

A HORA DO BRASIL: Vargas e o rádio

The Brazil Time: Vargas and the radio

Marcelo Screpec¹

Resumo: Apenas com o acontecimento da Copa 2014 aqui no Brasil, pensou-se em alterar o horário já consagrado do programa A voz do Brasil, às 19 horas. Porém, o que talvez poucos sabem, é que antes de se chamar A voz do Brasil, se chamava A hora do Brasil e ficou no ar durante todo o governo de Getúlio Vargas (1930 a 1945), criado em meados da década de 30, para depois receber o nome atual. O objetivo deste trabalho é falar sobre este programa naquele momento, como aproximou Getúlio de seus eleitores, tornando o presidente mais popular de nossa história. Como o rádio se tornou assim tão popular e como o governo o usou em seu favor? Este é o desafio deste trabalho. Utiliza-se para isso o método histórico e suas fontes são: livros, revistas, outros trabalhos de graduação e *sites* da internet que possam nos contar sobre os primeiros passos da radiodifusão no Brasil, onde confirmamos a imagem de Getúlio sendo fortalecida pelo rádio que em sua atuação pública assume o “controle” deste primeiro instrumento de comunicação de massas e aproxima todas as classes sociais e regiões em notas e discursos num programa intitulado “A hora do Brasil”.

Palavras-chave: Getúlio. Legislação. Cultura.

Abstract: Only with the event of the 2014 World Cup in Brazil was thought to change the already established schedule of the program The Voice of Brazil, at 19h. But what perhaps few know is that before they call The voice of Brazil, called the time of Brazil and was in the air throughout the government of Getúlio Vargas (1930-1945), created in the mid-30 to after receiving the current name. The objective of this work is to talk about this program at that time, as approached Getulio of their constituents, making it the most popular president of our Brazilian history! As the radio has become so popular and how the government used it in his favor? This is the challenge of this work. Used to this historical method, and its sources are books, magazines, other undergraduate work and websites that can tell us about the first steps of broadcasting in Brazil, where confirm the image of Getulio being strengthened by radio in their public performance takes “control” of this first mass communication tool and approach all social classes and regions in notes and speeches in a program entitled the time of Brazil.

Keywords: Getúlio. Legislation. Culture.

Introdução

Hoje estamos vivendo grandes transformações em nossa sociedade através da tecnologia, que tem alterado rapidamente a forma como os seres humanos se relacionam uns com os outros. Na verdade, não sabemos aonde chegaremos com todas essas novidades, porém a primeira invenção a alterar nossas vidas, hoje, está um pouco esquecida na prateleira ou na estante, mas ainda se mostra muito ativo e dificilmente será extinto, trata-se do rádio.

Ainda que não seja o objetivo central deste trabalho, é importante ressaltar o que esta invenção fez no cotidiano das pessoas antes de entrarmos no objetivo deste trabalho que é descrever como o Estado, na pessoa de Getúlio, utiliza-se do potencial deste aparelho como propaganda para si mesmo e cria a Hora do Brasil na década de 30.

Esta pesquisa se limita ao uso do rádio durante o governo de Getúlio (1930 a 1945), mostrando como o rádio se tornou popular e a criação do programa A Hora do Brasil e sua contribuição para consolidar a imagem popular de Getúlio, não abordando após sua saída e nem acontecimentos posteriores, como o surgimento das rádios de Getúlio do poder, nem a criação das rádios FMs.

¹ Centro Universitário Leonardo Da Vinci – UNIASSELVI – Rodovia BR 470 - Km 71 - no 1.040 – Bairro Benedito – Caixa Postal 191 – 89130-000 – Indaial/SC Fone (47) 3281-9000 – Fax (47) 3281-9090 – Site: www.uniasselvi.com.br

Sempre foi falado sobre quem controla os meios de comunicação, e que as rádios estavam em mãos de políticos, que as usavam a seu bel-prazer. Este trabalho nos trará uma luz, ou, um som sobre a influência silenciosa, ou nem tanta, que o rádio exerce na vida das pessoas.

