

Introdução

A MÚSICA COMO ELEMENTO DE HOMOGENEIDADE ENTRE CINEMA E RÁDIO

Luís Geraldo Rocha¹
Daniela Pereira Bochembuzo²

Resumo

Este artigo analisa historicamente o rádio e o cinema, duas mídias com linguagens distintas e que, em um primeiro olhar não possuem relação alguma. A primeira utiliza prioritariamente o som para difundir sua mensagem e a segunda utiliza a imagem conjuntamente com o som. Por meio de pesquisa bibliográfica, chegou-se à conclusão de que ambas as mídias guardam similaridades através de um componente inerente aos dois meios: a trilha sonora cinematográfica.

Palavras-chave: cinema; rádio; trilha-sonora.

Abstract

This article examines historically the radio and the cinema, media with different languages and that, at first glance do not have any relationship. The first priority uses sound to spread his message and the second uses the image together with the sound. Through literature, there came to the conclusion that both media keep similarities through an inherent component to the two means: the film soundtrack.

Keywords: cinema; radio; soundtrack.

Uma das principais características que diferenciam o homem dos outros animais é a comunicação, que acompanha a evolução humana desde os seus primórdios e foi a responsável pelas grandes mudanças pela qual as sociedades passaram ao longo de sua história. Estas alterações são de caráter social e científico, uma vez que a mensagem proferida pelo emissor e captada e entendida pelo receptor pode modificar o mundo em que ambos os agentes vivem.

A primeira manifestação que caracterizou a comunicação aconteceu na Pré-História e envolvia emissão de sons e gestos que imitavam a natureza. Tais métodos constituíam-se nas únicas maneiras do homem primitivo se comunicar. Estes sons e gestos, forma arcaica de comunicação, hoje em dia ultrapassada pelos artefatos tecnológicos e pelo próprio desenvolvimento psíquico e social humano, apesar de principal, não era o único mecanismo para o homem deixar sua marca. Além delas, havia as pinturas rupestres, datadas de 35.000 a 15.000 anos a.C. que consistiam em pinturas em cavernas retratando cenas comuns do meio onde o ancestral da raça humana vivia.

A invenção da escrita, no século IV a.C., marcou definitivamente a evolução humana e tudo o que se passou anteriormente àquela data, ficou conhecido como Pré-História. Com o nascimento da escrita, foram criados os meios de comunicação, mecanismos usados até hoje com a função de transmitir mensagens de forma rápida, idônea e eficaz. Estes mecanismos, hoje representados pela televisão, pelo rádio e pelos jornais e revistas impressos, nasceram com a prensa de Johannes Gutemberg (1398 – 1468). Para Defleur e Rokeach (1993), existe um desencadeamento de inovações técnicas e científicas que se moldam à medida que a necessidade do homem se comunicar se transforma. O surgimento da prensa, que permitiu ao homem fixar seus pensamentos no papel e guardá-los para a prosperidade, é um desses impulsos revolucionários citados pelos autores. Sendo assim, o desenvolvimento das duas técnicas – escrita e pintura - caminha lado a lado a partir desse período

Com os processos comunicacionais se aprimorando cada vez mais, o homem passava por transformações: a partir daquele momento, tudo o que antes não possuía registro físico, agora poderia

1 Graduado em Jornalismo pela Universidade Sagrado Coração de Bauru, SP. Mestrando em Comunicação pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP. E-mail: luis.geraldo21@hotmail.com

2 Mestre em Comunicação Midiática pela Unesp, campus Bauru. Coordenadora do curso de Jornalismo da Universidade Sagrado Coração e membro do grupo de pesquisas em comunicação (GPECOM) da mesma universidade. E-mail: daniela.bochembuzo@usc.br

ficar eternizado em documentos, e a imitação de sons e gestos se tornou coisa do passado, devido a inúmeras possibilidades de enviar e receber mensagens que a escrita proporcionou.

