

## O SENAC e a formação de comerciários no Estado de São Paulo: a experiência da Universidade do Ar (1947–1961)

*SENAC and commercial workers training in São Paulo: the experience of 'Universidade do Ar' (1947-1961)*

Recebido: 15/10/2021 | Revisado:  
01/12/2021 | Aceito: 29/11/2021 |  
Publicado: 25/05/2022

**José Geraldo Pedrosa**

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8295-8313>

Centro Federal de Educação Tecnológica  
de Minas Gerais

E-mail: [jgpedrosa@uol.com.br](mailto:jgpedrosa@uol.com.br)

**Renata Romanini**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4221-742X>

Centro Federal de Educação Tecnológica  
de Minas Gerais

E-mail: [renataromanini@gmail.com](mailto:renataromanini@gmail.com)

**Como citar: PEDROSA, J. G.; ROMANINI, R.;** O SENAC e a formação de comerciários no Estado de São Paulo: a experiência da Universidade do Ar (1947–1961). **Revista Brasileira da Educação Profissional e Tecnológica**, [S.l.], v. 1, n. 22, p. 1 – 23, e13209, Maio. 2022. ISSN 2447-1801.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 Unported License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

### Resumo

O artigo focaliza uma experiência de ensino comercial a distância, pelo rádio, desenvolvida pelo Senac- de São Paulo no período de 1947 a 1961. Trata-se da Universidade do Ar e seu Curso Comercial Radiofônico. A abordagem feita no artigo se inspira na história das instituições educativas para o exame de um objeto situado na interface da história do rádio, da educação a distância e da educação profissional. Como pesquisa histórica o objetivo foi visitar o passado com questões do presente e trazer à tona uma experiência de massificação da educação profissional, via ensino comercial. O artigo resulta de pesquisa documental em fontes primárias. Constituíram fontes da pesquisa documentos do acervo da Memória Institucional do Senac/SP. Entre os achados empíricos estão práticas de uso educativo do rádio num momento de sua popularização em que a tendência era o seu uso como entretenimento. Os resultados também indicam que na experiência da Unar quase tudo foi adaptado ou reinventado: o uso do como *sala de aula*, a *teatralização* das aulas radiofonizadas, os núcleos receptores como centros sociais de integração na comunidade, a conjugação do rádio com a correspondência, entre outros. As conclusões situam essa experiência como uma simbiose entre escola e rádio, viabilizada no ambiente de uma sociedade em processo de industrialização, urbanização e massificação, com expansão do comércio e consequente demanda pela (re)formação profissional de comerciários.

**Palavras-chaves:** Educação Profissional. Ensino Comercial. Universidade do Ar. Curso Comercial Radiofônico.

### Abstract

The article analyzes an experience a distance commercial teaching experience, by radio, developed by Senac de São Paulo from 1947 to 1961. It is about the University do Ar and its Radio commercial Course. The approach taken in the article is inspired by the history of educational institutions to examine an object located at the interface of the history of radio, distance education and professional education. As a historical research, the objective was to visit the past with questions from the present and bring to light an experience of mass professional education, via commercial education. The article results from documentary research in primary sources. Documents from the Institutional Memory collection of Senac/SP constituted sources of the research. Among the empirical findings are practices of educational use of radio at a time of its popularization when the trend was its use as entertainment. The results also indicate that in Unar's experience almost everything was adapted or reinvented: the use of the as a classroom, the theatricalization of

radiophonized classes, the receiving nuclei as social integration centers in the community, the conjugation of radio with correspondence, among others. The conclusions place this experience as a symbiosis between school and radio, made possible in the environment of a society in the process of industrialization, urbanization and massification, with expansion of commerce and consequent demand for the professional (re)training of commerce workers.

**Keywords:** Professional Education. Commercial Education. Universidade do Ar. Commercial Radiophonic Course.

## 1 INTRODUÇÃO

As décadas intermediárias do século XX foram intensas na economia, na política e na cultura brasileiras. Foram décadas intensas e agitadas, marcadas pela aceleração histórica rumo a uma sociedade industrial, urbana e de massas. Na economia as mudanças estavam na superação do modelo agroexportador e no incremento das exportações industriais básicas, paralelamente a uma expansão do mercado interno.

Na década de 1940, eletrodomésticos, como fogão a gás, chuveiro elétrico, liquidificador e geladeira, mudaram costumes nos lares brasileiros. O ato de comprar eletrodomésticos e automóveis tornou-se parte do projeto de vida das famílias de classe média. Ao mesmo tempo, surgiram produtos acessíveis à massa de trabalhadores urbanos. Os hábitos alimentares também sofreram alterações com a chegada de novos produtos como enlatados e embutidos, trazendo praticidade e agilidade. O consumo de refrigerantes dobrou e deslocou os sucos de frutas. *The Coca-Cola Company* instalou sua primeira fábrica no Brasil em 1941, ao mesmo tempo que entravam em cena os primeiros sorvetes industrializados e o crescimento do consumo de chocolates. O vestuário igualmente foi transformado. Com o chegada do tecido sintético e a produção de roupa para o mercado popular, baratearam ainda mais os produtos comercializados (SEVCENKO, 1998).

O crescimento econômico, a expansão da indústria, a urbanização, as migrações internas e o fluxo de imigrantes estrangeiros reconfiguraram não só a demografia do país como também a cultura e a arte. Nas décadas de 1940 e 1950, num momento de cooptação das massas na política, a cultura popular também teve seu espaço. Os anos finais do Estado Novo deram destaque a essa cultura, em especial às manifestações caipiras e afro-brasileiras. A música popular teve espaço num contexto de novos protagonistas: os operários e as periferias urbanas.

Outra dos anos 1940 foi a popularização do rádio. Após experimentação e dificuldades na década de 1920, passando pela chegada do rádio comercial e das mudanças estruturais na década de 1930, o rádio consolidou-se na condição de veículo de comunicação de massas. O número de emissoras cresceu significativamente, multiplicaram-se os programas, artistas e locutores tornaram-se celebridades e todo esse movimento atraía cada vez mais ouvintes, caracterizando a *era de ouro* do rádio brasileiro. Com o progresso técnico o rádio ficou livre de tomadas e fios, deixando de ser um veículo de recepção coletiva e familiar para tornar-se individual e portátil.

Com a massificação do rádio a música popular ganhou notoriedade. Em 1947, Luiz Gonzaga, em parceria com Humberto Teixeira, compôs a música *Asa branca*, retratando a seca e a miséria das populações nordestinas, afirmando-a como um de seus sucessos e tornando-se o *rei do baião*. Pelas ondas do rádio também reverberava o som caipira de *Jararaca e Ratinho, Alvarenga e Ranchinho* e outras duplas. O samba também começou a ganhar espaço como gênero musical mais gravado no país, simultaneamente com as marchinhas de carnaval.

Nos anos 1940, a Segunda Guerra e a geopolítica mundial afetaram o Brasil: dificuldade nas importações, demandas para exportações e maior presença dos Estados Unidos da América, na economia e na cultura. O coronelismo latifundiário e seus currais eleitorais cederam espaço para o populismo urbano e para os comícios eleitorais; surgiram novos hábitos de consumo com a presença cada vez maior da propaganda e dos produtos industrializados.

Mas acelerações históricas dessa amplitude colocam novos problemas: novos tempos exigem novos homens e mulheres, novas instituições, novas leis. É dessa época a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a Confederação Nacional da Indústria (CNI), o Instituto de Organização Racional do Trabalho (Idort), o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), além de outras instituições voltadas para a (re)formação do novo homem para a indústria e para a cidade, ou seja, (re)formação do novo empresário e do novo trabalhador, aptos à lógica do mercado e à racionalização da empresa com a introdução da gerência, do organograma, do cronograma e do fluxograma.

A abordagem que realizamos no artigo tece nexos entre as histórias do rádio, da educação a distância e da educação profissional. A referência é uma experiência singular desenvolvida pelo Senac-SP, de 1947 a 1961: ensino comercial a distância pelo rádio. Trata-se da Universidade do Ar (Unar) e seu Curso Comercial Radiofônico (CCR). Uma experiência cujos registros fotográficos, de áudios, dos *scripts* das aulas transmitidas via rádio e das provas que eram aplicadas aos alunos foram preservados e estão disponíveis na Memória Institucional do Senac, na cidade de São Paulo. Durante um bom tempo mergulhamos nessas fontes primárias: examinamos documentos normativos, muitas fotografias e, principalmente, ouvimos detalhadamente as aulas e suas teatralizações, seus personagens e suas simulações de interações.