O início de tudo

O rádio foi inventado depois das seguintes descobertas:

[...] das ondas de rádio (Hertz, 1887) e da invenção da antena para recebê-las (Aleksandr Popov, 1895), Guglielmo Marconi conseguiu emitir sinais e captá-los a centenas de metros, criando assim o telégrafo sem fios (1896). No início do século XX, o americano Lee Forest inventou o emissor de ondas regulares e contínuas e a válvula. Os Estados Unidos possuíam quatro emissoras em 1921 e 382 em fins de 1922 [...] (RÁDIO; NOVA, 1995, p. 57).

Vemos com isto como a invenção alcançou rapidamente um grande sucesso nos EUA em apenas dois anos, mas a história do rádio aqui não evoluiu tão rápido como em outros países.

A realidade brasileira era distinta, pois esses aparelhos eram caros na época, sendo adquiridos por poucos. Assim a “primeira emissão radiofônica oficial brasileira aconteceu a 7 de setembro de 1922; a primeira estação de rádio, porém, só entraria no ar em abril de 1923: a Rádio Sociedade, do Rio de Janeiro, fundada por Henrique Morize e Edgard Roquette Pinto”. (RÁDIO; NOVA, 1995, p. 57).

Toda tardança em usar esta invenção deve-se ao “[...] alto valor dos aparelhos, que ainda não eram fabricados no Brasil [...]” (OLIVEIRA, 2006, p. 25) e

Outra questão que travava a evolução da radiodifusão era a legislação primitiva. Ainda não existia uma regulamentação específica que tivesse incorporado os avanços tecnológicos obtidos nessa área. As leis vigentes eram anteriores à inauguração do rádio no Brasil. Quando Roquette Pinto fez as primeiras experiências de radiodifusão, em 1920, as emissões ainda eram proibidas e ele precisou de autorização e uma flexibilização no cumprimento das leis para que os testes pudessem ser realizados, assim como a inauguração da primeira emissora, a Rádio Sociedade, do Rio de Janeiro, em 1923. (OLIVEIRA, 2006, p. 25)

Podemos perceber por que o rádio na década de 1920 não prosperou: seu preço caro e uma legislação que de certa forma proibia o exercício de radiodifusão. Assim, ficava restrito aos apaixonados por esta caixa de som, que no início se isolava, pois, necessitava de fones de ouvido para escutar e dinheiro para financiar as primeiras associações e clubes de rádio.

Figura 1. Primeiros rádios



Fonte: Disponível em: <[https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?>](https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images?). Acesso em: 19 abr. 2015.

As dificuldades eram grandes e os sonhos também. O ideal de Roquette Pinto, fundador da primeira rádio, era fazer do rádio instrumento de educação. Neste momento, “A programação incluía recitais de poemas, música erudita, óperas e palestras científicas”. (TOMAZI, 2010, p. 190). Porém, com todos os empecilhos acima, não alcançou seu alvo. Quando iniciou suas atividades radiofônicas na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a emissora alcançava um público muito pequeno: “no final de 1923, existiam apenas 536 aparelhos receptores no Brasil.” (TOMAZI, 2010, p. 190).

Popularização do rádio e Vargas

“No início dos anos 30, havia 19 emissoras instaladas em todo o país”. (JAMBEIRO, 2003, p. 35). Apesar de todas as dificuldades da época, Oliveira (2006, p. 30) aponta o interesse do uso do rádio para promover campanhas eleitorais:

Embora ainda com pouca audiência, as emissoras de rádio já começavam a despertar o interesse como palanque eletrônico para candidatos ou correntes ligadas a partidos políticos. Os primeiros sinais deste fenômeno foram verificados já na campanha eleitoral para as eleições de 1930.

É interessante perceber, nesta citação, como virá uma oportunidade de se aproximar de seu eleitorado usando o rádio. Não fica difícil de entender por que fazer seus discursos no rádio, pois apesar de não alcançar ainda um grande número de pessoas, alcançava pessoas influentes e que lhes ajudariam a alcançar seus objetivos de serem eleitos.

Oliveira (2006) aponta que essas campanhas já eram acirradas e com interesses próprios, assim se a rádio apoiava o candidato A, não mencionava nada do candidato B, mostrando-se tendenciosa a favorecer a imagem apenas daquele que lhe interessava.

