

ACERVO REVELADO – Dezembro 2016

A casa brasileira nas ondas do rádio¹

por Wilton Guerra²

Núcleo de Preservação, Pesquisa e Documentação
Museu da Casa Brasileira



Rádio
C. 1930
Philco
Doação

Foto: Romulo Fialdini (2001)

“Nós somos as cantoras do rádio, levamos a vida a cantar.
De noite embalamos teu sono, de manhã nós vamos te acordar.
Nós somos as cantoras do rádio, nossas canções cruzando o espaço azul.
Vão reunindo num grande abraço corações de Norte a Sul.”³[trecho]

¹ Este é o quarto artigo do projeto “Acervo Revelado” que tem como objetivo apresentar ao público pílulas de informação sobre peças do acervo do Museu da Casa Brasileira. É também intenção desta ação que o público possa contribuir com informações sobre os objetos apresentados aqui e nos demais artigos já publicados no site do MCB.

² Wilton Guerra atua como gerente do Núcleo de Preservação Pesquisa e Documentação do MCB (área responsável pelo acervo) desde 2006. É mestre em Museologia pela USP(2015), bacharel e licenciado em História pela PUC-SP (2003) e técnico em museus pelo Centro Paula Souza (2007). Desde 1998, é pesquisador do Museu da Casa Brasileira (MCB). Em 2000, organizou três volumes (Arquitetura, Objetos e Equipamentos) da coleção “Equipamentos, Usos e Costumes da Casa Brasileira”. Em 2005, coordenou o projeto “Acervo Virtual – Equipamentos, Usos e Costumes da Casa Brasileira” (Arquivo Ernani Silva Bruno), que disponibilizou integralmente o Fichário para consulta no site da instituição. Nos últimos anos, participou do desenvolvimento de exposições, entre elas: “Renata e Fábio – A Casa e a Cidade” (2006); “Coleção MCB” (2007); “A Casa Brasileira do MCB – Memórias de um Acervo” (2008); “A Casa e a Cidade – Coleção Crespi-Prado”, “Madeira e Móvel – Um olhar sobre a Coleção MCB” (2012) e “Coleção MCB – novas doações” (2016). Em 2015, na coordenação do Eixo Protocolos, do Comitê de Política de Acervo da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, desenvolveu juntamente com a equipe de três outros museus (Museu da Imigração, Museu do Café e Museu Índia Vanuire) o primeiro Protocolo para Descrição de Mobiliário do Estado.

³ Música: “As cantoras do rádio” (1936) / compositor: Lamartine Babo, João de Barro e Alberto Ribeiro / intérprete: irmãs Aurora e Carmen Miranda

No artigo anterior (“O Piano no cotidiano da casa brasileira”), vimos que a música esteve presente na casa brasileira por intermédio do piano, instrumento que tanto serviu para instrução como também para o lazer nas camadas abastadas da sociedade. O alto custo do instrumento inviabilizava o acesso a outras camadas da população, que o substituíam por instrumentos de corda ou sopro, como a violão ou a flauta.

No final do século XIX e início do XX, com a introdução de novos costumes e equipamentos mecânicos, a música também se fez presente nas residências por outros meios, como os fonógrafos e gramofones⁴, que eram vendidos nas principais lojas de São Paulo e Rio de Janeiro, como a Casa Edison. Mas, “[...] a democratização do hábito da música e seu amplo acesso às diversas camadas da população, no entanto, só se expandiriam a partir do advento do rádio [...]”⁵.

Assim, este artigo se destina a fazer uma breve reflexão sobre a introdução do rádio no cotidiano da casa brasileira, equipamento que, assim como o piano, também nasceu no âmbito da elite, mas em poucos anos popularizou-se, permeando todas as camadas sociais e se tornando item indispensável na maioria das residências, tanto para o lazer e informação como sendo uma ferramenta de ideologia política para o Estado.

Em tempos de comunicação instantânea por meio das diversas redes sociais, esquecemos que o bom e velho rádio foi o primeiro veículo de comunicação em massa, estando à frente do jornal impresso, uma vez que mais da metade da população do país era formada por analfabetos. E, ao longo de mais de 50 anos do século XX ele foi meio de lazer, formou opiniões e alterou os costumes na casa brasileira.

