

A imprensa como fonte para estudos radiofônicos¹

The press as a source for radio studies

Carla Drielly dos Santos Teixeira

Mestranda em História

Universidade Estadual Paulista – Campus de Assis

carladrielly_pp@hotmail.com

Recebido em: 31/03/2014

Aprovado em: 01/07/2014

RESUMO: O surgimento do rádio causou agitação no universo da imprensa, até então dominado pela escrita. As folhas viam-se às voltas com um novo concorrente, seja no que tange ao alcance do público consumidor do produto noticioso, seja na captação de verbas publicitárias. Entre proximidades e diferenças, um caminho inventivo encontrado por muitos jornais constituiu a formação de condomínios comunicacionais formados pelo meio impresso e eletrônico, dando início a um processo que se tornaria tendência ao longo do século XX, somando, posteriormente, a televisão e a internet. Circunstâncias que tornam os jornais fonte imprescindível nos estudos sobre a radiodifusão. Este artigo se ocupará com uma breve história do rádio, o estudo e análise histórica do jornal como fonte para a pesquisa sobre o meio eletrônico, sugestões teórico-metodológicas e de pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio, Jornal, Mídia.

ABSTRACT: The emergence of radio caused a stir in the world of media, until then dominated by writing. The leaves could be seen dealing with a new competitor, either in regard to the scope of the consuming public of the news product, whether in attracting advertising dollars. Between proximities and differences found an inventive way for many newspapers was the formation of communication condos formed by printed and electronic media, beginning a process that would become a trend over the twentieth century, adding later, television and the internet. Circumstances that make them indispensable source newspapers in studies on broadcasting. This article will deal with a brief history of radio, study and historical analysis of the newspaper as a source for research on electronic media, theoretical and methodological suggestions and research.

KEY-WORDS: Radio, Newspaper, Media.

No ar: uma breve história do rádio no Brasil

O mundo ocidental foi marcado no entre-duas-guerras pelo surgimento do rádio, que causou agitação no universo da imprensa, até então dominado pela escrita. Nos Estados Unidos, as

¹ Uma versão preliminar deste trabalho foi apresentada em seção de comunicação durante o evento VI Encontro do CEDAP – Preservação do Patrimônio e Democratização da Memória. Realizado na UNESP/Assis entre 16 e 18 de outubro de 2012.

primeiras experiências de radiodifusão 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, considerando que ao final de 1924 já contava com 530 emissoras. O Estado não interveio em nada: nem na autorização prévia para execução do serviço de radiodifusão, nem nos impostos sobre os emissores. Situação que perdurou até 1927, quando foi criada a *Federal Radio Commission*, órgão responsável por regular o serviço, vigiar a potências das emissoras e distribuir licenças, controlando a moralidade do comércio que possa ser feito. Mudanças que afirmaram o peso esmagador da propaganda: em vez da publicidade voltar a estar dependente de programas pré-estabelecidos, a exemplo de outros países, nos EUA as emissões foram concebidas desde o início para estar a serviço da publicidade, que a esta altura já havia assegurado o seu espaço no setor radiofônico, – consequências que iriam reverberar, posteriormente, na história da televisão norte-americana.

Nos países europeus, esse 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. Determinaram-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 públicas estatais².

O caso Francês torna-se relevante e original, pois se situa a meio caminho entre os dois modelos: o do liberalismo absoluto e o de um forte domínio do Estado, de forma que em 1926 a paisagem tornou-se bastante confusa, repleta de conflitos entre os postos de emissões estatais e privados, especialmente no que diz respeito à divisão das frequências. Em dezembro deste mesmo ano, um decreto-lei tenta colocar ordem nessa situação por meio da criação de um Serviço de Radiodifusão. Continuando a reafirmar o monopólio, decidiu-se diferenciá-lo e manter os postos privados “a título provisório” – situação que se estendeu até à Segunda Guerra Mundial à espera de um estatuto que nunca se concretizou. Assim, no início dos anos de 1930, a situação está quase definida: existem 13 postos privados (dos quais 4 estão em Paris e 9 na Província) e 14 postos

² JEANNENEY, Jean-Noël. *Uma história da comunicação social*. Trad.: Catarina Gândara e Ana Isabel Silva. Lisboa, Portugal: Editora Terramar, 1996, p. 121-127.

estatais³. Como era de se esperar, assim que se definiram estes dois setores, o fosso entre o público e o privado aumentou, principalmente devido à aplicação do princípio “para posto privado, dinheiro privado; para o posto público, dinheiro público”.

A maneira como os governos se comportaram diante do poder do então novo meio de comunicação foi um dos critérios que diferenciou o desenvolvimento do rádio de um país para o outro. Nos Estados Unidos, o papel político da radiodifusão foi asseverado durante as eleições presidenciais de 1932, quando Roosevelt usou o rádio para se dirigir 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.

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 Paulo⁴. No entanto, a primeira transmissão oficial aconteceu apenas em 1922, durante a Exposição Nacional Comemorativa do Centenário da Independência, realizada na cidade do Rio de Janeiro. Os equipamentos foram instalados pela empresa norte-americana Westinghouse, que montou uma estação transmissora no alto do Corcovado, com aparelhos receptores instalados nos pavilhões da Exposição e nas cidades de São Paulo, Petrópolis e Niterói. Na ocasião foram transmitidos o discurso do Presidente da República, Epitácio Pessoa, e a ópera “O Guarany”, de Carlos Gomes, diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro, causando espanto e encantamento no público presente. Ao leitor, é importante destacar que exposições nacionais constituíam uma prática comum do período: por tratar-se de um evento com projeção internacional, as exposições eram a oportunidade para que fossem exibidas as novidades tecnológicas. Para o Brasil, tratava-se de uma ocasião para mostrar-se ao resto do mundo como uma nação moderna, próspera e desenvolvida com relação aos países europeus⁵.

