

Rádio, Populismo e Cultura: Brasil e Argentina (1930-1955)

DORIS FAGUNDES HAUSSEN
(*Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul*)
(*Universidade Federal do Rio Grande do Sul*)

Resumo

O texto trata da relação entre populismo e cultura, mediatizada pelo rádio, durante os governos de Getúlio Vargas, no Brasil, e de Juan Perón, na Argentina.

Palavras-chave: rádio, populismo, cultura

Resumen

El texto trata de la relación entre populismo y cultura mediatizada por la radio, durante los gobiernos de Getúlio Vargas (Brasil) y de Juan Perón (Argentina).

Palabras-clave: radio, populismo, cultura

Abstract

This study deals with the relationship between culture, populism and radio, in the Brazilian Getúlio Vargas and the Argentinian Juan Perón's regimes.

Keywords: radio, populism, culture

Introdução

O rádio, desde sua consolidação, a partir dos anos 30/40, tem sido utilizado das mais diversas formas, com as mais diferentes finalidades: pelo Estado¹; por guerras de independência e resistência; por partidos políticos e sindicatos; por movimentos sociais, religiosos e ecológicos. Seu papel político é inegável, seja qual for a sua posição. Para que se compreenda o seu real significado, no entanto, é preciso estudar a fundo o contexto em que atua - as condições sócio-político-econômicas e culturais. Neste sentido, no caso específico de Brasil e Argentina, estas são condições prévias para que haja um entendimento do papel político desempenhado pelo rádio sob os governos de Getúlio Vargas e Juan Perón.

O surgimento da radiodifusão na América Latina, na década de 20, e a sua consolidação a partir dos anos 30, dá-se quase paralelamente ao início dos movimentos populistas. Estes, por sua vez, no caso de Brasil e Argentina, devem-se principalmente ao esgotamento do modelo econômico agroexportador e ao início do direcionamento para as atividades industriais. Ao mesmo tempo, verifica-se a crise da hegemonia da burguesia oligárquica e do sistema institucional liberal vigente, o que dá chance ao surgimento do populismo² como resposta a um vazio no poder correspondente à quebra dessa hegemonia.

Embora o aparecimento do rádio não tenha relação com os tipos de governo à época, mas sim com o avanço das pesquisas tecnológicas que vinham sendo realizadas desde o século anterior, rádio e populismo desenvolvem-se quase que simultaneamente em ambos os países. É preciso, no entanto, levar em conta que o populismo brasileiro começa a consolidar-se efetivamente, com Getúlio Vargas, a partir do Estado Novo, em 1937. Já na Argentina, o sistema é implantado com a eleição de Juan Domingo Perón, em 1946. Para PRADO (1981), esta defasagem de alguns anos entre os populismos brasileiro e argentino deve-se ao fato de que, no Brasil, a Revolução de 30 corresponde a uma ruptura na hegemonia política da oligarquia cafeeira que deixa um vazio no poder preenchido, então, pelo populismo varguista. Na Argentina, um golpe conservador derruba o presidente Irigoyen e permite às oligarquias exportadoras manterem-se no poder até o golpe de 1943, que oportuniza a ascensão do populismo peronista em 1946.

¹ O rádio foi criado e usado por Mussolini, na Itália (Mussolini, jornalista, foi redator-chefe do *Avanti*, jornal socialista de Milão, em 1912, antes de se tornar ditador em 1925; criou também a Cinecittá); por Franklin D. Roosevelt, em 1933, em suas "Conversas ao pé do fogo", nos Estados Unidos; e por Hitler, na Alemanha. Em 1933, quando Hitler foi designado Chanceler, os nazistas utilizaram o rádio para propaganda e antes, em 1931, tentaram influenciar na nomeação dos diretores das emissoras.

² Há muitas discussões sobre o conceito de populismo. No presente trabalho leva-se em consideração, principalmente, as definições de WEFFORT (1980), LACLAU (1978), IANNI (1989) e MARTIN-BARBERO (1987).