O rádio⁶ apresentado neste artigo, da marca Philco, em estilo art-déco, foi produzido na década de 1930, período em que a marca introduziu o produto no mercado nacional. É revestido por folhas de madeira, acabamento comum para época, proporcionando maior harmonia com o

⁴ LIMA, Paula Coelho M. Curadoria de objetos industriais: acervos de utensílios domésticos pré-elétricos em São Paulo. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação Interunidades em Museologia da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2014. p. 61

⁵ BRITO, Marilda Elizardo (Coord.). A vida cotidiana no Brasil moderno: a energia elétrica e a sociedade brasileira (1880-1930). Rio de Janeiro: Editora Centro de Memória da Eletricidade no Brasil, 2001. p. 215.

⁶ Nº de patrimônio interno MCB0308.

mobiliário que compunha as residências, além de ser um dos poucos materiais disponíveis para confecção. Esta peça foi incorporada ao acervo do MCB no início da década de 1980; a documentação existente não possibilita a identificação do doador (doador desconhecido). Além deste exemplar, o MCB possui ainda um radiovitrola⁷ de 1929, da marca Victor TalkingMachine, equipamento que se afeiçoa muito mais a um móvel, pois possui um corpo retangular, similar a um armário com portas e pés.



Foto: Gal Oppido (2001)

Radiovitrola
1929
Victor Talking Machine
Doação

Como pontuado no texto anterior, são diversos os motivos que levam um museu a incorporar ao acervo este ou aquele objeto. Muitas vezes, não estão ligados somente ao perfil tipológico do museu (história, artes, arqueologia etc.), existem outros critérios que nem sempre estão explícitos para o público, para os pesquisadores externos, ou mesmo para a própria equipe da instituição. Isso ocorre devido à falta de documentos oriundos do processo de incorporação do objeto ou mesmo a ausência de uma Política de Aquisição – documento legal que estabelece critérios, orienta e justifica a incorporação de novos objetos –, o que acarreta em uma imensa dificuldade de compreender o percurso do objeto até sua incorporação ao patrimônio museológico da instituição.

⁷Nº de patrimônio interno MCB0132.

No entanto, mesmo quando tais critérios não são revelados, outras lacunas, como período de produção e contexto de uso, podem ser supridas por meio da pesquisa. Este é um dos motivos que levam a equipe do MCB a publicar esses pequenos artigos sobre o acervo formado ao longo dos últimos 46 anos de vida do Museu da Casa Brasileira, sempre com a expectativa de que os leitores apontem novos caminhos de pesquisa ou mesmo auxiliem na ampliação da informação apresentada. As reflexões apresentadas aqui buscam apenas apontar caminhos, correlações e interpretações possíveis para trabalhar este objeto, relacionando-o com as temáticas ligadas a Casa Brasileira e seu rol de equipamentos domiciliares.

Na primeira década do século XX, grande parte das cidades do Sudeste brasileiro já possuía um número considerável de pequenas usinas geradoras de energia, tanto termoelétricas como hidroelétricas, que serviam para o abastecimento dos serviços públicos (prédios administrativos, iluminação pública e bondes), algumas residências privilegiadas e as indústrias, a maioria do ramo têxtil. Em São Paulo desde 1899, a responsável pelo serviço de distribuição de energia era The São Paulo Tramway, Light and Power CompanyLtd.. No Rio de Janeiro, em 1904 foi fundada a The Rio de Janeiro Tramway, Light and Power CompanyLtd.

O acesso à energia elétrica alterou a noção de conforto e organização do espaço doméstico. Permitiu que as famílias usufríssem de um serviço limpo, seguro e bem mais eficiente do que a iluminação a gás, proporcionando que a população pudesse aproveitar as noites no convívio familiar ou entre amigos. Possibilitou a introdução de novos equipamentos domésticos nas residências, otimizando o beneficiamento, o preparo e a conservação dos alimentos, o cuidado com a roupa e com a casa, além de proporcionar momentos de lazer dentro do lar.

A indústria também foi beneficiada e pôde acelerar seu processo de desenvolvimento. No entanto, o aumento da produção não era o único foco, era necessário diversificar a oferta de produtos, fortalecer o mercado consumidor e incentivar o consumo – nesse contexto, a publicidade, sobretudo por meio do rádio, teve papel fundamental.