Também era comum já o uso de música para apoiar candidatos como aponta Jambeiro (2003, p. 39):

Desde a campanha presidencial de 1929, a evolução do uso da música popular como instrumento de propaganda tornou-se bastante expressivo. As marchinhas em favor de Vargas, gravadas por Francisco Alves, na Odeon, em janeiro de 1929 – ‘É sim se-

nhor’, ‘Seu Doutor’ e ‘Seu Julinho vem aí’ – encontravam respostas nas defesas de Júlio Prestes gravadas por Jaime Redondo, na Columbia, em dezembro do mesmo ano.

Vemos com isso como as campanhas procuraram aproveitar os meios de comunicação que foram se popularizando, adaptando-se a cada segmento, conforme a necessidade, mas ainda hoje vemos como a música fortalece a imagem do candidato diante do seu público.

O rádio, naquele momento, ainda estava numa situação crítica no Brasil e poderia morrer, porque os custos eram altos para que se mantivesse. Assim, o rádio não tinha condições de mostrar o que estava acontecendo no início daquela década de 30, quando a insatisfação com a eleição presidencial levou a uma revolução e depor o presidente eleito em questão Júlio Prestes. O rádio ficou neutro com sua programação elitista, para agradar a todos ouvidos.

Em 3 de novembro de 1930, com cerimônia às 16 horas, Getúlio toma posse oficial e começa a mudar os rumos da História do Brasil e do rádio. Rompendo com o tradicionalismo que havia no governo até então, trazendo um ar de desenvolvimento a todos os setores, para todas as camadas da população, o rádio não escapa dessas mudanças.

No Diário de Getúlio Vargas (SOARES, 1995, p. 63), ele anota o seguinte: “Assino também os decretos sobre o monopólio oficial do serviço de rádio [...]”, quando através do “Decreto nº 20.047 regulamentou os serviços de rádio, telefonia e telegrafia, reservando ao Estado a concessão dos serviços públicos de radiodifusão”. (SOARES, 1995, p. 63).

Esse decreto define três coisas: cria a Comissão Técnica de rádio; prevê a formação de uma rede nacional, sob orientação do Ministério da Educação; e reserva ao governo federal o direito exclusivo de conceder canais de rádio a particulares, a título precário, isto é, com a possibilidade de tomá-los de volta. Muitos apadrinhados já trabalham para ganhar sua concessão... (CULTURAL, 1989, p. 5).

Getúlio era um apreciador do rádio e fez o possível para desenvolvê-lo, mesmo na década de 20, quando era um deputado, como lembra Oliveira (2006), em sua pesquisa e agora quando assume o poder, deslumbra ainda mais possibilidades e muito mais concretas que antes, até como o desenvolvimento estava acontecendo no Brasil e ao redor do mundo.

“As potencialidades do rádio iam ao encontro das necessidades do governo, devido à sua instantaneidade e a penetração horizontal (atingindo todas as classes sociais e culturais). O veículo atingia dos grandes centros às regiões menos desenvolvidas e mais afastadas”. (OLIVEIRA, 2006, p. 34).

“[...] o governo federal edita, em 1º de março de 1932, o Decreto-lei 21.111, que autoriza a veiculação de propaganda pelo rádio [...]”. (CULTURAL, 1989, p. 10). Com este passo, o rádio começa a sustentar-se através de propaganda, tornando-se aqui assim mais comercial e esta medida também mostra como começa a ter uma programação mais variada para atender públicos distintos. Primeiro com 10% da programação para propaganda, depois 20% e depois 30%.

O rádio então começa a sustentar-se e a investir em artistas, que logo são contratados de forma fixa. Cria-se também toda uma estrutura de suporte e divulgação, pois o que importa agora é vender produtos e obter a atenção dos ouvintes, como: radionovelas, programas de participação dos ouvintes, notícias etc.

Logo o governo cria seu programa para divulgar suas ações.

A Hora do Brasil

Figura 2. Getúlio e a Hora do Brasil



Fonte: Disponível em: <<https://pedrovaladares.files.wordpress.com/2012/08/getulio-voz-brasil-01.jpg>>. Acesso em: 21 abr. 2015.

A ideia de um noticiário oficial do governo nasceu em 1934 com o Programa Nacional, criado por Armando Campos, um amigo de infância de Getúlio Vargas, transmitido na voz empostada de Luiz Jatobá, o famoso locutor de todas as ditaduras, do Estado Novo ao regime militar. Mas o programa não era obrigatório. Reformulado e com o nome de Hora do Brasil, o programa oficial tornou-se obrigatório e passou a ser transmitido por todas as rádios do País a partir do dia 22 de junho de 1935. (DEFESANET, 2011).

