obra de referência para cursos de graduação na área de comunicação, especialmente jornalismo e radialismo. Mas entendo que o trabalho não possuía a pretensão de se tornar “a” história do rádio no Brasil, como também ocorreu. O relato histórico, inclusive, é bastante sucinto, ocupando apenas 16 páginas (p.13 a 28) do primeiro capítulo do livro, “O Rádio no Brasil”. Além disso, vale frisar que a autora não dispunha, naquele momento, dos conhecimentos mais amplos que possuímos hoje sobre a história do veículo. Por tudo isso, considero importante estabelecermos uma visão mais crítica e atualizada desse relato, revendo especialmente as conclusões apontadas pela autora. Com esse objetivo, gostaria primeiramente de apresentar um breve resumo da história do rádio oferecida por Ortriwano.

A implantação do veículo no país, a partir da iniciativa de Roquette Pinto e Henrique Morize, em 1923, é vista – apesar de suas finalidades educativas – dentro de uma perspectiva eminentemente elitista: “ouviam-se ópera..., recitais de poesia, concertos, palestras culturais... A cultura popular não tinha acesso ao rádio” (Ortriwano, 1985: p. 14). Mas, a partir da ascensão de Vargas, o rádio “sofre transformação radical... a publicidade foi permitida... (e) a introdução de mensagens comerciais transfigura imediatamente o rádio: o que era ‘erudito’, ‘educativo’, ‘cultural’, passa a transformar-se em ‘popular’, voltado ao lazer e à diversão” (idem, p. 15). A partir desse momento, as emissoras se organizam, multiplicam e “o rádio brasileiro vai encontrando seu caminho, definindo sua linha de atuação e assumindo um papel cada vez mais importante na vida política e econômica do país” (idem, p.17).

Assim, para a autora, “o decênio de 30 foi importante para que o rádio se definisse em seus caminhos e encontrasse seu rumo... assim preparado, o rádio entra nos anos 40, a chamada ‘época de ouro do rádio brasileiro’” (idem, p.19). Essa “‘época de ouro’ termina, coincidentemente, com o surgimento no Brasil de um novo meio: a televisão... Para enfrentar a concorrência com a televisão o rádio precisava procurar uma nova linguagem, mais econômica. Aos poucos, ele vai encontrando novos rumos (idem, p.21)”. Esses “novos rumos”, para a autora, estavam no radiojornalismo (tema que ela discute com mais profundidade), nos serviços de utilidade pública, na veiculação musical com as emissoras de FM e na especialização (idem, p. 22 a 24).



A conclusão de Ortriwano é a de que, “pelo breve histórico do desenvolvimento do rádio no Brasil, podemos verificar que o processo segue paralelo ao do próprio desenvolvimento do país” (idem, p. 28).

Apresentado o relato, o primeiro de seus aspectos que gostaria discutir é o da afirmação da finalidade comercial como sinônimo da popularização ou democratização do veículo. Embora a autora aponte em dado momento para o problema da sobreposição dos interesses econômicos às necessidades da população no processo de expansão do rádio (p. 28), essa crítica não parece contaminar o seu relato. O que acaba se destacando é a utilização dos termos “erudito”, “educativo” e “cultural” como sinônimos de uma visão “elitista” do rádio e, portanto, oposta ao “popular”.

Várias questões podem ser levantadas a partir dessa oposição. Em primeiro lugar, a definição como “elitista” de um rádio que não dedique sua programação predominantemente ao “lazer e à diversão”. Como sabemos, se o Brasil adotou um modelo comercial de rádio inspirado no norte-americano, na Europa e no Japão tornou-se predominante um modelo de rádio público ou estatal, com ênfase no uso educativo e cultural do veículo. Entendo que seria despropositado considerar que esses modelos de radiodifusão, que geraram emissoras como BBC, Deutsche Welle, RFI e NHK, entre outras, não sejam também populares em alguma medida. Além disso, sua afirmação como “popular” empresta um nível de legitimidade ao modelo comercial de rádio adotado no país e às emissoras que se consolidaram dentro dele que dificulta o estabelecimento de uma visão crítica sobre os rumos assumidos pelo veículo em seu desenvolvimento no Brasil.