A linguagem, protagonista dessas transformações, que se caracteriza pelo uso de expressões articuladas ou escritas próprias do ser humano, ganhou inúmeras ramificações, com o nascimento do alfabeto e dos idiomas, língua falada por um grupo de pessoas de uma determinada nação. McLuhan (1971) afirma que, devido a sua complexidade e relação direta com todos os outros sentidos humanos, a linguagem sempre foi considerada a mais rica forma de arte humana, pois a distingue da criação animal. Os meios de comunicação se tornaram as ferramentas pelas quais o homem poderia colocar em prática esses novos mecanismos que recebeu e, assim, obter a possibilidade de ser ouvido por milhares de pessoas através da linguagem, por uma simples folha de papel ou de uma pequena caixa emissora de mensagens. Sendo assim, cada meio de comunicação possui sua particularidade. Este artigo busca compreender as relações entre duas mídias com linguagens opostas: o rádio e o cinema. Enquanto o primeiro usa somente o som como expressão primordial para sua mensagem, o cinema utiliza-se da imagem, conjuntamente com o som. Qual a relação desses dois meios com linguagens tão distintas ao longo da História? Através de um percurso metodológico baseado em pesquisa bibliográfica, o presente artigo abordará os caminhos traçados por esses dois meios de comunicação, desde sua criação, até os dias atuais.

O Cinema: encanto para os olhos e ouvidos

O cinema foi resultado de inúmeras pesquisas técnico-científicas que surgiram no final do século XIX e início do século XX. Para Rosenfeld (2002), os responsáveis pela concepção do cinema foram os Irmãos Lumière, inaugurando-o no dia 28 de dezembro de 1865, com uma exposição no Boulevard dos Capucines, em Paris, onde exibiram uma série de documentários sobre a vida cotidiana parisiense.

O modo encontrado para atrair interessados em ver as imagens projetadas e, ao mesmo tempo, captar essas imagens, foi mudar as exibições em eventos públicos, e os lugares escolhidos para isso eram cafés e bares subterrâneos de Paris, frequentados

por mendigos e pedintes. Nesses locais as cenas eram gravadas por essas próprias pessoas:

Os elencos desses filmes arcaicos eram geralmente recrutados num “café”, onde frequentadores desempregados ou cidadãos comuns de aparência adequada eram solicitados a se reunir em certa hora. Um fotógrafo arrojado entrava em ação, contratava quatro ou cinco tipos convenientes e fazia o filme, instruindo-os sobre o que fazer [...]. (PANOFSKY, [1970?], p. 320, grifo do autor).

Tal fato fez com que as sessões se direcionassem apenas para esse público, refletindo no conteúdo e na fama dos filmes exibidos, fazendo com que os filmes passassem a ser considerados algo de baixo gosto cultural e nível intelectual (DEFLEUR; ROCKEACK, 1993). O efeito cativo do cinema na população da época tornou-se um grande fenômeno, definido por Kemp:

Um dos principais fatores para a rápida universalização do cinema era sua grande limitação: o silêncio. Filmes mudos eram facilmente adaptáveis, a custos baixos: bastava colocar alguns intertítulos traduzidos e um filme poderia ser exibido para platéias de qualquer lugar. (KEMP, 2001, p. 8).

Esse conteúdo, que foi por muito tempo visto com preconceituoso, consistia em comédias ingênuas, em que a pancadaria era o principal fator atrativo aos novos interessados. Segundo Bergan (2010), essas comédias definiram o primeiro gênero cinematográfico do cinema, a comédia pastelão.

O som no cinema

Com o tempo, os espectadores começaram a ficar mais exigentes, pois já estavam cansados do que habitualmente viam nessas exibições, passando a reivindicar filmes com mais apuro técnico e histórias mais elaboradas. A fascinação inicial mostrou-se efêmera.

Surge, a ideia de introduzir o som nos filmes, que perdura por toda a era do cinema mudo e se dá através de dois experimentos, que foram evoluindo pouco a pouco, como afirma Kemp ao explicar esses dois formatos:

O som em disco (no qual o som era veiculado por um fonógrafo em sincronia com a imagem) e o do som em película (no qual ele era gravado fisicamente no filme em que estava impressa a

imagem). Embora no início o primeiro método tenha alcançado sucesso, com o processo Vitaphone dominando a indústria, foi a gravação do som em película que prevaleceu. (KEMP, 2011, p.78).