Assim, embora o início do sistema populista³ nos dois países tenha uma certa diferença de tempo, parte do seu período "áureo" coincide: de 1951-55, quando Perón é reeleito na Argentina e Vargas é então eleito pelo voto no Brasil⁴. Ao mesmo tempo, o rádio passa, também, por sua época de glória - 1945/1955. Rádio e populismo vivem, desta forma, seus tempos de apogeu e declínio - o rádio, entre outras razões, devido ao surgimento da televisão e, o populismo, às modificações ocorridas nas condições histórico-econômico-sociais dos dois países, o que levaria Vargas ao suicídio em 1954 e Perón à renúncia em 1955, o mesmo ocorrendo com João Goulart (1961-1964) que ao ser deposto encerra um ciclo populista brasileiro com a chegada dos militares ao poder. No caso argentino, o peronismo, mesmo após a queda de Perón em 1955, seu retomo em 1973 e a sua morte em 1974, manteve organizações fortes, ligadas principalmente aos sindicatos operários.

Quanto às características do populismo, IANNI (1989, p.105) aponta que se trata de um movimento de massas, com partido político policlassista, sendo o sindicato tutelado pelo poder público e a liderança carismática, havendo, também, "a utilização de linguagem demagógica, nacionalismo econômico, desenvolvimentismo, reformismo, governo populista, democracia populista, ditadura populista e Estado populista".

Numa visão mais abrangente, LACLAU (1978, p.182) considera que o populismo "surge historicamente ligado a uma crise do discurso ideológico dominante que é, por sua vez, parte de uma crise social mais geral". Para ele, esta crise pode ser tanto o resultado de uma cisão no bloco do poder, em que uma classe ou fração de uma classe necessita, para afirmar sua hegemonia, apelar ao povo contra a ideologia vigente em seu conjunto, quanto o resultado de uma crise na capacidade do sistema para neutralizar os setores dominados, significando uma crise do transformismo.

MARTIN-BARBERO (1987), por seu turno, considera ser necessário para o entendimento desse sistema, fazer-se uma retrospectiva histórica do processo de modernização dos anos 30-50, sendo fundamental a compreensão do surgimento em cena das massas urbanas para o projeto político populista.

Modernização significa, nos anos 30, a adequação das economias dos países latino-americanos às exigências do mercado mundial o que, por sua vez, se produz entre outros fatores, mediante a substituição de importações, possível somente com base na organização dos mercados

³ Quando há referência a "sistema populista", a definição é retirada de WEFFORT que o define como "estrutura institucional do tipo autoritário e semicorporativa, orientação política de tendência nacionalista, antiliberal e anti-oligárquica; orientação econômica de tendência nacionalista e industrialista; composição social policlassista mas com apoio majoritário das classes populares"(1980, p.85)

⁴ Para IANNI (1989), pode-se falar em Estado populista na Argentina com Perón (1946-1955) e no Brasil com Vargas (1937-1945 e 1951-1954) e com João Goulart (1961-1964).

nacionais. Nessa unificação do mercado, vão jogar um papel fundamental as tecnologias de comunicação: "a um país o unificam tanto ou mais que as estradas e os trens, o telégrafo, o rádio e o telefone. Pois fazer um país não é só uma questão de economia... é também projeto político e cultural" (ibid., p.183).

O alcance e o sentido das tecnologias de comunicação em relação à cultura, nesse momento, remetem, então, ao movimento social que dá origem ao populismo: o aparecimento das massas urbanas, constituídas em sujeito social justamente a partir da idéia de **nação**. "Elas se reconhecem e são o conteúdo daquele novo sujeito social que é o nacional", conforme BARBERO. O projeto nacional, por sua vez, somente é possível mediante a comunicação, o encontro entre massas populares e Estado. O populismo desses anos resultou, assim, na organização de poder que deu forma ao compromisso entre as novas massas urbanas e o estado.

