
Programa Casé: Cosmopolitismo e o rádio comercial brasileiro¹

Michele Wadja FARIAS²

Thiago SOARES³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este artigo tem por objetivo contextualizar a relação entre o primeiro programa de rádio comercial do Brasil, Programa Casé, (1932-1949) e a programação radiofônica praticada nos Estados Unidos, em especial a do programa The All-Negro Hour (1929-1935). A atração norte-americana foi irradiada pela primeira vez, na rádio WSBC, em Chicago, três anos antes da estréia do programa de rádio brasileiro. A partir de noções de cosmopolitismo temos como hipótese que aspectos radiofônicos, culturais e estéticos do rádio nacional e do Programa Casé estavam inseridos em uma experiência global, com ênfase nos Estados Unidos, a exemplo do programa The All-Negro Hour.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; Programa Casé; The All-Negro Hour; cosmopolitismo.

O FIM DO RÁDIO “MUDO” E O BARULHO POPULAR

O rádio sem som fazia parte da programação no início da radiodifusão no Brasil. Entre discursos, leituras de poemas e afinação de instrumentos, a pausa silenciosa se fazia presente. Era comum o *speaker*⁴ abandonar o ouvinte enquanto algo era organizado nos bastidores. A mudez no rádio foi definitivamente rompida pelo som de uma sirene aguda, semelhante à utilizada por um navio: era a vinheta de abertura do Programa Casé, que foi ao ar pela primeira vez no dia 14 de fevereiro de 1932, no Rio de Janeiro. Mas, além do apito barulhento o programa introduziu um elemento sonoro que passou a fazer parte da programação radiofônica no país, o *background*⁵, substituindo o silêncio no rádio por uma

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e integrante do Grupo Pesquisa em Mídia Entretenimento e Cultura Pop (GRUPOP), na UFPE. Email: michelewadja@gmail.com

³ Professor e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e coordenador do Grupo Pesquisa em Mídia Entretenimento e Cultura Pop (GruPop) e-mail: thikos@gmail.com

⁴ A influência inglesa estava presente no vocabulário radiofônico da época. Não era comum o uso da palavra locutor em português, mas sim *speaker* em inglês.

⁵ Música de fundo, também chamada de BG.

música constante. Além disso, o ritmo lento de uma programação erudita voltada para músicas clássicas ganhou o batuque da música popular brasileira⁶ (CABRAL, 1990).

A ideia de montar o programa foi do pernambucano Ademar da Silva Casé, natural de Belo Jardim-PE, ele havia morado em Maceió (AL), Caruaru (PE) e Recife (PE) antes de ir para o Rio de Janeiro. Na capital do país, trabalhou numa mercearia de frutas e foi vendedor de imóveis, de anúncios em revistas e de aparelhos de rádio Phillips. Foi a venda de rádios que mudou a vida do migrante e o levou à criação do programa. Em depoimento ao Museu da imagem e do som Ademar Casé detalhou como criou a estratégia que foi determinante para sua estreia no rádio. Com a lista telefônica na mão, ele tinha o nome e o endereço de todos os potenciais compradores. Então, ele esperava o proprietário sair de casa, batia a sua porta e abordava a esposa. Casé explicava que o rádio havia sido solicitado pelo dono da casa e que instalaria o aparelho, apenas, para que a família testasse sem compromisso – e depois voltaria. O *Test-Listen* normalmente dava certo. No livro Programa Casé, o rádio começou aqui escrito pelo Jornalista Rafael Casé, neto de Ademar, ele relata que “em um determinado dia, Casé colocou trinta aparelhos em seu carro e ainda voltou pra casa com 27 pedidos extras” (CASÉ, 2012, p.43).

Impressionado com as vendas o diretor da Phillips, Vitorino Borges, marcou um jantar para conhecer Ademar Casé. Foi nessa ocasião que o pernambucano falou sobre o interesse de criar um programa diferente (CABRAL, 2010). A única experiência de Casé com o rádio era a de vendedor e ouvinte. Ainda assim, ele convenceu o executivo a alugar um horário na Rádio Phillips, uma prática que não era comum. “Ele relutou, disse que ninguém nunca tinha feito aquilo, mas acabou cedendo, não sem antes me alertar que a Rádio não teria nenhuma responsabilidade e que os problemas do programa teriam de ser resolvidos por mim” (Depoimento de Ademar Casé ao MIS, 30 setembro de 1973).

As narrativas sobre a origem do programa apontam que a primeira irradiação foi dividida em duas partes de duas horas, cada: a primeira, dedicada ao samba, ao chorinho e às canções sertanejas; a outra, voltada para a música erudita. A negociação com a programação vigente - música clássica - e a proposta de fazer algo que abarcasse também o popular foi uma sugestão do cantor e compositor Sílvio Salema. Ele era primo da esposa de Ademar Casé, Graziela, e diretor artístico do programa.

6 O termo “música popular brasileira” faz referência, neste trabalho, aos ritmos populares da época, tais como: chorinho, samba, maxixes e as canções sertanejas, como eram chamadas as emboladas, toadas e cocos, entre outros ritmos nordestinos.

Eu disse: Olha Sílvia eu gosto muito da música popular, mas gosto da música erudita. Aí, ele disse bom, aí vamos temperar o negócio. Você faz de, de oito às dez horas música popular e de dez a meia noite você faz música de Câmara. A hora da... dos programas populares, o telefone não parava, porque um programa novo, mais, mais barulhento tal... não parava. Quando chegou mais ou menos oito e meia⁷ quando começou o programa, o programa de música erudita, o telefone trancou-se, fechou-se não tocou mais e aí eu fiquei pensando: Quer dizer, o negócio pra mim se é comercial, eu tenho que fazer pra o lado mais popular. (Ademar Casé em Programa Casé o que a gente não inventa não existe).