O efeito esperado não se concretizou. O ambiente dos estúdios eram barulhentos, e a câmera captava todos os ruídos ambientes. A tecnologia para inseri-la no filme, no primeiro caso, se dava através de uma banda no mesmo espaço onde a película estava sendo exibida ou a música se dava através de um gramofone, como explica Rosenfeld:

Alega-se, por exemplo, que a música, no início, não veio satisfazer um impulso artístico, mas a simples necessidade de encobrir o ruído do projetor, visto que naquela época “pré-histórica” do cinema não havia paredes entre o aparelho projetor e a sala de espetáculos. Com efeito, um ruído desagradável perturbava consideravelmente o prazer visual. Por conseguinte, os proprietários do cinema recorreram desde o início a pianistas e logo em seguida a orquestras (também a órgãos especiais), neutralizando um som desagradável por um som mais agradável. (LONDON, [?] apud ROSENFELD, 2002, p. 123).

A inovação era arcaica. Os diretores se reuniam com os músicos antes das gravações para determinarem as sincronizações das músicas em cada cena. Com isso, se realizavam as primeiras tentativas de unir de forma harmoniosa o som e as cenas. Em meio a esse cenário, outra inovação aflora-se: a composição de uma música específica para cada cena.

Com essas melhorias na produção, os diretores passaram a enviar os filmes para os editores e compositores com marcações nas cenas em que a música deveria ser colocada. Nasce, assim, a trilha sonora cinematográfica.

Com o cinema entrando no modelo capitalista de mercado, a pretensão, e necessidade, em conceber um filme falado era uma realidade constante. Rosenfeld explica que:

O filme falado, sobrecarregado de diálogos, não foi uma necessidade íntima, mas uma imposição externa da técnica e do fetichismo dos industriais, que não desejavam escapar de nenhum aperfeiçoamento técnico por medo da concorrência e na esperança de conquistar um público mais amplo. (ROSENFELD, 2002, p. 109)

Durante os anos de 1925 e 1926, os estúdios da Warner Bros., investiram no primeiro filme falado da história, “O Cantor de Jazz”, que revolucionou

o cinema ao mostrar seus personagens dialogando entre si, provocou mudanças nas estruturas narrativas dos filmes. Capuzzo explica que o som torna-se mais que uma opção:

Para a narrativa cinematográfica, ele agora é uma obrigatoriedade, o que irá remodelar de vez os padrões técnicos e dramáticos até então desenvolvidos. O contraponto imagem e som permitirá maior complexidade narrativa, podendo o cinema contar com recursos mais expressivos, permitindo dar conta de temáticas e articulações mais ousadas. (CAPUZZO, 1999, p. 59).

Surgem os monstros cinematográficos, como “King Kong”, de 1933, cuja trilha sonora serviu para criar novas perspectivas de utilização dramática. Capuzzo (1999). Os grunhidos do monstro se tornaram peça chave da história e atrativo do filme. Também se desenvolvem épicos, como “... E O Vento Levou”, de 1939, e o público pode acompanhar a história da heroína Scarlett O’Hara sem interrupções de letreiros explicativos.

A partir dos anos 1930, o cinema falado já estava consolidado. Os filmes, agora falados, não precisavam mais se preocupar com as barreiras idiomáticas, já que a criação das legendas – uma espécie de substituto dos intertítulos dos filmes mudos – se encarregava de fazer com que a história fosse entendida pelo público mundo afora. Em razão disso, o cinema passou a ser considerado um exímio meio de comunicação de massa.

A música como aliada na narrativa cinematográfica

Para Orme (1932), a música é indispensável para manter a tensão dramática durante a narrativa fílmica. Através dessa definição, Rosenfeld (2002) afirma que a função primordial da música no cinema seria a humanização da arte. Por possuir o mesmo fio condutor que o teatro, mas sem a presença de seus espectadores em tempo real durante a projeção do filme, a música, então, permite que a relação do espectador e da obra de cinema se iguale ao da experiência teatral, cabendo a música suprir essa “deficiência” cinematográfica, de acordo com Rosenfeld:

[...] Ao assistirmos um filme, a nossa consciência apreende uma totalidade de imagens e sons e vinte compassos de músicas ouvidos no início estão

presentes, inconscientemente, ao serem projetados nos últimos metros de celulóide. (ROSENFELD, 2002, p. 143)

Um efeito que ultrapassa as barreiras cinematográficas, quando a música de um filme ganha vida própria e se torna mais famosa que o próprio cinema. Caso de trilhas sonoras que venderam milhares de cópias e ficaram semanas nas paradas de sucesso, como as trilhas dos filmes “Flashdance”, de 1983, “Os Embalos de Sábado à Noite”, de 1977. Tais músicas acabam se desvincilhando do filme que a fez ter vida e, no imaginário popular, pode, muitas vezes estar ligadas com o seu filme ou não, como no documentário “O Triunfo da Vontade”, em que os acordes musicais são fundamentais para o espectador sentir de perto a supremacia nazista.