Apesar de todo brilhantismo atribuído à primeira transmissão radiofônica, Edgar Roquette Pinto, um dos pioneiros do meio radiofônico no Brasil, afirmou em depoimento que poucas pessoas se interessaram pela transmissão, repleta de chiados e interferências em meio a uma multidão onde

³ _____, *Uma história da comunicação social*, p. 127-9

⁴ TAVARES, Reynaldo C. *Histórias que o rádio não contou*. 2ª Ed. São Paulo: Harbra 1999, p. 19-25.

⁵ AZEVEDO, Lia Calabre. *No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil, 1923-1960*. 2002. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós-Graduação em História, Niterói, 2002, p. 47-8.

não se ouvia nada: “era uma curiosidade sem maiores consequências”⁶. Roquette Pinto era médico, antropólogo e teve papel fundamental para o início do serviço radiofônico no Brasil. Foi membro da Academia Brasileira de Ciências, da Academia Nacional de Medicina e da Academia Brasileira de Letras. Fundou o Instituto Nacional de Cinema Educativo, a Revista Nacional de Educação e o Rádio Escola do Distrito Federal. Trajetória que lhe conferiu relações sociais e políticas que possibilitaram a implantação da primeira estação radiodifusora do país, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. A Roquette Pinto é atribuído grande valor no meio radiofônico principalmente devido aos seus esforços para levar o empreendimento adiante: após a Exposição Nacional os aparelhos seriam desmontados e devolvidos aos Estados Unidos. Com o apoio de Henrique Morize, então presidente da Academia Brasileira de Ciência, foi possível colocar em funcionamento a primeira estação de rádio carioca, com finalidades estritamente culturais e educativas, nos moldes das que estavam surgindo em alguns países europeus⁷.

De início, a falta de recursos financeiros constituiu sério problema enfrentado pelas emissoras brasileiras. O modelo de Rádio-Sociedade/Clube foi adotado na tentativa de sanar as dificuldades econômicas. O estatuto das emissoras previa a existência de associados que deveriam contribuir com uma determinada quantia mensal; mais que uma opção, foi a única saída encontrada, já que a legislação em vigor centralizava nas mãos do governo tanto o poder de concessão de canais de transmissão, quanto a autorização para irradiação de textos comerciais. Sob caráter experimental, foi aprovado pelo presidente Arthur Bernardes, em 05 de novembro de 1924, o Decreto 16.657⁸, que regulamentou “os serviços de radiotelegrafia e de radiotelegrafia”, os serviços de radiodifusão ou *broadcasting*, como era denominado na época, que foram incluídos nos serviços de radiotelegrafia. O governo reservava “para si o direito de permitir a difusão radiotelefônica (*broadcasting*) de anúncios e reclames comerciais”.

Ao longo da década de 1920, o setor radiofônico brasileiro desenvolveu-se de maneira lenta, chegando ao decênio seguinte contando com apenas 16 emissoras em todo o país. Quando o jornal paulistano *O Estado de S. Paulo* (OESP) anunciou em suas páginas o novo transmissor da Rádio Sociedade Record, a insatisfação do presidente da emissora, Jorge Alves de Lima, é registrada e

⁶ Depoimento disponível na internet: <<http://webeduc.mec.gov.br/midiaseducacao/material/radio/radio_intermediario/swf/radiobr01.swf>>. Acesso em: 24 dez. 2013.

⁷ ROQUETTE-PINTO, Vera Regina. *Roquette-Pinto, o rádio e o cinema educativos*. Captado em: <<<http://www.usp.br/revistausp/56/02-veraregina.pdf>>>. Acesso em: 24 dez. 2013.

⁸ Retirado da internet: <<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-16657-5-novembro-1924-529666-publicacaooriginal-1-pe.html>>>. Acesso em 24 dez. 2013.

publicada no diário. A crítica de Alves de Lima diz respeito aos atrasos do serviço de radiodifusão brasileiro, cujo material importado sofria altas taxas para entrar no país, o que tornava a instalação de uma emissora em um empreendimento caro e com nenhum retorno financeiro. Cita a América do Norte, que na ocasião contabilizava mais de 700 estações transmissoras, e o Japão, também com número significativo, ao passo que, na América Latina, apenas a Argentina contava com um serviço radiofônico desenvolvido. No Brasil, a pequena quantidade de emissoras em funcionamento constituía um problema para o crescimento do meio. O diário destaca a situação da cidade de São Paulo, uma das mais importantes do país, que contava com três emissoras, Rádio Clube de São Paulo, Rádio Sociedade Record e Rádio Educadora Paulista, apenas a última citada em funcionamento⁹.