O artigo traz à tona essa experiência de ensino comercial realizada nessa fase de massificação da educação profissional no Brasil. No Brasil dos anos 1940 em diante essa massificação da educação profissional é também equivalente à escolarização do trabalho. Antes de 1942 o Brasil já tinha instituições de EP, mas daí em diante acontecem mudanças institucionais, do público-alvo, dos critérios de seleção, dos objetivos e dos métodos de ensino. Surgiram situações inéditas para a EP: o público tornou-se adulto, o nível foi ao secundário; a filantropia e o combate moral à vadiagem deram espaço à economia, à técnica e à psicotécnica e, principalmente, houve mudanças nas quantidades de unidades de formação, de instrutores e de alunos, o que exigiu racionalização e regimentação, isto é, escolarização dos procedimentos. Questões da sala de aula encontram-se com as de oficina, fazendo emergir as questões relativas ao estatuto da docência na EP. No caso específico da experiência da UNAR a novidade foi o encontro entre rádio e escola.

## 2 EM CENA O SENAC, A UNIVERSIDADE DO AR E O CURSO COMERCIAL RADIOFÔNICO: (RE)FORMAÇÃO ACELERADA E EM MASSA DE COMERCÍARIOS

A partir dos anos 1930 a educação profissional começou ser delineada no Brasil com base em referentes econômicos e industriais. Se até então a educação para o trabalho tivera um sentido mais moral e social e voltado para a contenção da ameaça à ordem e à segurança representada pelos desafortunados, órfãos e desvalidos, a partir dos anos 1930, os referentes passam a ser o mercado (de trabalho), a aceleração industrial e as perspectivas de urbanização e massificação. Nos anos 1930, a educação profissional passou a ser parte de esforço de crescimento e de mercantilização, capitaneado pelo Estado Novo e pelos agentes econômicos.

Os fenômenos industrial e urbano são gêmeos e retroalimentados. É em função dessa sincronia que o crescimento econômico, industrial e urbano foi imanente à expansão e sofisticação do comércio. A sofisticação do comércio passava pela ampliação do *mix* de produtos industrializados, pelo aumento do porte dos estabelecimentos, pela entrada em cena das lojas de departamento, dos supermercados e dos centros de compras.

Assim como ocorreu com a indústria, o desenvolvimento do comércio fez emergir na agenda dos homens do mundo dos negócios e da política a pauta referente à (re)formação dos comerciários em serviço e à formação de uma reserva de trabalhadores disponíveis. É relevante a ênfase na estratégia de formação dos comerciários que já estavam em serviço. A formação não era em serviço, já que ela não estava inserida na composição da jornada de trabalho. A formação era para os que estavam em serviço, mas era fora do serviço, em espaços e tempos além da jornada e do local de trabalho. Essa estratégia de reformar o comerciário que já estava em serviço parece reveladora de um certo reconhecimento dos saberes adquiridos na experiência com o trabalho real. Entretanto, pode também ser um indicativo de redução de custos já que a (re)formação pode demandar menos tempo e recursos do que a formação de novos comerciários. Mas há outro ponto interessante nessa estratégia da (re)formação que nos remete a algumas elaborações de Lourenço Filho<sup>1</sup> acerca das singularidades do labor do comerciário em relação ao do industrial, de onde decorre a igual singularidade da aprendizagem e do ensino comercial. A questão posta por Lourenço Filho era a de saber com que saberes se forma um comerciário.

Lourenço Filho (1949) partia da constatação de que a atividade industrial à época era mais factível de aprendizagem nos locais de trabalho e a natureza manual e material do trabalho não exigia saberes escolares do trabalhador. Já a atividade comercial era menos manual, mais imaterial e requeria saberes escolares para a

---

<sup>1</sup> Manuel Bergstron Lourenço Filho (1897–1970) é um dos intelectuais importantes na educação brasileira do século XX. Era amigo de Anísio Teixeira e integrante da geração identificada com o movimento pela escola nova. Lourenço Filho era descendente de uma família europeia. Seu pai era português e sua mãe era sueca. O pai era carpinteiro e veio com a família para o Brasil no final do século XIX. Os temas que mobilizaram Lourenço Filho foram a aprendizagem das crianças e a formação de professores. Na atuação e na escrita de Lourenço Filho circulavam ideias apropriadas na cultura anglo-americana, especialmente a psicologia experimental e a pedagogia pragmática. Desde os anos 1930 Lourenço Filho tinha conexões com a educação profissional, mas foi em 1949 que ele se aproximou do ensino comercial, fazendo intervenções nas concepções de aprendizagem e nas práticas de ensino com amparo no funcionalismo e no pragmatismo anglo-americanos.

leitura e escrita, a realização de cálculos e a comunicação oral. Se a atividade industrial taylorizada era mais padronizada, repetitiva e passível de controle, o mesmo não ocorria com a atividade comercial que era mais volátil e menos dependente de prescrições e controle. Lourenço Filho tinha clareza, à época, das diferenças e das sintonias entre a indústria e o comércio, entre o ensino comercial e o ensino industrial. As semelhanças estavam na razão econômica, na vida urbana e na formação de uma sociedade de massas. As diferenças estavam na natureza da atividade laboral, seus processos de ensino e seus modos de aprendizagem. Tudo isso era impactado pelo crescimento, diversificação e até certa sofisticação do comércio em São Paulo.

Na Tabela 1, que segue, há um panorama dos estabelecimentos comerciais da cidade de São Paulo nas décadas de 1940 e 1950, por ramos, assim como os empregos, salários e volumes de vendas.

**Tabela 1:** Estabelecimentos comerciais da cidade de São Paulo, SP

Ramo comercial	Censo de 1940				Censo de 1950			
	Estabelecimentos	Empregados	Salários (Cr\$ 1.000)	Vendas (Cr\$ 1.000)	Estabelecimentos	Empregados	Salários (Cr\$ 1.000)	Vendas (Cr\$ 1.000)
Comércio varejista	36.396	29.261	83.286	2.898.859	49.830	56.409	575.769	18.081.057
Comércio atacadista	2.837	18.532	122.498	7.735.989	5.572	37.884	933.982	40.124.149
Comércio misto	1.966	12.854	64.990	20.754.941	1.776	15.263	279.504	7.579.629
<b>Total</b>	<b>41.199</b>	<b>60.647</b>	<b>270.774</b>	<b>31.489.789</b>	<b>57.178</b>	<b>109.556</b>	<b>1.789.255</b>	<b>65 784.835</b>

Fonte: IBGE (1950).

Em apenas uma década surgiram mais de treze mil novos estabelecimentos comerciais varejistas, o que equivale a um aumento de 37%. O crescimento do número de empregados foi relativamente maior que a taxa de crescimento do número de estabelecimentos. Esse crescimento ocorreu pelo aumento no volume de vendas, que foi de 524%, mas pelo fato de o comércio varejista da época ser fortemente presencial e dependente do trabalho vivo. Nessa situação o crescimento das vendas e dos estabelecimentos ecoava imediatamente na oferta de empregos.

No estado de São Paulo havia 50.519 estabelecimentos varejistas, enquanto que só a cidade de São Paulo contava com 39.396 estabelecimentos. Obviamente esse crescimento do comércio varejista tinha efeitos imediatos no comércio atacadista, que mediava a relação do varejo com a indústria. No atacado a quantidade de estabelecimentos quase dobrou no período de dez anos e o número de empregados cresceu 104%. É muito interessante essa quase compatibilidade ou essa sintonia entre crescimento do número de estabelecimentos e o crescimento do número de postos de trabalho e de empregados. Nos anos 1940, no Brasil, a indústria, o comércio e os serviços eram fortemente dependentes trabalho vivo. Assim, o aumento do volume de vendas exigia mais comerciários, em suas diferentes funções: vendedores presenciais, escriturários, estoquistas etc. Trata-se de uma condição que foi transfigurada em função da globalização da economia, das mudanças na concorrência e da entrada em cena dos robôs e dos computadores em rede e de

outros modos de organizar (declínio da empresa vertical e do organograma de Fayol) e de gerenciar o negócio (declínio da gerência de Taylor). No capitalismo tardio do século XXI o crescimento econômico e o aumento no faturamento das empresas de diferentes setores não tem mais relação direta com a criação de novos postos de trabalho, de tal modo que emprego vai tornando-se uma palavra obsoleta.