Desde sua criação, o cinema foi se aprimorando cada vez mais. Novas técnicas que facilitavam o acesso público a essa mídia foram surgindo, como a criação do videocassete e, novos filmes, que passaram despercebidos pelos cinemas, ganharam novos admiradores, o clássico da ficção científica “Blade Runner – O Caçador de Andróides”, de 1982. Tais filmes, por sua vez, também puderam ter suas trilhas difundidas a partir dessa nova tecnologia. Com a chegada do século XXI, o cinema, se reinventa, devido ao fácil acesso aos downloads gratuitos de filmes na internet, o advento do DVD e as salas de cinema equipadas com as tecnologia THX e 3D, esta última se faz imprescindível o uso de óculos especial, devido a uma ilusão de ótica que faz com que objetos da tela saltem aos olhos do espectador.

Tido como a Sétima Arte, pelo italiano Ricciotto Canudo no Manifesto das Sete Artes, publicado em 1923, o cinema continua até hoje fascinando milhares de pessoas mundo afora, pela sua capacidade de atingir um grande público, ao mesmo tempo em que pode se direcionar individualmente para cada apreciador desta arte.

O rádio: a caixa de sonhos

O rádio também surgiu através das pesquisas técnico-científicas da virada do século XX. Tal meio se utiliza de transmissões de ondas eletromagnéticas para transmitir mensagens sonoras à distância. Desde 1906, as pesquisas em radiodifusão surgidas envolvendo essa técnica tinham como seu principal

problema o uso dos fios para a emissão das mensagens. Mas a situação mudou nesse mesmo ano quando o norte-americano Lee DeForest criou um mecanismo para que a comunicação se dê sem a utilização de fios:

Com base no diodo inventado dois anos antes pelo inglês John Ambrose Fleming, desenvolve o triodo ou válvula amplificadora que aumenta as características do sinal, estabilizando-o. Este passo é [...] o surgimento da radiodifusão sonora. (FERRARETO, 2001, p. 86).

Porém, não foi Lee DeForest que se tornou famoso pelo feito. Reginald A. Fessender, canadense que transmitiu o som de um violino e trechos da Bíblia em Massachusetts, que foram ouvidos por navios da costa americana, usando um alternador desenvolvido pelo sueco Ernest Alexanderson, criou a estrutura básica do processo de transmissão de amplitude modulada.

Em 1916, o russo radicado nos Estados Unidos David Sarnoff, técnico da companhia Marconi, idealizou o rádio como é conhecido atualmente: um meio de comunicação doméstico, cujo objetivo é levar informação através da difusão sem fios. Com a ideia ignorada pela Marconi Company e posteriormente amparada pela Westinghouse Electric and Manufacturing, o modelo radiofônico inicia sua trajetória ao estrelato. (STEPHENS, 1988, p. 613-614).

A partir deste período, surge a publicidade no rádio. Motivos políticos e militares foram os que mais influenciaram para isso, como cita Ferrareto:

No início da década de 20, a indústria norte-americana disputa o controle das cartas patentes necessárias à implementação das comunicações por ondas eletromagnéticas. A produção, que crescera durante a Primeira Guerra Mundial, corria o risco por falta de demanda. A radiodifusão sonora aparece como uma saída economicamente viável [...]. (FERRARETO, 2001, p. 90).

O desenvolvimento do rádio deu-se de forma mais lenta na Europa e no restante do mundo. Em 1925, já existiam transmissões regulares em 19 países europeus, na Austrália, no Japão e na Argentina. (ALBERT; TUDESQ, 1993 *apud* FERRARETO, 2001, p. 93).

Dessa forma, o rádio se tornou mundialmente famoso e o primeiro meio de comunicação a falar individualmente com seu público, sendo que cada ouvinte era uma espécie de espectador único das mensagens radiofônicas e tocado de uma forma

particular em meio aos milhões que recebiam essa mesma mensagem.