Getúlio era um homem que gostava do rádio e sabiamente criou sua imagem diante da população, mas não o fez sozinho, cercou-se de pessoas capazes para lhe auxiliarem a manter-se no poder. Vemos que por um *insight* de um velho amigo, Vargas então leva ao DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda a ideia e estruturam o programa, que em seu início não era obrigatório mas tinha a função de informar, educar e despertar o civismo em todas as camadas da população.

Getúlio estava gostando do poder, pois primeiramente é nomeado para um governo provisório, depois é eleito e por fim começa a instalar uma ditadura sob suas mãos e com um forte poder de persuasão, a mídia da época (jornais e rádios). Usando a tática de “Pão e circo”, Getúlio torna-se uma figura popular e carismática, usando todos os meios disponíveis:

No DIP, sob a liderança de Lourival Fontes, iriam reunir-se os remanescentes do modernismo conservador representado pela corrente dos verde-amarelos. Foi esse grupo que traçou efetivamente as linhas mestras da política cultural do governo voltada para as camadas populares. Uma das metas fundamentais do projeto autoritário era obter o controle dos meios de comunicação, garantindo assim, tanto quanto possível, a homogeneidade cultural. A ideologia do regime era transmitida através das cartilhas infantis e dos jornais nacionais, passando também pelo teatro, a música, o cinema, e marcando presença nos carnavais, festas cívicas e populares. (FGV CPDOC, 2012).

Assim o rádio foi usado não apenas para consolidar sua imagem, mas para manutenção do poder, e quando em 1937 o governo de Vargas assume a forma de ditadura, todos os veículos passam por censura e o programa “Hora do Brasil” tem um papel fundamental neste momento, pois como ainda não havia os aparelhos televisivos, o rádio era a mídia que alcançava a maioria da população e assim possuía uma programação atrativa:

Seguramente o rádio foi um dos veículos de maior eficiência na difusão do projeto político-pedagógico estado novista. A Rádio Nacional contava com expressiva verba oficial para manter o melhor elenco da época, incluindo músicos, cantores, radioatores, humoristas e técnicos. Em seus programas transmitiam-se os padrões de comportamento e valores desejáveis. Buscando monopolizar a audiência popular, o governo instituiu concursos musicais em que a opinião pública elegia seus astros favoritos. A apuração era feita no DIP, e o resultado era transmitido durante o programa "Hora do Brasil". Em agosto de 1941, foi criado o "Repórter Esso", jornal radiofônico inspirado no modelo norte-americano com notícias procedentes da United Press International (UPI). A Rádio Mauá, diretamente ligada ao Ministério do Trabalho, e autodenominando-se "a emissora do trabalho", popularizava a imagem de Vargas. (FCG CPDOC, 2012).

Em 1937 havia 63 estações de rádio e ao final de 1945 havia 111. Pensar que fora apenas uma questão política o crescimento do rádio é ilusão, pois houve também outros interesses, como gravadoras que apoiavam e divulgavam seus cantores para padronizar opiniões e gostos.

Getúlio Vargas era bem astuto e usava de tato em sua maneira de aparecer na rádio. Ele não fazia discursos nas rádios, ou ele falava ao vivo do palácio do Catete ou gravava seu discurso e depois o material chegava às rádios.

O que tornava relevante o programa "Hora do Brasil" era que na maioria das vezes os discursos de Vargas limitavam-se ao horário do programa às 19 horas. Ele não interrompia as programações, tudo que precisava ser falado, mencionado por parte do presidente, ficava restrito ao programa, permitindo criar uma imagem carismática, pois como um pai que falava aos seus filhos, ele chegaria nas casas neste horário e falaria aos seus corações.

Assim, o mesmo rádio que o consolidou também o levou a sair do poder em 1945. O programa seguiu à frente sem a voz do seu querido Vargas e a importante mudança no programa acontece: "Em seis de setembro de 1946 a Hora do Brasil se transformou em Voz do Brasil. A mudança fez parte de uma reestruturação para desvincular o programa da imagem de Getúlio". (MATOS, 2001, p. 28). Isso mostra como o rádio, principalmente, a "Hora do Brasil" marcou sua influência diante da população.