Nos anos 1940 São Paulo já era o centro dinâmico da economia brasileira e tinha um comércio atacadista que abastecia outras cidades, inclusive de outros estados. No varejo, a maior quantidade de estabelecimentos era o de gêneros alimentícios, bebidas e estimulantes, ocupando 57% em 1940 e 55% em 1950. Tecidos e artefatos, artigos do vestuário e de armarinho, com 16% dos estabelecimentos em 1940 e 17% em 1950 vinham em seguida. O gênero de produtos alimentícios e bebidas, no período correspondente, também foi o maior entre os estabelecimentos atacadistas e mistos. Esse crescimento era decorrente da presença dos alimentos industrializados (os enlatados e embutidos), mas também de mudanças culturais no âmbito da família e da casa. Fora do mundo urbano a família produzia muito do que era consumida na casa, principalmente alimentos e roupas. Mas como o ritmo industrial e urbano requisitava, à época, todos os jovens e adultos da família eram economicamente ativos e a família tornava-se mais uma unidade de consumo.

No período de 1940 a 1950 houve crescimento de 39% no número de estabelecimentos comerciais e de 81% dos empregados contratados. Chama a atenção o crescimento dos salários pagos aos comerciários, correspondendo a 561%, assim como o número de vendas alcançadas, 418%. Nesse período houve crescimento no volume de dinheiro e da massa salarial do comércio.

Resultantes do crescimento no período indicam o surgimento de demanda pelo comércio e, conseqüentemente, de demanda profissional por comerciários. Eis a combinação de fatores: o aumento do volume de vendas e do porte dos estabelecimentos do ramo varejista, que acabou gerando mais empregos; crescimento dos salários pagos aos comerciários, e, por conseguinte, crescimento no volume de dinheiro e da massa salarial do setor.

Esse crescimento econômico, industrial e urbano criou situações novas com o envolvimento de governo e empresários na definição de políticas para a formação do trabalhador nacional. Em 1942 foram promulgados diversos decretos-leis, que, em conjunto ficaram conhecidos como as Leis Orgânicas do Ensino. Como parte dessas leis, em 1943 foi promulgada a Lei Orgânica do Ensino Comercial. Três anos depois, em maio de 1945, representantes do comércio, da indústria e da agricultura, de vários estados brasileiros, reuniram-se em Teresópolis, RJ, durante a I Conferência das Classes Produtoras do Brasil (I Conclap), organizada pela Associação Comercial do Rio de Janeiro.

Um resultado do encontro foi a Carta Econômica de Teresópolis, que tocou em questões relativas ao combate ao pauperismo, ao aumento da renda nacional, à democracia econômica e justiça social. Interessante é a origem declarada da inspiração de democracia econômica. A carta defendia que a produção, em todos os seus setores, regiões e atividades, necessitaria ser "(...) organizada com o preparo das leis, das instituições, do aparelhamento administrativo, e com a cooperação dos capitais e da técnica das nações amigas, notadamente de nossos aliados norte-americanos" (CARTA ECONÔMICA DE TERESÓPOLIS, 1945, p. 2).

O setor comercial necessitava de entidade capaz de articular seus interesses comuns e, a exemplo da Confederação Nacional da Indústria (CNI), criada em 1938, após a realização da I Conclap foi criada a Confederação Nacional do Comércio (CNC), em novembro de 1945. A primeira iniciativa da CNC foi a criação de uma instituição responsável pela formação profissional em grande escala de trabalhadores para o comércio. Seguindo o ato da indústria, que havia criado em 1942 o Senai, criou-se, em 1946, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), por meio de Decreto-Lei do presidente Dutra. O decreto conferia à CNC a tarefa de organizar e administrar escolas de aprendizagem no país e criar e organizar o Senac. Além disso, o decreto obrigava os estabelecimentos comerciais, ao pagamento mensal de 1% de suas folhas salariais (BRASIL, 1946). A criação do Senac seguiu o mesmo protocolo de criação do Senai, com homens do governo e do empresariado definindo a formação do trabalhador nacional.

O Senac ainda teve de buscar cooperação com sistema de ensino regular, segundo o que previa a lei que o criou. Esses acordos permitiram a multiplicação de cursos em diversos municípios brasileiros. Os cursos iniciais tinham a seguinte caracterização: *adaptação*, cursos voltados para os menores candidatos a emprego no comércio; *aprendizagem*, voltados para os menores de catorze a dezoito anos praticantes do comércio, divididos em elementar, para praticantes e de preparação funcional; *continuação*, cursos destinados aos comerciários adultos, divididos em fundamental, de habilitação e intensivo; e *especialização*, direcionados à ampliação de conhecimentos adquiridos em outros cursos (SENAC, 2006a). Interessante notar que o público-alvo é de jovens e adultos e não se trata mais de formar a moral do trabalho ou de evitar a vadiagem, mas de formação do *economic man*, com base no conhecimento escolarizado. A propósito, três movimentos significativos acontecem na educação profissional dos anos 1940: mercantilização, massificação e escolarização. Mercantilização no sentido de que os fins da educação profissional deixam de ser sociais, no sentido da relação com a pobreza e com a contenção da ameaça de delinquência, e passam a ser econômicos: o mercado de trabalho e sua demanda por trabalhadores qualificados. Massificação no sentido da mudança da escala da educação profissional que, até então, era em escala artesanal e passa a ser em escala industrial: crescimento do número de centros de formação, de instrutores e de aprendizes. E escolarização no sentido de que os modos de ensinar a trabalhar vão ter como referência os modos escolares e não mais os locais de trabalho.

Nessa onda, ainda em 1947, criado e mantido pelo Departamento Regional do Senac de São Paulo, surgiu uma novidade na educação profissional do setor comercial paulista: o CCR, sob a denominação genérica de Universidade do Ar (Unar). Essa novidade foi resultado tanto da necessidade de formação e (re)formação de comerciários, quanto das possibilidades dadas pelo progresso do rádio e, certamente, das particularidades do ensino e da comercial. Essas particularidades do ensino comercial estavam na generalidade e na abstração da formação. Fato é que essas duas características – a generalidade e a abstração - facilitam a irradiação do ensino comercial. No caso dos ensinamentos agrícola e industrial, a necessidade da oficina e das práticas, dado o caráter sensorial e manual da atividade (habilidade manual), criavam empecilhos que não se faziam presentes no ensino comercial, onde tinha mais peso a leitura, a escrita e a oralidade, a capacidade de fazer cálculos e noções gerais de civilidade urbana. Mesmo as disciplinas técnicas eram teóricas. Na formação de um comerciário polivalente, consideradas as funções da época, bastavam

conhecimentos gerais (leitura, escrita e cálculos básicos) e noções técnicas de venda ou a assim denominada “psicologia dos fregueses”.

O Senac visava a atingir o maior número possível de comerciários e seus dependentes e a Unar foi idealizada para ampliar, à distância, o ensino aos comerciários, com a realização do CCR. A Unar expressa um modo particular de ser da educação profissional em grandes quantidades, isto é, da massificação da educação profissional.

Na época os estabelecimentos comerciais já existiam, assim como os comerciários, suas funções, suas práticas e seus saberes tácitos. Havia até então poucas escolas de ensino comercial. Uma delas eram as tais escolas complementares do comércio.<sup>2</sup> Fato é que havia um grande número de comerciários que já atuavam sem uma seleção e preparação adequada. Certamente havia prevalência daquilo que Taylor (1990) chamou de “métodos empíricos” e mal gerenciados, dada a “ignorância dos administradores” e aos “preconceitos dos trabalhadores” sobre a “influência da organização”. Vem daqui outra razão para que o primeiro público visado pelo CCR fosse de comerciários em serviço.

Para viabilizar o CCR foi articulada uma cadeia de emissoras de rádio espalhadas em diversos pontos do Estado para garantir as retransmissões em todos os 79 núcleos, sendo 24 na capital e 55 no interior. Os centros de irradiação do CCR foram a Rádio Tupi de São Paulo e a Rádio Difusora, em ondas curtas, que, com as emissoras do interior, formaram a rede de divulgação do curso.

Preparados o ambiente e a estrutura mínima, em novembro de 1947 foi lançada a Universidade do Ar em evento solene no Teatro Municipal de São Paulo, com imediata repercussão no rádio e nos jornais. Embora projetado para funcionar apenas no período de novembro de 1947 a março de 1948, a Unar atuou durante catorze anos, oferecendo seu único curso, o CCR, paralelamente à formação presencial de comerciários realizada nas escolas do Senac.