A pressão dessas massas pelas suas demandas é o que as torna "visíveis": o que era privilégio de uma minoria no campo da habitação ou da saúde, de educação ou da diversão é agora reclamado como um direito das maiores. E não é possível tornar efetivo este direito ao trabalho, à saúde ou à educação sem massificá-los, isto é, sem dar acesso social às massas (ibid., p.183).

E é justamente na formulação dessas novas demandas, no seu encontro com o discurso nacional populista, que vão jogar um papel chave as "novas" tecnologias de comunicação desse momento: o rádio, em todos os países, e o cinema em alguns. Elas vão tornar possível, assim, a emergência de uma nova linguagem e de um novo discurso social, o discurso popular-massivo.

O rádio vai ser fundamental para a gestação do sentimento nacional, na tradução da idéia de nação em sentimento e cotidianidade. Um sentimento nacional que o rádio dessa época não destrói: o de sentir-se parte de uma região. O nacional foi, nesses anos, uma experiência peculiar: "a de descobrir-se habitantes de um país mais amplo e grande que se comparte com outras regiões; foi isso mas, ao mesmo tempo, o início da destruição dessa pluralidade" (Ibid., p.184).

Em síntese, as "novas" tecnologias de comunicação dessa primeira etapa têm sua relação com a cultura mediada pelo projeto estatal de modernização, um projeto eminentemente político mas também cultural: não era possível transformar estes países em nações sem criar neles uma cultura nacional.

Os dois presidentes e as suas táticas

Getúlio Vargas e Juan Perón nunca se viram pessoalmente e mesmo a sua correspondência não foi muito freqüente (ao contrário do primeiro governo Vargas, em que ele e o presidente Justo, além de se corresponderem, visitaram-se mutuamente). No entanto, Perón mantinha

admiração por Vargas, até por desenvolver um estilo de governo - embora constitucionalmente - semelhante ao primeiro período do presidente brasileiro.

“Nenhum dos dois era devoto dos fastídios da democracia; ambos haviam bebido das águas do fascismo e intuía que era nas massas despossuídas onde radicavam seus destinos políticos. Tanto o brasileiro como o argentino queriam conseguir um desenvolvimento autônomo para seus países ainda que se vissem obrigados a transigir a cada momento. Perón, finalmente, via em Getúlio um animal de sua mesma espécie, dos que se renovavam com o apoio massivo e clamoroso do povo. Em junho de 1950 o presidente argentino escrevia a Vargas: “Eu penso como trabalhista que ‘ele’ voltará; assim o espero e assim o desejo de todo o coração” (LUNA, 1990, p. 23).

Embora nunca se tivessem visto, tinham um excelente intermediário, João Baptista Luzardo, três vezes embaixador do Brasil em Buenos Aires, que mantinha um bom relacionamento com Perón. O que este não se apercebeu foi que “o Vargas da quarta presidência não era tão forte como antes. (Ibid., p.24). O próprio ministro brasileiro das Relações Exteriores, João Neves da Fontoura, não achava interessante uma aproximação maior do Brasil com a Argentina naquele momento, o que poderia ser mal interpretado pelos Estados Unidos. O embaixador da Argentina no Brasil, J. Isaac Cooke, em 1953, alertava que embora Vargas fosse favorável à Argentina, já não dispunha da liberdade operacional do período anterior e que a força maior estava com o parlamento e a imprensa.

Perón, naquele momento, sonhava com uma união aduaneira e econômica com o maior número possível de países latino-americanos. Para isso, sua máquina de propaganda divulgava notícias favoráveis ao seu regime em toda a América Latina, especialmente no Chile e no Brasil, países com os quais esperava contar. Seu intento foi iniciado com o Chile, que o apoiava. Nesse momento, no entanto, devido às relações com os Estados Unidos, a grande imprensa brasileira da época, principalmente *O Globo*, *O Estado de S. Paulo* e a *Tribuna da Imprensa* condenavam a iniciativa. E um possível encontro com Vargas reduziu-se às notícias contrárias que Perón recebeu pela imprensa e a visita do jornalista Geraldo Rocha, enviado por Getúlio, informando que a situação no Brasil estava muito difícil e que o pacto era impossível (ibid., 1990, p.26). O sonho de integração latino-americana de Perón ficou, então, reduzido a um pacto de fronteiras com o Chile.

