

AS TRANSFORMAÇÕES NA ESCUTA RADIOFÔNICA:

O RÁDIO MUITO ALÉM DO ELETRODOMÉSTICO

Filomena Salemm¹

Resumo: O texto analisa a atuação do rádio no cotidiano das pessoas e, a partir dos tipos de escuta propostos por Roland Barthes e do conceito de *habitus* de Pierre Bourdieu, considera as transformações no hábito da escuta do ouvinte influenciado pelos campos sociais e pela evolução tecnológica. Destaca especialmente o período da chamada Era de Ouro do rádio que, no Brasil, compreende dos anos 30 até final dos anos 50 e nos Estados Unidos desde o início dos anos 20. Épocas em que o rádio passou a se popularizar e se tornou a principal fonte de informação e de entretenimento das famílias.

Palavras-chave: Rádio. Habitus. Era de ouro do rádio. Entretenimento.

A afinidade entre o ouvinte e o rádio tem parâmetros particulares que se distingue de outros meios de comunicação. A ausência da imagem envolve características para a relação entre o emissor e o receptor que outras mídias como a televisão, o cinema ou a internet que são predominantemente visuais, não apresentam. “O rádio, que como mídia sonora envolve todo o corpo, tem a capacidade de vincular os corpos e, em conjunto com outras mídias, possibilitar a sincronização da vida em sociedade” (MENEZES, 2007, p.22). Continua o autor,

O ouvido, além de captar sons, isto é, perceber ondas de compreensão e rarefação propagadas através de um meio, também é responsável pelo sentido do equilíbrio. O ouvido também é de fundamental importância para o homem perceber a distância entre as coisas ou os indivíduos (MENEZES, 2007, p.34).

Como já mencionado, uma das principais características do meio rádio é o aguçamento dos sentidos, que vai além do ouvir. Sobre este aspecto, Eduardo Meditsch

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, onde integra o Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir. E-mail: filomenasalemm2012@gmail.com

(1999) afirma que os limites do rádio não se resumem na criatividade e no arbítrio dos artistas. De acordo com Meditsch, as formas de expressão foram se ampliando a partir de ideias utilizadas pelas vanguardas das artes acústicas, como a sinestesia, que propõe um cruzamento de sensações na relação entre sons, cores e sentimentos, ou ainda, o conceito do animismo, através do qual os sons podem ter vida própria:

Os efeitos hipnóticos da música testados tanto para incrementar a produtividade do trabalho quanto no adestramento de serpentes; os arquétipos de um inconsciente coletivo inerente a natureza humana-explorados de diferentes maneiras por estes artistas, comprovariam a existência de uma realidade transcendental que supriria o rádio da imagem que lhe faria falta (STRAUSS; MANDL *apud* MEDITSCH 1999 p.159 e 160).

Os poderes da “caixinha falante”

Um sistema de comunicação por meio de ondas eletromagnéticas propagadas em diversas frequências no espaço. Espaço onde convivem um transmissor e um receptor. Assim poderíamos explanar singelamente o que é o rádio; no entanto, a descrição técnica fica muito aquém do que representa na sociedade este veículo que conserva, na sua essência, a possibilidade de difundir informação e entretenimento desde seu invento.

Na conjuntura da invenção é importante uma observação para abordar sobre a controvérsia da paternidade da criação da transmissão de ondas sonoras sem fio. Não há uma unanimidade mundial a propósito do autor desta descoberta que, após o invento do telégrafo e da radiocomunicação, revolucionou a comunicação. No Brasil, há uma corrente que considera o padre Landell de Moura como o *pai do rádio*. O livro *Padre Landell de Moura: um herói sem glória* (2006), escrito pelo jornalista Hamilton Almeida, narra a trajetória do padre cientista que realizava experimentos de recepção e transmissão e credita a ele a invenção do rádio.

Marconi ficou conhecido como o inventor do rádio, mas a verdade é que ele se dedicou à radiotelegrafia, que não é a mesma coisa. O seu invento foi um dos precursores nas radiocomunicações. Com o passar do tempo, seria atribuído, erroneamente, à telegrafia sem fio do cientista italiano o mérito da descoberta do rádio (ALMEIDA, 2006 p.44 e 45).

No entanto, o nome mais conhecido no exterior quando se trata da invenção do rádio é do inventor e cientista italiano Guglielmo Marconi.