O formato comercial pensado por Casé só foi de fato possível, porque três semanas depois da estreia do programa a publicidade radiofônica foi regulamentada pelo presidente Getúlio Vargas.⁸ Antes da regulamentação, a divulgação consistia em citar o nome dos anunciantes na abertura ou no encerramento do quadro, ou fazia-se uma leitura de até cinco minutos com os nomes dos “colaboradores” (SIMÕES, 1990). Em busca do fortalecimento na publicidade, Casé contratou redatores para produzirem os textos dos anúncios, *spots*⁹ e *sketches*¹⁰. Entre as propagandas criadas no programa estão: “Sente-se mal? Compre uma cadeira de balanço na Casa Bela Aurora¹¹ e sente-se bem” ou: “Pilôgênio¹² é tão bom que faz crescer cabelos até em uma bola de bilhar” (CASÉ, 2012, p.58). Também surgiu no programa com autoria de Nássara¹³ o primeiro *jingle*¹⁴ do rádio brasileiro, sobre a Padaria Bragança. A canção foi feita em ritmo de fado, para agradar ao dono do estabelecimento, que era português (TINHORÃO, 1981).

Casé também introduziu o pagamento de cachês para todos os artistas.¹⁵ A princípio a manutenção do programa foi com dinheiro próprio. “Eu tinha umas

7 Nesta parte do depoimento Casé confunde-se com o horário, uma vez que a parte erudita começava a partir das dez horas. Sobre a memória e o esquecimento Paul Ricoeur (2007), aborda que os mecanismos de elaboração de imagens e de recordação podem naturalmente falhar, sem que isso seja associado com a perda da credibilidade.

8 A propaganda no rádio foi regulamentada pelo Decreto Lei nº 21.111, de 1º de março de 1932. A publicidade foi autorizada como forma de financiar o funcionamento da radiodifusão comercial.

9 Peça sonora interpretada por um ou mais locutores, aliada com o uso de elementos sonoros.

10 Peça de cunho humorístico de curta duração, para rádio ou TV, interpretada por atores, sendo também comum o emprego da sonoplastia.

11 Casa Bela Aurora era uma loja de móveis, objetos decorativos e tapetes que funcionava na Rua do Catete, no Rio de Janeiro.

12 Pilôgênio é um tônico capilar, anticaspas e antiqueda, a base de jaborandi ainda comercializado no Brasil.

13 Antônio Gabriel Nássara foi um caricaturista e compositor com mais de 200 composições, a maioria marchinhas de carnaval. As letras de Nássara foram gravadas por Francisco Alves, Carmen Miranda e Mário Reis, entre suas principais composições estão “Alá lá Ô” e “Balzaquiana”.

14 Letra do primeiro jingle: “Oh! Padeiro desta rua/ Tenha sempre na lembrança/ Não me traga outro pão/ Que não seja o pão Bragança/ Pão inimigo da fome/ Fome inimiga do pão/ Enquanto os dois não se matam/A gente fica na mão/ De noite, quando me deito/ E faço a minha oração/ Peço com todo respeito/ Que nunca me falte o pão” (TINHORÃO, 1981, p.90-91).

15 A remuneração dos cantores teria começado na Rádio Mayrink Veiga. Há relatos de que nesse período apenas dois artistas recebiam regularmente pelas apresentações radiofônicas, “em 1930, Gastão Formenti¹⁵ e Carmen Miranda foram os primeiros artistas da geração Noel Rosa a assinar contrato com uma emissora, a Rádio Mayrink Veiga, do Rio de Janeiro” (MÁXIMO; DIDIER, 1990, p.414).

economiazinhas que dava pra sustentar pelo menos uns três, quatro, ou cinco programas, compreendeu? E botei o programa no ar.” (Ademar Casé em Programa Casé o que a gente não inventa não existe). Depois foram os anúncios publicitários que possibilitaram a manutenção dos pagamentos. Além disso, no programa também surgiu o contrato de exclusividade, com validade de um ano (CASÉ, 2012). Dessa maneira, os cantores não podiam fazer apresentações em rádios concorrentes. Vicente Celestino, Mário Reis, Orlando Silva, Sílvio Caldas, Pixinguinha, Carmen Miranda, Aurora Miranda, Marília Batista, Manezinho Araújo, Wilson Batista e Noel Rosa foram alguns dos cantores exclusivos do programa (MURCE, 1976). Em uma de suas obras autobiográficas Lago (2012, p.72), detalha a relação do programa com os artistas da época, “não é exagero dizer que nenhum dos grandes cartazes da época deixou de trabalhar no Programa Casé e que de seus microfones saíram vários ídolos para os fãs de mais tarde”.

Mas, a veiculação de gêneros populares no programa também foi criticada. Ainda era comum o discurso de que o rádio deveria ser educativo e de que gêneros populares não deveriam fazer parte da programação. O trecho de uma carta endereçada ao Programa Casé, quando ele foi transmitido pela tradicional Rádio Sociedade do Rio de Janeiro¹⁶, de Roquete Pinto, é um exemplo do preconceito com relação à produção artística nacional. “Nossos ouvidos já se acham fatigados de tantas emboladas, rumbas e sambas, que mais parecem música de negros em dia de candomblé” (CASÉ, 2012, 76). É importante ressaltar que o rádio não começou acessível para todos. Em 1936, um aparelho de válvula, da marca RCA Victor, custava algo em torno de seis a dez vezes o valor do salário-mínimo da época (SOUSA, 2003). Além disso, as emissoras surgiram como associações, clubes que eram mantidos financeiramente pelos sócios. Conforme Silva (1999, p.24), “no final de 1930, o Brasil já contabilizava 21 emissoras na estrutura Sociedade de Amigos”, que tinha a programação educativa como prioridade.