### 3 ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DA UNAR

A Unar era estruturada em núcleos voltados para a função de organizar rede de locais nos quais os alunos ouviam o curso e, acompanhados presencialmente por um professor, debatiam durante cinquenta minutos o assunto da aula radiofonizada, faziam exercícios e esclareciam dúvidas. Essa condição colocava a Unar e o CCR no formato semipresencial, combinando atividades pelo rádio e presenciais. É significativa essa permanência das atividades presenciais no curso radiofônico, assim como o tempo de 50 minutos. Essas permanências podem ser entendidas como expressão de escolarização. É que a escola concebida pelos enciclopedistas do século XVIII e efetivada no século XIX pela sociedade industrial europeia tinha tarefas e rituais bem definidos de enquadramento dos indivíduos e tudo isso exigia a presença física. Esses rituais envolviam a inspeção e o controle corporal (a higiene), a educação

---

<sup>2</sup> A história de uma dessas instituições foi estudada por Silva (2020), na dissertação intitulada “História da instituição que educa para o comércio: de Lyceu Mineiro (1927) a Colégio Padre Curvelo (1957)”. Outro estudo dessa natureza foi realizado por PEREIRA (2014), na dissertação intitulada “Escola complementar do comércio de Sete Lagoas (1926 a 1943): a invenção de uma cultura escolar para a formação do trabalhador”.

das posturas e dos gestos ditos civilizados, a disciplina pessoal (as filas) e tudo isso exigia presença física. A manutenção das atividades presenciais no curso radiofônico certamente tinha um sentido de legitimar o curso perante seus públicos envolvidos. É como se um modelo de funcionamento exclusivamente à distância tivesse problemas de credibilidade e agregar a ele as atividades presenciais era um modo de resguardar práticas da cultura escolar.

Os núcleos da Unar eram solicitados por agentes municipais, que se incumbiam de providenciar as instalações locais que geralmente eram unidades da rede oficial do ensino (DI GRADO, 1982) ou salas cedidas por escolas de comércio, associações comerciais, sindicatos e associações religiosas. A Tabela 2, a seguir, apresenta os números e a localização dos núcleos receptores da Unar no período de 1947 a 1961.

**Tabela 2:** Núcleos receptores da Unar – 1947–1961

Núcleos/ local Ano	Número de núcleos		
	Capital	Interior	Total
1947	24	55	79
1949	19	201	220
1950	24	121	145
1954	–	–	45
1955	–	–	61
1956	–	–	62
1957	–	–	113
1958	–	–	194
1959	–	–	196
1960	18	190	208
1961	–	–	17

Fonte: Relatórios anuais, de 1947 a 1962. Memória Institucional do Senac São Paulo.<sup>3</sup>

As emissoras sedes que irradiavam o CCR eram a Rádio Tupi de São Paulo e a Rádio Difusora em ondas curtas, ambas da capital paulista e com elevada audiência (FEDERICO, 1982). Havia ainda as emissoras do interior, de pequeno alcance, que formavam uma cadeia de circulação do curso.

No primeiro ano do CCR, em 1947, as aulas foram transmitidas ao vivo a partir das emissoras localizadas na capital. Os locutores eram os chamados professores catedráticos que elaboravam as aulas, realizavam ao microfone a leitura do tema e orientavam os professores assistentes e os alunos ouvintes na realização dos exercícios. O protagonismo ou a centralidade do professor era evidente. Era o professor que se tornava locutor e não o contrário. Essa centralidade do professor é outra manifestação de escolarização do curso comercial.

No ano seguinte, 1948, o CCR desdobrou-se em Curso Preparatório e Curso Radiofônico. O Preparatório visava enfrentar um problema decorrente da escassez e da precariedade da escola brasileira: o elevado número de candidatos com dificuldades na leitura, na escrita e na realização de operações matemáticas básicas.

<sup>3</sup> Em 1948 e no período de 1951 a 1953 não há registros das instalações de núcleos receptores. Em 1951 e 1952 a Unar havia excluído os núcleos receptores, retomando no ano seguinte.

Era como uma antessala do Curso Radiofônico. Outra inovação foi a radioteatralização das aulas em substituição à leitura do texto corrido. As aulas tornaram-se mais dinâmicas e foram incluídos fundos musicais, efeitos sonoros e personagens que dramatizavam cenas cotidianas. Aqui a aula tradicional começa a incorporar elementos que vinham do rádio. O rádio, na época, era o principal veículo de comunicação com as massas e já tinha criado referências em termos de locução. Além disso, era a época dos programas de auditório e das novelas. Ainda que com história recente, o rádio já tinha algo a compartilhar com a escola e com a aula. A intromissão desses elementos típicos do rádio na elaboração e execução da aula é concomitante a um deslocamento da centralidade do papel do professor. Alguns anos mais tarde essa radioteatralização passaria a ser gravada e reproduzida entrando assim na era da standardização: a mesma aula podia ser reproduzida indefinidamente, tal qual a música. É a era da indústria cultural.

Também em 1948 surgiram as categorias de aluno livre e aluno regular. Como o CCR tinha ampla circulação, nem sempre era possível estruturar núcleos nos municípios. Nesse caso, permitia-se uma conexão direta com o aluno, que acompanhava o CCR em suas residências, auxiliados pelas apostilas remetidas pelo correio. Esses alunos realizavam os exercícios e avaliações e os enviava à sede da Unar. Com a modalidade aluno livre o curso deixava de ser semipresencial para tornar-se a distância. O fato é que, dessa forma, a Unar conseguiu ampliar ainda mais a sua abrangência.

Após um período de proliferação do aluno livre na modalidade à distância, em 1953 os núcleos receptores foram retomados, assim como a presença dos professores assistentes, e o conteúdo do curso voltou a ser organizado por grupos de disciplinas. Aparentemente a escolarização (o professor, a aula, a presença) ganha forças e volta a se impor à radioteatralização. A novidade foi a substituição das aulas transmitidas ao vivo pelas gravações em discos de rotação 78. Embora a Rádio Difusora de São Paulo fosse de grande potência, essa experiência demonstrou que grande parte dos núcleos receptores espalhados pelo estado não conseguia sintonizar os aparelhos de rádio em tal emissora. Por isso, a diretoria da Unar resolveu utilizar as 127 emissoras de rádio espalhadas pelo interior do estado. Havia, porém, o problema da organização de elencos locais para a realização das aulas transmitidas. Foi daí que começou a gravação das aulas em discos e a contratação de um elenco de artistas de destaque do rádio da capital paulista, que nesse período estava em auge. Essa inovação permitiu melhorias na criação das aulas, já que as gravações em estúdio ofereciam boa qualidade do som e, ainda, a possibilidade de potencializar o uso de recursos como os efeitos sonoros e a radioteatralização das aulas. Nesse movimento a aula torna-se um teatro e o professor perde espaço para o artista cênico.

O tempo de realização do CCR teve formatos diferentes ao longo dos anos. Os dois primeiros cursos, ofertados em 1947 e 1948, tiveram três meses de duração; em 1951, foram oito meses; em 1956 e 1957, seis meses; e no ano seguinte foram cinco meses de duração. Contudo, cada relatório anual cita informações a respeito de único curso, o que permite inferir que a Unar ofertava apenas um curso por ano.

O CCR contava, para a sua manutenção, com as arrecadações compulsórias dos comerciantes ao Instituto de Aposentadorias e Pensões dos Comerciantes (IAPC). Aos alunos era gratuito, não havendo cobrança de taxas ou mensalidades. O curso era voltado exclusivamente para os comerciantes e seus dependentes.

Inicialmente o CCR da Unar era aberto para maiores de dezoito anos. O Curso Preparatório, criado a partir de 1948, foi ofertado para menores de dezoito anos, como forma de prepará-los e dar condições de acesso ao CCR. A partir de 1953, foi autorizada a inscrição de alunos que tivessem, no mínimo, dezoito anos completos, dando preferência aos comerciários e filhos de comerciários.

O nível de escolaridade dos alunos era variado. Na capital, 13,3% tinham curso técnico; 16,6%, curso básico; 28,5%, curso ginásial; 16,4%, curso primário; e 14%, nenhum. No interior, a heterogeneidade era maior. Certamente a porcentagem de 14% para alunos sem nenhuma instrução era referente aos analfabetos, já que entre os pré-requisitos para inscrição no curso não constava a alfabetização. Di Grado (1982) relata, entre os resultados culturais e sociais alcançados pela ação educativa do CCR da Unar, a colaboração direta e indireta nas empreitadas de alfabetização de adultos.

Em referência à função que o comerciário exercia, a maioria dos alunos inscritos na capital era assim caracterizada: auxiliar de escritório (34,3%), auxiliar de balcão (13,1%), balconistas (12,1%) e auxiliar de contabilidade (8,8%). Essas funções, ligadas a serviços de escritório e loja, pareciam ser as mais atendidas pelos comerciários paulistanos. Em seguida destacavam-se as funções de ficharista (4,3%), correspondente (3,9%), vendedor praticista (3,7%), datilógrafo (3,3%), caixa (2,9%), estoquista (2,1%), contador (1,5%), expedidor (1,1%), chefe de escritório (0,9%), secretária (0,9%), cobrador (0,9%) e guarda-livros (0,7%).