As experiências sobre radiodifusão tinham começado muitos anos antes, desde 1896, quando Guglielmo Marconi conseguiu transmitir a voz através de ondas elétricas na histórica experiência em Pontecchio, próximo de Bolonha, criando, na prática, a primeira antena irradiadora (LOMBARDI, 1987, p.183).

Em seu livro *História do Rádio no Brasil*, a pesquisadora Magaly Prado, relata que a invenção do rádio é atribuída ao cientista italiano Guglielmo Marconi desde a existência deste veículo. A autora, no entanto, acrescenta: “Embora a maior parte da literatura apresente Marconi como o inventor, há também livros, bem como pesquisas acadêmicas, que apresentam informações sobre as experiências pioneiras de Landell, e parte desses autores o consagra como o criador do rádio” (PRADO, 2012, p.26).

Há diferenças nas invenções dos dois cientistas. Marconi conseguiu a transmissão de sinais telegráficos, sem fios, em código Morse, denominado radiotelegrafia. No início do século XX, conseguiu a transmissão com voz humana. Já Landell foi o pioneiro na transmissão a distância, sem fios, da voz humana, por meio de ondas eletromagnéticas. De toda forma, os dois cientistas contribuíram, cada um naquilo que lhe coube, para o mundo da comunicação de massa (PRADO, 2012 p.27).

Em 1896, o cientista Italiano Guglielmo Marconi registra a patente pela invenção do rádio. Enquanto que, no Brasil, só em 1901 o Padre Landell de Moura consegue a patente para o aparelho destinado à transmissão fonética a distancia, com fio e sem fio, através do espaço, da terra e do elemento aquoso. “O pedido de privilégio foi matriculado sob o número 2.274, e a patente recebeu o número 3.279. Jules Geraud&Cia. assinaram o documento como seus procuradores” (ALMEIDA, 2006 p. 69).

Se a escrita revolucionou a comunicação, permitindo ao homem o registro das ideias, memórias e a perpetuação das informações, a invenção do rádio (no final do século XIX ou início do século XX), massificou a comunicação, facilitando a disseminação de informações.

"O rádio propiciou a primeira experiência maciça de implosão eletrônica, a reversão da direção e do sentido da civilização ocidental letrada" (McLUHAN, 2007, p.337). Esta afirmação de McLuhan demonstra o poder deste veículo de comunicação na persuasão e no modo como influenciou e influencia a sociedade:

O rádio afeta as pessoas, digamos, como que pessoalmente, oferecendo um mundo de comunicação não expressa entre o escritor-locutor e o ouvinte. Este é o aspecto mais imediato do rádio. Uma experiência particular. As profundidades do rádio estão carregadas daqueles ecos ressonantes das trombetas tribais e dos tambores antigos. Isto é inerente a própria natureza deste meio, com o seu poder de transformar a psique e a sociedade numa única câmara de eco (McLUHAN, 2007, p. 336 e 337).

E neste trabalho sobre o poder e a influência do meio rádio, é imprescindível citar a transmissão que ocorreu em 30 de outubro de 1938 pelo programa *Guerra dos Mundos*, dirigido e apresentado por Orson Wells. Na opinião desta autora, esta transmissão ao vivo da obra de ficção *The War of the Worlds* (A Guerra dos Mundos), de Herbert George Wells (1898), convertida em formato jornalístico colocou o rádio como protagonista de uma época e foi o divisor de águas para evidenciar o poder e a credibilidade deste meio de comunicação. Meditsch enfatiza no artigo “O pecado original da mídia” que, a partir deste evento, passou a existir mais precaução nas produções radiofônicas: “Desde então, os limites entre os diversos gêneros têm sido mais fortemente patrulhados, pelos códigos de ética e pelas legislações de radiodifusão de todos os países” (MEDITSCH, 2008).

Este potencial do rádio de, por meio da imaginação, transportar o ouvinte para a cena da história, ou seja, transformar o áudio em imagem, é ressaltado também pelo pesquisador Luis Artur Ferrareto: “A linguagem radiofônica é composta por elementos distintos como a voz humana aliada ao conteúdo/texto, música, efeitos sonoros e o silêncio” (FERRARETO, 2000, p. 26). Estes sons unidos, combinados entre si, formam o som/ruído que chegará ao ouvinte e o transportará imagneticamente para a história que está sendo contada.

Ouvir é o mesmo que escutar?