Em um caminho oposto, o formato comercial do Programa Casé explorou o entretenimento com a criação de peças de radioteatro e quadros de humor. Outra característica do programa foi a linguagem informal e a desenvoltura de seus locutores (CABRAL, 1990). No entanto, Ademar Casé representou um dos raros casos de um dono de programa radiofônico que não era o locutor. Além disso, também não era artista e todo

16. Em 1936, a rádio Phillips encerrou suas atividades no Brasil e o Programa Casé passou a ser veiculado na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, de Roquete Pinto. Além disso, o programa também teve passagens pelas rádios Transmissora, Mairink Veiga, Cajuti, Globo e Tupi. As mudanças aconteceram por diferentes circunstâncias como fechamento de rádios, dificuldades com patrocínios, ou melhores propostas comerciais (CASÉ, 2012).

o seu trabalho estava concentrado nos bastidores, na produção e criação. Mesmo sem emprestar sua voz ou talento artístico à atração, ele manteve o programa no ar durante 19 anos (1932 a 1951). Com um perfil empreendedor, a escuta e a habilidade gerencial do “radialista empresário” teriam sido mais valiosas do que a sua própria voz.

ONDAS CURTAS E COSMOPOLITISMO

Ademar Casé foi um dos admiradores da radiofonia, antes mesmo da criação do seu programa. O até então vendedor de rádios Phillips costumava acompanhar a transmissão de outros países, por meio das ondas curtas¹⁷. Desse modo, “ficava muitas vezes até duas, três horas da madrugada ouvindo programas de emissoras como a BBC¹⁸, de Londres, e a norte-americana NBC¹⁹” (CASÉ, 2012, p.44).

Um dia peguei a NBC e eu comecei a fazer um paralelo entre o rádio que faziam nos Estados Unidos e o rádio no Brasil, uma diferença tremenda, e aquilo ficou na minha cabeça, porque essa gente num faz um negócio, um rádio mais dinâmico? e então eu disse: eu posso fazer esse troço (Depoimento de Ademar Casé ao MIS, 30 setembro de 1973).

Conforme Benjamin (2009), nesse período a programação da NBC era voltada para conteúdos educativos e informativos, principalmente dedicados ao setor agrário e de negócios dos Estados Unidos. A emissora também já contava com peças radioteatralizadas como as comédias *Vic and Sade* e *The Wife Saver* (STERLING; KEITH; O'DELL; 2010). Mas a partir de 1930, a música passou a contemplar a maior parte das transmissões da NBC, “em 1932, em um típico mês de setembro, 66,3% de todos os programas da rede eram música” (SOCOLOW, 2007, p.31).²⁰ Porém, apesar do espaço destinado a veiculação de canções, no início da década de 1930, não havia na

17 Esse tipo de onda (ainda comum) atinge uma camada muito alta da atmosfera, chamada de ionosfera. Durante o dia, essa camada recebe uma alta incidência da radiação solar, que anula as ondas e atrapalha os sinais – é o fenômeno da ionização. No entanto, à noite, as ondas curtas são refletidas de volta para a Terra e aumentam o seu alcance. (ROMAIS, 1994). Por isso, era neste horário que os entusiastas do rádio procuravam a frequência de emissoras estrangeiras, pacientemente. A tarefa podia demorar, uma vez que era necessária muita delicadeza com o botão de sintonia para achar o ponto exato e estabelecer o contato com as transmissões internacionais.

18 Vale destacar que, ao contrário das emissoras de cunho privado e comercial citadas por Casé, a BBC é a única sem fins comerciais. A *British Broadcasting Corporation* (BBC) foi fundada em 1922 como emissora pública de rádio e televisão do Reino Unido, segue financiada por uma taxa de licença de rádio e TV paga pelos telespectadores.

19 A National Broadcasting Company, (NBC) é a rede de radiodifusão mais antiga dos Estados Unidos. A empresa foi criada em 1926, pela Radio Corporation of America (RCA), em Nova Iorque. Durante a década de 1930, prevaleceu como a maior e mais importante rede de rádio dos EUA, rivalizando com a CBS (SOCOLOW, 2007).

20 “In a typical month september 1932, 66.3 percent of all network programs were music” (SOCOLOW, 2007, p.31, tradução nossa).

emissora programas com gêneros musicais americanos de origem negra, “nenhuma música dançante ou *jazz*, no entanto, foi incluída na programação, já que a NBC não considerava essas formas melódicas de “alta classe.” (BENJAMIN, 2009, p.104).²¹

O conteúdo principal da BBC, de Londres, também era de caráter educativo, informativo; mas parte de sua programação também era musical, com a veiculação de óperas, músicas clássicas e apresentações de orquestras com canções românticas e dançantes inglesas (DIBBS, 2018). Na BBC os gêneros musicais relacionados à cultura negra, como o *jazz* e o *blues* americano, eram evitados. “Ao longo da década de 1930, o *jazz* permaneceu problemático por causa de suas indesejáveis associações americanas e sexuais e continuou a ser assunto de muito debate interno dentro da BBC. Poucos na BBC tinham algum conhecimento de *jazz*.” (Ibidem, 2018, p.74).²²

Desse modo, nas duas rádios, NBC e BBC, citadas como inspiradoras para o Programa Casé, o uso de recursos técnicos como a sonoplastia e das peças de radioteatro eram evidentes, no entanto, assim como nas emissoras educativas brasileiras não havia espaço para gêneros musicais populares de origem negra.