Considerações finais

Vimos como o rádio aqui no Brasil não acompanhou o desenvolvimento que teve em outros países, um pouco por não possuir uma legislação específica sobre o assunto. Assim sendo uma atividade cara, a radiodifusão ficava restrita apenas à elite e seu idealizador no Brasil, o professor Roquette Pinto, que tinha o sonho de usá-lo como forma de instruir a população, mas o preço caro dos aparelhos por não existir uma fábrica no país, obrigando sua importação; uma legislação que não regulamentava a atividade e ainda cobrava por usar o aparelho e para se manter, necessitava de doações dos ouvintes, inviabilizara seu projeto educacional.

Quando começa a ser produzido no Brasil, seu preço abaixa e começa-se a ter uma legislação que ajuda a tornar o rádio cada vez mais popular e controlado pelo governo através do DIP (Departamento Imprensa e Propaganda).

O DIP utiliza-se de todos os recursos possíveis para mostrar Getúlio como um "pai" e para alcançar as regiões distantes, o rádio serviu a este propósito, pois os alcançava com notícias do governo e sua propaganda. Algo muito importante durante a ditadura do Estado Novo (1937-1945).

Como o rádio começou a uniformizar as opiniões, a aglutinar pessoas em seu redor, em 22 de julho de 1935 começa o programa "Hora do Brasil", em que Getúlio fazia pequenos

discursos e divulgava suas ações governamentais, com entretenimento e o melhor radialista da época. Assim, consolida-se a imagem de Getúlio como “pai dos pobres”.

Da mesma maneira que o rádio o levou ao poder e consolidou em suas mãos, levou também a insatisfação e auxiliou sua saída. Levando a alterar o nome do programa para “Voz do Brasil”, numa tentativa de apagar sua imagem ainda benquista por uma boa parte da população.

Como ninguém soube criar sua imagem popular ainda quando o rádio estava em formação, quando o progresso permitia que mais e mais pessoas ouvissem este aparelho chamado: rádio.

Referências

CULTURAL, NOVA. **100 Anos de república**: um retrato ilustrado da História do Brasil. São Paulo: Nova Cultural. 1989. 4 v.

DEFESANET. **Ecos da II Guerra Mundial - Voz do Brasil - Rede anacrônica e inútil(?)**: uma análise sobre a Voz do Brasil. Brasília, 2011. Disponível em: <[http://www.defesanet.com.br/ecos/noticia/1630/Ecos-da-II%C2%AA-Guerra-Mundial---Voz-do-Brasil---Rede-anacronica-e-inutil\(-\)/>](http://www.defesanet.com.br/ecos/noticia/1630/Ecos-da-II%C2%AA-Guerra-Mundial---Voz-do-Brasil---Rede-anacronica-e-inutil(-)/>). Acesso em: 16 fev. 2015.

FGV CPDOC. **A era Vargas**: dos anos 30 a 1945: Diretrizes do Estado Novo (1937 - 1945). Educação, cultura e propaganda. São Paulo/ Rio de Janeiro. 2012. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/produção/dossies/AEraVargas1/anos37-45/EducacaoCulturaPropaganda>>. Acesso em: 16 fev. 15.

JAMBEIRO, Othon. **Tempos de Vargas**: o rádio e o controle da informação. Salvador: Edufba, 2003.

MATOS, Lidiane Leite de. **Voz do Brasil**: do Estado Novo ao século XXI. 2001. Monografia curso de Comunicação Social - UFJF - Juiz de Fora: Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/LMatos.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2015.

OLIVEIRA, Luiz André Ferreira de. **Getúlio Vargas e o desenvolvimento do rádio no país**: um estudo do rádio de 1930 a 1945. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas Centro de pesquisa e documentação de História contemporânea do Brasil – CPDOC. 2006. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/2125>>. Acesso em: 16 fev. 2015.

RÁDIO. In: NOVA Cultural. **Conhecer 2000**, enciclopédia ilustrada de pesquisa: tecnologia. São Paulo: Círculo do Livro, 1995. p. 55-57.

SOARES, Leda (edição). **Diário de Getúlio Vargas**. São Paulo: Siliciano; Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas. 1995. 1 v.

TOMAZI, Nelson Dacio. **Sociologia para ensino médio**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

Artigo recebido em 15/06/16. Aceito em 18/08/16.
