

## **O rádio dos anos 30 nos EUA: antecedentes de "A Guerra dos Mundos"**

*Sonia Virgínia Moreira  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro*

### **Resumo**

A proposta do texto é reconstruir os antecedentes e o contexto em que acontece a transmissão de *A Guerra dos Mundos* nos Estados Unidos em 1938. Entre outros pontos, estão incluídos dados gerais sobre a situação política, social e econômica norte-americana na década de 30 e informações específicas sobre o rádio no país naquele período. O texto também detalha situações peculiares que antecederam o momento em que Orson Welles colocou no ar a peça radiofônica de H.G. Welles, tais como: os recursos radiofônicos disponíveis na época, a relação entre o veículo e a audiência, além da própria evolução do rádio nos Estados Unidos até a segunda metade dos anos 30.

A partir da década de 30, o rádio norte-americano vive a sua época de ouro. Em setembro de 1935, 22 milhões de domicílios possuíam pelo menos um aparelho receptor e o modelo mais comum era o rádio de mesa tradicional - grande, sofisticado e a válvulas. Ao mesmo tempo, cerca de 2 milhões e 500 mil automóveis já estavam equipados com rádio.

Mesmo com o mercado de aparelhos em expansão, o número de emissoras operando nos Estados Unidos continuava praticamente igual ao registrado no início da década - pouco mais de 600 em todo o país. Mas algumas alterações importantes haviam acontecido nesse período: em 1935, por exemplo, nove entre dez emissoras estavam autorizadas a transmitir

em tempo integral , a maioria permanecendo no ar entre 16 e 18 horas por dia. Além disso, pelo menos 30 estações já transmitiam com potência de 50 kilowatts.<sup>1</sup>

A revolução da indústria do rádio na década de 30 serve para explicar o crescente poder do meio, que resultou nos acontecimentos daquela noite de 30 de outubro de 1938, quando Orson Welles colocou no ar a invasão marciana de "A Guerra dos Mundos" e fez da emissão um marco na história do veículo nos Estados Unidos.

Entre os motivos que contribuíram para que o pânico se instalasse em vários estados norte-americanos na véspera do Dia das Bruxas de 1938 estavam dois eventos que marcaram profundamente toda a década: o abalo provocado pela depressão econômica nos Estados Unidos (1929) e a chegada ao poder de Franklin Delano Roosevelt (1933) - o primeiro Presidente na história do país a governar com a ajuda do rádio.

#### *A crise econômica, a política do **New Deal** e o radiojornalismo*

Na chamada "quinta-feira negra" do mês de outubro de 1929, a Bolsa de Valores de Nova York caiu cerca de 40 pontos em um único dia, levando junto o sonho de enriquecimento rápido e fácil de uma enorme massa de pequenos investidores. Nos anos seguintes, os Estados Unidos mergulham na mais séria crise econômica. Fábricas e bancos fecham, empresários, fazendeiros e comerciantes declaram falência, o desemprego atinge milhões de pessoas. Em 1932, as ações de Wall Street valiam apenas 11% do seu preço antes do colapso em 1929.

Nas eleições de 1932, o Presidente republicano H. Hoover (identificado como símbolo da sociedade capitalista) perde a Casa Branca para o adversário do partido democrata, que chegava à Presidência com a proposta de um "New Deal" - uma alternativa de governo em meio ao caos instalado a partir de 1929. Algum tempo depois da posse em março de 1933, Roosevelt inaugura um estilo inédito (e intimista) de contato com a nação:

---

<sup>1</sup> Marvin R. Berman. *The History of Broadcasting, 1920-1960*. Em <http://www.people.memphis.edu>

convoca uma rede nacional de rádio para o que define como uma "conversa ao lado da lareira".