Embora não seja citada nos depoimentos do Museu da Imagem e do Som (MIS), ou em outras referências bibliográficas sobre o Programa Casé, a rádio WSBC²³, dos Estados Unidos, com sede em Chicago, foi pioneira no país na veiculação de uma programação direcionada para os gêneros musicais populares, marginalizados, com semelhanças com a produção do programa brasileiro. Criado em 3 de novembro de 1929 (quase três anos antes do Programa Casé), o programa de rádio The All-Negro Hour é considerado, oficialmente, o primeiro dedicado à música popular, negra no país, com apresentações de *jazz*, *blues*, *swing* e corais gospel (ELLETT, 2011). No Brasil, o Programa Casé foi responsável pela introdução no rádio de gêneros populares como o samba, o chorinho e as canções nordestinas associadas, na época, aos pobres, ex-escravos e morros (CABRAL, 2016). Além disso, os dois programas tiveram os quadros de humor, de radioteatro, a proposição de locuções diferentes e destaque publicitário.

21 “No dance music or jazz, however, was included in the program, as NBC did not consider these melodic forms “high class”” (BENJAMIN, 2009, p.104, tradução nossa).

22 “Throughout the 1930s jazz remained problematic because of its perceived undesirable American and sexual associations and continued to be the subject of much internal debate within the BBC. Few in the BBC had any knowledge of jazz” (DIBBS, 2018, p.74, tradução nossa).

23 Criada em 1925, a WSBC era uma rádio local com programação em várias línguas, voltada para os imigrantes que moravam na cidade. A emissora, que opera atualmente na frequência AM-1240, ainda segue com esse formato. Segundo o site da empresa, mais de 40 programas são transmitidos em dez idiomas diferentes, entre eles: russo, ucraniano, espanhol, irlandês, italiano, letão e hindi. Disponível em: <http://accessradiochicago.com/index.php>, acesso em 1º de novembro de 2018.

Portanto, temos como hipótese que aspectos radiofônicos, culturais e estéticos do rádio nacional e do Programa Casé estavam inseridos em uma experiência global, com ênfase nos Estados Unidos, a exemplo do programa The All-Negro Hour, que até então não teria sido analisado como referência para a radiofonia brasileira. Há características nos dois programas que nos remetem a uma conexão entre os modos de produção e de entretenimento, possibilitando uma contextualização dessas experiências a partir do fenômeno do cosmopolitismo.

As reflexões sobre as noções de cosmopolitismo surgiram há séculos no campo da filosofia e têm sido frequentes nos estudos contemporâneos, das Ciências Sociais, marcados sobretudo pelos fenômenos da globalização e modernidade. De origem grega a palavra deriva de “Kosmopolitês”, kosmos significa mundo e politês cidadão. Numa visão tradicional, o conceito de cosmopolitismo contempla a possibilidade de acesso a culturas diversas entre países modernos e países periféricos.

Dessa maneira, a palavra cosmopolita foi durante muito tempo associada a uma visão essencialista, que dividia os sujeitos em privilegiados cosmopolitas e provincianos sem acesso as novidades, ou ainda sem uma mentalidade aberta para o novo (PRYSTHON, 2004). Essa noção tem, posteriormente, sua análise ampliada para diferentes tipos de experiências, que vão além do binarismo entre “Centro e Margem”. Para Prysthon (2002), o fenômeno do cosmopolitismo é marcado por operacionalizações construídas nas zonas de contato, entre a alteridade e a periferia. Esse espaço de transformações e tensões é a base do conceito de cosmopolitismo periférico, da autora, que nos ajuda na compreensão de que o local periférico, também pode transformar-se em central, representando, por vezes, a alteridade. Desse modo é possível afirmar que assim como a programação estrangeira, ouvida pelas ondas curtas, serviram como inspiração para Ademar Casé, o programa criado por ele também foi referência para outras emissoras brasileiras. “A música popular, o samba carioca e o rádio, no Programa Casé, iniciavam um longo caminho de ajuda mútua. Modelo que logo se estenderia para os demais programas de rádio do período”. (FENERICK, 2005, p.169). Desse modo é possível identificar rastros de mobilidade na relação entre o que representa o centro e a margem, o que caracteriza o cosmopolitismo periférico.

Portanto, é necessário compreender que a noção de cosmopolitismo deve ser abrangente. Para Navas (2007), é preciso contemplar o cosmopolitismo além das dimensões políticas, de consumo ou até mesmo moral. A proposição da autora“(...) tem

sido enfocar os aspectos inconscientes, não intelectuais, emocionais e inclusivos do cosmopolitismo, dos sentimentos, da atenção e da identificação com a alteridade – em um cosmopolitismo íntimo e visceral” (ibidem, p.8).²⁴ Ainda segundo a pesquisadora não devemos seguir uma direção teórica colonialista, não há uma negação do poder exercido pelos colonizadores, mas o que é apontado é que existe uma curiosidade, afeições, desejos internos que dialogam e se tensionam entre conflitos, nacionalismo, solidariedade e empatia.

