

Ondas impressas: o desenvolvimento da radiodifusão brasileira nas páginas do *Correio da Manhã*, 1931 – 1937.

CARLA DRIELLY DOS SANTOS TEIXEIRA¹

O entre-duas-guerras foi marcado pelo surgimento do rádio que causou agitação no universo da imprensa, até então dominado pela escrita. Nos Estados Unidos, as primeiras experiências com o meio foram realizadas ainda durante a Primeira Guerra Mundial, o que resultou no surgimento de emissoras de rádio em 1920. A partir de então, iniciou-se naquele país o efetivo crescimento do meio, chegando em 1924 com um número de 530 emissoras. Nos países europeus o processo foi mais lento e as primeiras transmissões realizadas por estações aconteceram apenas em 1922. A princípio, sobretudo na Europa Ocidental, o Estado levou vantagem sobre a emissão de natureza privada, detendo o monopólio das ondas radiofônicas. Determinou-se, rapidamente, dois modelos de radiodifusão: o norte-americano, em que o liberalismo econômico se colocou como dogma, tendo como base o serviço de emissão praticado por empresas comerciais, porém, sob concessão do Estado; e o europeu, centrado em emissoras pública estatais (JEANNENEY, 1996: 124).

Um dos critérios de diferenciação de um país para o outro foi o modo como os governos se comportaram perante o poder do novo meio de comunicação social que se firmava. Nos EUA, o papel político da radiodifusão foi asseverado durante as eleições de 1932, quando Roosevelt usou o rádio para dirigir-se ao público com um tom mais pessoal. No entanto, foram os regimes totalitários que fizeram uso mais enfático do meio, como na Alemanha nazista, com apoderação progressiva das ondas hertzianas desde 1933, data da ascensão de Hitler ao poder.

Durante a década de 1930, com a primeira expansão significativa da radiodifusão, além da crescente influência do rádio na política, a relação estabelecida entre a imprensa escrita e o meio eletrônico passou a se pautar por episódios de rivalidade. Na maior parte dos países ocidentais a imprensa recebeu de maneira reativa o choque provocado pela

¹Universidade Estadual Paulista – Faculdade de Ciências e Letras de Assis.
Mestranda em História.
Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo/FAPESP.

radiodifusão no universo da comunicação social, posto a primeira se encontrar enfraquecida comercialmente. Apesar de todo o progresso técnico vivenciado no início do século XX, a elevação dos custos foi maior que o aumento do padrão de vida – efeitos da crise de 1929. Diante da conseqüente queda na venda de jornais e revistas, a degradação da qualidade informativa da imprensa se instalou, o sensacionalismo noticioso vicejou em franca competição pelo leitor. Em dificuldades, a imprensa impressa tomou-se como ameaçada pelo rádio, promovendo “reações crispadas e doentias” contra o meio eletrônico (JEANNENEY, 1996: 134).

Nos EUA, um relatório da Associação Americana de Editores de Jornais (ANPA) denunciou com grande violência a concorrência dos rádios na difusão de informação ainda em 1934. Na Grã-Bretanha, desde o surgimento dos primeiros “jornais falados” em 1923, a imprensa escrita, um grupo de pressão eficaz junto aos dirigentes políticos, conseguiu que boletins informativos radiofônicos não fossem difundidos antes das 19 horas, horário que possibilitava a venda de edições de jornais matutinos, vespertinos e noturnos. Outra reação mais inventiva conduziu a imprensa a vislumbrar sua participação no rádio, como no caso de alguns jornais norte-americanos que firmavam diversos acordos com emissoras de rádio. Diante da imediatez da informação emitida pelo meio eletrônico, os jornais optaram pelo tom reflexivo na produção de informações, propondo um jogo de resistência que consistiu em desenvolver a diferença e a concorrência ao mesmo tempo. Outro ponto importante a ser destacado na concorrência entre jornal e rádio era relativo à publicidade, cujas verbas cada vez mais tendiam a migrar para o meio eletrônico (JEANNENEY, 1996:121-140).