O rádio não ganhou esse destaque por acaso. Durante a campanha presidencial de 32 e, mais tarde, na de 36 (quando foi reeleito), Roosevelt havia recebido o apoio de menos de um terço dos jornais norte-americanos. Essencialmente conservadores, os proprietários dos diários mais influentes dos Estados Unidos identificavam-se com a causa republicana. Em troca, eram chamados pelo Presidente de "press lords"- os "senhores da imprensa".<sup>2</sup>

A escolha do rádio como canal de divulgação por excelência dos atos do governo federal, portanto, foi uma consequência natural para o novo ocupante da Casa Branca. Decisão influenciada ainda mais pela experiência anterior de Roosevelt com o veículo durante o seu mandato como governador do estado de Nova York.<sup>3</sup> Para o historiador Fred MacDonald, "com o Presidente Roosevelt e o seu 'New Deal', o povo americano recebeu uma espécie de antídoto psicológico e material, levantando o moral das pessoas, que estava em baixa desde a Depressão de 1929. No rádio, FDR encontrou o meio mais eficiente para se comunicar diretamente com o país, explicando suas atividades e aumentando seu apoio popular".<sup>4</sup>

No primeiro ano no exercício da presidência, Roosevelt elaborou quatro discursos redigidos especialmente para o rádio, sempre começando sua fala com a saudação democrata "meus queridos amigos". Entre 1933 e 1935, o Presidente havia participado de 40 transmissões radiofônicas formais e informais, com uma audiência que chegava a 30% dos ouvintes em todo o país.

---

<sup>2</sup> Edwin Emery and Michael Emery. *The Press and America*. New Jersey: Prentice-Hall, 1984, p. 427.

<sup>3</sup> Interessante registrar também o entusiasmo da esposa do Presidente, Eleanor Roosevelt, em relação ao rádio. Antes mesmo da posse em 1933, ela começou a participar regularmente de um programa de variedades da rede NBC chamado *Vanity Fair*, patrocinado pelo creme facial Pond's. A Primeira Dama dos Estados Unidos emitia opiniões sobre temas gerais, com ênfase para os assuntos de interesse do público feminino.

<sup>4</sup> J. Fred MacDonald. *Don't Touch That Dial! - Radio Programming in American Life, 1920-1960*. Chicago: Nelson-Hall, 1979, p.40.

A recepção a essa estreita convivência com o veículo foi tamanha que, em maio de 1934, editorial da revista especializada *Radio Guide* reconhecia que o rádio representava para o Presidente um recurso estratégico que até então jamais estivera ao alcance de outro governante. "O rádio permite [ao Presidente] responder instantaneamente, rebatendo qualquer acusação em relação à sua pessoa, ao seu governo ou aos seus projetos".<sup>5</sup>

Além disso, a atenção dispensada ao rádio e a frequência com que o Presidente convocava jornalistas para entrevistas e discursos oficiais na Casa Branca provocou o surgimento de um novo tipo de profissional - o repórter de rádio. Locutores, repórteres de campo ou comentaristas políticos, o fato é que depois da posse de Roosevelt em 1933 a profissão de radiojornalista ganha prestígio, enquanto o veículo amadurece estilos de reportagem e de comentários, especialmente na cobertura de assuntos políticos.

Durante a década de 30, surge também outro tipo de reportagem, logo identificado como jornalismo interpretativo. O impacto causado pela revolução social, política e econômica dos primeiros anos do "New Deal" incentiva o aparecimento do repórter especializado (tanto na imprensa como no rádio). À objetividade jornalística, que consistia no relato puro e simples de um acontecimento, soma-se um novo conceito, calcado no idéia de que o leitor e o ouvinte necessitavam entender também o contexto da notícia para chegar à verdade dos fatos.

Apesar da curiosidade despertada pelo noticiário político e do aumento de interesse dos ouvintes por notícias, na primeira metade da década de 30 poucas emissoras dedicavam mais do que 15 minutos diários da programação a esse segmento. Predominava o material publicado nos jornais do dia. Na segunda metade dos anos 30 as principais redes radiofônicas aumentaram o tempo destinado às notícias, mas poucos programas eram patrocinados. Para um tipo de rádio essencialmente comercial, esse era um problema ainda a ser superado.