No relatório de 1949 há um inquérito com mais detalhes a respeito dos alunos, com separação entre os residentes do interior e na capital. Diferentemente de 1947, quando as funções eram restritas à área comercial, em 1949 eram também direcionadas ao setor de serviços. Os alunos da capital exerciam as seguintes funções: almoxarife, auxiliar de contabilidade, auxiliar de laboratório, artista, balconista, barbeiro, caixa de loja, calculista, conferente, cobrador, cozinheiro, confeitoiro, contínuo, datilógrafo, chefe e diretor, encaixotador, entregador, estoquista, expedidor, escriturário, enfermeiro, garçom, inspetor fiscal, manicure, praticista, separador de mercadoria, telefonista e funções diversas.

Os alunos do interior, exceto as funções de calculista, estoquista e separador de mercadorias, exerciam as mesmas funções apresentadas na capital, e também as seguintes: auxiliares diversos, arrumadeira, pagador, comprador, contador, correspondente, copeiro, cabeleireiro, corretor em geral, despachante, engraxate, engomadeira, informante, lavadeira, porteiro, propagandista, secretário, trabalhador braçal, viajante, vendedor de frutas e zelador. Tanto no interior quanto na capital, as funções de balconista e escriturário tinham a maior porcentagem, portanto, as mais atendidas pelos comerciários paulistas, semelhante ao que se verifica no quadro referente ao ano de 1947. Um inquérito de 1949 também apresenta dados acerca do perfil dos alunos, conforme será mencionado na Tabela 3, a seguir.

**Tabela 3:** Características dos inscritos na Unar – 1949

Categorias		Alunos do interior	Alunos da capital
Sexo	Masculino	6.591 (63,64%)	639 (74,38%)

	Feminino	3.765 (36,36%)	220 (25,62%)
	Solteiro	9.780 (94,43%)	830 (96,62%)
Estado civil	Casado	565 (5,44%)	27 (3,14%)
	Viúvo	11 (0,13%)	(0,24%)
Idade	Até 18 anos	5.530 (53,39%)	595 (69,26%)
	De 19 a 21 anos	2.450 (23,65%)	136 (15,83%)
	Mais de 21 anos	2.376 (22,96%)	128 (14,91%)
Nacionalidade	Estrangeiro	143 (1,39%)	17 (1,98%)
	Brasileiro	10.213 (98,61%)	842 (98,02%)
Proprietário de estabelecimento comercial	Não	9.709 (93,75%)	817 (95,12%)
	Sim	647 (6,25%)	42 (4,88%)

Fonte: Relatório anual, 1949. Memória Institucional do Senac São Paulo.

Pelos números referentes ao gênero declarado dos inscritos é possível identificar a participação significativa das mulheres no comércio. Também é possível verificar que grande parte dos inscritos era de solteiros, já que estes eram também, na maioria, jovens com idade por volta dos dezoito anos.

Em 1958 foi realizado outro inquérito, mais resumido. Num total de 8.014 inscritos, 5.128 eram do sexo masculino e 2.886 do sexo feminino. Com tais números é possível, mais uma vez, verificar uma participação expressiva das mulheres no setor. Quanto ao nível de escolaridade, 6.075 alunos haviam realizado o curso primário; 891 alunos, o ginásial; 454 alunos, o básico; 158 alunos, o normal; e 436 alunos fizeram outros cursos. Ou seja, onze anos depois do primeiro inquérito realizado pela Unar, as turmas permaneciam heterogêneas. A idade variou muito nesse ano, alcançando desde alunos com doze anos até alunos com mais de trinta anos. Mas a maioria de inscritos concentrava-se na faixa etária de quinze a dezessete anos.

#### 4 CONTEÚDOS MINISTRADOS

O CCR era um curso de iniciação comercial, intensivo, curto e prático e não tinha vínculos com o Ministério da Educação e Saúde Pública (Mesp). Era um curso básico estruturado para (re)formar o comerciário já empregado e formar

profissionalmente os dependentes de comerciários. Era voltado para a formação geral do comerciário, independentemente da função desempenhada.

Os conteúdos ministrados eram organizados em disciplinas, aulas e lições, bem ao modo escolar. O conjunto de disciplinas ofertadas também passou por mudanças ao longo da existênciado curso. Em 1947, as disciplinas eram Português, Aritmética Comercial, Técnica de Vendas, Ciências Sociais e Noções de Economia e Comércio. Em 1949, no lugar de Português aplicado à Técnica de Vendas, apareceu a Psicologia dos Fregueses e, em vez de Noções de Economia, surgiu História Econômica do Brasil. É interessante notar o modo escolar de organização do Curso. No Brasil dos anos 1950, ainda que o sistema escolar fosse incipiente, restrito e precário, a relação entre escola e modernização era uma herança europeia do século XIX. A estrutura escolar do Curso é uma expressão da escolarização do trabalho. As práticas que antes eram aprendidas espontaneamente (sem ensino) nos locais de trabalho, agora passam a ser ensinadas em ambientes formais que adotam o modus operandi da escola como referência. Nessa simbiose entre escola e rádio viabilizada pela Unar, muito dos modelos escolares são apropriados.

Em 1954 ocorreram alterações e Técnica de Vendas voltou para o lugar de Psicologia dos Fregueses, como era em 1949, e Noções de Sociologia passou a ser Problemas Sociais. Até 1960 as demais disciplinas se mantiveram sem alterações. Português, Aritmética Comercial, Problemas Sociais e História do Brasil eram correspondentes a cultura geral enquanto que Noções de Comércio, Técnica de Vendas correspondiam à formação técnica. Para a maioria das disciplinas era dado um caráter comercial, inclusive as de cultura geral. O rol de disciplinas ofertadas pelo CCR também é revelador de uma determinada concepção acerca do ensino comercial. Quando Lourenço Filho visitou o Senac em 1949 ele sustentou que uma diferença do ensino e da aprendizagem comercial estava na abstração e na generalidade. Um comerciário, estivesse ele na função de estoquista, escriturário ou atendente, necessitava da leitura, do cálculo e da escrita. A atividade era menos corpórea, menos manual, mais abstrata e isso a diferenciava do trabalho artesanal e industrial, cujas funções eram mais específicas.

Em Português, que também se chamou Português Comercial, destacavam-se os seguinte conteúdos: conjugação de verbos; vícios e problemas de linguagem; tratamento pronominal, incluindo redação de cartas e bilhetes; separação de sílabas e acentuação; períodos de frase; categorias e períodos gramaticais; vocábulos; modos verbais; linguagem comercial prática; particularidades da correspondência; crase; redação de uma carta comercial; e regências verbais. Havia valorização da linguagem simples e polida, tanto na escrita quanto na fala. Em algumas aulas os personagens citavam a importância de se falar bem, pontuando algumas palavras e o modo correto de se pronunciar ou escrever. Essa ênfase revela fina sintonia com a formação da cultura urbana, compatível com as mudanças sociais vividas pelo País nas décadas intermediárias do século XX.

Entre os conteúdos de Aritmética Comercial constavam juros simples, câmbio, divisão, cálculo de porcentagens, frações ordinárias e decimais, números decimais, sistema métrico decimal, cálculo de regra de três simples e composta. Os objetivos específicos das disciplinas Português e Aritmética Comercial, segundo os regulamentos de 1947 e 1948, eram os conhecimentos básicos de cunho prático, com ênfase comercial. É notável aqui o sentido pragmático do ensino. Nessa época havia intensa circulação de referentes anglo-americanos no Brasil. Isso ocorria em função

do crescimento econômico dos EUA no pós-guerra mas também das aproximações com o Brasil, na “política boa vizinhança” de Delano Roosewald. Na educação profissional os referentes anglo-americanos circularam desde 1946 por meio das atividades da Comissão Brasileiro-Americana de Educação Industrial (CBAI), voltada para a formação de professores. O pragmatismo era o referente matricial: ensinar de modo real, pela prática e para a prática.