Em segundo lugar, ao assumirmos a oposição proposta pela autora, acabamos por deslegitimar qualquer pretensão educativa, cultural, artística ou experimental no rádio, vistas como elitistas e, portanto, opostas ao caráter popular do veículo. Nesses termos, voltado exclusivamente ao entretenimento popular, o rádio nega completamente o seu potencial para a expressão individual e a experimentação estética, ou seja, para o desenvolvimento do que poderíamos denominar como uma arte radiofônica. Vale lembrar que se isso não ocorreu na Europa, com seus modelos público e estatal, onde importantes autores dedicaram diversas de suas obras ao veículo, e também não ocorreu totalmente nos EUA, mesmo dentro do modelo comercial, como a trajetória radiofônica de Orson Welles, entre outros, parece demonstrar.

Isso nos leva a uma outra questão, a de que a oposição simples entre elitista e popular pode acabar por impedir um olhar sobre o rádio no Brasil que expresse a complexidade de sua produção, muito mais diversificada e sofisticada do que o mero direcionamento ao “lazer e à diversão” faria supor. Assim, definir o rádio brasileiro a partir dos anos 30, especialmente no período de sua “época de ouro”, como “popular” nos termos propostos pela autora, acaba por ocultar o fato de que projetos bastante sofisticados e ambiciosos foram realizados no período. No campo da música popular veiculada pelo rádio, por exemplo, parece-me emblemático o trabalho de Radamés Gnattali à frente da Orquestra Brasileira da Rádio Nacional, que deu um tratamento musical erudito a muitas composições populares nacionais e internacionais (Barbosa e Devos, 1984; Saroldi e Moreira, 1984), tornando-se uma importante influência para o surgimento da Bossa Nova⁴. Um extenso trabalho de pesquisa musical e folclórica, bem como grandes preocupações didáticas, estiveram também implícitas em muitas das produções realizadas por Almirante para a mesma emissora (Cabral, 1990).

E também no campo da ficção não faltou uma certa dose de experimentação e marca autoral nas produções, assim como trabalhos de maior engajamento político. A análise de Lia Calabre (2006) sobre as radionovelas da Nacional mostra que, após a queda de Vargas, em 1945, as produções foram bem além do melodrama tradicional ou da reprodução da moral conservadora, incorporando questões trabalhistas e mesmo confrontos de classe. Nos trabalhos que autores como Túlio de Lemos e Dias Gomes produziram para o rádio paulista, por exemplo, vemos uma forte marca autoral e uma evidente preocupação com a explicitação da luta de classes e da crítica social para um público amplo (Guerrini Jr., 2005, e Vicente, 2011). Assim, entendo que o rádio no Brasil, mesmo que desenvolvido dentro de um modelo comercial, teve sua marca autoral e também pode ser pensado a partir da perspectiva desses autores e de suas preocupações estéticas e políticas.

E isso nos leva a uma outra questão implícita na oposição entre elitista e popular proposta pela autora que é a da definição de “popular” como sinônimo de comercial. Para Renato Ortiz, “até recentemente existiam entre nós duas grandes tradições que procuravam pensar a problemática do nacional-popular” (Ortiz, 1988, p. 160). Dentro de uma delas, “popular significa tradicional, e se identifica com as manifestações

⁴ Tom Jobim, por exemplo, foi bastante influenciado de Radamés que, em 1954, convidou-o para o programa *Quando os Maestros se Encontram*, da Rádio Nacional, criado naquele ano como forma de incentivar jovens talentos musicais (Barbosa, e Devos, 1984, p.60).



culturais das classes populares.. que devem ser preservadas em museus, livros, etc” (p.160). Trata-se, no caso, de uma visão conservadora, que nega atualidade histórica à cultura popular. Já dentro de uma perspectiva de mudança social, popular apresenta-se como uma opção política, como um projeto de transformação social. Nestes termos, entendo que poderíamos ver as obras de autores engajados como os já citados Dias Gomes e Túlio de Lemos, ou ainda alguns dos trabalhos de Oswaldo Molles (especialmente em História das Malocas) como “populares” dentro desse sentido político-progressista. Assim, entendo que deveríamos evitar definir tais artistas como elitistas ou caracterizar o “popular” do período como necessariamente “comercial”⁵.