---

<sup>5</sup> Donna L. Halper. *Radio in 1934*. "The Original Old Time Radio (OTR) WWW Pages", em <http://www.old-time.com/halper34.html>

Mesmo com a aparente dificuldade em conquistar fatias expressivas da programação, o jornalismo de rádio ganhou consistência durante os anos 30 nos Estados Unidos. Em muitos aspectos, a audiência estava em curva ascendente, em grande parte graças à cobertura incessante das notícias diárias, de grandes eventos e do destaque concedido a personalidades - locais e internacionais.

O enorme potencial do rádio para conseguir manter a unidade do país em torno da batalha contra a recessão econômica foi, talvez, a maior arma de Roosevelt. A aceitação das conversas radiofônicas presidenciais (sempre em tom amigável e conciliador) foi tamanha junto ao público que um ditado da época dizia que, para os ouvintes, "a distância que os separava de Washington era a mesma que os separava do receptor instalado na sala de visitas".<sup>6</sup>

#### *Rádio X imprensa*

Ainda em 1931, antes portanto dessa "revolução" quanto ao uso do rádio, cerca de 140 emissoras eram controladas ou afiliadas a grandes jornais. Apesar de, no início da década, o Congresso continuar o debate sobre a tendência do rádio norte-americano - comercial ou educativo - o interesse demonstrado pelos proprietários das principais publicações não deixava dúvidas quanto ao futuro do veículo.

Edições da época da revista *Broadcasting* registravam que possuir e administrar uma estação de rádio havia se transformado em um negócio rentável o suficiente para ajudar a manter algumas empresas proprietárias de jornais. Prova disso é que as principais cadeias jornalísticas do país - entre as quais Hearst, Scripps e Gannett - estavam adquirindo emissoras locais para formar suas próprias redes de rádio.<sup>7</sup>

Em 1932 a situação chegaria a um confronto curioso, com a Associação Americana de Proprietários de Jornais (ANPA) dividida entre as empresas que agregavam jornais e

---

<sup>6</sup> E. Emery and M. Emery, op. cit., p. 446.

emissoras de rádio e aquelas que se dedicavam apenas à imprensa escrita. A disputa iniciada por questões exclusivamente comerciais (a venda de espaço para veiculação simultânea de anúncios em dois tipos diferentes de mídia) se estenderia à cobertura jornalística. Os grandes jornais e as agências de notícias estavam preocupados com a agilidade demonstrada pelo rádio na cobertura dos acontecimentos.

Nada disso acontecia por acaso, como seria comprovado alguns anos depois. Em maio de 1937 a cobertura jornalística radiofônica seria afetada de modo radical: naquele mês, o repórter Herb Morrison, da WLS de Chicago, transmitiu ao vivo - além de gravar o som em fita pela primeira vez - o desastre com o dirigível Hindenburg em Lakehurst, estado de Nova Jérsey. A partir daí, o uso de gravações e a cobertura ao vivo de eventos transformaram-se em recursos típicos do radiojornalismo, logo assimilados pelas principais redes de emissoras.

#### *O ano em que tudo começou*

O ano de 1937 foi considerado ótimo para o rádio nos Estados Unidos, impulsionado com o avanço conquistado pela cobertura instantânea dos acontecimentos. Cerca de 80% das famílias já possuíam pelo menos um aparelho receptor em casa e milhões de pessoas circulavam com modelos de rádios cada vez mais sofisticados em seus carros, com botões de apertar (ao invés de girar) - criados para facilitar a sintonia e impedir que os motoristas se distraíssem na tentativa de encontrar as estações no *dial* enquanto dirigiam.<sup>8</sup>

A participação do rádio no cotidiano das pessoas continuava crescendo: o desenvolvimento de outras tecnologias aumentava a capacidade do veículo para cobrir o que era notícia, tanto nos Estados Unidos como no exterior. A coroação do rei George VI na Inglaterra, o desaparecimento da aviadora Amelia Earhart, a inauguração da ponte Golden Gate em São Francisco e a morte do inventor do rádio, Guglielmo Marconi, foram alguns

---

<sup>7</sup> Robert W. McChesney. *Telecommunications, Mass Media and Democracy*. New York: Oxford University Press, 1994, pp. 168-169.