Oficialmente⁸, a primeira transmissão de rádio no Brasil ocorreu no Rio de Janeiro, em 07 de setembro 1922, durante a inauguração da “Exposição Nacional de 1922”, comemorativa do Centenário da Independência. Os visitantes puderam ouvir pela primeira vez por meio desse no equipamento o discurso do presidente Epitácio Pessoa e, ainda, trechos da ópera O Guarany (Carlos Gomes), que estava sendo apresentada dentro do Teatro Municipal.⁹

Um ano mais tarde, em 1923, foi criada na cidade do Rio de Janeiro (capital do país) a primeira emissora brasileira de rádio, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Em 1924, São Paulo fundou sua Rádio Sociedade. Ainda nessa década surgiriam outras: a Sociedade Rádio Mayrink Veiga (RJ); a Rádio Sociedade da Bahia (BA); a Rádio Sociedade de Juiz de Fora (MG); a Rádio Club Paranaense (PR); a Rádio Sociedade Gaúcha (RS). Na década de 1930 já existiam mais de 50 emissoras, chegando a 180 nos anos 1950¹⁰. As emissoras com maiores índices de audiência foram: a Mayrink Veiga, a Nacional, a Tamoio e a Tupi (RJ); a Excelsior, a Record, a São Paulo e a Tupi (SP); a Farroupilha e a Gaúcha (RS); a Inconfidência (MG); a Clube de Pernambuco e a Jornal do Comércio de Recife.¹¹

Nos primórdios, as transmissões não ocorriam durante o dia inteiro; a programação tinha intervalos, pois as emissoras sofriam com inúmeras dificuldades técnicas. Outro fator prejudicial era falta de recursos financeiros, o que levou as emissoras a operarem em regime de rádio sociedade ou rádio clube, no qual seus associados contribuía com mensalidades para financiar os custos de manutenção das transmissões e, com o passar dos anos, com a estruturação de uma programação com o pagamento de cachês para os músicos. Nessa época, a legislação

⁸ É válido pontuarmos a infundável discussão que cerca a paternidade do rádio, que até hoje é motivo de disputa entre Itália e Brasil. Mundialmente, quem é reconhecido como inventor do rádio é o físico e inventor italiano Guglielmo Marconi, que em 1896, teria construído o primeiro equipamento de transmissão e recepção de sinais por ondas. No Brasil, o padre gaúcho Roberto Landell de Mora teria supostamente realizado a primeira transmissão de rádio em 1893, ou seja, dois anos antes de Marconi.

⁹AZEVEDO, Lia Calabre de. No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil, 1923-1960.2002. 276 f. 1v.Tese (Doutorado em História) Curso de História da Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, 2002. p. 48.

¹⁰ CALABRE, Lia. A participação do rádio no cotidiano da sociedade brasileira (1923-1960). Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2004. Disponível em: http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/artigos/a-j/FCRB_LiaCalabre_Participacao_radio_cotidiano_sociedade_brasileira.pdf. Acessado em 05 dez. 2016. p. 07.

¹¹AZEVEDO, 2002. p. 17.

vigente¹² restringia ao máximo o serviço radiofônico, não permitindo que as emissoras veiculassem textos comerciais, restringindo assim suas possibilidades de captação de recursos.¹³

Os primeiros aparelhos receptores (rádios) que se popularizaram no Brasil foram os chamados rádio de “galena”, que em nada se comparavam aos que conhecemos atualmente. Eram equipamentos com pouco apelo estético e de uso individual, por meio de fones. Nas lojas especializadas, eles podiam ser comprados montados ou em peças avulsas, sendo montados pelos próprios ouvintes.¹⁴



Modelo de um Rádio de Galena (1925)
Fonte: <http://casauniversal.blogspot.com.br/>

Os primeiros rádios que chegaram ao Brasil custavam caro, muito mais que a renda mensal da maior parte das famílias. O valor, porém, era apenas uma das barreiras, pois mesmo que algumas famílias pudessem adquiri-los, ainda era necessário resolver a questão da recepção das ondas hertzianas, que eram ruins, necessitando a colocação de antenas externas, muitas vezes até torres.¹⁵ A limitação do acesso à energia elétrica, sobre tudo nas franjas das cidades, exigia, ainda, a aquisição de geradores.