O empreendimento radiofônico era caracterizado neste período pelos altos custos de instalação e manutenção das estações transmissoras, o que nem sempre possibilitava o funcionamento regular. A legislação não permitia a veiculação de propaganda publicitária, o que restringia as possibilidades de obter rendimento financeiro por meio do serviço de radiodifusão. Para além dos custos relacionados à emissão, os aparelhos custavam caro, o que contribuía para dificultar a difusão do meio e o consumo de sua programação. Na cidade de São Paulo, em agosto de 1924, um aparelho de rádio era vendido por 1:200\$000 réis, enquanto uma família de trabalhadores composta por cinco membros recebia em média 500\$000 réis por mês¹⁰. Para além dos valores astronômicos, os aparelhos adquiridos deveriam ser registrados junto à agência dos correios, com pena de multa e prisão para inadimplentes. Medida que permaneceu em vigor até a década de 1940, quando foi extinta devido ao completo descumprimento por parte dos proprietários de aparelhos radiofônicos. O registro obrigatório foi uma maneira de o Estado tentar controlar a existência de transmissões e captações clandestinas, assim como informar quadros estatísticos oficiais sobre o número de aparelhos de rádio existentes no país¹¹.

O período compreendido entre 1923 e 1932 é considerado como experimental para a radiodifusão brasileira. A ausência de regularidade nas emissões atrelada à legislação limitadora não permitia a expansão do meio, legado ao descrédito de possíveis anunciantes quanto ao poder do rádio como veículo publicitário. Renato Murce, por exemplo, apresentou-se no rádio pela primeira

⁹ *O Estado de S. Paulo*, 29/05/1931.

¹⁰ TOTA, Antônio Pedro. *A locomotiva no ar: rádio e modernidade em São Paulo, 1924-1934*, São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura/PW, 1990, p. 28.

¹¹ AZEVEDO, Lia Calabre. *No tempo do rádio*, p. 54.

vez em 1924, mas recebeu seu primeiro pagamento apenas em 1929¹². As ondas eram usadas pelos artistas como meio para divulgar seus trabalhos, com objetivo de atrair o público para seus shows em teatros e circos, preconizando o poder de divulgação do meio que seria explorado pela publicidade no decênio posterior.

Dificuldades de sobrevivência das emissoras à parte, o rádio não demorou a demonstrar seu poder de atuação no país. Durante as eleições presidenciais de 1930, a Rádio Educadora Paulista possuía entre seus associados o candidato à Presidência da República, Júlio Prestes. Deixando de lado seus princípios culturais e educativos, a emissora realizou campanha efetiva pró-candidato paulista, ficando proibida a menção a Getúlio Vargas e à Aliança Liberal dentro da emissora¹³. Essa capacidade de mobilização política tornou-se evidente e incontestável durante o levante Constitucionalista de 1932, em São Paulo, quando instalou-se uma “guerra no ar” entre as emissoras do Rio de Janeiro e de São Paulo. A carioca Rádio Philips e a paulistana Record, que até então realizavam transmissões conjuntas, tornaram-se inimigas após o início do movimento, ocasião em que estas passaram a servir como armas na batalha, ocupando lados opostos durante o confronto. O rádio afirmou-se como um excelente meio para propaganda ideológica, com as estações rivais empenhadas em desmentir as notícias produzidas pelo campo inimigo. A Rádio Record passou a irradiar informações revolucionárias durante a madrugada, às duas da manhã, traduzida para o alemão, inglês e francês¹⁴, buscando atingir com suas ondas regiões que não eram alcançadas pelas emissões diurnas.

Se durante a década de 1920 o rádio ficou legado ao segundo plano pelas autoridades governamentais, na década seguinte foi acompanhado com atenção pelo governo provisório de Getúlio Vargas. O Decreto-Lei nº 20.047, de 27 de maio de 1931, determinou os serviços de radiocomunicação no território, nas águas e no espaço aéreo nacional como de exclusiva competência e monopólio da união, ficando reservado o direito de suspender o funcionamento de emissoras, ou desapropriá-las, quando assim o exigir o interesse geral. O decreto determinava também que estrangeiros não poderiam assumir cargos administrativos nas empresas de radiodifusão, funções que deveriam ser desempenhadas por pessoas nascidas em território nacional; determinava,

¹² MURCE, Renato. *Bastidores do rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje*. Rio de Janeiro: Imago, 1976, p. 21.

¹³ TOTA, Antônio Pedro. *A locomotiva no ar*, p. 63-4

¹⁴ *O Estado de S. Paulo*, 18 jul. 1932.

ainda, a promoção da unificação dos serviços de radiodifusão, no sentido de constituir uma “rede nacional” que atenderia aos objetivos de ampliação do serviço de radiodifusão no Brasil¹⁵.

A proposta dessa rede nacional foi complementada no ano seguinte, após a assinatura, em 1º de março de 1932, do Decreto-Lei 21.111, que permitiu e condicionou a propaganda publicitária em sua técnica e conteúdo. Inicialmente, dez por cento do tempo total de cada programa poderiam ter publicidade com duração máxima de trinta segundos intercalados entre os programas. Posteriormente, foi admitida a veiculação durante vinte por cento do tempo total de irradiação de cada programa, com duração máxima de sessenta segundos, podendo ser ampliada para setenta e cinco segundos nos dias úteis, das 7h00 às 16h00. Sobre o conteúdo da propaganda comercial, ficou regulado que deveria ser veiculado de maneira concisa, clara e conveniente à apreciação dos ouvintes, não sendo permitida a reiteração de palavras ou conceitos; definia, também, as bases do “programa nacional”, que seria destinado e ouvido em todo o território nacional, em horas determinadas, tratando de assuntos educacionais, políticos, sociais, religiosos, econômicos, financeiros e artísticos. Para a transmissão do programa, seria escolhida uma dentre as estações integrantes da rede nacional que ficaria encarregada de transmitir o “programa nacional”, que seria simultaneamente retransmitido pelas demais estações da rede¹⁶.