PROGRAMA CASÉ E THE ALL-NEGRO HOUR

O interesse pelo programa americano The All-Negro Hour surgiu durante a investigação para esta pesquisa, no acervo da revista Fon-Fon²⁵, ao longo da missão discente realizada pelo PROCAD²⁶. A partir de 1935 foram criados espaços exclusivos para os ouvintes, com informações sobre o rádio, intitulados “Cantinho dos fãs”, “PR1 Fon-Fon” e “Tribuna dos rádio-ouvintes”, na revista. Entre os resultados da pesquisa nessas seções, identificamos notas e comentários sobre a radiofonia brasileira e a admiração da prática radiofônica e musical de outros países, com destaque para os Estados Unidos, em especial à cidade de Chicago.

A estação W. L. S de Chicago, tem ha annos uma transmissão de radio muito popular, conhecida com o nome de Barn Dance. Os artistas que actuum nesse programa já o apresentaram num teatro da rua 8, de Chicago, durante 3 annos, e agora, sempre por conta da diffusora, vão levál-o á tela, sob direção de Charles <<Chuck>> Reisner, o mesmo que acaba de auxiliar Charles Chaplin na direcção de Modern Times. Entre os artistas figuram Uncle Ezra, Buzz Buzzington, Maple City four e outros.²⁷ (Fon-Fon, 10 de novembro de 1935)

Com o intuito de compreender esse contexto, pesquisamos enciclopédias e livros que abordam a história dos primeiros programas de rádio em Chicago (BALDWIN, 2007; BARLOW, 2009; ELLETT, 2011; GATES; HIGGINBOTHAN, 2009; MAROVICH, 2015; STERLING, 2011). De modo, encontramos informações sobre o programa The

24“has been to focus on the unconscious, non-intellectual, emotional, inclusive features of cosmopolitanism, on feelings of attraction for and identification with otherness – on intimate and *visceral* cosmopolitanism” (NAVA, 2007, p.8, tradução nossa).

25 Periódico semanal voltado para o cotidiano da sociedade carioca, que circulou de 1907 a 1958. O nome Fon-Fon é uma onomatopéia do barulho da buzina do automóvel, um ícone de modernidade na época. A revista era uma das mais famosas no período e tinha como público-alvo a classe média carioca.

26 Rede PROCAD/CAPES de Pesquisa em Comunicação e Música formada pela UFF, UFPE e UNISINOS.

27 A grafia das transcrições da Revista Fon-Fon será como originalmente escrita, em português arcaico.

All-Negro Hour e o seu criador, Jack Leroy Cooper, o primeiro locutor de rádio afro-americano, considerado o patriarca da rádio negra nos Estados Unidos (BALDWIN, 2007). De origem pobre, Cooper nasceu em Memphis, Tennessee. Em 1910, iniciou a carreira como dançarino, depois foi ator, vendedor de anúncio de revistas e trabalhou para o jornal Chicago Defender. A sua primeira experiência no rádio foi na emissora WCAP,²⁸ em Whashington. Com o desejo de criar um show de rádio diferente, Cooper mudou-se para Chicago. A ideia era montar um programa de entretenimento, produzido e apresentado por negros, com caráter popular e comercial (ELLETT, 2011).

Assim como Casé, Cooper também era migrante. No início do século XX, Chicago e o Rio de Janeiro foram cidades marcadas pelo crescimento populacional. Nesse período, os imigrantes representavam um quarto da população de Chicago. Atraídos pelo desenvolvimento industrial da região, estrangeiros de várias partes do mundo e afro-americanos de outras regiões foram para a cidade. “Entre 1910 e 1930, a população negra de Chicago aumentou mais de cinco vezes, de 44.000 para 234.000” (TROTTER, 1993, p.68).²⁹ Um fluxo semelhante, também, aconteceu no Rio de Janeiro. De acordo com o Censo do IBGE, o número de habitantes da cidade passou de 266 mil em 1872 para 522 mil, em 1890. Nas três décadas seguintes a população duplicou novamente, em 1920 a cidade contava com mais de 1.157.873 habitantes.³⁰ A intensificação dos fluxos migratórios e seus consequentes deslocamentos culturais também fazem parte de um contexto cosmopolita de globalização. Uma mobilidade motivada, frequentemente, por questões econômicas, políticas e sociais. As diferentes maneiras de circulação de pessoas no mundo promovem diásporas que segundo Appadurai (1996) são fenômenos decisivos na vida social cosmopolita.

O contexto migratório de Chicago foi fundamental para a ideia de Cooper. Depois de apresentar seu projeto em várias rádios na cidade, ele foi recebido pelo dono da emissora WSBC, Joseph Silverstone, que já priorizava uma programação focada para os imigrantes de outros países. A proposta de Cooper foi aceita e ele alugou o horário. Ao contrário do que acontecia nas rádios brasileiras, o aluguel era uma prática comum em rádios dos Estados Unidos. A programação da emissora americana era composta de vários

28A WCAP foi uma rádio local de Washington que teve curta duração. Ela iniciou suas primeiras transmissões em 1923 e foi comercializada para outra emissora, a WRC, encerrando suas atividades em julho de 1926.

29 “Between 1910 and 1930, Chicago’s black population increased more than fivefold from 44,000 to 234,000” (TROTTER, 1993, p.68, tradução nossa).

30 Censo 1872 a 1920 <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=6&uf=00>

programas apresentados em diferentes idiomas, o que atraía anunciantes interessados nesse nicho (BARLOW, 2009).