Em História Econômica, Política e Social do Brasil os principais temas eram compatíveis com a versão oficial dos grandes fatos: descobrimento e colonização do Brasil, independência do Brasil, escravidão, ciclos do boi e do açúcar e industrialização brasileira. Essa disciplina, com o objetivo de situar o aluno acerca da história e da política brasileiras, muitas vezes se direcionava ao conteúdo moral da história, isto é, valorizava “(...) a essência moral contida nas páginas da história”, como expressa um dos trechos das aulas transmitidas via rádio. Ou seja, a meta era formar um sentimento de brasilidade, o que revela que a educação profissional dos anos 1940 em diante se vinculava a um projeto de desenvolvimento nacional. Além disso, nessa época, a formação moral e cívica era, ao lado da técnica, um componente forte. No caso do comerciário a ênfase era menos na técnica e mais na cultura e nas habilidades gerais, mas a formação cívica era relevante. Era necessário inculcar valores da vida cívica: pontualidade nos tempos e movimentos, respeito ao organograma e à norma, compromisso ou, nas palavras de Lourenço Filho (1949), saber honrar a palavra, ter comprometimento e pontualidade.

Ciências Sociais, que passou a ser Noções de Sociologia e, finalmente, Problemas Sociais, focalizava formas de governo, grupos humanos, família, escola, grupos profissionais, nação, Estado, crítica aos extremismos, equilíbrio dos poderes, unidade nacional; necessidade de formação das elites; elite profissional; evolução política do Brasil e sua situação atual; princípios do liberalismo; o homem em sociedade; atitudes do indivíduo na sociedade. A disciplina, que tinha como foco a formação social dos alunos, tinha como objetivo tratar da “(...) compreensão do sentido da vida em comum e dos direitos e deveres do homem na sociedade” (SENAC/SP, 1947, p. 2). A questão da civilidade era constante nessa disciplina, seguindo os preceitos da Lei Orgânica do Ensino Comercial. Havia uma valorização da polidez no atendimento, da boa apresentação nas vestimentas, do saber falar e escrever corretamente, da importância da vestimenta, da expressão, da argumentação e da simpatia, sobretudo referente ao vendedor. Fazia parte do horizonte do ensino comercial a formação do *homo* civilizado.

Entre os conteúdos de Noções de Economia e Comércio, também seguiam a linha da formação geral para a atividade abstrata e polida do comerciário. O objetivo era a formação geral, importante na formação do comerciário no tocante à compreensão da função do comércio dentro da estrutura econômica.

Português aplicado à Técnica de Vendas, que também se chamou Psicologia dos Fregueses e Técnicas de Vendas abordava temas relativos à expressão, linguagem, argumentação e simpatia do vendedor, o ato de vender, o ato de comprar; improvisação; psicologia dos fregueses; entendendo a conduta do freguês e os motivos que o levam à loja; os diversos tipos de freguês: o freguês econômico (que economiza nos gastos); o freguês cobiçoso (aquele que quer tudo para si); o freguês difícil (aquele de atitudes estranhas, que nem sempre pode ser compreendido); o freguês fácil (aquele que sabe o que quer, entende as explicações do vendedor e acaba comprando); o freguês indeciso (aquele que não sabe direito o que quer

comprar); e o freguês decidido (aquele que sabe exatamente o que quer, mas é exigente em muitos casos); os tipos de vendedor: o que se preocupa mais com a mercadoria do que com os fregueses e o inverso; e processos para criar o desejo no freguês. A finalidade era ministrar conhecimentos da técnica de vender e referentes à psicologia do comprador, sendo que o estudo da atitude de cada tipo de freguês era a maior parte do conteúdo ensinado. Era importante não só a ação de vender, mas, também, a linguagem usada.

O conteúdo referente à cultura geral tinha também como objetivo a complementação da formação escolar, muitas vezes apontada como precária, como nos registros de 1958, que descrevem que a Unar “(...) por força de seus próprios objetivos, assume a responsabilidade de ‘complementar’ a formação integral dos estudantes e do comerciário em particular que, obviamente, apresenta condições e necessidades específicas” (SENAC/SP, 1958, p. 109). Além disso, o curso tinha um sentido de preparar para a continuidade dos estudos. Um objetivo, citado no relatório de 1959, era o encaminhamento aos cursos de nível médio. Alguns registros relatam ainda que o curso auxiliava os alunos na preparação para concursos.

## 5 SIMBIOSE ENTRE RÁDIO E ESCOLA

A aula radiofonizada durava de doze a quinze minutos e tinha um intervalo musical. Em algumas disciplinas, a última aula irradiada era revisão de todos os conteúdos. O locutor iniciava a aula com uma vinheta que apresentava a Unar. Ato contínuo era transmitida uma mensagem diretamente aos comerciários.

Comerciário do estado de São Paulo. A Universidade do Ar é uma instituição criada e mantida pelo Departamento Regional em São Paulo, do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Senac – e a colaboração do Serviço Social do Comércio – Sesc –, que proporciona ensino prático e cultura especializada a milhares de jovens, abrindo-lhes os caminhos que conduzem a uma vida melhor. (*Scripts das lições*, 1953, s/p.)

Em seguida, com fundo musical instrumental, utilizado como intervalo entre os momentos-chaves da aula, o locutor transmitia mensagem repleta conteúdo moral e cívico.

Para que haja progresso, para que a produção tome vulto, o comércio e a indústria necessitam de auxiliares capazes. Somente o estudo pode oferecer aos bem intencionados, oportunidades melhores para servir mais e recolher, eles mesmos, resultados mais amplos. (*Script da lição n.º 1 de Aritmética Comercial*, 1953, p. 1.)

De um lado, comerciário de São Paulo, temos o comércio a reclamar, cada vez mais, auxiliares capazes. De outro, o comerciário desejando vencer, ganhar mais, ampliar sua confiança, fortalecer seu sentido de luta. Entre os dois, como elo virtuoso, a Universidade do Ar: forja em

que toda fé se retempera, e todo ideal se torna mais nobre. Sirva-se deste seu Curso Comercial Radiofônico e vença conosco. (*Script* da lição n.º 3 de Aritmética Comercial, 1953, p. 1.)

Em sua ênfase moralista, era comum o locutor apropriar-se de frases como: “a importância de lutar e vencer na vida”; a “cultura e o conhecimento como armas para lutar”; “os mais fortes são os que realmente vencem”; a “importância de seguir os objetivos da Paz Social”; a “necessidade de se ter coragem e fé”; entre outras usadas como estímulo ao comerciário. Posteriormente à mensagem, surgia novamente a música instrumental e o locutor anunciava o tema da aula ou a disciplina do dia:

Ouçã mais esta aula. De maneira fácil e agradável você poderá entender alguns assuntos práticos e interessantes das Técnicas de Vendas. “O que é que leva um freguês a comprar?” Sim, ouça a aula de hoje e aprecie os grandes motivos que podem levar o cliente até a loja para fazer uma compra. (*Script* da lição n.º 2 de Técnicas de Vendas, 1953, p. 1.)

Finalmente entravam os personagens que, em meio à radioteatralização de cenas, apresentavam os conteúdos. Essa radioteatralização, presente no curso a partir de 1948, permitiu que o conteúdo das aulas fosse representado em situações cotidianas e específicas do comércio.

Houve dois núcleos de personagens que realizaram as aulas radiofonizadas. Um núcleo era formado pelos personagens *Chiquinho*, *Rosinha* e seu pai, *Senhor Carlos*. *Rosinha* caracterizava a aluna bem informada, que detestava datas e lia muito, assim como *Chiquinho*, que trabalhava num escritório, tipificava o aluno aberto aos comentários e que desejava conhecer. S.<sup>r</sup> *Carlos* era o pai zeloso, que gostava radionovela e de ajudar os filhos nos estudos. Estes foram os personagens de Aritmética Comercial, História Econômica, Português Comercial e Problemas Sociais.

O outro núcleo era formado pelo *professor* e seus dois alunos. O *professor* era sério, empenhado em explicar e resolver as dúvidas de seus alunos. Os alunos, referidos em alguns registros como *Firmino* e *Firmeza* e, em outros, como *aluno* e *aluna*, eram estudantes curiosos e interessados. Estes foram os personagens de Noções do Comércio e Técnicas de Vendas.

As aulas eram sempre conduzidas pela figura de um sábio, caracterizado pelo professor e com protagonismo do s.<sup>r</sup> *Carlos*. Os alunos incrementavam a aula, fazendo questionamentos, respondendo ou recapitulando assuntos.

Todas as aulas radiofonizadas giravam em torno desses personagens, que eram interpretados pelos mesmos radioatores. A atriz que representava as personagens *Rosinha* e *Firmeza* também realizava as demais personagens femininas, inclusive as infantis.

Nas aulas em que estavam presentes *Chiquinho*, *Rosinha* e s.<sup>r</sup> *Carlos*, as cenas passavam-se na casa de *Rosinha*, aonde *Chiquinho* ia para estudar, com a ajuda do s.<sup>r</sup> *Carlos*. As cenas giravam em torno do material e do curso da Unar. Os

personagens citavam o material, liam trechos, referiam-se a determinados conteúdos e indicavam o que o curso sugeria como necessário em determinado aprendizado.