No Brasil, os primeiros experimentos com o rádio datam do final do século XIX, quando Landell de Moura, padre e cientista, realizou uma transmissão em ondas hertzianas na Avenida Paulista, em São Paulo (TAVARES, 1999: 19-25). No entanto, a primeira transmissão oficial deu-se apenas em 1922, durante a Exposição Nacional Comemorativa do Centenário da Independência, ocorrida na cidade do Rio de Janeiro. No dia da abertura do evento foram transmitidos pronunciamento do presidente da República Epitácio Pessoa e a encenação de “O Guarany”, ópera de Carlos Gomes, diretamente do Teatro Municipal. Em 1923, o médico e antropólogo Roquette Pinto fundou, na então capital federal, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, cuja finalidade era transmitir programas culturais e educativos,

nos moldes dos que eram veiculados por emissoras europeias. Ao contrário do caso norte-americano e igualmente ao europeu, o rádio brasileiro desenvolveu-se de maneira lenta. Em 1930 o país contava apenas com 16 emissoras, a maioria situada no eixo Rio de Janeiro-São Paulo. A legislação não permitia propaganda publicitária, o que obrigou o rádio a funcionar durante muitos anos sob a forma de clubes e sociedades, possuindo sócios contribuintes que pagavam uma taxa mensal para manter o funcionamento das emissoras. Até então, a programação restringiu-se à difusão de músicas clássicas, óperas, entrevistas de estúdio, leitura e comentários das notícias publicadas nos jornais da época e da apresentação de artistas (AZEVEDO, 2002: 49-55).

O desenvolvimento do rádio foi acompanhado com atenção pelo governo provisório de Getúlio Vargas. Pode-se atribuir à legislação aprovada em 1931, ampliada e regulamentada em 1932, através dos Decretos nº 20.047 e 21.111 de 27/05/1931 e 1º/03/1932, respectivamente, uma grande parcela de contribuição no processo de consolidação e profissionalização do rádio brasileiro. Os decretos regulamentava o funcionamento das emissoras, colocando-as à disposição do governo. A boa nova foi a permissão, sem necessidade de autorização prévia, para a transmissão de propaganda comercial. A partir do Decreto de 1932, as emissoras de rádio poderiam destinar 10% (dez por cento) de cada programa à emissão de propagandas comerciais. (AZEVEDO, 2002: 62).

Houve durante a década de 1930 a consolidação de um meio de comunicação social que exerceu papel ativo no país, influenciando a sociedade tanto em aspectos culturais quanto políticos. Entretanto, é importante ressaltar que, assim como em outros países do Ocidente, no momento em que se deu o advento da radiodifusão, o Brasil contava com o jornal como principal meio de comunicação informativo. O rádio se tornaria um concorrente efetivo a partir dos decretos-leis do governo provisório de Vargas, especialmente o assinado em 1931, o qual, inclusive, instituiu o regime de concessão de serviço de radiodifusão a particulares. Momento em que a notícia tornava-se mercadoria e os jornais davam passos firmes rumo ao modelo empresarial de jornalismo. As folhas tiveram que contar com a concorrência de um meio eletrônico que possuía fronteiras muito mais amplas e cujos produtos podiam ser consumidos por pessoas de todas as classes sociais e níveis de escolaridade, além de contar com a difusão geograficamente significativa. Fatores que levaram a imprensa impressa a

atenuar sua condição privilegiada de veículo de comunicação, dado, sobretudo, que o concorrente tinha o poder de divulgar notícias em tempo quase real.