Segundo a historiadora Maria Helena Capelato, em qualquer regime, a propaganda política é estratégia para o exercício do poder, mas adquire força muito maior nos de tendência totalitária, porque o Estado, graças ao monopólio dos meios de comunicação, exerce censura rigorosa sobre o conjunto de informações e as manipula¹⁷. Ao regular o serviço de radiodifusão, Vargas tinha como objetivo criar o “Programa Nacional” para fins de propaganda política do governo. Esse controle exercido pelo Estado sobre o novo meio de comunicação adquiriu contornos nítidos após o início do Estado Novo, quando o veículo foi valorizado de maneira mais intensa como instrumento de propaganda política do regime.

O rádio firmou-se no campo da comunicação social ao longo da terceira década, conquistando prestígios junto aos ouvintes graças a programas humorísticos, musicais, transmissões esportivas, radio-jornalismo e as primeiras novelas. O uso político do rádio pelo governo Vargas

¹⁵ Sobre o Decreto-Lei 20.047: <<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20047-27-maio-1931-519074-publicacaooriginal-1-pe.html>>> Acesso em: 07 set. 2012.

¹⁶ Sobre o Decreto-Lei 21.111: <<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html>>> acesso em: 05out. 2013.

¹⁷ CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*. 2ª Ed. São Paulo: Ed. Unesp, 2009, p.76

esteve voltado à reprodução de discursos, mensagens e notícias oficiais. O programa *A Hora do Brasil* – criado em 1931 e reestruturado após a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), já na vigência do Estado Novo – possuía em sua gênese três finalidades: informativa, cultural e cívica. Também transmitia discursos oficiais e atos do governo, procurando estimular o gosto pelas artes populares, sempre exaltando o patriotismo ao rememorar os feitos gloriosos do passado. Muito se insistia no fato de que o rádio deveria estar voltado para o homem do interior com o objetivo de colaborar para seu desenvolvimento e sua integração na coletividade nacional¹⁸.

O modelo brasileiro de radiodifusão nasceu condicionado às funções ideológicas governamentais em detrimento das questões econômicas. A obrigatoriedade de concessão do Estado para a realização do serviço radiofônico e a finalidade exclusivamente educacional das emissões é contrária ao regime de acumulação, que somente pode ser classificado como comercial a partir da adoção do entretenimento, da publicidade e da comercialização dos aparelhos receptores. Situação que passou a existir a partir de 1932 com a criação de emissoras comerciais e a vinda para o Brasil de agências de propaganda americanas, encarregadas de promover a venda dos bens de consumo. A legislação em vigor durante toda a década de 1930 utilizou conceitos que se fixaram no setor: o rádio adquiriu caráter de bem público, a serviço público, de interesse nacional e com propósitos educacionais. Ao governo, cabia conceder o uso do espaço eletromagnético, enquanto o concessionário poderia usá-lo para gerar lucro (modelo empresarial), porém com tempo determinado para usufruto e dentro das limitações legais impostas pela legislação¹⁹.

A década de 1940 é marcada pela presença cada vez mais constante do rádio no cotidiano da sociedade brasileira. A Segunda Guerra Mundial despertou o interesse da população pelas transmissões radiofônicas, o meio mais rápido de se obter informações sobre o conflito, ao passo que a credibilidade dos locutores de rádio junto ao público ouvinte também cresceu conforme a popularização do meio. A predominância da audiência era feminina durante o dia. Isso possibilitou ao rádio adquirir destacado papel no cotidiano do lar, criando uma “cultura familiar radiofônica” que também contemplava horários com programações destinadas ao público infantil e masculino²⁰.

O período “áureo” da radiodifusão brasileira, geralmente atribuído ao final da década de 1940 e início da seguinte, trouxe diversas inovações que posteriormente seriam apropriadas pela televisão,

¹⁸ _____, *Multidões em cena*, p. 87-9.

¹⁹ JAMBEIRO, Othon. *Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação*. Salvador: EDUFBA, 2004, p. 62-3.

²⁰ AZEVEDO, Lia Calabre. *No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil, 1923-1960*. 2002. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós-Graduação em História, Niterói, 2002, p. 70-80.

como a ostentação de um *glamour* que criava um ambiente especial. A Rádio Nacional era como a “Hollywood brasileira”, que transformava sonhos em realidade, tornando a vida um conto de fadas. Os artistas que se apresentavam em grandes emissoras de rádio logo assumiam posição de destaque nos jornais, fazendo-se conhecidos em todo o país. Aperfeiçoamentos técnicos também possibilitaram mais eficácia nas transmissões radiofônicas. Muitas emissoras deste período passaram a operar em ondas curtas, o que permitiu a muitas delas contar com mais de uma estação de transmissão e alcançar quase a totalidade do território nacional, situação que se encontrava concatenada aos interesses das multinacionais que se instalavam no país²¹.

As verbas publicitárias substituíram o modelo de clubes e sociedades como forma de sobrevivência das emissoras. No entanto, é certo que para a captação de tais verbas, o alcance do público-consumidor é essencial. Para melhorar os índices de audiência, as estações difusoras brasileiras buscavam apresentar uma programação popular que agradasse os ouvintes. Esse movimento que buscava o público em casa rendeu fama e reconhecimento a muitas emissoras – a Rádio Nacional, a Rádio Tupi e a Mayrink Veiga, por exemplo. Assim, o caráter educativo-cultural, permeado pela “missão civilizatória do rádio”, preconizada por Roquette Pinto nos primeiros anos de serviço radiofônico no Brasil, foi substituído, dando lugar à informação e diversão. Premissas essenciais que levariam rumo à consolidação da indústria de entretenimento brasileira²², desdobrando uma situação que se consolidaria definitivamente nas décadas seguintes, com o advento da televisão e sua consequente popularização entre os brasileiros.