Neste cenário, em se tratando das ondas radiofônicas, é essencial evidenciar a diferença entre os atos de ouvir e escutar. A propósito dessa dessemelhança, Roland Barthes salienta que ouvir é um fenômeno fisiológico e escutar é um ato psicológico. Os mecanismos físicos da audição podem ser descritos empregando-se os recursos da acústica ou da fisiologia, já a ação de escutar implica em predisposição, escolher, desejar e intencionar. Barthes propõe três tipos de escuta: o primeiro seria uma escuta fisiológica, semelhante ao animal irracional em que se escuta num estado de alerta; a

segunda é uma escuta dos signos, de decifração, em que se escuta segundo certos códigos; e a terceira é uma escuta que não visa signos determinados, nem aquilo que é dito ou emitido, mas “aquele que fala, que emite”, uma escuta que se desenvolve num espaço intersubjetivo e que é ativa, uma escuta que fala, circula, desagrega e que inclui o inconsciente (BARTHES, 2001).

Esta distinção entre o ouvir e escutar é também enfatizada pelo músico Pierre Henri Marie Schaeffer, que acrescenta mais dois outros níveis na assimilação da audição, além de ouvir e escutar: o reconhecer e o compreender. Na visão de Schaeffer, enquanto o ouvir se refere a percepção espontânea do som, o escutar tem mais a ver com a pessoa e a percepção dela. Já quando o indivíduo que relaciona o som com experiências vividas faz uma escolha, uma triagem do que está sendo ouvido, está na fase do reconhecimento. Somente no estágio da compreensão é que o entendimento capacitado é conduzido para uma configuração própria de conhecimento e interpretação, o que admite certa linguagem de sons (SCHAEFFER *apud* KASEKER, 2012, p.28).

A era de ouro

O desenvolvimento da radiodifusão sonora acontece na Europa e no restante do mundo com mais lentidão do que nos Estados Unidos (MEDITSCH, 2001). Em terras estadunidenses, o sucesso do rádio foi muito rápido. "Ao final de 1924, os Estados Unidos já contavam com 530 emissoras de rádio em funcionamento!" (CALABRE, 2002, p.9).

As rádios estadunidenses neste período desempenhavam o papel de levar cultura para as comunidades rurais. Sem acesso aos jornais, às revistas e aos cinemas, a população das cidades do interior dos Estados Unidos conectava-se com o mundo exterior e ficava informada sobre novidades e notícias pelas ondas sonoras. Em 1920, entra em cena a face comercial do rádio com a chegada do patrocínio em programas ou radionovelas e o veículo de comunicação assume também a função de propiciar a venda de produtos (STRAUBHAAR e LAROSE, 2004).

No Brasil, a primeira demonstração pública do rádio aconteceu em sete de setembro de 1922, época em que o país buscava a modernização e estava atento às tecnologias que estavam sendo desenvolvidas em todo o mundo. A estreia em 1922 ocorreu durante a Exposição Internacional do Rio de Janeiro, que comemorava o centenário da independência (FERRARETTO, 2000).

O público presente à inauguração do evento escutou as transmissões por meio de alto-falantes. Além disso, a Westinghouse distribuiu 80 receptores às autoridades civis e militares. Assim, o som das emissões foi captado em diversos pontos da então capital federal, como o Palácio do Catete e alguns prédios públicos (FERRARETTO, 2000, p. 94).

"Na década de 30, o rádio já trazia o mundo para dentro de casa" (CALABRE, 2002, p.9). A frase que abre este parágrafo demonstra a nova etapa que este veículo de comunicação assume. O rádio se transforma em objeto de desejo das famílias, com uma presença constante no dia a dia da sociedade. Neste período, se inicia a chamada Era de Ouro do rádio. "Lançado como uma novidade maravilhosa, o rádio transformou-se em parte integrante do cotidiano. Presença constante nos lares, converteu-se em um meio fundamental de informação e entretenimento" (CALABRE, 2002, p.7 e 8).

Para ilustrar este momento do rádio, vamos nos dispor do filme "A Era do Rádio" (no original, "Radio Days"), dirigido por Woody Allen. O longa-metragem, em sua plenitude, revela a centralidade do veículo rádio na vida das pessoas. Uma época em que a magia do rádio versava principalmente no fato de não ter imagens e incitar a imaginação do ouvinte. Em várias tomadas, o longa explora cenas da família e deixa claro que o rádio

não é apenas mais um móvel enfeitando a sala de estar, pois ele influencia no comportamento e na vida daquelas pessoas.