A história da imprensa brasileira costuma ser dividida em três períodos: a fase pré-capitalista, correspondente à segunda metade do século XIX, onde os jornais prestavam pequenos serviços informativos; a segunda fase, correspondente ao final do século XIX, iniciou-se quando a imprensa passou a incorporar a opinião política, momento em que surgem as primeiras folhas oposicionistas, abolicionistas ou republicanas, as quais se beneficiavam da liberalização e implantação das primeiras tipografias no Brasil, o que proporcionou avanços técnicos e o aumento do número de publicações e tiragens; a última fase, iniciou-se com a consolidação da república no início do século XX, quando a imprensa nacional se firmou, apresentando características empresariais e comerciais. As notícias começaram a tornar-se mercadorias comercializadas como qualquer outro produto, fato que se acelerou com o incremento do serviço de telégrafo e as informações obtidas por agências de notícias do exterior, circunstâncias tais que foram imprescindíveis à obtenção real de aprimoramentos na maneira de se fazer jornalismo. (SODRÉ, 1999: 261-275; BAHIA, 1967: 46-86)

Fundado por Edmundo Bittencourt em 1901, o Correio da Manhã² (CM) iniciou suas atividades jornalísticas utilizando uma rotativa Marinoni, que permaneceu em uso até 1929, substituída em seguida por uma Scott. Ao seguir as transformações que se verificavam nas páginas da maior parte dos jornais brasileiros, buscou agradar a todos os tipos de leitores com publicação de colunas específicas como o Correio Feminino, Correio Infantil, Correio Teatral e Correio Agrícola. Pouco depois inaugurou sua sede na Avenida Gomes Freire, onde permaneceu até seu fechamento, em 1974. Sob a direção de Paulo Bittencourt a partir de 1929, o jornal passou a trabalhar com uma rotativa Man que foi utilizada até 1958, sendo, então, substituída pela rotativa Hoe, de fabricação e montagem norte-americana. (SILVA, 2009: 75 – 77)

Com uma vida marcada pela dedicação à luta política, Paulo Bittencourt deixou impresso nas páginas do jornal sua inclinação ao longo dos anos. A atuação política do jornalista resultou no recebimento do Prêmio Maria Moors Cabot, concedido pela Universidade de Columbia, dos Estados Unidos, em 1940, oferecido aos jornalistas que

² Dicionário histórico-biográfico brasileiro, 2001, p. 1625-1632.

obtivesse destaque na luta pela liberdade de imprensa. O jornal carioca sempre se proclamou como de opinião, defendendo ideias liberais e caracterizando-se por ser um intransigente defensor do regime democrático contra as oligarquias e qualquer forma de opressão política e econômica sobre a população. Diferente dos outros periódicos do período, o *CM* declarava-se não imparcial, guiando-se pela intenção de atuar vigorosamente na vida política do país. Ao apresentar uma linha editorial historicamente favorável à defesa da liberdade política, colocou-se na luta contra os regimes autoritários da história brasileira, como no período marcado pelo Estado Novo, quando procurou brechas para atacar o regime e imprimir sua posição de defesa ao restabelecimento do regime democrático. Na ausência de Paulo Bittencourt assumia a direção o redator-chefe, Costa Rego (ANDRADE, 1991: 67-70).

Pedro da Costa Rego era alagoano e construiu sua carreira política atrelada à de jornalista. Segundo Melo (2000, p. 91 - 115), o jornalismo serviu para sua ascensão política, além de contribuir com sua carreira de escritor que contou com a publicação de três obras – *Águas passadas* (1952); *Na terra Natal* (1928) e *Como foi que persegui a imprensa* (1930). Iniciou suas atividades no *CM* ainda com 17 anos, assumindo a função de revisor, deixando o jornal apenas em 1954, quando ocupava o cargo de redator-chefe. Enfermo, faleceria pouco tempo depois.