Na cidade de São Paulo, nos primeiros anos da década de 1930, o rádio teve papel importante tanto na mobilização política que antecedeu a Revolução de 1932 como durante os

¹² BRASIL. Decreto nº 16.657, de 05 de novembro de 1924. Aprova o regulamento dos serviços de radiotelegraphia e radio telephonia.. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-16657-5-novembro-1924-529666-republicacao-89996-pe.html>. Acessado em 05 dez. 2016.

¹³ AZEVEDO, 2002. p. 53.

¹⁴ MENEGUEL, Yvonete Pedra; OLIVEIRA, Oseias de. O Rádio No Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>. Acessado em 05 dez. 2016. p. 05

¹⁵ AZEVEDO, 2002. p. 50.

meses de combate. De acordo com CALABRE: “A capacidade de mobilização política do rádio tornou-se realmente evidente na Revolução Constitucionalista de 1932 [...]”¹⁶

O Estado, sobretudo na figura de Getúlio Vargas, percebendo o potencial desse novo meio de difusão, rapidamente buscou controlá-lo e fazer uso para transmissão das propagandas de governo. Assim, ainda em 1932, seria criado o Programa Nacional. Mais tarde, em 1939, já no Estado Novo¹⁷, foi transformado na Hora do Brasil¹⁸, programa transmitido por todas as rádios, que “[...] tinha como finalidade difundir a informação, a cultura e o civismo.”

Devido aos altos custos de manutenção das suas operações, a rádio difusão no Brasil buscou formar um público cativo e, entre esses, convencer muitos a tornarem-se associados, a maneira possível de manter a sua sobrevivência.

Inicialmente ainda restrita a uma pequena parcela privilegiada da sociedade, a programação das emissoras veiculava óperas e músicas clássicas.¹⁹ Somente com o passar dos anos, foi possível observar a introdução da música popular, mas não sem protestos das camadas mais conservadoras da sociedade, que acreditavam que o rádio tinha papel de “[...] educar e elevar o nível cultural da população brasileira.”²⁰

As dificuldades do acesso ao equipamento e à energia elétrica fizeram com que, a partir dos anos 1930 e 1940, muitas cidades do interior criassem seus serviços de alto-falantes. Instalados normalmente na praça central da cidade ou à frente de prédios públicos, esses pequenos estúdios retransmitiam os programas captados das rádios ou possuíam programações próprias, recheadas de propagandas do comércio local.²¹

A maioria dos equipamentos produzidos até o final da década 1930 eram robustos e tinham sua estrutura confeccionada em madeira revestida com folhas nobres, lembrando um

¹⁶Ibidem. p. 55.

¹⁷ Ver SKIDMORE, Thomas. Brasil: de Getúlio a Castelo.

¹⁸ O programa, repaginado encontra-se no ar até os dias de hoje, atualmente encontra grande resistência da população e dos próprios meios de comunicação.

¹⁹AZEVEDO, 2002. p. 55.

²⁰Idem. p. 105.

²¹ Já em nossos tempos, nos anos 2000, antes da popularização dos telefones móveis, muitas cidades do Nordeste que não tinham acesso à rede de telefonia faziam uso das rádios comunitárias para receber informações de amigos e parentes que viviam ou estavam em deslocamento por outros municípios ou até mesmo Estados.

móvel. Além da sua função principal, esses aparelhos de áudio coletivo eram pensados para decorar ambientes como as salas, local de reunião familiar e de recepção dos amigos, podendo ficar sobre outro móvel ou mesmo no chão em um local de destaque.

O mercado apresentava algumas opções de marcas importadas para o consumidor, tais como: General Electric, Philips, Philco, Scott, Emerson, RCA Victor e Zenith. Mas já havia empresas brasileiras iniciando sua aventura na produção e comercialização de marcas próprias: no Rio de Janeiro – Rádio Cinephon Brasileira, Guimares & Irmãos, Maya Rebelo & Cia, Standart Elétrica S.A, Companhia Marconi Brasileira; em São Paulo – Rádio Cacique S.A., Gustavo Zieglitz, entre outras.²²

PARA SATISFAZER A TODOS OS GOSTOS

ZENITH



OFFERECER uma linha completa e variada de rádios da mais alta qualidade.

Modelos para todos os preços, de 4 a 10 valvulas, dotados dos últimos aperfeiçoamentos, em móveis de fina e sólida construção.