Nas aulas em que estavam presentes os personagens do professor e de seus alunos, a cena passava-se numa sala de aula, pontuada algumas vezes pela identificação do professor, que utilizava o quadro. A ideia era a do professor diante de seus alunos, que participavam com perguntas e complementações.

A radioteatralização das aulas tinha a presença marcante da música e dos efeitos sonoros. Recursos como músicas instrumentais de fundo ou trechos de músicas clássicas ou populares, sons da natureza, pessoas conversando, buzinas de carros, som de rádio ligado, entre outros, tornavam as aulas dinâmicas e atraentes, surgindo um texto mais elaborado e incrementado. Outro efeito utilizado era o eco de vozes femininas, sobretudo, quando se tratava de algo relacionado ao passado. O som de uma harpa também era muito usado nesses momentos em que a aula se transportava ao passado, indicando ao ouvinte que o tempo a ser tratado era outro.

Em História Econômica, as dramatizações eram sustentadas por trechos de música clássica, como no caso do tema sobre o descobrimento do Brasil, no qual a *5.ª Sinfonia*, de Antón Dvorak, era executada (DI GRADO, 1982). Recurso idêntico era usado no tema sobre a Inconfidência Mineira, no qual era executada a *Pavana a uma criança morta*, de Maurice Ravel, além da *Marselhesa* e do *Hino da Independência do Brasil*. Nos áudios das aulas de Problemas Sociais, foi possível identificar a execução do *Hino Nacional Brasileiro*. Em outras disciplinas ouvia-se a música *Na baixa do sapateiro*, de Ary Barroso.

Segundo os diálogos entre os personagens *Chiquinho*, *Rosinha* e *s.º Carlos* nas aulas de algumas disciplinas, a Unar não valorizava o ato de decorar fórmulas, teorias, regras, nomes ou datas. O método era tido como prático e valorizava o raciocínio, o esclarecimento de fatos concretos e as questões mais simples.

Geralmente, a personagem *Rosinha* questionava o fato de ensinarem em sua escola alguns conteúdos de forma diferente do que era ensinado na Unar, ou vice-versa, e os personagens *Chiquinho* e *s.º Carlos* defendiam o método da Unar. Isso era mais comum nas aulas de Português e de Aritmética. Numa aula de Português, em vez de usar termos técnicos como oxítone, paroxítone e proparoxítone, o curso ensinava a referir-se a elas como palavras cuja sílaba forte é a última, a penúltima ou a antepenúltima. Em outra aula, *Chiquinho* mencionava que tinha aprendido tudo sobre crase, mas "(...) sem gramatiquice, sem definições, sem tantos nomes de coisas que a gente mal entende". Os personagens *s.º Carlos* e *Chiquinho* justificavam que, pela forma como se ensinava na escola, perdia-se tempo e ninguém aprendia, pois aquilo se tratava de complicações.

Caso semelhante ocorria nas aulas de Aritmética. Numa delas, a personagem *Rosinha* relatava que o conteúdo sobre fração num antigo livro da escola estava muito complicado de entender, diferente do material do CCR da Unar, que era mais fácil. Nessa disciplina, sobretudo, ocorria uma supervalorização do método da Unar, especificamente à questão de ensinar aritmética sem regras e sem teorias. Havia também frequentes situações em que o *s.º Carlos* relatava ser contra decorar fórmulas e nomes, pois, uma vez decorado, não havia como aprender; assim, tudo seria esquecido.

A radioteatralização das aulas era semelhante às radionovelas da época, uma vez que ambas eram representadas por radioatores, acompanhadas por recursos

musicais, efeitos sonoros e dramatizações. Nesse período, grande parte das famílias brasileiras tinha se apropriado da radionovela em seu cotidiano, pois se tratava de um gênero popular do rádio. Em algumas aulas, acerca da importância de se falar bem, o personagem s.<sup>r</sup> Carlos relatava que fazia bem ouvir a radionovela, pois os atores e locutores que trabalhavam no rádio falavam numa linguagem bem articulada. Os personagens citavam frequentemente a influência da radionovela em seus atos, como o caso de *Chiquinho*, que, após os estudos na casa de *Rosinha*, tinha ido embora rapidamente para ouvir a radionovela ou o fato de s.<sup>r</sup> Carlos estar mais espirituoso numa determinada aula, pois havia acabado de ouvir a radionovela, como um bom amante do gênero. A radionovela estava presente tanto no conteúdo das aulas, quanto na sua estrutura, o que possibilita conjecturar que, nesse período, o sucesso popular do rádio brasileiro e de alguns gêneros, como a radionovela, assim como a criação de personagens, característicos do rádio, influenciaram a Unar na criação de suas aulas radioteatralizadas, como forma de ilustrar e dinamizar os conteúdos do curso.

Depois que o conteúdo das disciplinas era apresentado por meio da radioteatralização, antes de encerrar a lição, os personagens que guiavam as aulas, como o professor e o s.<sup>r</sup> Carlos, deixavam uma mensagem final de incentivo aos alunos personagens e, indiretamente, aos alunos ouvintes do CCR da Unar. Semelhante à mensagem inicial do locutor, esta fortalecia as questões ensinadas no dia, incentivava o desenvolvimento e a continuidade, assim como relatava a importância do curso da Unar, da iniciativa do Senac ou dos valores a serem seguidos. Frases características do comércio, carregadas de sentido moral, eram sempre ditas nas aulas: “(...) conhecer mais para servir melhor; estudar para aprender e aprender para servir mais”; “(...) servir mais para vender melhor”, entre outras.

A partir do exposto, é possível compreender o que Di Grado (1982, p. 6) descreveu quando sintetizou a estrutura das aulas radiofonizadas: “(...) todas estas coisas, durante quatorze minutos apenas. Para que a seguir, dentro de tempos e horários variáveis, cada classe, com seu professor-assistente, pudesse debater tanta coisa”.

Aspecto importante na dinâmica da apresentação dos conteúdos era a linguagem utilizada. De modo geral, o texto radiofônico, redigido para ser falado, é um texto peculiar e que age mais rápido, se comparado a outros meios de comunicação.

No jornalismo impresso, o leitor, tendo literalmente o texto em suas mãos, pode ler rápida ou lentamente, superficial ou detidamente, e pode, até mesmo, analisar a interação texto-fotografia/ilustração. Na televisão, o telespectador, perante a fusão de imagem e som, vê facilitada a decodificação da mensagem noticiosa. O rádio, por sua vez, torna-se o meio mais fugidivo de expressão da linguagem, porque dirige seu texto (CABELLO, 1999, p. 15–16.).

Dessa forma, o texto radiofônico tem uma única chance para ser compreendido, pois conta somente com o som para atingir o ouvinte. Cabello (1999) ressalta que o rádio é acusado de não possuir uma linguagem específica, uma vez que utiliza a palavra falada, como o telefone e o cinema sonoro; difunde a música

como o toca-discos; descreve histórias dramatizadas como o teatro; relata notícias como o jornal; e chega simultaneamente a lugares muito distantes, como o caso da televisão. Contudo, o rádio tem a sua especificidade já que apresenta um sistema de códigos compartilhados, ou seja, "(...) códigos conceptuais e códigos físico-sonoros, sem perder sua identidade" (CABELLO, 1999, p. 16). Assim, a linguagem radiofônica é composta por elementos expressivos, como a palavra, a música e o efeito sonoro. Tais elementos atuam no imaginário e nas referências presentes em cada ouvinte, produzindo estímulos sensoriais e criação de imagens mentais.