Das ondas do rádio ao papel dos jornais: as folhas como fonte para a pesquisa

Ao tratar da história política renovada, o setor dos meios de comunicação não é o mais arduamente trabalhado, mesmo sendo claro o papel desempenhado pela mídia na evolução dos comportamentos políticos e tendências culturais. A vida política de um país se reflete inevitavelmente na produção da informação a ser veiculada pelos meios de comunicação. Os obstáculos específicos responsáveis por provocar o atraso da pesquisa são facilmente observados: a diversidade extrema dos objetos de estudo, sua dispersão e a ausência de acervos com o conteúdo audiovisual veiculado pelo rádio e televisão²³. Essa Situação abre caminho ao historiador para a utilização de outras fontes,

²¹ _____. *No tempo do rádio*. p. 80-92.

²² _____. *No tempo do rádio*. p. 93.

²³ JEANNENEY Jean-Noël. A Mídia. In.: RÉMOND, René. *Por uma história política*. 2ª ed. Trad. Dora Rocha. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003, p. 213-230.

como a história oral, publicações de memorialistas que atuaram nos primórdios do serviço de radiodifusão no país e a utilização da imprensa, fonte de muitos trabalhos sobre o tema.

A imprensa escrita tem sido amplamente empregada nos trabalhos de história, às voltas com a atenção de historiadores e cientistas sociais que passaram a melhor perceber e precisar o destacado papel que o jornal assumiu mediante práticas bem definidas dentro do campo político, além de constituir um terreno fértil para estudos historiográficos ocupados com temáticas culturais, econômicas e religiosas. Embora haja obstáculos pontuais a serem vencidos no que tange a determinadas análises, os dados e informações oferecidos por este tipo de fonte constitui um grande manancial para a pesquisa histórica já que a imprensa registra, comenta e participa da história, sempre em sintonia com o percurso do homem através dos tempos²⁴.

A história inicial da imprensa brasileira tem sido dividida em três períodos. A primeira, chamada de fase pré-capitalista, corresponde à segunda metade do século XIX. Em seus primeiros anos de existência, os jornais apenas prestavam pequenos serviços informativos. A segunda fase, no final do século XIX, iniciou-se quando a imprensa passou a incorporar a opinião política. Nesse momento, 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 – data deste período a fundação de jornais importantes e que teriam vida longa na história dos meios de comunicação do país, como *O Estado de S. Paulo* (Fundado como *A Província de S. Paulo*, adotando o atual nome após o advento da República) e o carioca *Jornal do Brasil*, ambos em circulação até os dias atuais. Na última fase, iniciada com a consolidação da República, no início do século XX, a imprensa nacional se firmou, apresentando características empresariais e comerciais. As notícias começaram a tornar-se mercadorias comercializadas como qualquer outro produto²⁵.

Mudanças substanciais foram aplicadas ao jornalismo brasileiro deste início de século, que passou a tomar a notícia como sua prioridade, processo que precedeu o novo impulso editorial na cobertura dos fatos. Nesse momento, os linotipos²⁶ a gás foram substituídos pelos movidos a motor

²⁴ CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e peronismo*. Campinas/ SP: Papirus / Fapesp, 1998, p. 74-80.

²⁵ SODRÉ, Nelson Werneck. *A história da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967 p. 251-275; BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. São Paulo: Martins, 1967, p. 46-86

²⁶ Máquina inventada por Ottmar Mergenthaler, em 1890, na Alemanha, composta de um teclado como o da máquina de escrever, que funde em bloco cada linha de caracteres tipográficos. As três partes distintas – composição, fundição e teclado – ficam unidas em uma mesma máquina. A capacidade de produção é de 6 a 8 mil toques/hora.

elétrico; novas rotativas permitiram a impressão de várias edições diárias e os clichês²⁷. A imprensa começou a pautar-se pelo jornalismo informativo e o relato político menos engajado, oferecendo ao leitor uma visão ampla dos acontecimentos fora do Brasil e, sobretudo, incorporando às pautas ocorrências locais²⁸. De acordo com Sodré²⁹, a imprensa de caráter artesanal subsistia apenas no interior, em pequenas cidades, enquanto nas capitais não havia lugar para este tipo de imprensa, o que tornava o jornal uma empresa, grande ou pequena, e a informação uma mercadoria a ser vendida. A invenção do teletipo³⁰ permitiu que o noticiário estrangeiro fosse publicado no Brasil e no exterior simultaneamente, o que representou importante avanço para o fortalecimento das agências internacionais de notícias, dos periódicos nacionais e, também, das agências de propaganda. Mudanças que trouxeram as notícias internacionais para a primeira página dos diários. Data da virada do século a fundação do *Correio da Manhã*, no Rio de Janeiro, jornal que teve importante participação política durante o século XX.

No entanto, é a partir de 1920 que há o surgimento de uma imprensa mais moderna, com substituição de maquinário e o aparecimento da rotogravura³¹. A publicidade dava seus primeiros passos como uma renda para as folhas. Jornais importantes para o cenário da imprensa brasileira foram fundados nessa década, como é o caso da *Folha da Manhã* (que posteriormente adotou o nome de *Folha de S. Paulo*), *O Globo*, *O Jornal* e o *Diário de S. Paulo*³², estes últimos compondo os “Diários Associados”, o maior conglomerado jornalístico da América Latina durante a primeira metade do século XX, de propriedade do advogado e jornalista Assis Chateaubriand.