A extraordinária variedade da linha **ZENITH** oferece a V. S. a possibilidade de escolher um receptor exactamente de acordo com o seu gosto e recursos, quer quanto ao desenho e estilo, como quanto ás características técnicas.

O novo modelo 9-S-30, ora apresentado, última criação da **ZENITH**, traz aperfeiçoamentos destinados a provocar verdadeira admiração. Tudo nelle é melhorado: - o som, o alcance, a selectividade, o volume.

E o seu gabinete, um atraente modelo de mesa de commoadas dimensões, tem o mesmo fino acabamento característico dos receptores **ZENITH**.

Mod. 9-S-30

Superheterodyne, para ondas de 8 a 243 metros, equipado com 9 valvulas dos ultimos tipos.

O seu manejo é extraordinariamente facil, pois além de possuir um amplificador adicional de precisão, de grande valor, principalmente em ondas curtas, tem um "dial" em que cada letra e iluminada a uma cor differente, e outros dispositivos mais, de grande interesse para o radiocultista.

UNICOS DISTRIBUIDORES:

CASSIO MUNIZ & CIA.

MATRIZ: Praça da Republica, 60^o Caixa Postal, 478 SÃO PAULO

FILIAES: Avenida Rio Branco, 180 RIO DE JANEIRO Rua do Commercio, 20 e 24 SANTOS

Propaganda do Rádio Zenith (1935)²³

Uma Maravilha o RADIO PHILCO 1937



PHILCO 1937

De certo para voce o Radio Philco está satisfazendo as suas aspirações e progresa a o grau mais alto de perfeição e progresso.

O modelo Philco para 1937 apresenta-se caracterizado por uma construção que se faz de modo a ser pratica e de facil manuseio, com o arranjo de todos os seus componentes de modo a ser pratica, abrigada e protegida contra a humidade e a poeira.

O modelo Philco para 1937 apresenta-se caracterizado por uma construção que se faz de modo a ser pratica e de facil manuseio, com o arranjo de todos os seus componentes de modo a ser pratica, abrigada e protegida contra a humidade e a poeira.

SÃO CARACTERISTICAS EXCLUSIVAS DOS RADIOS PHILCO

A nova linha de aparelhos de som Philco para a apresentação de ondas curtas e longa onda, o modelo Philco de 1937, apresenta, além do arranjo de todos os seus componentes de modo a ser pratica, abrigada e protegida contra a humidade e a poeira.

ASSUMPCÃO & CIA. LTDA.
VENDEDORES AUTORIZADOS

SEMI BLANCO & CIA. LTA. R. S. MALLAUS LTA. SECCO DE VENDA FURTY

ENG. NAC. APRECHOS DEPOSITO INGENHEIROS TORI & CIA. CADAMUM LITE PHILCO

CAMPUS, BUREAU & CIA. TORRES & MARTINS

TEMOS AGENTES NAS PRINCIPAES CIDADES DO INTERIOR

Propaganda do Rádio Philco (modelo similar ao do MCB)(1936)²⁴

²²BRITO, Marilda Elizardo (Coord.). A vida cotidiana no Brasil nacional: a energia elétrica e a sociedade brasileira (1930-1970). Rio de Janeiro: Centro de Memória da Eletricidade no Brasil, 2003. p. 215.

²³ ACERVO ESTADÃO. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 25 de ago. 1935. p.(?). Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/>. Acessado em 05 dez. 2016.

²⁴ ACERVO ESTADÃO. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 01 de nov. 1936. p.(?). Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/>. Acessado em 05 dez. 2016.

Ainda na década de 1930, apesar do aumento na oferta dos equipamentos e o consequente avanço na popularização dos aparelhos, as camadas menos abastadas da sociedade ainda tinham dificuldades em adquirir seu equipamento radiofônico. O sonho de possuí-los fazia com que muitas pessoas se aglomerassem em frente a vitrines de lojas nas ruas de comércio das cidades, para contemplar os aparelhos ligados em exposição. O fascínio pelos rádios levava aqueles que ainda não o possuíam a reunirem-se nas residências de vizinhos, parentes e amigos para acompanhar os programas musicais, de calouros e as radionovelas.