A redação do *CM* foi comandada com energia por Costa Rego. A função de redator-chefe era bastante valorizada por Bittencourt e Rego. Em conversa com Luís Alberto Bahia, Costa Rego afirmou que a função de redator-chefe era mais importante que a de ministro. Apesar das transformações vivenciadas pela imprensa brasileira, que se inclinava a cada dia para o modelo norte-americano de jornalismo, Costa Rego ainda simpatizava com a estrutura do jornalismo francês. Lia tudo de importante a cada dia, instruía, pautava, estimulava, orientava e fiscalizava tudo o que era produzido na redação do jornal (ANDRADE, 1991: 102-133), denunciando abusos de poder e pressão política do governo com relação às folhas. Ainda em Junho de 1931, em artigo assinado pelo próprio Costa Rego, que dedicou sessão diária no jornal durante anos, há a divulgação do “vexame clássico denominado censura prévia” a qual o estado submeteria as informações publicadas nos jornais³.

³ CORREIO DA MANHÃ – 06/06/1931.

Com a aprovação dos decretos e o início da consolidação da radiodifusão no Brasil, durante a década de 1930 as emissoras radiofônicas passaram a firmar sua posição dentro do campo jornalístico e, concomitante, no campo político, fazendo com que diretores de jornais e revistas investissem nessas posições dentro de ambos os campos, o que seria a formação de conglomerados jornalísticos formados por empresas de jornal e emissoras de rádio. Para demarcar sua posição dentro do domínio jornalístico e continuar influenciando as tomadas de decisões nesse setor, os jornais passaram a oferecer alguns serviços disponibilizados anteriormente apenas por emissoras de radiodifusão, tais como: horários de trens, ônibus e bondes, previsão do tempo, calendários do ano, horários de eventos culturais e até o horário de programas radiofônicos.

Para Bourdieu (1997: 56-58), a concorrência que se realiza entre os órgãos de imprensa, ou entre os jornais, pelos leitores, dá-se sob a forma de concorrência entre os jornalistas que possuem objetivos próprios e definidos, quais sejam: o furo, a informação exclusiva, a reputação ou a diversificação das atividades, o que não se restringe a disputas puramente econômicas, mas evidencia relações de forças também econômicas e simbólicas entre os agentes do campo jornalístico capazes de definir posições nesse campo.

Seguindo as transformações que se verificavam nas páginas da maior parte dos jornais brasileiros, após o surgimento do rádio, passou a publicar seções dedicadas ao novo meio de comunicação, com resumo da programação das emissoras e informações sobre participação de artistas e intérpretes nos programas radiofônicos. No início da década de 1930, a aparição de informações sobre a radiodifusão no Brasil surge de maneira tímida nas folhas. Após a regulamentação do meio, ocorrida em 1931 e 1932, as estações ganham destaque nas páginas do jornal e nota-se maior profissionalização do meio com a fundação de novas emissoras, maior regularidade na irradiação e a consolidação de programas diários por parte das mais antigas, associado à busca por agradar o ouvinte com programas e concursos divulgados pelas páginas do diário e pelas ondas do rádio⁴.

A Coluna “Sem Fio”, publicada nas últimas páginas do jornal com a programação e as boas novas do meio radiofônico, deixa de ser esporádica e torna-se constante, anunciando novidades que conquistariam definitivamente o público ouvinte. Em Janeiro de 1933 a coluna

⁴ Como constatado em pesquisa realizada.

anuncia o “Programma Micellania”, irradiado pela *Radio Sociedade* aos domingos, que acabara de contratar Maria Helena, compositora e uma das melhores vozes femininas que têm *aparecido* no rádio, prometendo em breve divulgar suas obras nas ondas da Sociedade⁵. A partir dos decretos, o crescimento do rádio como empresa tornou-se possível. Ao deixar para trás o modelo de clube/sociedade e usufruir da publicidade como forma de manter o capital necessário para o funcionamento das estações, as emissoras começaram a montar seus próprios elencos, com artistas exclusivos que fariam ou participariam da programação de determinada emissora. É o início do amadurecimento da radiodifusão nacional como empresa com fins lucrativos, deixando de lado, ainda que de maneira tímida, os moldes educativos que guiavam e restringiam a programação até então.