Prova maior deste fato foi o que ocorreu nos Estados Unidos, em 30 de outubro de 1938. Na noite da véspera do Halloween daquele ano, a população americana se viu em pânico ao ouvir a notícia de uma possível invasão extraterrestre no país, como explica Prado:

Em 30 de outubro de 1938 Orson Welles, um jovem ator de 23 anos, provoca pânico generalizado nos Estados Unidos, levando ao ar um programa radiofônico baseado de H. G. Wells, “Guerra dos Mundos”, que simula a invasão da Terra por marcianos. [...] Feito em estilo radiojornal, dá a ideia de uma situação real, especialmente para os ouvintes que não ligaram desde o início da apresentação. O congestionamento telefônico atinge níveis de colapso, especialmente na região de Nova Jersey, local da suposta invasão extraterrestre. (PRADO, 2012, p. 108-109).

Para aumentar a veracidade da simulação, entravam ao ar depoimentos de atores “especialistas” no assunto, vivido pelo próprio Welles, que após este episódio viria a se tornar um importante cineasta, responsável por obras que revolucionariam a linguagem cinematográfica, como “Cidadão Kane”, de 1940, e “A Marca da Maldade”, de 1958”.

O rádio no Brasil

O rádio surge no Brasil devido a duas figuras: os médicos Edgar Roquette Pinto (1884 – 1954) e Henrique Morize (1860 – 1930). Ambos inauguraram, em 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, como afirma Calabre:

[...] Organizada graças aos esforços de Roquette Pinto e Henrique Morize, pretendia criar uma rádio cuja programação teria finalidade estritamente culturais e educativas. Essa foi oficialmente a primeira de muitas emissoras que surgiram em todo o país. (CALABRE, 2002, p.11)

A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro funcionava de forma colaborativa. Os que se interessavam em ajudar a manter a emissora, auxiliavam-na com pequenas quantias mensais e seus acervos de discos pessoais para alimentar a grade. Tal situação fazia com que apenas pessoas com alto poder aquisitivo colaborassem e possuísem certo controle das emissoras de rádio.

O auge

A primeira emissora a ser inaugurada tendo sua equipe profissionais qualificados para trabalharem no meio foi a Rádio Sociedade Record, de São Paulo. Fundada em 1928, a emissora prometia uma programação de qualidade, baseada em prestações de serviços. Segundo Paula (2013), a emissora passou a ser modelo padrão para as demais, ao apresentar, a cada 15 minutos, música, informação e humor.

Um dos marcos da Era de Ouro do rádio foram os programas que realizavam concursos para eleger os reis e as rainhas do rádio, como lembra Calabre:

O rádio criou uma corte imaginária com Rainhas e Reis da Voz, sempre seguidos por súditos fiéis [...] O aumento da popularidade dos artistas, somado à disputa de Reis e Rainhas, dividiam os fãs em enormes torcidas organizadas [...] Os astros mais renomados chegavam a ter mais de um fã-clubes. [...] As disputas mais acirradas de fã-clubes ocorreram entre os adoradores das cantoras Marlene e Emilinha Borba. (CALABRE, 2002, p. 40-41)

Porém, a mais bem-sucedida emissora radiofônica brasileira desta época foi a Rádio Nacional. Criada pelo governo de Getúlio Vargas, que instituiu o decreto lei nº 2.073 e criou as Empresas Incorporadas ao Patrimônio da União. A Rádio Nacional realizou um massivo investimento em publicidade para a estação, contratou profissionais qualificados e artistas já consagrados. A emissora havia mudado, apresentando novos investimentos em uma programação especial para seu público. (SAROLDI; MOREIRA, 2005).

A consolidação da Rádio Nacional fez com que surgisse o programa Um Milhão de Melodias. Para Saroldi e Moreira (2005) a importância do programa se dá pela inovação:

[...] Versões inovadoras em arranjos próprios exigem novos intérpretes e alguns inventados, que se tornariam marcas registradas do programa, entre eles o Trio Melodia (Paulo Tapajós, Albertino Fortuna e Nuno Roland) e As Três Marias (originalmente com Marília Batista, Bidu Reis e Salomé Cotelli, esta logo substituída por Regina Célia) [...] (SAROLDI; MOREIRA, 2005, p. 62-63).