A admiração de Perón por Vargas é atribuída, assim, em parte à simpatia inicial de ambos - mesmo em períodos diversos - pelos regimes autoritários, principalmente o fascismo. O culto ao líder, recurso bastante explorado por Vargas durante o Estado Novo, foi utilizado por Perón e

Evita, principalmente depois de 1950. A onipresença, através de material de divulgação - pelo rádio, através de fotos, revistas e jornais, e a atribuição de qualidades excepcionais aos chefes também foram muito usadas.

Os dois presidentes lançaram mão de serviços de propaganda - no Brasil o DIP tinha esta função, na Argentina, a Secretaria de Imprensa e Informação. No Brasil, os meios de comunicação continuaram com seus donos - mas havia a censura prévia e elementos do DIP para fiscalizar (durante o primeiro período de Vargas, pois durante o segundo, o DIP havia sido dissolvido pela Constituição de 1946). Na Argentina, Perón tomara conta de todos os meios devolvendo após os rádios aos respectivos donos mas com uma censura férrea - ninguém se atrevia a divulgar o que não fosse do interesse do governo, até praticamente o seu final.

Paralelamente, criaram-se novas técnicas e estilos de organização e liderança - a demagogia e o carisma tornaram-se essenciais para captar as massas assalariadas das cidades. E surgiu, também, o princípio da "paz social", da "harmonia entre as classes sociais", em que o Estado desempenhou um papel fundamental. O nacionalismo popular, por seu lado, foi altamente estimulado, mas a sua utilização nos dois países apresentou diferenças uma vez que as formas de articulação do movimento trabalhista foram diversas:

"No varguismo, a classe trabalhadora é integrada ao regime diretamente através das organizações estatais; não são os sindicatos senão as Secretarias do Ministério do Trabalho o canal direto para as relações entre trabalhadores e Estado. A seqüência que leva os trabalhadores a participar do movimento nacional-popular é intermediada primeiro pelo Estado que, desde o início, controla a mobilização e organiza desde cima os sindicatos, que funcionam como um mero apêndice do poder" (RODRIGUES apud MURMIS e PORTANTIERO, 1987).

Por seu turno, no peronismo, ainda que o movimento trabalhista fosse integrado ao Estado e que o poder assumido pelos organismos públicos para a efetivação desse processo fosse decisivo, os sindicatos eram pré-existentes ao governo populista e cumpriam uma função de mediação entre os trabalhadores e o poder político, que era reconhecida. Assim, qualquer análise de um movimento nacional-popular, surgido como proposta política a um processo de rápida industrialização tem que levar sempre em conta o grau de complexidade da estrutura social no momento prévio ao populismo. E um dos indicadores mais significativos para estudar a relação classe trabalhadora e nacionalismo popular é o nível de desenvolvimento da organização sindical.

No caso argentino houve um fator muito importante: o êxito em constituir uma linguagem popular-democrática unificada a nível nacional pôde ser acessível graças à homogeneidade social, uma exceção dentro da América Latina. E as causas foram "a ausência de campesinato, o predomínio esmagador da população urbana, o amplo desenvolvimento das classes médias e o desenvolvimento do sindicalismo operário em todo o país"(LACLAU, 1979, p.196).

No Brasil, por seu lado, Vargas na década de 30 teve que manobrar com uma coalizão bastante complexa de forças contraditórias e só através do Estado Novo, em 1937, pode estabelecer seu domínio pleno no aspecto político. Mas, mesmo então e durante toda a sua carreira política, não conseguiu tornar-se um líder de um movimento unificado e homogêneo como o de Perón: "será sempre, pelo contrário, um articulador de forças heterogêneas, sobre as quais se estabelece seu controle político através de um complicado sistema de alianças" (Ibid., p.138).