No final da década de 1940, as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo apresentavam cerca de 90% das residências equipadas com aparelhos de rádio²⁵. À medida que o acesso à energia elétrica avançou, o acesso ao rádio aumentou proporcionalmente. De acordo com CALABRE, ao fazer uma análise comparativa (Recenseamento Geral de 1960 - IBGE) entre o número de domicílios com acesso a iluminação elétrica e os que possuíam aparelhos de rádio, destaca-se que:

“A proximidade entre os índices de energia elétrica e de aparelhos de rádio nos permite afirmar que ocorreu um processo de absoluta popularização do rádio, fazendo dele quase que uma presença obrigatória nos lares brasileiros, uma espécie de utensílio indispensável.”²⁶

Logo nos primeiros anos de introdução do rádio no Brasil, o cotidiano e os hábitos dos seus moradores passaram a sofrer as primeiras transformações. Como já mencionado, a maior parte das residências não possuía energia elétrica e, portanto, precisaram passar por adaptações estruturais para logo depois receberem seus primeiros eletrodomésticos. O rádio, em muitos casos, veio bem antes do que a geladeira (mais cara), tamanha era sua importância na época.

A partir das primeiras décadas do século XX, as novas residências, sobretudo da classe média urbana, passaram a “[...] ter os cômodos agrupados em torno do estar e do lazer, do repouso e da higiene [...]”²⁷ e, nesse ambiente, o rádio encontrará lugar cativo.

²⁵ AZEVEDO, 2002. p.88.

²⁶ Ibidem, p.114.

²⁷ BRITO, 2001. p. 183.

As salas que antes recebiam os convidados com a música do piano, agora configuradas com estilos mais sóbrios e mais aconchegantes, introduzem o novo aparelho, mais prático e com uma tripla função de educar, informar e entreter os moradores e convidados.

Já nas residências das camadas mais populares, por serem menores, a área de convivência sempre foi a copa (quando essa existia) ou cozinha e, o rádio servia de companheiro durante os almoços e jantares, podendo estar sobre um aparador ou mesmo sobre os “[...] armários e guarda-comidas.”²⁸

Nas residências, as famílias acompanhavam as célebres radionovelas, os programas musicais e as notícias; o rádio tinha o poder de trazer o mundo para dentro de casa. A Rádio Nacional, fundada em 1936, tornou-se um marco da história do rádio e foi a primeira a criar uma radionovela no Brasil: “Em busca da Felicidade”, em 1941. Os programas de calouros surgiram, um pouco antes, ainda na década de 1930, e lotavam os pequenos auditórios das rádios. Na Rádio Tupy, em São Paulo, Ari Barroso comandava o “Calouros em Desfile” e no Rio, na Rádio Nacional, “A Hora do Pato” por Herber Bôscoli.

O rádio também foi responsável por trazer para as residências as primeiras notícias sobre a Segunda Guerra Mundial e os títulos da seleção brasileira de 1958 e 1962. Somente em 1970 é que o Brasil recebeu a primeira transmissão da Copa do Mundo de forma ao vivo, pela TV.

A publicidade no rádio também foi um dos principais motivos das transformações dos hábitos e introdução de novas necessidades nos lares. Limitada inicialmente pelo decreto de 1924, que declarava que o serviço de radiotelegrafia era de competência exclusiva do Governo Federal, foi somente em 1932²⁹, com a regulamentação do serviço radiofônico, que a propaganda tornou-se um poderoso instrumento econômico que alavancou o processo de cristalização do rádio como meio de comunicação e entretenimento.

²⁸ BRITO, 2003. p. 284

²⁹ BRASIL. Decreto nº 21.111, de 1º de março de 1932. Aprova o regulamento para a execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html>. Acessado em 05 dez. 2016.

Com o passar dos anos, com o avanço da indústria e a chegada de fábricas estrangeiras, surgiram aparelhos mais simples e com preços mais acessíveis, o que permitiu uma massificação da informação por quase todo território. No interior ou em outras cidades fora das capitais, as pessoas tanto podiam captar a programação das grandes emissoras (Rio de Janeiro e São Paulo) por meio das ondas como também as pequenas emissoras adquiriam programas gravados para veicularem dentro da sua programação.³⁰

Por consequência, esse acesso garantiu às emissoras maior audiência. Com maior penetração, a partir dos anos 1940 as emissoras inundaram os lares com propagandas de todo tipo: licores para tosse, remédios para dores estomacais, itens de higiene pessoal, produtos de beleza, bebidas, roupas e tecidos, utensílios domésticos, automóveis etc.