A rádio WSBC estava localizada na região que ficou conhecida como *Black Belt* (Cinturão Negro). Uma área na qual a comunidade negra de Chicago, a partir de 1900, vivia totalmente à parte. Ela era vítima de uma segregação espacial e racial que passou a delimitar a concentração residencial dos afro-americanos no sul da cidade (VAILLANT, 2002). De forma semelhante no Rio de Janeiro, nordestinos e negros faziam parte de uma massa de trabalhadores braçais, que desde a reforma urbana³¹ passaram a habitar geograficamente uma área em comum: os morros. Migrantes pobres e ex-escravos dividiam o mesmo espaço de moradia e também de diversão, sendo este último os terreiros onde o samba se misturava com as canções nordestinas (MOURA, 1995).

The All-Negro Hour também ficou conhecido pelos quadros de humor, radioteatro e comédias, entre eles três se destacaram: *Mush and Clorinda - The Alabama Sunflowers*, contava as aventuras de um casal de atores de teatro de variedades; *Horseadish and Fertilizer*, outra comédia romântica e *Luke e Timber*, uma sátira que narrava as trapalhadas de dois migrantes do Sul, negros, na cidade grande de Chicago (BALDWIN, 2007). Assim como na atração norte-americana o humor foi marcante no Programa Casé e os imigrantes também foram temas de sátiras. Piadas relacionadas aos estrangeiros tornaram-se famosas na década de 1930, no rádio carioca, “principalmente as sobre turcos – possivelmente, por causa do sotaque mais forte e da grande diferença cultural” (SABILA, 2002, p.81). O humorista Jorge Murad³² era especialista em comédias sobre imigrantes da Turquia e foi uma das principais atrações de humor, do Programa Casé (CASÉ, 2012). As sátiras que localizavam o estrangeiro como o estranho, o outro que possui hábitos negativos e diferentes, podem ser inseridas como uma tentativa de demarcação, de distinção entre brasileiros e estrangeiros na época. O preconceito com relação à origem geográfica e as diferenças entre as culturas locais e internacionais estão inseridas nas nuances e tensões do cosmopolitismo (RIEGEL, 2019).

No Brasil, a teatralização no rádio já acontecia antes do Casé e consistia na leitura de livros, interpretada por atores. “As emissoras transmitiam radioteatro, mas quem inventou a radionovela em capítulos foi Ademar Casé” (CAYMMI, 2014, p.33).

31 Além de humorista, o carioca Jorge Murad foi compositor, escritor, dramaturgo e produtor de televisão.

32 Ação política de demolição do prefeito do Rio de Janeiro, Pereira Passos, entre 1092 a 1906. Cerca de 1.700 imóveis foram destruídos de centenas de famílias ficam desabrigadas.

Clássicos da literatura mundial foram os primeiros a serem adaptados como: Os Miseráveis de Vitor Hugo, Quo Vadis de Henryk Sienkiewicz e Ben Hur de Lew Wallace (CASÉ, 2012). Outro quadro conhecido foi “O Teatro Sherlock”, uma adaptação para o rádio das aventuras e investigações de Sherlock Holmes, de Arthur Conan Doyle. Uma versão brasileira do detetive inglês foi o “Teatro Policial”, a trama era sobre as investigações do detetive carioca Roberto Ricardo, um “Sherlock Holmes tupiniquim” (SALVADOR, 2010).

As adaptações das obras literárias estrangeiras no rádio e os quadros de humor sobre imigrantes apontam para um desejo cosmopolita na produção radiofônica e ainda dos ouvintes da época. É importante enfatizar que possivelmente o Programa Casé possibilitou, por meio da oralidade, o contato entre o público pobre - não escolarizado - e as obras literárias, uma vez que era grande o número de analfabetos nesse período.³³ O rádio proporcionou ainda uma nova possibilidade de lazer coletivo e as estratégias dos sujeitos popularizam a escuta (SEVCENKO, 1998). Quem não tinha rádio em casa normalmente tornava-se um ‘rádio-vizinho’, “era comum que as famílias que tinham aparelhos de rádio os partilhassem com os vizinhos, permitindo que acompanhassem parte da programação”. (CALABRE, 2009, p.25).

Com o desenvolvimento das mídias, neste caso específico do rádio, o fluxo de informações, a referência das metrópoles internacionais e de sua produção cultural tornaram-se ainda mais marcantes. Neste sentido, a radiodifusão teve um papel importante pela capacidade de disseminação da palavra e dos sons sem fronteiras, em tempo real. Esse novo fluxo como aponta Appadurai (1997) faz parte das experiências do cosmopolitismo associadas as *Mediascapes*, paisagens midiáticas, que se referem a capacidade de produção e distribuição das imagens, conteúdos e narrativas dos veículos de comunicação de massa. Assim sendo, podemos afirmar ainda que o rádio a exemplo do Programa Casé proporcionou um cenário de novas experiências de cosmopolitismo.

Outra característica em comum entre os dois programas foi a mudança na narração radiofônica. Nos Estados Unidos, Cooper foi a primeira voz negra a fazer locução de um programa comercial de rádio no país. A linguagem dos negros no rádio era marcada por gírias, uma espécie de dialeto, que Cooper mudou ao utilizar um inglês formal, padrão, semelhante a narração dos locutores brancos (GATES; HIGGINBOTHAN, 2009). Já no

33 De acordo com dados do IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 1920, 75% da população brasileira era analfabeta; em 1940, 57,9% e em 1950, 53,16%³³.