Seguindo a tendência do rádio dessa época, o CCR utilizava uma linguagem coloquial e clara, acessível aos alunos ouvintes, e não havia preocupação com a linguagem rebuscada ou refinada. Quando se tratava do núcleo dos personagens *Chiquinho*, *Rosinha* e *s.º Carlos*, a linguagem remetia a um bate-papo que ajudava os estudantes a resolverem dúvidas, muitas vezes, num clima intimista e descontraído, cercado por brincadeiras. Dessa forma, as disciplinas representadas por tais personagens eram dinâmicas, animadas e próximas do cotidiano popular. Quando se tratava do núcleo dos alunos junto ao professor, a linguagem remetia a uma aula tradicional, numa sala de aula, em que o professor ensinava e os alunos perguntavam. Embora em alguns momentos acontecessem brincadeiras entre os alunos e o professor, a linguagem era mais formal, num tom mais sério em relação ao outro núcleo de personagens. Em conversas entre os personagens surgiam temas das disciplinas e os diálogos, amparados pela música e pelos efeitos sonoros, eram feitos de falas breves e cotidianas, recorrendo a exemplificações, como forma de exprimir a realidade e esclarecer os ensinamentos e das aulas.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como mencionado na introdução, o CCR da Unar foi experiência pioneira e singular no Brasil. Foi pioneira quando comparada às demais práticas de ensino profissional – como o ensino agrícola ou o ensino industrial, que, via de regra, eram realizadas na modalidade presencial. O fato de ser presencial implicava um caráter seletivo do público-alvo. Afinal, a presença física dos alunos demandava espaço e maior número de professores, assim como deslocamento dos alunos de suas cidades. Como as iniciativas de educação profissional realizadas no Brasil eram presenciais, a Unar não tinha referências. A escola sempre foi uma referência para as práticas de educação profissional presencial, no tocante aos modos de ensinar, aos recursos didáticos, aos exercícios de fixação e até mesmo às técnicas de mobilizar a atenção dos alunos.

No CCR da Unar o *locus* básico do ensino não era a sala de aula, assim como o agente principal do ensino não era o professor. Na experiência da Unar, quase tudo foi adaptado: o uso do estúdio como *sala de aula*; a *teatralização* das aulas radiofonizadas; a criação dos polos de difusão nas cidades do interior paulista; os núcleos receptores não só como elementos educativos, mas também como centros sociais de integração na comunidade, extrapolando as aulas para alcançar outras atividades sociais; a conjugação do rádio com a correspondência, entre outros.

A singularidade da Unar é que ela foi uma experiência de educação profissional voltada para o grande público, isto é, educação profissional em massa, numa sociedade que acelerava o seu processo de industrialização e urbanização.

Ademais, foi inovação ocorrida sob forte pressão. O crescimento das populações urbanas e a massificação do consumo, no contexto de entrada em cena de produtos mais sofisticados, faziam o comércio crescer e tornar-se mais complexo. Em decorrência da precariedade de recursos e da incipiência da legislação e das entidades, não havia outras possibilidades de preparação de profissionais para o comércio. A demanda era grande e urgente. Nesse sentido, o uso do rádio como instrumento educativo foi o que tornou possível essa formação profissional acelerada em larga escala. Igualmente, a Unar foi um fato social relevante, mobilizou e ocupou espaços e tempos nas cidades do interior paulista.

O CCR da Unar significou o uso educativo do rádio num momento em que a tendência era o seu uso como diversão, entretenimento e irradiação do consumismo. Exceto o programa educativo de mesmo nome, Universidade do Ar, lançado em 1941 e irradiado pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, não foram encontrados relatos sobre experiências de rádio educativo na década de 1940, mas somente a partir dos anos finais da década de 1950. Nesse sentido, a Unar foi inovadora uma vez que atuou nos chamados anos áureos do rádio, aproveitando, assim, o auge da popularização do rádio e sua consolidação como veículo de comunicação de massas.

A respeito do CCR, vale ressaltar que o mesmo foi muito variável e flexível, passando por diversas mudanças estruturais ao longo da existência da Unar, seja nas disciplinas, no conteúdo, nas aulas, na duração, no formato, nos métodos ou na estrutura. Novas situações surgiam com frequência e os cursos ofertados eram modificados de alguma forma. As próprias diretrizes da Unar eram modificadas constantemente.

Feita a descrição de tal experiência, ficam abertas possibilidades para abordagens teóricas. Questão possível de ser teorizada é referente aos processos de escolarização, ou seja, a relação entre o rádio e a escola. Dessa forma, em que sentido o rádio exigiu e possibilitou a realização de uma experiência educativa, diferente do modelo escolar? A Unar teria sido mais próxima de uma *radialização da escola* ou de uma *escolarização do rádio*? De todo modo, parece claro que esse cruzamento entre o rádio e a escola fornece elementos para diversas reflexões, uma vez que tanto o rádio, quanto a escola têm algo a aprender com a experiência da Unar.

## REFERÊNCIAS

CABELLO, Ana Rosa Gomes. A expressão verbal na linguagem radiofônica. *In*: BIANCO, N. R. MOREIRA, S. V. (Org.). *Rádio no Brasil: tendências e perspectivas*. Rio de Janeiro: EdUERJ; Brasília, D.F.: UnB, 1999.

DI GRADO, Breno. *Uma experiência pedagógica: Curso Comercial Radiofônico da Universidade do Ar/Senac*. São Paulo: Senac, 1982.

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. *História da comunicação: rádio e TV no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982.

LOURENÇO FILHO, Manuel Bergstron. *Conceito de aprendizagem: definição de aprendizagem comercial – semelhanças entre aprendizagem no comércio e na indústria*. Parecer solicitado pelo Senac. Rio de Janeiro, 1949. Acervo CPDOC / FGV – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil.

PEREIRA, Fábio Vasconcelos Lima. *Escola complementar do comércio de Sete Lagoas (1926 a 1943): a invenção de uma cultura escolar para a formação do trabalhador*. 2014. 118. Dissertação de Mestrado - CEFET/MG, Belo Horizonte.

SENAC. *Senac São Paulo 60 anos*. São Paulo: Senac, 2006.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do rio. In: SEVCENKO, N. (Org.). *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: C.<sup>ia</sup> das Letras, 1998. v. 3.

SILVA, Jaqueline M. S. *História da instituição que educa para o comércio: de Lyceu Mineiro (1927) a Colégio Padre Curvelo (1957)*. 2020. 123. Dissertação de Mestrado - CEFET/MG, Belo Horizonte.

## **FONTES PRIMÁRIAS**

CARTA ECONÔMICA DE TERESÓPOLIS. *Conferência das Classes Produtoras do Brasil*. Teresópolis, RJ, 1945.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Censos industrial, comercial e dos serviços, São Paulo*. Recenseamento do Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 1950.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.06.03.00076.0003.1947. *Regulamento Curso Comercial Radiofônico*. São Paulo: Senac, 1947. Tombo consultado: 0021361.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1948. *Relatório Anual*. São Paulo: Senac, 1947. Tombo consultado: 0012730-1.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1948. *Relatório Anual 1948*. São Paulo: Senac, 1948. Tombo consultado: 0012730-2.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1949. *Relatório Anual 1949*. São Paulo: Senac, 1949. Tombo consultado: 0012728.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1950. *Relatório Anual 1950*. São Paulo: Senac, 1950. Tombo consultado: 0012726.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1951. *Relatório Anual 1951*. São Paulo: Senac, 1951. Tombo consultado: 0012724.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1952. *Relatório Anual 1952*. São Paulo: Senac, 1952. Tombo consultado: 0012721.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1953. *Relatório Anual 1953*. São Paulo: Senac, 1953. Tombo consultado: 0012719.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.06.03.00076.0003.1953. *Regulamento para 1953*. São Paulo: Senac, 1953. Tombo consultado: 0021364.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.06.03.00051.0003.1953. *Aritmética –scripts* das lições n. 1 a 12. São Paulo: Senac, 1953. Tombo consultado: 0019898; 0019941; 0019942; 0019970; 0019971; 0019972; 0019973; 0019943; 0019944; 0019945; 0019946; 0019947.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.06.03.00051.0003.1953. *Técnica de vendas – scripts* das lições n. 2 a 20. São Paulo: Senac, 1953. Tombo consultado: 0019896; 0019904; 0019905; 0019906; 0019907; 0019908; 0019909; 0019910; 0019911; 0019912; 0019913; 0019914; 0019915; 0019916; 0019917; 0019918; 0019919; 0019920; 0019921.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1954. *Relatório Anual 1954*. São Paulo: Senac, 1954. Tombo consultado: 0012717.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1955. *Relatório Anual 1955*. São Paulo: Senac, 1955. Tombo consultado: 0012715.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1956. *Relatório Anual 1956*. São Paulo: Senac, 1956. Tombo consultado: 0012713.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00072.0003. *Relatório Anual 1957*. São Paulo: Senac, 1957. Tombo consultado: 0012695.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1958. *Relatório Anual 1958*. São Paulo: Senac, 1958. Tombo consultado: 0012709.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1959. *Relatório Anual 1959*. São Paulo: Senac, 1959. Tombo consultado: 0012707.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1960. *Relatório Anual 1960*. São Paulo: Senac, 1960. Tombo consultado: 0012705.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1961. *Relatório Anual 1961*. São Paulo: Senac, 1961. Tombo consultado: 0012703.

SENAC/SP. Memória Institucional. 1.02.00073.0003.1962. *Relatório Anual 1962*. São Paulo: Senac, 1962. Tombo consultado: 0012702.