Essas alianças necessárias e o peso da classe operária - bem menor do que na Argentina - fizeram com que o getulismo não fosse genuinamente "populista", uma vez que nos momentos de estabilidade a linguagem de Vargas tendia a ser paternalista e conservadora e nos momentos de crise, "em que os elementos conservadores da coalizão desertam, lança-se resolutamente na via do populismo - isto é, do desenvolvimento do antagonismo latente nas interpelações democráticas" (ibid., p.198).

Na questão econômica, a diferença com a situação argentina está principalmente no fato de que naquele país havia uma sólida camada empresarial agro-importadora hegemônica, indicando na área interna, um setor dinâmico e desenvolvimentista e, por outro lado, uma vinculação externa constituindo-se numa dependência. O peronismo efetivou-se, então, "conciliando os interesses de acumulação do setor economicamente dominante com os interesses da 'participação' crescente das massas" (CARDOSO e FALETTO, 1984, p.99). E isto foi possível principalmente pela situação favorável que o país vivia após a Segunda Guerra Mundial, o que facilitou a ascensão do populismo peronista.

No caso brasileiro, a etapa de expansão para fora não consolidou um setor empresarial hegemônico, forte e moderno, que neutralizasse o poder dos setores agrotencionais e menos ainda que unificasse os setores populares, rurais e urbanos, como uma massa assalariada. Assim, o "Estado surge como um instrumento não só de regulação do sistema industrial mas também como instrumento direto de sua constituição, através da criação de empresas públicas, autárquicas ou para-estatais" (ibid., p.103).

O populismo no Brasil apareceu, então, como o elo através do qual as massas emergentes mobilizadas pela industrialização vincularam-se ao novo esquema de poder. Posteriormente foi convertido na política de massas que impulsionou a manutenção de um esquema de participação política relativamente limitado e baseado principalmente numa frágil estrutura sindical que não afetou as massas rurais nem o conjunto de setor

popular urbano.

A simplificação do conceito de "populismo", no entanto, é preciso ser evitada. Pensar-se apenas na questão econômica ou na política, esquecendo-se da cultural é impossível - principalmente quando se trata da questão dos meios de comunicação. No caso argentino, por exemplo, o peronismo encerrava em si vários conflitos que envolviam a própria questão cultural e buscava congregiar as classes trabalhadoras que, por sua vez, não eram uniformes. Havia o choque entre os interioranos atraídos pelas ofertas de emprego e as condições de vida de Buenos Aires, e que não eram aceitos pelos portenhos; estes, por sua vez, tinham seus próprios conflitos internos com os imigrantes, não resolvidos. E esta situação aparecia nas manifestações culturais. Um exemplo é a série radiofônica da época, "Os Pérez Garcia", que tratava do cotidiano de uma tradicional família portenha, em que os "cabecitas negras" - os habitantes morenos do interior argentino - não apareciam. Por outro lado, na música e em outros programas, assim como nos bailes, o interiorano se fazia presente. E o peronismo, através de sua política populista buscava esta integração, num sentido homogeneizador e nacionalista, assim como Vargas no Brasil. Para FORD (1991), o fenômeno na Argentina configurava um modelo industrial moderno frente a um modelo realmente paternalista e "transladar o conceito do circuito econômico ao cultural é um erro".

Esta distinção entre econômico e cultural na conceituação de populismo, para FORD é fundamental. Em relação ao seu país, sobre a questão econômica, considera que se for levada em consideração a redistribuição de renda, que privilegiou o social em detrimento de outro tipo de economia,

"...talvez aí, sim se possa falar de populismo. Mas é preciso muito cuidado quando se fala do cultural. Trata-se de uma questão muito complicada, colocar rótulos... o peronismo foi um dos tantos processos de administração que sofreu a Argentina, com seus conflitos, suas características... o populismo, em certa medida, é a presença do Estado a nível político e econômico. A nível cultural significou o ingresso de toda uma área que estava a descoberto na Argentina" (Idem).