As transformações na tecnologia e na produção da imprensa durante a década de 1930 ocorreriam à luz do início do processo nacional de desenvolvimento industrial, dos meios de transportes, centros

Suas matrizes (superfícies impressoras) são em baixo-relevo, justapostas em um componedor, utensílio no qual o tipógrafo vai juntando à mão, um a um, os caracteres que irão formar as linhas de composição.

²⁷ Chapa em relevo, com texto ou imagens, usada na impressão tipográfica, normalmente de zinco, cobre ou magnésio.

²⁸ BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*, p. 51-2; 131.

²⁹ SODRÉ, Nelson Werneck. *A História da imprensa no Brasil*, p. 275.

³⁰ Espécie de máquina de escrever eletromecânica, utilizada para a transmissão de mensagens mecanografadas, de funcionamento simples. Tornou-se obsoleta somente com a utilização da comunicação via satélite e, sobretudo, com o advento da internet.

³¹ Processo de impressão fotomecânica e comercial utilizado na indústria gráfica e originário de um método conhecido desde o século XV, chamado de água-forte. Difere dos outros métodos pela necessidade de que todo o original passe por um processo de reticulação, incluindo o texto, mais complicado do que os realizados na tipografia ou no *offset*. A impressão é rotativa e se dá em diversos tipos de superfície, em forma cilíndrica de cobre que imprime em bobinas de papel ou folhas soltas e individuais utilizando, nesse caso, chapas planas que envolvem o cilindro. O termo é usado para nomear os trabalhos impressos por meio desse processo.

³² TASCHNER, G. *Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992, p. 25-33.

urbanos e dos meios de comunicação. Elementos essenciais para que a imprensa nacional adquirisse importantes avanços técnicos. As empresas jornalísticas aprimoraram recursos técnicos, adaptaram o conteúdo à linguagem coletiva, reduzindo o abismo de expressão entre o que diz o jornal e o que fala o povo³³. A introdução, ainda que bem parcial, de alguns elementos das técnicas de redação, sobretudo oriundos da imprensa norte-americana, como alguns próprios do que depois se consubstanciaria no chamado *lide*³⁴, eram inseridas, arrefecendo, em certa medida, o uso ampliado da técnica chamada de “nariz de cera”. Esta era caracterizada como a parte de um texto, extensa, opinativa, demonstrativa da erudição despropositada do autor da matéria, pouco objetiva e com base na narração cronológica dos acontecimentos reportados. Essas mudanças tiveram completa efetivação no fazer da imprensa brasileira a partir da década de 1950.

A influência norte-americana se fazia presente no jornalismo do período por meio das agências internacionais de notícias. Os jornais brasileiros não mantinham correspondentes internacionais. Muito devido ao alto custo financeiro para manter esse tipo de profissional em terras estrangeiras e também pela incipiente especialização dos jornalistas à realização de tal tarefa, fatores que contribuíram para que as folhas nacionais recorressem aos serviços prestados por essas agências, que tiveram penetração tímida no início do século XX, chegando a 1930/1940 como fontes essenciais de informações sobre o exterior. Receber boletins das agências de notícias significava a incorporação dos importantes avanços tecnológicos adquiridos na época. A invenção do telégrafo foi fundamental para a efetivação do serviço. As folhas passaram a dedicar espaços à publicação de noticiário internacional, além de contribuir para a consolidação da presença cultural norte-americana no Brasil. Os serviços adquiridos conferiam aos diários brasileiros o caráter de exclusividade noticiosa junto ao público leitor, reafirmando suas posições no campo jornalístico. As principais fornecedoras de informações às folhas brasileiras desta época foram as agências *Havas* (França), *United Press Internacional* e *Associated Press*, ambas norte-americanas³⁵.

As assimilações das transformações no fazer jornalístico, inclusive na inclusão de novos equipamentos, em muito dependiam de elementos da propriedade e organização dos jornais, os quais

³³ BAHIA, Juarez. *Jornal, a história e a técnica*, p. 213.

³⁴ Palavra adaptada de “lead” do inglês. Técnica que adotava o formato de pirâmide invertida e possui como objetivo introduzir o leitor no assunto e prender sua atenção; nele, já na abertura do texto jornalístico seria necessário responder algumas questões básicas como: quem?, o que?, quando?, onde?, como? porque?. Ademais, essa técnica tornou-se útil para fins de editoração e ajuste do espaço gráfico do jornal. Quando havia necessidade, cortava-se o texto começando de baixo pra cima, sem prejudicar o principal da matéria, localizado no início do texto.

³⁵ SOTANA, Edvaldo Correa. *A paz sob suspeita: representações jornalísticas sobre a manutenção da paz mundial, 1945-1953*. Tese (Doutorado em História) – Universidade Estadual Paulista, Assis, 2010, p. 82-6.

aproximavam ou distanciavam muitas empresas jornalísticas desta primeira metade do século. Sem dúvida, a formação, experiência empresarial e atuação cultural de proprietários, dirigentes e colaboradores possibilitavam, em maior ou menor grau, as proximidades e os distanciamentos entre os jornais, em termos tanto de organização, quanto do fazer jornalístico. Ademais, a presença do rádio assolava a predominância da imprensa enquanto órgão responsável pela circulação da informação. As folhas viam-se às voltas com um novo concorrente, seja no que tange ao alcance do público-consumidor do produto noticioso, seja na captação de verbas publicitárias, fonte de renda dos jornais e das empresas de rádio a partir da década de 1930. Entre concorrência e diferença, um caminho inventivo encontrado por muitos jornais foi a formação de condomínios comunicacionais formados por empresas de jornal e rádio, dando início a um processo que seria tendência ao longo do século XX, somando, posteriormente, a televisão e a internet. Circunstâncias que tornam as folhas fonte imprescindível nos estudos sobre o rádio.