O radiojornalismo da emissora foi marcado pelo “Repórter Esso”. Sua principal função era informar a população sobre os acontecimentos da Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945). O programa contava

cinco minutos de duração, era produzido pela United Express e supervisionado pela McCann-Erickson Corporation. (KLÖCKNER, 2011, p. 11)

O “Repórter Esso” consagrou-se como o jornal falado mais famoso do Brasil. A voz de seu apresentador Heron Domingues, fez com que os ouvintes acrescessem a credibilidade que o jornal teve durante os vinte e oito anos que ficou no ar.

O rádio mudou a área de comunicação na primeira metade do século XX. McLuhan (1971) afirma que o aspecto mais imediato do rádio é oferecer um mundo de comunicação não expressa entre o escritor-locutor e o ouvinte. O historiador britânico Eric Hobsbawn explica o impacto do rádio na vida das pessoas ao redor do mundo:

[...] 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. Contudo, curiosamente, esse veículo [...] embora essencialmente centrado no indivíduo e na família, criou sua própria esfera pública. Pela primeira vez na história pessoas desconhecidas que se encontravam provavelmente sabiam o que cada uma tinha ouvido [...] na noite anterior: o grande jogo, o programa humorístico favorito, o discurso de Winston Churchill, o conteúdo do noticiário. (HOBSBAWN, 1995, p. 195).

O rádio é um meio de comunicação dialógico, que teve importante papel nos rumos da história do século XX. Entretanto, até hoje, mesmo com o surgimento de tecnologias comunicacionais mais atraentes, ao menos à primeira vista – como a internet e a televisão – ele continua tendo seus fiéis ouvintes e jamais perderá sua magia que lhe é característica.

Cinema x Rádio: uma analogia

Ruy Castro, jornalista e escritor brasileiro, em seu livro, *Saudades do Século XX* (Companhia das Letras, 1994), conta diversas histórias de personalidades que marcaram a história da música e do cinema daquela época, como Frank Sinatra e o cineasta Alfred Hitchcock. Ao narrar episódios da vida do ator e dançarino Fred Astaire, o autor afirma:

No tempo em que se ia ao cinema para se ver os musicais de Fred Astaire – e milhões iam, nos anos 30, 40 e 50 -, muitos sentiam um irresistível impulso de sair à rua, ao fim do filme, dançando como ele. Bem, você pode imaginar a cena. Vistos de longe,

esses espectadores pareciam ser inspirados [...]. Outros, mais prudentes, apenas se imaginavam dançando e talvez até ouvissem chapinhas também imaginárias estalando na calçada. Inúmeros ali dariam trinta anos de vida para ser Fred Astaire por trinta minutos. Pensando bem, eu também daria. E não há nenhuma vergonha nisso – porque Gene Kelly também daria. (CASTRO, 1994, p. 67).

Castro remonta o leitor aos tempos do cinema pós-advento do som, em que as plateias lotavam as salas para adentrar no mundo fantasioso que a Sétima Arte lhes proporcionava. Tempos instáveis de uma possível eclosão de uma nova Guerra Mundial.

Tais memórias traçadas pelo autor têm por objetivo ilustrar a fascinação gerada pelo cinema sob uma ótica diferenciada: a Indústria Cultural. Embora com suas diferenças de linguagens – enquanto o cinema usa a imagem para transmitir sua mensagem, o rádio utiliza somente o som – ambos os meios geram um fascínio humano imensurável no que se refere ao seu próprio conteúdo. O fascínio do cinema pela imagem, pelas histórias narradas e pelos seus astros. O rádio, por sua vez, em sua Era de Ouro, pelos seus Reis e Rainhas do Rádio e locutores com suas graves e carismáticas vozes.

Para a Indústria Cultural, termo cunhado em 1942 pelos filósofos e sociólogos da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno (1903 – 1969) e Max Horkheimer (1895 – 1973), todos os produtos culturais que se destinam a entretenimento desempenham as mesmas funções de um Estado Fascista, e que o homem está promovendo a alienação do homem, em um processo no qual o indivíduo é levado a não se questionar sobre si mesmo e sobre a totalidade do meio em que vive. (COELHO, 1980).