No caso brasileiro, o projeto cultural do governo, de cunho nacionalista, fazia parte da orientação de resguardar os valores nacionais, incentivando principalmente a abordagem de temas e problemas especificamente brasileiros. Villa-Lobos encarregou-se de organizar as apresentações musicais nas grandes comemorações cívicas. Também foi o intermediário entre os artistas populares e o governo, convidando-os a participar das realizações do regime. Estes, por sua vez, já tinham, em geral, um bom relacionamento com o governo de Vargas, que fora o autor da Lei dos Direitos Autorais, em 1928, ainda quando deputado pelo Rio Grande do

Sul, e que os beneficiava.

Por outro lado, CANCLINI (1987, p.37) considera que o peronismo atenuou as desigualdades ao facilitar ao povo o acesso à educação média e superior, bem como a todo tipo de espetáculos e produtos culturais e de massa. "Mas essa expansão quantitativa, o mesmo que o distribucionismo econômico, não modificou as causas estruturais da desigualdade, nem foi acompanhada por uma reelaboração crítica dos hábitos culturais do povo". Para o autor, em vários movimentos populistas latino-americanos, a política cultural reproduziu as estruturas ideológicas e as relações sociais legitimadoras da identidade entre Estado e Nação⁵.

Deste modo, no caso específico da utilização do rádio num esquema político populista, o veículo aparece como um instrumento para a divulgação e mediação desse sistema. Instrumento este que é utilizado de formas diferentes - e também semelhantes em alguns pontos - pelos dois governantes populistas, de acordo com o momento (no caso brasileiro, nos dois períodos de Vargas a utilização foi diversa) e com a possibilidade do sistema - mas com um objetivo idêntico.

O que leva a uma reflexão sobre o depoimento do radialista argentino Antônio Carrizzo: "Na Argentina, Perón foi o primeiro que se deu conta da importância da utilização do rádio. Mas quem está livre de culpa que atire a primeira pedra. Porque todos os governos que vieram depois, à sua maneira, também utilizaram o rádio politicamente" (CARRIZZO, 1991).

Referências Bibliográficas

- CANCLINI, Néstor (org.). *Políticas culturales en America Latina*. Mexico: Grijalbo, 1987.
- CARDOSO, Fernando Henrique e FALETTO, Enzo. *Dependência e desenvolvimento na América Latina*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.
- CARRIZZO, Antônio. Radialista, iniciou as suas atividades em 1948, na Radio El Mundo, de Buenos Aires. Entrevista realizada em Buenos Aires, setembro de 1991
- FORD, Anibal. Escritor, professor da Universidade de Buenos Aires, jornalista (foi editor da Revista *Crísis*, com Eduardo Galeano). Entrevista realizada em Buenos Aires, setembro de 1991.
- HAUSSEN, Doris Fagundes. *Rádio e política: tempos de Vargas e Perón*. São Paulo, tese de Doutorado, ECA/USP, 1993.
- IANNI, Octávio. *A formação do estado populista na América Latina*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

⁵ CANCLINI (1987) considera que para a política cultural de "estatismo populista" o nacional reside no Estado e não no povo.

- LACLAU, Ernest. *Política e ideologia na teoria marxista*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- LUNA, Felix. *Perón y su tiempo. III. El régimen exhausto. 1953-1955*. 4. ed. Buenos Aires: Sudamericana, 1990.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Procesos de comunicación y matrices para salir de la razón dualista*. México: FELAFACS, 1987.
- MURMIS, Miguel e PORTANTIERO, Juan Carlos. *Estudios sobre los orígenes del peronismo*. 5. ed. Buenos Aires: Siglo XXI, 1987.
- PRADO, Maria Ligia. *O populismo na América Latina*. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- WEFFORT, Francisco. *O populismo na política brasileira*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.