Com o advento da propaganda publicitária, diversas empresas iniciaram o “oferecimento” dos programas de rádio. Em Fevereiro de 1933, a Chevrolet anuncia nas páginas do *Correio da Manhã* o “Grande Programma Chevrolet, irradiado simultaneamente por 6 estações de rádio” do Rio de Janeiro e outras cidades. O *Correio da Manhã* estava atento ao desenvolvimento do meio eletrônico na capital federal, em outros estados do Brasil e até mesmo no Exterior. Ainda em 1931, antes mesmo da primeira regulamentação assinada por Vargas, o jornal anunciou em suas páginas o início da transmissão da “Radio Club de Recife”, que teve o aparato técnico e instalação realizada pela Companhia Telefunken, anunciante assíduo de seus produtos nas páginas do diário. O jornal enfatiza a inauguração como um importante passo para o progresso da radiodifusão no Brasil, apreciada pelas folhas como “notável”, naquele período. Fato que pode ser contestado, uma vez que até esse momento o meio não contava com um decreto que regulamentasse a exploração do rádio, o que restringiu seu crescimento e consolidação como meio de comunicação social no país até então.

As diferenças do *Correio da Manhã* com o governo Vargas são refletidas nas páginas do jornal não apenas com a oposição política direta, mas, também, com relação às medidas do governo direcionadas ao meio eletrônico. Em 1934 o jornal publica na sessão “Sem fio” opinião com relação ao programa estatal “A Hora do Brasil”, instituída por Getúlio Vargas para a emissão de notícias oficiais. “Varios ouvintes de radio reclamam contra o programma

⁵ CORREIO DA MANHÃ – 25/01/1933.

oficial que toda noite lhes é impingido. Esse programma é o que póde haver de menos attrahente. Como ele está sendo irradiado simultaneamente por todas as estações só há um remédio que é, mesmo, desligar o aparelho⁶". É importante ressaltar que nesse período o jornal realiza bastante oposição a Getúlio Vargas, chegando a apoiar a candidatura de José Américo para as eleições presidenciais⁷. Situação que deixaria de existir, já que a partir de 1935/1936 o jornal começa a destacar o programa, divulgando reportagens exclusivas sobre irradiações realizadas pela "Hora do Brasil" no país e no exterior, com intercâmbios radiofônicos realizados entre Brasil, Itália, Alemanha e, com menos frequência, Estados Unidos e Inglaterra⁸.

Disputas políticas à parte, o desenvolvimento cultural do meio foi acompanhado de perto pelo diário. Em meados de 1935⁹ a *Radio Ipanema (PRH-8)* "Convida a todos aqueles que desejam entrar para o broadcasting como cantor ou para a pratica do radio-theatro a inscreverem-se no escriptorio da Radio Ipanema para participar das provas que oportunamente serão realizadas". Era o rádio recrutando elenco para a formação de seus *broadcastings* exclusivos. Assim como os periódicos, as emissoras de rádio iniciaram nesse momento de primeiro desenvolvimento do setor, a dedicar programas a públicos específicos. Ao final de 1936 a *Radio Transmissora* oferece a "Hora para os nossos avós" e a "Hora do teatro da creança". Esta última tendência seria apropriada pelo jornal e publicada com o nome "Correio Infantil", anunciado pelo diário como um suplemente que circularia todos os domingos sem reajuste do preço¹⁰, pedindo aos "leitorezinhos" que enviem seus trabalhos *assignados*.

A tendência de trazer o consumidor para mais perto do meio também foi seguido pelo rádio. Ao anunciar o *augmento* dos *programmas de studio*, com a irradiação de mais três programas por semana, a Radio Sociedade faz um *appelo* aos seus amigos para que comuniquem suas impressões e sugestões. Desde que se enquadrem nos seus propósitos educativos, serão atendidos pela PRA-2 "com todo o prazer", os pedidos que lhe forem dirigidos. O Rádio clama pela intervenção popular, porém, impondo ressalvas. É importante

⁶ CORREIO DA MANHÃ – 26/01/1934.