A proximidade entre os meios tornou o jornal uma das principais fontes de informação histórica sobre o rádio. No entanto, o periódico deve ser considerado como um documento suspeito, o que torna necessário determinar os interesses políticos e econômicos do órgão de imprensa ao noticiar determinado fato, cuidando sempre da diferenciação entre imprensa oficial e oficiosa, opinião do jornal e opinião pública. Sem cair em maniqueísmos que reduzem os jornais a “fonte suspeita” ou “depósito da verdade”, é função do historiador interrogar os mortos e fazer reviver as personagens do passado, procurando entendê-las em sua época, o que torna a história viva, capaz de evidenciar as transformações do homem no tempo. A imprensa constitui um instrumento de manipulação de interesses e intervenção na vida social. Ao historiador cabe perceber o jornal como agente da história, apreendendo o movimento das ideias e a circulação dos agentes que aparecem em suas páginas. Os fatos contidos nos jornais são fabricados e não dados, o que impõe limites na objetividade da notícia, já que para a construção do fato jornalístico interferem não apenas elementos subjetivos do autor que produz a notícia, mas também os interesses aos quais o órgão noticioso está vinculado³⁶.

Conhecer a história através da imprensa pressupõe um trabalho com método rigoroso, tratamento adequado de fonte e reflexão teórica. Tais elementos são essenciais para que o historiador não corra o risco de repetir para o leitor, sem o charme do jornal, a história que ele conta. É nessa

³⁶ CAPELATO, Maria Helena Rolim. *A imprensa na história do Brasil*. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1988, p. 20-3.

máxima que reside o divisor de águas entre a história do historiador e a relatada e comentada nos jornais.

Considerações teórico-metodológicas

A imprensa tornou-se espaço de representação de momentos particulares da realidade, o que torna sua existência fruto de determinadas práticas sociais de uma época. A leitura dos discursos expressos nos jornais abre caminhos para acompanhar o movimento das ideias que circulam em determinado período, permitindo a análise do ideário e das práticas políticas em voga. Na produção do documento, pressupõe-se um ato de poder em que estão implícitas relações a serem desvendadas ao longo da pesquisa. A análise do ideário e da prática política dos representantes da imprensa revela a complexidade da luta social: grupos que se aproximam e se distanciam segundo as conveniências do momento. A opinião do jornal está presente nos editoriais, mas também no noticiário e até mesmo na forma pela qual o periódico se apresenta.

Ao utilizar a imprensa como fonte de informação sobre radiodifusão é necessário, também, tomar o jornal como objeto de análise, uma vez que consideramos os órgãos de imprensa como agentes que possuem interesses políticos com relação ao mercado midiático, o que significa dizer, de acordo com Pierre Bourdieu³⁷, que eles, bem como as empresas de radiodifusão e seus idealizadores, são produtores de bens políticos, ou seja, enunciam e anunciam problemas, soluções, acontecimentos, prognósticos e projetos políticos à população em plena concorrência com os demais agentes políticos, ansiando, enfim, pela conquista do poder simbólico³⁸.

Em termos teóricos, há os férteis conceitos de “representação” e “apropriação”, ambos elaborados por Roger Chartier para o desenvolvimento de uma história social da cultura e em franco diálogo com a sociologia da prática de Pierre Bourdieu. O conceito de “representação” é definido pelo historiador francês como um tipo de classificação que possa organizar a apreensão do mundo social enquanto categoria de percepção do real. Uma representação é variável, posto que é decorrente da disposição do grupo e/ou classe social que a engendra. Contudo, ela aspira à universalidade, ainda que encetada por interesses grupais, os quais são atravessados por relações de poder e dominação, quer no interior do grupo e/ou classe social, quer no contato com os demais grupos sociais que compõem a sociedade. Logo, uma representação *não é uma classificação neutra*, uma vez que aspira

³⁷ BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989, p. 173-180.

³⁸ Poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização. Só se exerce se for reconhecido, ou seja, ignorado como arbitrário.

impor uma visão social particular de um mundo como geral, sempre dentro de um campo de luta e concorrência. Por esse motivo, essa luta é considerada pelo historiador tão válida quanto a luta econômica³⁹.

Já o conceito de “apropriação” deve ser compreendido como uma prática de produção de sentidos, dependente das relações entre texto, impressão de texto e modalidades de leitura, as quais são diferenciadas por relações sociais distintas. Nessa direção, Chartier ressalta que o pesquisador deve dar atenção especial aos sentidos das formas materiais organizadoras das leituras, uma vez que as formas, os dispositivos técnicos – visuais e físicos – podem comandar, se não a imposição do sentido do texto, os usos que podem ser investidos e as apropriações que podem suscitar.⁴⁰ A localização da notícia em determinada parte do jornal, assim como o uso de fotografias e charges em suas proximidades, são fatores determinantes para a imposição de sentido junto ao leitor.

Do material jornalístico a ser consultado, deve-se apreender o intento, por parte dos agentes envolvidos na sua produção, ao elaborar uma representação acerca do rádio como tecnologia, como meio de comunicação e seu desenvolvimento no Brasil, sempre às voltas com as fusões entre jornal/rádio, fator determinante para a postura do jornal ao representar o meio eletrônico em suas páginas; os esquemas de apropriação – expressos nas formas utilizadas na composição e divulgação daquele material – precisam ser percebidos para a análise das visões de mundo que os produtores buscavam suscitar junto ao público leitor.