Na primeira cena já nos é mostrado, na narração de Woody Allen, o poder e a credibilidade da caixinha falante: "Era uma vez, muitos anos atrás, dois ladrões que arrobaram a casa dos nossos vizinhos em Rockway. O Sr. e a Sra. Needleman estavam no cinema, e isto foi o que aconteceu..." (A ERA..., 1987). Neste momento, na tela escura, nos são revelados apenas alguns clarões das lanternas carregadas pelos dois

ladrões, quando inusitadamente o telefone toca. A partir daí, o rádio entra em cena. Confundidos com os donos da casa, os dois ladrões são convidados a participar de um concurso musical e, empolgados com o fascínio das ondas sonoras, esquecem-se do assalto, ligam o rádio e passam a responder e acertar as perguntas. O resultado final é a família Needlman, apesar de ter alguns itens roubados, ser surpreendida com um caminhão de prêmios na manhã seguinte. Vale ressaltar que no filme o diretor apresenta o rádio veiculando um programa típico de grande audiência e participação dos ouvintes por telefone: um programa de auditório.

O filme continua revelando o rádio como ponto central das residências. Por meio da decodificação das ondas sonoras, as pessoas ficam informadas, se divertem e se socializam. E podemos perceber na película e também na literatura que relata a história do rádio que o modo de escutar era muito diferente do atual. Eles mostram que, “a clássica imagem de uma enorme caixa de madeira falante representa um tipo de rádio que não existe mais. Na década de 50 o rádio cumpriu um papel social de destaque, criou moda, inovou estilos, inventou práticas cotidianas e estimulou novos tipos de sociabilidade” (CALABRE, 2002). As famílias se reuniam em torno do rádio, como se ele projetasse uma imagem, constituíam ao redor do aparelho um ambiente sonoro vinculador.

Este comportamento no modo de escutar rádio, como um ritual, com o horário e local, onde todos da casa (família) vivenciam a mesma atitude, nos remete ao conceito de *habitus* de Bourdieu, que configura a predisposição para a ação. Ou seja, não é o que o indivíduo faz, mas é a predisposição a fazer, o princípio gerador de fazer. A predisposição vem de uma trajetória social:

As estruturas constitutivas de um tipo particular de meio (as condições materiais de existência características de uma condição de classe), que podem ser apreendidas empiricamente sob a forma de regularidades associadas a um meio socialmente estruturado, produzem *habitus*, sistemas de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é como princípio gerador e estruturador das práticas e das representações que podem ser objetivamente reguladas e regulares (BOURDIEU, 1994, p. 60 e 61).

O vocábulo predisposição que, na definição literal, quer dizer disposição para contrair certas doenças ou certos hábitos, é muito adequado para este conceito (*habitus*), pois expressa o resultado de uma ação, uma maneira de ser, um estado habitual, em que o ouvinte se predispõe (empregando também o corpo físico) para o ato de ouvir o rádio (BOURDIEU, 1994).

O *habitus*, no conceito de Bourdieu é composto de cada uma das experiências do indivíduo. Os indivíduos que residem na mesma casa e se reúnem para escutar o rádio têm histórias diferentes, formadas por determinadas condições sociais e culturais, o que os coloca em campos diferentes, de acordo com o conceito bourdieusiano. Porém, os mesmos se constituem em uma família, seja pelos laços sanguíneos, seja pelos laços afetivos, ou mesmo por dividirem o mesmo teto. O campo, na definição bourdieusiana, se caracteriza como um espaço onde se manifestam as relações de poder e a estrutura deste campo se classifica entre dominados e dominantes, de acordo com o capital social. Este capital é formado por vários fatores: cultural, escolar, estético, linguístico e financeiro (material), que é ponto de partida:

Ao polo dominante correspondem as práticas de uma ortodoxia que pretende conservar intacto o capital social acumulado; ao polo dominado, as práticas heterodoxas que tendem a desacreditar os detentores reais de um capital legítimo (BOURDIEU, 1994, p.22).

Cada campo tem essência própria, sua autonomia, mas também se inter-relaciona com outros campos. No caso dos ouvintes de rádio, a ação de “ouvir” se refere a sujeitos de diferentes campos de atuação, além do campo profissional e o *habitus* é constituído, ainda, por outras estruturas, como familiares e religiosas, as quais têm também suas crenças e seus jogos simbólicos (KASEKER, 2012).