Programa Casé a mudança aconteceu de forma oposta. A narração culta e prolixa do rádio foi transformada por um dos locutores do programa: Armando Reis. Ele foi responsável pela criação de uma linguagem informal. Em depoimento a Sérgio Cabral, crítico e historiador da música popular brasileira, Reis explicou como quebrou a formalidade no rádio, “os locutores falavam de um jeito que pareciam estar chamando o ouvinte de vossa excelência, eu não, eu o chamava de amigo velho” (CABRAL, 2016, p.104).

Em Chicago, a experiência de Cooper como vendedor de anúncios de revista foi determinante para o sucesso do programa. “Não estranho às vendas, Cooper construiu uma audiência formidável e ávida, e, como produtor e apresentador do ‘All-Negro Hour’, ele acumulou uma série de anunciantes” (MAROVICH, 2015 p.59).³⁴ A trajetória de Ademar Casé não foi diferente. Ele também atuou como vendedor de anúncios de revista e conhecia pessoalmente os principais clientes do Rio de Janeiro (CABRAL, 2016).

Depois da criação do programa “The All-Negro Hour”, Jack L. Cooper tornou-se um magnata do rádio americano, que montou sua própria agência de publicidade e estúdio para gravações de programas de rádio. Além de produzir seus próprios programas, ele também alugava horários para gravação de terceiros (GATES; HIGGINBOTHAM, 2009). Ademar Casé, após o fim do programa, também consolidou sua carreira na comunicação. Com a chegada da televisão ele decidiu abandonar o rádio e trabalhar no novo veículo. Na TV foi responsável pela criação de vários programas, entre eles o Noite de Gala³⁵ que teve como diretor, Geraldo Casé, um de seus filhos. (CASÉ, 2012). Nesse período Ademar Casé também abriu uma agência de publicidade que atuou na captação de patrocinadores para as emissoras de televisão, e em especial para os seus programas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As inovações técnicas implementadas pelo Programa Casé sempre foram atribuídas como inspiradas nas emissoras estrangeiras NBC e BBC, conforme o próprio criador do programa afirmava. O programa The All-Negro-Hour da rádio WSBC surge então, como mais uma atração internacional que pode ter sido acompanhada, ou não, por

34 “No stranger to sales, Cooper built a formidable and avid audience, and as producer and host of the All-Colored Hour, he amassed a stable of advertisers” (MAROVICH, 2015, p.58, tradução nossa).

35 O noite de Gala foi o primeiro programa televisivo de variedades do Brasil. A estreia foi na década de 1950 na TV Rio. Em seguida foi veiculado na TV Tupi e Rede Globo. Flávio Cavalcanti, Tônia Carrero, Ema D’Ávila, Rose Rondelli, estiveram entre os principais apresentadores.

Ademar Casé ou outros amantes do rádio no período. Independente da audição do programa norte-americano no Brasil consideramos importante conhecer as semelhanças e diferenças entre os principais programas populares de rádio, nos dois países: o Programa Casé e The All-Negro Hour.

A inserção do riso na programação (com os quadros cômicos), uma nova forma de locução (no Brasil mais informal e nos Estados Unidos formal), além do destaque para a publicidade radiofônica foram marcados por experiências semelhantes. A própria identidade migrante dos dois criadores dos programas: Ademar Casé (nordestino) e Jack L. Cooper (negro) revela as condições sociais e identitárias que permeiam o cosmopolitismo, enquanto mobilidade geográfica, política e cultural. Também de modo similar, o samba e os ritmos associados aos negros e nordestinos desceram o morro e ganharam destaque midiático no microfone do Casé; já nos Estados Unidos, antes mesmo da existência da atração brasileira, o *jazz*, o *blues* e o *swing* saíram de aparições tímidas no rádio para ganhar destaque no The All-Negro Hour.

Nosso objetivo não é concluir que a programação popular de Chicago foi ouvida e imitada, até mesmo porque as experiências de cosmopolitismos podem ser simultâneas ou não, interessadas ou desinteressadas, intencionais ou não intencionais. Portanto, o caminho que nos parece interessante é a percepção de que o imaginário de modernidade desejo e identificação, pode ou não ser construído como uma mera imitação, sem que isso represente uma menor ou maior relevância. Afinal, existem noções de cosmopolitismos, que consideram tensões, diferenças, sentimentos e aspirações como motivadores de mobilidade e deslocamentos transformando, em alguns momentos, o outro em igual, a alteridade em aliado, o periférico em centro e também o seu oposto.

REFERÊNCIAS

APPADURAI, Arjun. **Modernity at Large**: Cultural Dimensions of Globalization. University of Minnesota Press, Minneapolis, 1997.

_____, Arjun. Soberania sem territorialidade. Notas para uma geografia pós-nacional. *Novos Estudos*, n. 49, São Paulo: CEBRAP, nov 1996. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/236364/mod_resource/content/1/Appadurai-notas_para_uma_geografia.pdf Acesso 15 de junho de 2019.

BALDWIN, Davarian L. **Chicago's New Negroes**: Modernity, the Great Migration, and Black Urban Life. North Carolina: University of North Carolina Press, 2007.

BARLOW, William. **Part II. "New world a-Coming?": Black Pride Radio**. In: *Voice Over: The Making of Black Radio*. Philadelphia: Temple University Press, 1999, p.47-67.

BENJAMIN, M. Louise. **Controversial Issues of public Importance**. In: The NBC Advisory Council and Radio Programming, 1926-1945. Champaign: Illinois University, 2009, p.99-113.
DIBBS, Martin. **Some Like it hot**. In: Radio Fun and the BBC Variety Department, 1922–67: Comedy and Popular Music on Air. London: Palgrave Macmillan, 2018, p.74-78.