Os periódicos devem ser tomados como narradores, comentaristas e participantes do mundo político e social, já que influenciam as práticas políticas e são por elas influenciados. Contudo, não se pode descuidar da análise de sua organização e funcionamento, de sua atuação pública e privada e de suas estratégias.

Do ponto de vista metodológico, podemos falar que há hoje três amplas e distintas correntes de abordagem dos periódicos, quais sejam: a sociológica; a discursiva e a histórica. Como consta da ampla coletânea de artigos organizada por Sérgio Porto⁴¹, há alguns pesquisadores que acreditam na impossibilidade de associação daqueles três tipos de abordagens, enquanto outros defendem ser possível questionar os periódicos com base em preocupações ligadas pelo menos a duas daquelas três

³⁹ CHARTIER, Roger. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, 1988, p. 17.

⁴⁰ _____. *A História Cultural*, p. 123-138.

⁴¹ PORTO, S. (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Editora da UnB, 2002.

correntes de abordagens, sobremaneira excluindo a discursiva e associando a abordagem sociológica à histórica, enriquecendo o enfoque historiográfico.

Indicações sugeridas por Renée Zicman⁴² tornam-se fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa utilizando os jornais. A autora considera que nas relações entre história e imprensa devem ser sublinhadas as seguintes vertentes interpretativas: a “história da imprensa” e a “história através da imprensa”. Na primeira, o pesquisador deve buscar reconstruir a evolução histórica dos órgãos da imprensa, cuidando em destacar as suas principais características dentro de um determinado período. Já na segunda perspectiva, o pesquisador tomará os materiais publicados pela imprensa como fonte primária para a realização de seu estudo, sem descuidar da história do órgão de imprensa consultado:

Toda pesquisa realizada a partir da análise de jornais e periódicos deve necessariamente traçar as principais características dos órgãos de imprensa consultados. Mesmo quando não se faz História da Imprensa propriamente dita – mas antes o que chamamos de História Através da Imprensa – está-se sempre ‘esbarrando’ nela, pela necessidade de historicizar os jornais⁴³.

Indicações metodológicas elaboradas por Pierre Albert, citadas e aceitas por Zicman, são de grande utilidade para o desenvolvimento da pesquisa. Albert aponta que o historiador, no estudo da imprensa, deve considerar as três seguintes dimensões: “atrás do jornal”, “dentro do jornal” e, por fim, “em frente ao jornal”. A primeira dimensão é caracterizada por tudo aquilo que concorre para a realização do jornal e que intervém no seu controle, como a sociedade proprietária, empresa editorial e corpo de redatores e jornalistas. A dimensão “dentro do jornal” compreende as características formais de publicação, o estilo de apresentação das matérias e notícias, o quadro redacional – distribuição dos artigos e pelas diferentes colunas e seções que compõem uma edição –, a parte redacional – colunas e seções mais importantes –, a publicidade e as principais tendências de publicação. A dimensão “em frente ao jornal” está relacionada ao consumo do jornal e seu público-leitor alvo. Zicman considera que estas três dimensões definem a caracterização geral dos jornais consultados e a análise de conteúdo do discurso da imprensa. Portanto, são análises ocupadas com a forma e o conteúdo da imprensa, elementos constitutivos da natureza propriamente da imprensa e que seguem em relação de interdependência e de interdeterminação⁴⁴.

⁴² ZICMAN, Renée B. *História através da imprensa - algumas considerações metodológicas*. Projeto História, n. 4. São Paulo: PUC, 1981, p. 89.

⁴³ _____. *História através da imprensa*, p. 90.

⁴⁴ _____. *História através da imprensa*, p. 91.

Sugestões práticas

No Brasil, há acervos periódicos espalhados por todo o território, geridos por instituições diversas: universidades, museus, centros de documentação, bibliotecas, arquivos públicos e privados. A internet também se tornou uma ferramenta fundamental para a localização e acesso às fontes periódicas. Nos últimos anos, as empresas jornalísticas têm disponibilizado seu acervo completo para acesso online. Alguns são gratuitos, caso da *Folha de S. Paulo* – que também digitalizou as edições completas de seus antigos órgãos, *Folha da Manhã* e *Folha da Noite*, disponível para acesso no site do jornal. Os exemplares do *Correio da Manhã* e *Jornal do Brasil*, assim como outros títulos, podem ser acessados no site da hemeroteca digital da Biblioteca Nacional, com prédio instalado na cidade do Rio de Janeiro, onde abriga vastíssima coleção e um *Catálogo de Periódicos Brasileiros Microfilmados*, de grande importância para os pesquisadores. Outros periódicos como *O Globo* e *O Estado de S. Paulo* disponibilizaram seu acervo online, no entanto, a consulta só pode ser feita mediante a realização de um cadastro no site do jornal e o pagamento de uma taxa.

O primeiro passo é localizar a fonte e averiguar as condições de acesso. Nem sempre os materiais estão organizados. Muitas vezes, a falta de algumas edições ou a má conservação do original dificulta a consulta, exigindo que o pesquisador se dirija a diversos acervos em busca de exemplares. Neste trabalho, foram indicadas algumas sugestões para os primeiros passos na realização da pesquisa sobre o rádio utilizando a imprensa como fonte. Deste ponto final em diante, a aventura é sua.