Mas mesmo deixando a esfera dos autores e concentrando-nos na questão das emissoras, acho possível constatar que, ao menos entre as empresas de São Paulo, nem todas seguiram no período um modelo que possa ser considerado como “popular”, no sentido sugerido por Ortriwano. É o caso, por exemplo, da Rádio Gazeta de São Paulo, inaugurada em 1943 com uma programação fortemente baseada na música erudita, especialmente na ópera (Guerrini Jr., 2009).

Finalmente, e sem ter condições de me estender no momento sobre essa questão, gostaria de assinalar que também me parece problemático definir o projeto de Roquette Pinto como decididamente elitista e distante do público. Por um lado, como demonstra o trabalho apresentado por Michele Vieira no Congresso da Intercom de 2010, a análise das cartas pelos ouvintes para a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ainda nos anos 20 parecem demonstrar que pessoas de diferentes camadas sociais aparentemente sentiam identidade suficiente com a emissora e com o próprio Roquette para enviar críticas e sugestões quanto à programação musical da rádio (Vieira, 2010). Por outro, entendo que seria importante uma discussão mais aprofundada sobre esse momento de consolidação do rádio no país, na busca de uma melhor compreensão do processo de definição do seu modelo de desenvolvimento. Afinal, no que parece ser uma aparente contradição, um modelo comercial de rádio foi escolhido apesar do grande interesse do Governo Vargas pelo uso do veículo como instrumento de propaganda política. Escrevendo para a Revista Cultura Política, editada pelo DIP entre os anos de 1941 e 1945, Álvaro

⁵ Ortiz considera que a associação do popular “ao que é mais consumido” irá se dar no Brasil apenas a partir dos anos 60, quando ele considera que teremos a efetiva consolidação de um mercado de bens culturais no país (Ortiz, 1988: 164).

Salgado, um dos ideólogos do regime para o setor radiofônico, oferece-nos o que parece ser uma posição oficial do governo sobre essa questão:

... é cedo para a radiodifusão exclusivamente oficial. O que nos convém, o mais eficiente no momento, é a rádio controlada ao lado de algumas estações oficiais. Obter-se-á, assim, um equilíbrio, afim de que os programas não sejam, inteiramente, conformes com o gosto do povo, mas de acordo com as necessidades do ouvinte (Salgado, 1941, p. 40).

Assim, diante da aparente impossibilidade do governo, naquele momento inicial e ainda turbulento do período varguista, em criar um modelo estatal de rádio, a solução encontrada parece ter sido a de uma “rádio controlada”, em que a preocupação central talvez não fossem exatamente as necessidades do ouvinte, mas as do próprio regime. Nesse sentido, seria importante olhar o período de consolidação e auge do rádio, entre as décadas de 30 e 50, também sob o viés da presença e intencionalidade do Estado em relação ao setor. Algo que não ocorre com o texto de Ortriwano.

Outra questão que me parece merecer atenção no texto de Ortriwano é a de uma naturalização da trajetória histórica do veículo afirmada através da imagem – reiterada no texto – do “encontro de um rumo”, de “uma trajetória que segue paralela à do desenvolvimento do país”. Isso sugere a ideia de um destino inequívoco e, portanto, da impossibilidade de uma alternativa para o desenvolvimento do rádio. Dentro dessa trajetória naturalizada, fica interdita uma visão crítica das escolhas históricas e, mais grave ainda, a discussão sobre outros caminhos possíveis para o rádio. Ou seja, o rádio é o que é, é o que pode ser.

Tomemos a questão do “novo rumo” assumido pelo veículo a partir da chegada da TV, por exemplo. Quando vista, como é o caso aqui, enquanto evolução lógica da trajetória do veículo, ela dificulta a discussão de fenômenos como a concentração econômica ou o empobrecimento da programação lidos, como vimos, enquanto a busca por uma “linguagem mais econômica”. Assim, no campo da linguagem radiofônica, temos aqui uma ruptura com toda a tradição desenvolvida na época de ouro com os programas de auditório, da ficção, da veiculação de música ao vivo. Esses programas passam a fazer parte do passado do rádio, tornaram-se obsoletos, foram abandonados em seu processo de desenvolvimento

Porém, se nos reportarmos à história do rádio nos EUA, onde o veículo também adotou um modelo comercial para o seu desenvolvimento, veremos que a opção pela



veiculação musical, pelo jornalismo e pela utilidade pública ocorreu, na verdade, no momento inicial do rádio, ainda nos anos 20, sendo que em 1927 os EUA já contavam com duas grandes redes de emissoras, CBS e NBC – operando exclusivamente ao vivo e com uma programação baseada nesse tripé de programação. No final da década seguinte, com a superação da crise de 1929, esse modelo seria substituído pelo da “época de ouro”, onde as radionovelas e os programas de auditório eram o grande destaque, com o retorno à programação mais econômica acontecendo (como aqui) apenas após a chegada da TV. E, assim como aqui, muitos programas do rádio migraram para a TV, o que parece demonstrar que eles acabaram mantendo sua atualidade e pertinência para o público consumidor. A radionovela *Guiding Light*, criada por Irna Philips em 1937 para a rede norte-americana CBS, é um caso exemplar dessa transição. Com capítulos diários de 15 minutos, ela passou a ser veiculada simultaneamente na TV e no rádio em 1952, deixando o rádio apenas 4 anos depois e mantendo-se na programação da rede de TV até o final de 2009⁶. Já na emissora pública BBC, essa transição nem mesmo ocorreu. A radionovela *The Archers*, criada em 1951, mantém-se na programação da BBC Radio 4 até o presente⁷. Outro exemplo vindo da BBC é o da série radiofônica *Hitchhiker's Guide to the Galaxy* (O Guia do Mochileiro das Galáxias), criada por Douglas Adams em 1978 também para a Radio 4. Iniciado no rádio, o programa gerou uma série de livros, um programa de televisão, um longa-metragem e diversos videogames.

Além disso, um projeto como o da Rádio Eldorado de São Paulo, fundada em 1958 com auditório próprio e uma programação musical voltada de forma praticamente exclusiva para a música erudita, parece demonstrar que o processo de adaptação do rádio ao cenários dos anos 60, com a presença da TV e um acelerado desenvolvimento da indústria de bens simbólicos no país (Ortiz, 1988), tende a ser mais complexo do que a mera afirmação do “novo rumo” demonstra.

Além da revisão crítica aqui proposta, entendo que outras questões importantes teriam de ser enfrentadas no sentido da construção de uma visão mais abrangente da história do rádio no país e igualmente vinculadas à sua dimensão mais artística.

⁶ A novela superou a marca dos 15.700 episódios entre a TV e o rádio, conf. http://www.cbs.com/daytime/guiding_light/about/

⁷ <http://www.bbc.co.uk/radio4/features/the-archers/>



Em primeiro lugar, um estudo mais amplo e aprofundado de obras e realizadores de destaque que nos permitam um olhar sobre o rádio também pelo viés de sua produção. Essa proposta visa transportar para o rádio a crítica feita por Arlindo Machado (2000) aos estudos de TV, onde o ele destaca a necessidade de que as análises não sejam limitadas às características do veículo, mas que também considerem seu repertório, ou seja, as produções desenvolvidas e os seus realizadores. Nesse sentido, entendo que embora diversos estudos sobre o rádio no Brasil estejam ligados a pesquisas sobre emissoras, programas ou sobre o trabalho de profissionais que atuaram no veículo, a questão do repertório como forma de construção de uma tradição estética do rádio dificilmente é buscada⁸. E, retomando Arlindo Machado, vale lembrar que no cinema ocorre o processo oposto, com escolas e realizadores constituindo-se como a referências fundamentais para a periodização e para a análise histórica e artística do veículo. Entendo que esse tipo de estudo, no Brasil, também é prejudicado pela enorme carência de acervos de gravações e roteiros. Além disso, uma perspectiva mais autoral tanto no rádio como na TV acabou sendo menos valorizada no Brasil também em virtude dos estudos de comunicação até pelo menos os anos 80 terem estado ligados principalmente à tradição da Teoria Crítica, onde são enfatizadas as características do veículo enquanto instrumento de controle e imposição de valores ideológicos. E isso, sempre em oposição ao que ocorre no cinema, onde a perspectiva artística e autoral sempre permaneceram em primeiro plano.