A veiculação diária desses inúmeros produtos fez com que pouco a pouco os hábitos e o consumo dentro da residência fossem alterados. Como destaca CALABRE, ao citar como exemplo a publicidade de um determinado creme dental anunciado em uma emissora, a veiculação cotidiana desse produto aos poucos inculca no cotidiano dos ouvintes, ricos ou pobres, independentemente da marca a ser consumida, que o “[...] hábito de escovar os dentes várias vezes ao dia [...]”³¹ era uma questão de saúde e higiene.

Assim ocorria com diversos outros produtos propagados nos reclames diários. A estrangeirização dos hábitos e da economia também fez parte dessa mudança dos hábitos, como destaca a autora ao falar do inseticida “Gamexame” (1954), veiculado como sendo a mais recente descoberta da ciência britânica, induzindo ao ouvinte que “[...] para estar em dia com as descobertas do mundo civilizado, os brasileiros deviam consumir os mesmos produtos que os europeus e norte-americanos consumiam”³².

Com o intuito de introduzir novos produtos estrangeiros no mercado brasileiro, os anunciantes patrocinavam nas emissoras programas que levavam o nome das suas marcas, como: Teatro Good-Year; Recital Johnson etc.³³ Em agosto de 1941, influenciado pela ampla

³⁰ AZEVEDO, 2002. p. 163.

³¹ Ibidem. p. 164.

³² Ibidem. p. 170.

³³ BRITO, 2003. p. 225.

publicidade no ramo do jornalismo radiofônico, foi ao ar “O Seu Repórter Esso”, programa jornalístico patrocinado pela empresa estadunidense Standard OilCompanyofBrazil (Esso do Brasil), que marcou uma geração, ficando no ar por 27 anos. A própria Coca-Cola, que chegou ao país em 1943, criou junto a Rádio Nacional um programa intitulado “Um milhão de melodias”, exclusivamente para divulgar o produto no Brasil.³⁴

De acordo com análise dos dados do Ibope (1943), CALABRE destaca que a predominância da audiência das emissoras ao longo de todo o dia era feminina, reflexo de uma sociedade que tinha a mulher como “a rainha do lar”, figura responsável pelos afazeres domésticos, gerenciamento das tarefas, educação dos filhos. Ainda segundo a autora, a mulher reclusa no lar a maior parte do seu dia “[...] utilizava o rádio para fugir da rotina, da mesmice do serviço doméstico”³⁵.

Como a mulher passava a maior parte do tempo na residência e seus maiores afazeres (o cuidado com a casa, com as roupas e o preparo das refeições) ou o gerenciamento desses concentravam-se nas áreas de serviço (copa, cozinha e lavanderia), com o passar dos anos, nas residências de classe média, assim como ocorreu nas residências mais populares, o rádio acabou migrando³⁶ para copa ou cozinha, fazendo com que “[...] a escuta do rádio se caracterizasse quase sempre com o uma atividade secundária ao trabalho e ao descanso”³⁷.

Identificada pelas emissoras que a grande audiência era feminina, as mulheres tornaram-se alvo das propagandas e da programação mais importante da época, as radionovelas. Esse gênero, a partir de meados da década de 1940, tornou-se altamente popular, ocupando a faixa de horário com o maior índice de audiência nas emissoras radiofônicas, atraindo os principais patrocinadores da época, entre eles produtos de limpeza e de higiene pessoal. Era por meio desses programas líderes de audiência que as agências de propaganda disputavam espaço para lançar novos produtos ou mesmo reforçar consumo daqueles já consolidados. Dessa forma, sendo a mulher a grande interlocutora desse meio de comunicação, podemos concluir que ela se tornou o principal vetor para introdução dos novos produtos e costumes na casa brasileira.

³⁴ AZEVEDO, 2002. p. 153.

³⁵ Ibidem. p. 85.

³⁶ A sala, passou a receber outros equipamentos como o radiovitrola, vitrolas e, posteriormente a TV e o toca-discos.