<sup>8</sup> Donna L. Halper. *Radio in 1937*. "The Original Old Time Radio (OTR) WWW Pages", em <http://www.old-time.com/halper37.html>.

dos fatos transmitidos ao vivo pelos repórteres radiofônicos. Tudo completado pelas informações sobre as personalidades do veículo disponíveis em revistas como *Radio Guide* ou *Radio Stars*.

No mesmo ano, a programação radiofônica oferecia uma enorme variedade de opções, entre óperas, musicais, novelas, esportes, humorísticos, noticiários. Artistas de Hollywood faziam a sua estréia no rádio - como W.C. Fields em "The Chase and Sanborn Hour" - ao mesmo tempo em que a influente jornalista de revistas Mary Margareth McBride estrelava *talk show* de grande sucesso e Edward R. Murrow consolidava seu talento de radiojornalista assumindo a direção do escritório europeu da CBS.

Entre 1937 e 1938 dois formatos na programação eram líderes de audiência nos Estados Unidos: os programas de calouros (Frank Sinatra foi revelação em um deles, *Original Amateur Hour*, de Major Bowes) e os chamados *quiz shows* (programas de testes, tipo pergunta e resposta), ambos com a participação maciça do público. "Em uma sociedade que valorizava a inteligência, o talento e o trabalho pesado como meio de crescimento pessoal e econômico, o público americano aceitava sem restrições qualquer tipo de programa que acenasse com uma chance de sucesso. Coincidentemente, a pior recessão econômica já enfrentada pelo país apenas aumentava a intensidade tanto de quem participava como de quem ouvia tais transmissões".<sup>9</sup>

### *O rádio ganha um ator revelação*

Em meio a essa intensa atividade radiofônica, um jovem de 22 anos chamado Orson Welles assumiria, ainda em 1937, a voz principal do seriado "O Sombra". Era uma voz cavernosa, ameaçadora, que abria o programa e arrepiava os ouvintes ao dizer "Quem sabe o mal que se esconde nos corações humanos? Só o Sombra sabe. Ha, ha, ha...".<sup>10</sup>

Antes de assumir a personagem, a voz versátil de Welles havia sido explorada em um dos programas mais populares da década, "The March of Time", transmitido em rede por

---

<sup>9</sup> J. F. MacDonald. Op. Cit., p.41

mais de cem emissoras. Criado no início dos anos 30 por David Frederick Smith - um veterano do rádio, ex-diretor e principal locutor de uma emissora no interior dos Estados Unidos - "The March of Time" era um misto de noticiário e radioteatro, no qual os atores interpretavam nomes de destaque da atualidade para, dessa forma, fazer a informação chegar ao grande público. Patrocinado pela revista *Time* e transmitido em rede pela CBS, o programa foi um dos mais ambiciosos do gênero, principalmente por causa do elenco de peso que conseguiu reunir, pela orquestra de 21 membros e pelo arsenal de efeitos especiais que conseguia reproduzir sete mil sons diferentes.<sup>11</sup>

Nos anos 30, o rádio havia se transformado, além de um meio de diversão e informação, em um dos principais instrumentos de controle político, com enorme capacidade de transmitir e fazer multiplicar credos e ideologias. Em entrevista na época, Orson Welles afirmava que o rádio era "uma máquina popular e democrática para a disseminação de informação e entretenimento".<sup>12</sup> Consciente da força do veículo, em 1938 Welles assinava contrato com a CBS para criar (entenda-se: escrever, produzir, dirigir e apresentar) um radiodrama de uma hora de duração, para ser transmitido em rede, chamado *Mercury Theatre on The Air*, com um curioso subtítulo agregado - *First Person Singular*.