⁷ Como constatado em pesquisa realizada.

⁸ CORREIO DA MANHÃ 16/04/1936.

⁹ CORREIO DA MANHÃ 30/01/1935.

¹⁰ CORREIO DA MANHÃ 07/11/1936.

ressaltar que a Radio Sociedade, fundada por Roquette Pinto, nasceu com propósito educativo e se manteve assim até ser doada ao governo durante a metade da década de 1930.

O desenvolvimento da radiodifusão no Brasil foi acompanhado de perto pelo *Correio da Manhã*, tanto no que tange a divulgação de notícias e informações sobre o meio e seus aparatos técnicos, quanto a apreciação da programação e formação do rádio como empresa de entretenimento que possui elenco próprio e programação exclusiva destinada a um público específico. Ao destinar coluna diária para esses fins, o diário coloca-se como um divulgador, apreciador e entusiasta do desenvolvimento do rádio brasileiro, fato que só seria motivo de atenção de outros diários do período após os decretos do início da década de 1930 e a consolidação do meio durante esta década. Mais do que divulgar um meio de comunicação, nota-se o intercâmbio realizado entre jornal e rádio devido à apropriação que houve durante o período quando os dois meios buscaram, cada um a sua maneira e de acordo com o seu alcance, atrair a atenção do público e consolidar-se, no caso do rádio, ou manter, situação do jornal, como meio de comunicação social indispensável ao cotidiano.

FONTE CONSULTADA:

Correio da Manhã, março de 1931 a outubro de 1937, cujas edições se encontram microfilmadas no acervo do Centro de Documentação de Apoio à Pesquisa (CEDAP) da FCL-UNESP/Assis;

BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, J. R. *Um jornal assassinado: a última batalha do Correio da Manhã*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1991.

AZEVEDO, Lia Calabre. *Na sintonia do tempo: Uma leitura do cotidiano através da produção ficcional radiofônica (1940-1946)*. Niterói-UFF, Dissertação de Mestrado, 1996.

_____. *No tempo do rádio: Radiodifusão e Cotidiano no Brasil. 1923-1960*. 2002. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2002.

BAHIA, Juarez *Jornal, história e técnica*. São Paulo: Martins, 1967.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. *Sobre a televisão seguido da influência do jornalismo e os Jogos Olímpicos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BUSETTO, A. Pela legitimidade de prever: Ibope, imprensa e lideranças políticas nas eleições paulistas de 1953 e 1954. *Estudos Históricos (Rio de Janeiro)*, n.31, 2003.

_____. Em busca da caixa mágica: o Estado Novo e a televisão. In: *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 27, nº 54, 2007.

CHARTIER, Roger. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, 1988.

CALABRE, L. *A era do rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e peronismo*. Campinas/ SP: Papirus / Fapesp, 1998.

_____. *Os arautos do liberalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

_____. *Imprensa e História do Brasil*. São Paulo: Contexto, 1988.

JEANNENEY, Jean-Nöel. “A mídia”. In: REMOND, R. (org.) *Por uma história política*. Rio de Janeiro: FGV/UFRJ, 1996.

_____. *Uma história da comunicação social*. Lisboa: Terramar, 1996

MELO, J. M. Costa Rego, o primeiro catedrático do jornalismo do Brasil. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v.XXIII, n.1, jan./jun. 2000.

SILVA, Heber Ricardo da. *A Democracia Imprensa: transição do campo jornalístico e do político e a cassação do PCB nas páginas da grande imprensa, 1945-1948*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

SODRÉ, Nelson Werneck *A história da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o rádio não contou*. 2. ed. São Paulo: Harbra, 1999.