Outra questão que me parece pertinente é a da contextualização da história do rádio no Brasil dentro do cenário mais geral do desenvolvimento de sua indústria cultural, de modo a analisá-la à luz das tendências dominantes nesse cenário – algo nem sempre evidente nos trabalhos ligados à memória de emissoras e personalidades do veículo. Entendo que a obra de Renato Ortiz, especialmente o livro *Moderna Tradição Brasileira* (1988), pode nos fornecer importantes referências para essa contextualização. Tentei desenvolver dentro deste contexto a análise que realizei da série radiofônica “A História de Zé Caolho”, produzida por Dias Gomes para a Rádio Bandeirantes de São Paulo em 1952 (Vicente, 2011). Neste trabalho, busco apontar para a perspectiva da existência de um “rádio novo” em São Paulo, ou seja, uma produção radiofônica que tenha sido desenvolvida entre as décadas de 50 e 60 dentro do clima de experimentação

⁸ Um trabalho de grande importância nessa área está sendo realizado por Irineu Guerrini Jr, que analisa a obra de Túlio de Lemos a partir de um projeto individual de pesquisa que está sendo desenvolvido na Faculdade Cásper Líbero.



estética e efervescência política que atingiu diferentes áreas da produção artística e cultural do país como o teatro (Arena e Oficina), a música (Bossa Nova, Tropicalismo) e o cinema (Cinema Novo).

Conclusões

A intenção desse texto foi demonstrar que a recuperação de uma dimensão mais autoral dentro da história do rádio brasileiro enfrenta dificuldades advindas em parte do relato hegemônico que se estabeleceu acerca dessa história onde, por um lado, o artístico é visto como “elitizado” e oposto a “popular”, tomado como sinônimo de democrático. Além disso, uma visão naturalizada do desenvolvimentos histórico do rádio no país tende a considerar gêneros mais propriamente artísticos, especialmente o radiodrama, como superados, ligados irremediavelmente ao passado do rádio ou a uma produção marginal, restrita basicamente ao meio acadêmico.

Essa visão nos oferece poucas possibilidades de questionamento dos modelos comerciais de programação atualmente dominantes, dificultando a discussão de modos alternativos de produção, mais adequados aos diferentes usos sociais (e não comerciais) hoje possíveis dentro do âmbito da produção radiofônica. Espero que esse trabalho colabore em alguma medida para a ampliação desse debate, auxiliando tanto para o estabelecimento de uma visão da importância histórica do veículo também como espaço de expressão pessoal e realização artística quanto em uma discussão mais radical das possibilidades de sua linguagem e produção no sentido da ruptura com a lógica da repetição acrítica dos modelos vigentes.

Referências bibliográficas

BALSEBRE, A. **El lenguaje radiofónico**. Madrid: Cátedra, 1994.

BARBOSA, V. e DEVOS, A. M. **Radamés Gnattali, O Eterno Experimentador**. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1984

CABRAL, Sérgio. **No Tempo de Almirante**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990.

CALABRE, L. **Rádio na Sintonia do Tempo: Radionovela e Cotidiano (1940-1946)**. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2006.



- CAMACHO, Lúcia. **El Radioarte, um gênero sin fronteras**. México D. F.: Trillas, 2007.
- GUERRINI Jr., I. De Um Sótão no Quartier Latin Para Uma Kitchinete na Avenida São João: La Boheme e Outras Óperas na Rádio Tupy de São Paulo. In: **Comunicare Revista de Pesquisa da Faculdade Cásper Libero**, São Paulo, vol 5. N. 2, segundo semestre de 2005, p. 67-75.
- GUERRINI Jr., I. **A Elite no Ar: óperas, concertos e sinfonias na Rádio Gazeta**. São Paulo: Terceira Margem, 2009.
- MACHADO, A. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: SENAC, 2000.
- MIÈGE. Bernard. **A sociedade tecida pela Comunicação - técnicas da informação e da comunicação entre inovação técnica e enraizamento social**. São Paulo: Paulus (2009).
- ORTIZ, R. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- ORTRIWANO, G. **A Informação no Rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.
- SAROLDI, Luiz C.; MOREIRA, Sônia V. **Rádio Nacional: O Brasil em Sintonia**. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1984.
- VICENTE, E. **Radiodrama em São Paulo: A História de Zé Caolho, de Dias Gomes** Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Sonora, integrante do VIII Encontro Nacional de História da Mídia, 2011.
- VIEIRA, M. C. **A Preferência dos Ouvintes da Rádio Sociedade do Rio De Janeiro: Uma Disputa de Sentidos Entre o Erudito e o Popular**. Comunicação apresentada no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom. Caxias do Sul, 2010.