Sendo assim, a Indústria Cultural vê como alienante o que se chamou até aqui de fascínio. Edgar Morin, antropólogo, sociólogo e filósofo francês, em sua obra *As Estrelas – Mito e Sedução no Cinema* (José Olympio Editora, 1989) investiga como essa indústria cria seus astros e trata de trazê-los à tona para os consumidores dos filmes e dos produtos radiofônicos. Mesmo a obra não sendo específica sobre o meio, é possível tomá-la como a realidade do rádio em sua relação com o público. Para o autor:

Um movimento natural faz as massas ascenderem ao nível afetivo da personalidade burguesa. Suas necessidades são moldadas pelos modelos-padrões reinantes, que são os da cultura burguesa. Elas são exaltadas e canalizadas pelos meios de comunicação que a burguesia controla.

Dessa forma o aburguesamento do imaginário cinematográfico corresponde ao aburguesamento da psicologia popular. (MORIN, 1989, p. 12).

Como já defendiam Adorno e Horkheimer, a produção midiática – nesse caso o rádio e o cinema – partem dos que detêm o maior poder aquisitivo para tal. Essa, por sua vez, faz com que esses produtos sejam moldados ao gosto da elite detentora da cadeia de produção. Para os consumidores, restam apenas a subordinação ao que lhes é oferecido. Entretanto, Morin defende que o cinema, implica um processo de identificação entre o espectador e o que é visto no ecrã e ouvido no rádio. (MORIN, 1989).

O rádio e o cinema se fundem: a Segunda Guerra Mundial e a Política da Boa Vizinhança

Nos anos 1940, a eclosão da Segunda Guerra Mundial, em 1939, mudou este cenário, mudou o quadro consolidado, tanto pelo rádio, como pelo cinema. Com os Estados Unidos se posicionando contra a ditadura hitlerista e temendo que seus vizinhos latino-americanos aderissem ao grupo inimigo, os norte-americanos logo tomaram as devidas providências para que tais conexões cessassem. Surge, então, o pan-americanismo, termo explicado por Saroldi e Moreira (2005):

Coroando a política da boa-vizinhança responsável pela intensificação das relações culturais entre Brasil e os EUA. Um rótulo capaz de englobar produtos e valores os mais diversos - bolsas de estudos para brasileiros, a criação do personagem Zé Carioca em *Alô Amigos*, filme de Walt Disney feito sob encomenda para agradar os latino-americanos, o incentivo à carreira de Carmen Miranda e do Bando da Lua no show business nos EUA. (SAROLDI; MOREIRA, 2005, p. 73-74).

O pan-americanismo não deixou de ser uma tática de guerra. Castro (2005), afirma que ao usar uma indústria poderosa para defender as ideologias sociopolíticas dos mesmos, Hollywood criou uma ilusão de companheirismo, algo que se desmanchou logo após o término da guerra. Entretanto, é preciso admitir que um dos resultados desse mecanismo bélico usado por Hollywood foi a projeção mundial de um produto genuinamente brasileiro, Carmen Miranda, cuja carreira acabou paralelamente ao final da guerra, uma vez que já não havia motivos

para indústria cultural norte-americana contentar o público latino-americano. O contrato da atriz com o estúdio 20th Century Fox foi cancelado e a atriz passou cada vez mais a ter dificuldades para encontrar trabalhos. Carmen Miranda morreu em 1955, vítima de um ataque cardíaco. (CASTRO, 2005).

O cinema brasileiro: estrelando, os cantores do rádio

O cenário musical brasileiro e a figura de Carmen Miranda não estavam restritos apenas ao rádio há um bom tempo, como lembra Cabral (1996):

Mal surgiu a novidade nos Estados Unidos, alguns empresários brasileiros trataram de importar o novo equipamento de filmagem e, já em 1929, o diretor Luís de Barros lançava o primeiro filme falado e cantado: *Acabaram-se os otários*. (CABRAL, 1996, p. 49).

A partir deste momento, uma série de filmes brasileiros protagonizados por estrelas do rádio foram feitos, segundo Cabral (1996). O filme “Coisas Nossas”, de 1931, estabeleceu o padrão que viria a ser seguido pelo cinema brasileiro nas décadas posteriores, ao adotar a fórmula classificada como revista, fazendo surgir as chanchadas da Atlântida. O filme era estrelado por três grandes nomes do rádio paulista: Paraguaçu, Alzirinha Camargo e Zezé Lara. Mas foi em 1933, com “A Voz do Carnaval”, de Ademar Gonzaga e Álvaro Rodrigues, que o cinema brasileiro finalmente obteve seu primeiro sucesso, pois o público superlotava os cinemas pela primeira vez para ver a cantora Carmen Miranda, até então só conhecida pelo rádio. O ramo cinematográfico no país crescia a cada dia. Com isso, estruturas específicas para a gravação de filmes foram construídas:

Dois estúdios instalados no Rio de Janeiro contribuíram decisivamente para aumentar a produção de filmes no Brasil. Foram eles a Cinédia, de Ademar Gonzaga, e Brasil Vita-Filmes, da atriz e produtora portuguesa Carmen Santos. (CABRAL, 1996, p. 51).