³⁷ BRITO, 2003. p. 284-5

“Havia uma enorme variedade de programas que juntos interferiam nos diversos aspectos da vida cotidiana. Os programas humorísticos criavam expressões e piadas. Os de reclamações davam voz ao ouvinte. Os de conselhos dedicados à mulher informavam sobre culinária, cuidados com a família e com a saúde. Os de música permitiam a renovação do repertório musical, os de calouros permitiam a chance de sonhar com o estrelato.”³⁸

Não só as radionovelas tinham como alvo as mulheres, mas também eram dedicados a elas os programas de conselhos “[...] informavam sobre culinária, cuidados com a família e com a saúde”³⁹. Ainda de acordo com a autora, estrategicamente com o passar dos anos, as emissoras criaram programações em horários específicos, visando atingir o público masculino, sobretudo ligados ao esporte e também para as crianças, desprivilegiadas de programas especializados.

Como tentamos demonstrar nessa breve reflexão, o rádio ao ser introduzido no cotidiano das residências conquistou um papel de destaque nas relações familiares e, por meio dos reclames e seus artistas, ditou modas, introduziu práticas e transformou os hábitos e os costumes da sociedade brasileira. O rádio somente perdeu força a partir do final da década de 1960 quando a televisão começou seu processo de popularização.

REFERÊNCIAS

- ACERVO ESTADÃO. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 25 de ago. 1935. p.(?). Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/>. Acessado em 05 dez. 2016.
- ACERVO ESTADÃO. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 01 de nov. 1936. p.(?). Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/>. Acessado em 05 dez. 2016.
- AZEVEDO, Lia Calabre de. No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil, 1923-1960.2002. 276 f. 1v.Tese (Doutorado em História) Curso de História da Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, 2002.

³⁸ AZEVEDO, 2002. p. 258.

³⁹ Ibidem. p. 258.

-
- _____. Na sintonia do tempo: uma leitura do cotidiano através da produção ficcional radiofônica (1940-1946). 1996. 228f. 1v. Dissertação (Mestrado em História Social das Idéias) Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, 1996. Disponível em: <http://rubi.casaruibarbosa.gov.br/bitstream/123456789/644/1/Azevedo%2c%20L.%20C.%20-%20Na%20sintonia%20do%20tempo.pdf>. Acessado em 05 dez. 2016.
- BRASIL. Decreto nº 16.657, de 05 de novembro de 1924. Approva o regulamento dos serviços de radiotelegraphia e radio telephonia.. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-16657-5-novembro-1924-529666-republicacao-89996-pe.html>. Acessado em 05 dez. 2016.
- BRASIL. Decreto nº 21.111, de 1º de março de 1932. Aprova o regulamento para a execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html>. Acessado em 05 dez. 2016.
- CALABRE, Lia. A participação do rádio no cotidiano da sociedade brasileira (1923-1960). Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2004. Disponível em: http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/artigos/a-j/FCRB_LiaCalabre_Participacao_radio_cotidiano_sociedade_brasileira.pdf. Acessado em 05 dez. 2016.
- BRITO, Marilda Elizardo (Coord.). A vida cotidiana no Brasil moderno: a energia elétrica e a sociedade brasileira (1880-1930). Rio de Janeiro: Editora Centro de Memória da Eletricidade no Brasil, 2001.
- _____. A vida cotidiana no Brasil nacional: a energia elétrica e a sociedade brasileira (1930-1970). Rio de Janeiro: Centro de Memória da Eletricidade no Brasil, 2003.
- LIMA, Paula Coelho M. Curadoria de objetos industriais: acervos de utensílios domésticos pré-elétricos em São Paulo. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação Interunidades em Museologia da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/103/103131/tde-15012015-164350/publico/PCMLIMAREvisada.pdf>. Acessado em 05 dez. 2016.
- MENEGUEL, Yvonete Pedra; OLIVEIRA, Oseias de. O Rádio No Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava. Disponível em:



<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>. Acessado em 05 dez. 2016.

PUTTINI, Ustane Moreira; RIBEIRO, Sônia Marques Antunes. Os ambientes quarto e sala na moradia brasileira: uma trajetória do século XVI ao XXI. In Actas de Diseño. IV Encuentro Latinoamericano de Diseño. "Diseño en Palermo" Año IV, Vol. 7. Buenos Aires. 2009. pp. 150-59. Disponível em: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/16_libro.pdf. Acessado em 05 dez. 2016.

SEVCENKO, Nicolau (org.). História da Vida Privada no Brasil: República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo, Companhia das Letras, 1998. vol. 3.

SKIDMORE, Thomas. Brasil: de Getúlio a Castelo. 10. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.