A decisão, junto com John Houseman, de transmitir a adaptação do texto de H. G. Wells na edição do *Mercury Theatre on The Air* de 30 de outubro de 1938 - em uma noite beneficiada pela baixa audiência do programa popular comandado por Edgar Bergen e Charlie McCarthy na principal emissora concorrente - alterou significativamente a vida profissional de Welles e demonstrou de forma inequívoca o poder do rádio - até então nunca comprovado de forma tão contundente.

Segundo o produtor Frank Beacham, a intenção de Orson Welles ao trabalhar com o rádio era "acender a imaginação de cada indivíduo, criar imagens na mente humana, (...)

---

<sup>10</sup> Andrew Sarris. *Orson Welles on Radio: The Shadow and the Substance*. Em: <http://www.homevisioncimena.com/catalog/theatre>

<sup>11</sup> Edward Bliss Jr. *Now the News - The Story of Broadcast Journalism*. New York: Columbia University press, 1991, pp. 66-67.

<sup>12</sup> A. Sarris. Op. Cit.

usando uma combinação inovadora de narração, diálogo, música e efeitos especiais. O seu talento era a capacidade de fazer a imaginação voar".<sup>13</sup>

Para Richard Wilson, que fez parte da Mercury Theatre Company e participou da transmissão histórica de "A Guerra dos Mundos", Welles era um radioator completo porque conseguia passar credibilidade instantânea a qualquer personagem ou relato. "Ele era o favorito dos diretores radiofônicos porque era capaz de entrar no estúdio perto da hora do programa entrar no ar, (...) pegar o texto, caminhar alguns metros até o microfone e, nesse curto espaço de tempo, conseguir transformar em realidade - fosse por meio da qualidade da voz ou de um dialeto próprio - os elementos necessários para fazer da história um assunto inteligente e interessante".<sup>14</sup>

A qualidade do trabalho de Orson Welles, somada aos acontecimentos que pontuaram os anos 30 nos Estados Unidos, mostra que o efeito provocado pela transmissão de "A Guerra dos Mundos" foi em grande parte resultado de toda uma década de evolução do rádio como principal meio de comunicação de massa no país. O alcance da transmissão do *Mercury Theatre on The Air* do último domingo de outubro de 1938 só foi possível porque, naquela mesma década, os ouvintes norte-americanos tinham descoberto no rádio não apenas uma fonte de entretenimento mas, principalmente, de informação.

Ao transmitir um texto de ficção com fortes componentes de realidade (falas de "repórteres" ao vivo, entrevistas, reprodução de sons que "pareciam" reais, com a inconfundível voz de Welles descrevendo o "ataque marciano" a Nova York), o rádio conseguiu mostrar boa dose da sua capacidade de convencimento e de seu poder de mobilização. Duas características que seriam exploradas nos anos seguintes nos campos de batalha reais da Segunda Guerra Mundial.

---

<sup>13</sup> Id., *ibid.*

<sup>14</sup> Id. *Ibid.*

## BIBLIOGRAFIA

BENSMAN, Marvin R. *The History of Broadcasting, 1920-1960*. Home page do autor em <http://www.people.memphis.edu>

BLISS Jr., Edward. *Now The News - The Story of Broadcast Journalism*. New York: Columbia University Press, 1991.

EMERY, Edward and EMERY, Michael. *The Press and America*. New Jersey: Prentice-Hall, 1984.

HALPER, Donna L. *Old Time Radio*. Home page da autora em <http://www.old-time.com/halper.html>

MacDONALD, J. Fred. *Don't Touch That Dial! - Radio Programming in American life, 1920-1960*. Chicago: Nelson-Hall, 1979.

McCHESNEY, Robert W. *Telecommunications, Mass Media & Democracy*. New York: Oxford University Press, 1994.

SARRIS, Andrew. *Orson Welles on Radio: the Shadow and the Substance*. Home page "Theatre of the Imagination em <http://www.homevisioncinema.com>