Muitos filmes nacionais foram produzidos por esses dois estúdios, entre eles “Alô, Alô, Brasil” e “Estudantes” dirigidos por Wallace Outros e lançados

em 1935. Além de “Favela dos Meus Amores”, de Humberto Mauro, também de 1935.

Conclusão

O cinema e o rádio são duas mídias que, apesar de suas linguagens distintas, guardam similaridades. Ambos surgiram em um momento em que o mundo clamava por novas invenções tecnológicas. Posteriormente, suas particularidades foram desenvolvidas ao longo dos anos. O cinema surgiu pelas mãos dos irmãos franceses Lumière. Os primeiros filmes eram mudos e sem nenhum tipo de som e com o passar dos anos, os mesmos ganharam a linguagem e a trilha sonora. Além disso, seu surgimento foi visto com preconceito pela elite dominante da época, uma vez que o público alvo dos produtores era pessoas de baixo poder aquisitivo. Tal situação mudou quando o cinema se democratizou ao entrar no modelo capitalista de mercado. O rádio, por sua vez, também é fruto do trabalho de diversos idealizadores europeus, mas foi nos Estados Unidos da América que o rádio ganhou popularidade. Por intermédio das mãos de Frank Conrad, funcionário da empresa Westinghouse Electric and Manufacturing, Conrad definiu o modelo radiofônico em 1920 que se difundiu pelo mundo e perdura até hoje. No Brasil, o rádio chegou em 1923 através dos médicos Edgar Roquette Pinto e Henrique Morize, que criaram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. O auge do meio no Brasil se deu nas décadas de 1930 a 1950, até a chegada da televisão no país.

O rádio e o cinema, apesar de possuírem diferenças extremas em suas características primordiais, se entrecruzaram ao longo da História. Foram dois meios de comunicação que nasceram na mesma época, possuem linguagens simples, passaram por transformações técnicas e falam individualmente com cada espectador ou ouvinte, ao mesmo tempo em que se direcionam para milhões de pessoas.

Por essas características, esses meios estão mais vivos do que nunca. Mesmo com o advento de novas tecnologias de comunicação que possam ameaçar a existência de ambos, como a internet, isto dificilmente ocorrerá. Outra questão, comum entre os dois meios, e norteadora deste artigo, é a música, intrínseca às mídias desde os seus primórdios até os dias atuais e que geram fascínio em seu público.

Referências

- BERGAN, Ronald. **...ismos para entender o cinema**. Rio de Janeiro: Globo, 2011.
- CABRAL, Sergio. **A MPB na Era do Rádio**. São Paulo: Moderna, 1996.
- CALABRE, Lia. **A Era do Rádio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- CAPUZZO, Heitor. **Lágrimas de Luz: o drama romântico no cinema**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- CASTRO, Ruy. **Carmen, uma biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- _____. **Saudades do Século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- DEFLEUR, Melvien Lawrence; ROKEACH, Sandra Ball. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.
- FERRARETO, Luiz Arthur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Luzzatto, 2001.
- KEMP, Philip. **Tudo Sobre Cinema**. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.
- MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio: Um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 1999.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação de massa como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, [1970?].
- MORIN, Edgar. **As Estrelas: mitos e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- PAULA, Amadeu Nogueira de. **Jornalismo e Publicidade no Rádio: como fazer**. São Paulo: Contexto, 2013.
- PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. São Paulo: da boa prosa, 2012.
- ROSENFELD, Anatol. **Cinema: arte e indústria**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- STEPHENS, Mitchell. **História das comunicações: do**

tantã ao satélite. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1988.

TAVARES, Reynaldo. **Histórias que o rádio não contou:** do galena ao digital desvendando a Radiodifusão no Brasil e no mundo. São Paulo: Harbra, 1999.