O *habitus* adquirido na família está no princípio da estruturação das experiências escolares, o *habitus* transformado pela escola, ele mesmo diversificado, estando por sua vez no princípio da estruturação de todas as experiências ulteriores (BOURDIEU, 1994, p.18).

Ao longo das décadas, decorrido o chamado período de ouro da radiodifusão, o modo de ouvir rádio (parado ou sentado) como se o mesmo projetasse uma imagem, foi

se transformando. O grande móvel que ocupava lugar de destaque nas residências não existe mais. O aparelho mudou de tamanho, formato (diversos modelos, grandes, médios e pequenos) e ganhou mobilidade (DIOGO, 2013). A escuta evoluiu, por influência da progressão tecnológica e também das mudanças no capital social, que conferiram ao ouvinte outras atribuições, como a interatividade, por exemplo. Interatividade já preconizada pelo dramaturgo alemão, Bertold Brecht, que em artigo escrito entre 1927 e 1932, “Teoria do Rádio”, já avistava as potencialidades do então novo veículo de comunicação que estava surgindo:

É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. O rádio seria o mais fabuloso sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse não apenas se fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele (BRECHT in MEDISTCH, 2005, p.42).

Atualmente, mesmo na era da imagem e com todo aparato tecnológico, o rádio se reinventa a cada dia. E mudam também a forma e o hábito do ouvinte de consumir a informação e o entretenimento. Na época atual, com a mobilidade e a interatividade, ninguém mais ouve rádio parado, olhando para o aparelho, já que o som emitido pela “caixinha falante” é incorporado ao dia a dia do ouvinte.

Referências

- A ERA DO RÁDIO. Direção: Woody Allen. Estados Unidos : Metro-Goldwyn-Mayer Studios, Inc. 1987. 1 fita de vídeo (87 min), DVD. Título original: Radio Days
- ALMEIDA, Hamilton. **Landell de Moura: um herói sem glória**. São Paulo: Record, 2006.
- BARTHES, Roland. Escuta. In: **O óbvio e o obtuso** (Coleção Signos) Lisboa: Edições 70, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. **Sociologia**. Org. Renato Ortiz. São Paulo: Ática, 1994.
- BRECHT, Bertold. Teoria do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do Rádio – Textos e Contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.
- CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- DIOGO, Natália Constantino. Som envolvente: a sonoridade como sentido social. In: CHICHIRI, A.R. et al. (Orgs.). **Comunicação, tecnologia e cidadania**. São Paulo: Plêiade, 2013.

FERRARETO, Luiz Arthur. **Rádio no ar: o veículo, a história e a técnica.** Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

FERRARETO, Luiz Arthur. **Rádio: teoria e prática.** São Paulo: Summus, 2015.

KASEKER, Mônica P. **Modos de ouvir: a escuta do rádio ao longo de três gerações.** Paraná: Champagnat-Editora PUCPR, 2012.

_____. **O que escutar quer dizer: A constituição do habitus do ouvinte de rádio no cotidiano familiar,** 2010. 325 f. Tese (Doutorado em Sociologia), Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

LOMBARDI, Carlo. Do pombo-correio ao sistema editorial. In: GIOVANNINI, Giovanni (Coord.) et al. **Evolução na comunicação: do sílex ao silício.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1987.

MEDITSCH, Eduardo. **O pecado original da mídia.** Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/efc5f8a1c23d015c9e532a6d8c132e75.PDF>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

MENEZES, José Eugenio de O. **Rádio e cidade: vínculos sonoros.** São Paulo: Annablume, 2007

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Ed. Cultrix, 2007.

MEDITSCH, Eduardo. **A rádio na era da informação.** Coimbra: Minerva, 1999.

_____. **Teorias do rádio I – textos e contextos.** Florianópolis: Insular, 2005.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil.** São Paulo: Da Boa Prosa, 2012.

SCHAEFFER, Pierre. **Tratado de los objetos musicales.** Madrid: Alianza Editorial, 1996.

SCHAEFFER, Pierre. **Ensaio sobre o rádio e o cinema - Estética e técnica das artes-relé 1941-1942.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.

STRAUBHARR, Joseph; LAROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

WELLS, Herbert George. **A guerra dos mundos.** São Paulo: Alfarrabia, 2007.