CABRAL, Sérgio. **A MPB na era do rádio**. São Paulo: Moderna, 2016.

_____. No **Tempo de Almirante**, uma História do Rádio e da MPB. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990

CAYMMI, Stella. **O que é que a baiana tem?** - Dorival Caymmi na Era do Rádio. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

CASÉ, Rafael Orazem. **Programa Casé: o rádio começou aqui**. Rio de Janeiro: Mauad, 2012.

CASÉ, Ademar — **Entrevista concedida ao MIS**, Museu da Imagem e do Som. Rio de Janeiro, em 30 setembro de 1973.

DIDIER, Carlos; MÁXIMO, João. **Noel Rosa: uma biografia**. Brasília: Editora UNB, 1990.

ELLETT, Ryan. **Encyclopedia of Black Radio in the United States, 1921-1955**. North Carolina: Mcfarland, 2011.

FENERICK, José Adriano. **Nem do morro nem da cidade: as transformações do samba e a indústria cultural (1920-1945)**. São Paulo: AnnaBlume, 2005.

FON FON: Seção “PR1 Fon-Fon”, Rio de Janeiro, Officina Typográfica de J Schimdt, 10 de novembro de 1935, N.45. Disponível em: http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/fonfon/fonfon_1945/fonfon_1945.htm

GATES, Henry; HIGGINBOTHAN Evelyn. **Cooper Jack Leroy**. In: Harlem Renaissance Lives from the African American National Biography. New York: Oxford University Press, 2009, p. 126-127.

LAGO, Mário. **Bagaço de beira-estrada**. Sequência de na rolança do tempo. Rio de Janeiro: José Olympio, 2012.

MAROVICH, Robert. **A city called Heaven: Chicago and the birth of Gospel Music**. In: Turn your radio on: Chicago Sacred Radio Broadcast Pioneers. Champaign: University of Illinois, 2015, p.58-70.

MOURA, Roberto. **Tia Ciata e pequena África no Rio de Janeiro**. 2a. ed., Rio de Janeiro: SMC/DGDIC/DE, 1995.

MURCE, Renato. **Bastidores do rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje**. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

NAVA, Mica. **Visceral Cosmopolitanism**. Oxford and New York: Berg, 2007.

PROGRAMA Casé, o que a gente não inventa não existe. Rio de Janeiro: Pindorama Filmes, 2010. 1 DVD, cor, (81 min.).

PRYSTHON, Angela. **Diferença, pop e transformações cosmopolitas no Recife a partir do**

Movimento Mangue. Vol. VI N° 1 - janeiro/junho de 2004 revista Fronteiras - estudos midiáticos - Unisinos. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6576>
Acesso em 07 de dezembro de 2018.

_____. **Cosmopolitismos periféricos**, ensaios sobre modernidade, pós modernidade e estudos culturais na América Latina. Recife: Bagaço. 2002.

ROMAIS, Célio. **O que é o rádio em ondas curtas?** Brasília: Brasiliense, 1994.

RICOUER. **A memória, a história, o esquecimento.** Campinas: Unicamp, 2007

SABILA, Elias Thomé. **Raízes do riso:** a apresentação humorística na história brasileira da Belle Époque. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SALVADOR, Roberto. **A era do radioteatro** — O registro da história de um gênero que emocionou o Brasil. Rio: Gramma, 2010.

SEVCENKO, Nicolau. **O prelúdio republicano.** Astúcias da ordem e ilusões do progresso. In: História da vida privada no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, vol. 3, 1998.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio, oralidade mediatizada:** o Spot e os elementos da linguagem radiofônica. 2. ed. São Paulo: Annablume, 1999.

SIMÕES, Roberto. **Do Pregão ao jingle.** In: Branco, Renato Castelo, MARTENSEN, Rodolfo L e REIS, Fernando (coord.) História da Propaganda no Brasil. (Coleção Coroa Vermelha. Estudos Brasileiros, v.21. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990.

SOCOLOW, Michael. **Always in Friendly Competition:** NBC and CBS in the first Decade of National Broadcasting. In: HILMES, Michele (org.). Broadcasting Begins. NBC: America's Network. Los Angeles: University California Press, 2007, p. 25-43.

SOUZA, José Inácio de Melo. **O Estado contra os meios de Comunicação, 1889-1945.** São Paulo: Annablume, 2003.

STERLING, Christopher. **Cooper Jack L.** In: Biographical Encyclopedia of American Radio. New York: Routledge, 2011, p.68-69.

_____, Christopher; O' DELL Cary; KEITH, Michael. **The Concise Encyclopedia of American Radio.** New York:Routledge, 2010.

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular: do gramofone ao rádio e TV.** São Paulo: Atica, 1981.

TROTTER, Joe. **Blacks in the Urban North:** The "Underclass Question" in Historical Perspective. In: KATZ, Michael (org.). The "Underclass" Debate: Views from History. Princeton: University Press, 1999, p.55-84.

VAILLANT, Derek. **Sounds of whiteness Urban Musical Subcultures, Race, and the public interest on Chicago Airwaves, 1921-1935.** In: Sounds of reform, Progressivism & Music in Chicago, 1873-1935. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2003, p.234-269.

RIEGEL, Viviane. **Cosmopolitismo em Panoramas Móveis: Comunicação, Práticas de Consumo e Cidadania de Sujeitos em Mobilidade Internacional, no Contexto das Cidades Globais São Paulo e Londres.** 2019. Tese (Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo.