

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM COMUNICAÇÃO POLÍTICA E IMAGEM  
TURMA III

ALINE CHARQUEIRO MUNIZ

O RÁDIO ENQUANTO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO DE MASSA  
E INSTRUMENTO POLITICO DE 1937 À 1945

CURITIBA

2012

ALINE CHARQUEIRO MUNIZ

O RÁDIO ENQUANTO VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO DE MASSA  
E INSTRUMENTO POLITICO DE 1937 À 1945

Monografia apresentada a Disciplina de Metodologia de Pesquisa como requisito parcial de conclusão para o Curso de Especialização em Comunicação Política e Imagem da Universidade Federal do Paraná – UFPR.

**Orientadora: Prof<sup>a</sup>: Msc Sandra Avi dos Santos.**

CURITIBA

2012

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço especialmente ao Alex Priebe, as amigadas surgidas durante o curso e a orientadora Prof<sup>a</sup>: Msc. Sandra Avi dos Santos, que com toda paciência e dedicação me acompanharam nesta caminhada.

## **RESUMO**

Neste trabalho pretende-se desenvolver uma revisão de literatura sobre a relação de Getúlio Vargas com o Rádio durante o Estado Novo (1937-1945). Para compreender este período torna-se necessário conhecer o percurso do Rádio no Brasil, e a política nacionalista desenvolvida por Getúlio Vargas. Período em que o Governo simultaneamente determinava normas rígidas e auxiliava o desenvolvimento do rádio, tornando o rádio uma ferramenta de comunicação de massa.

**Palavras chaves:** Getúlio Vargas, Estado Novo, Rádio.

## **ABSTRACT**

In this work it is intended to develop a literature review about the relationship between Getúlio Vargas and the radio during the "Estado Novo" (1937-1945). To understand this period it is necessary to know the progress of the radio in Brasil and the nationalist politics developed by Getúlio Vargas. In this period the government established strict rules and in the same time assisted the radio development making radio a mass communication tool.

# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	02
1. HISTÓRIA DO RÁDIO.....	04
1.1. O Surgimento do Rádio.....	04
1.2. O Surgimento do Rádio no Brasil.....	05
1.3. As especificidades do Rádio enquanto veículo de comunicação de massa.....	08
2. A ERA GETÚLISTA.....	10
2.1. Estado Novo.....	10
3. A RELAÇÃO DE GETÚLIO VARGAS COM O RÁDIO DURANTE O ESTADO NOVO.....	15
3.1. O Rádio e o Estado Novo.....	15
3.2. A Hora do Brasil.....	17
3.3. Emissora Estatal.....	18
3.3.1. Os Bastidores da Rádio Nacional.....	19
3.3.2. O Repórter Esso.....	20
CONCLUSÃO.....	22
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	24

## INTRODUÇÃO

O rádio foi o primeiro veículo de comunicação de massa e através dele o público passou a sonhar ouvindo radionovelas e ter informações sobre os acontecimentos do seu país e do mundo. Após décadas de seu surgimento o rádio ainda é uma importante fonte de informação. Entre as vantagens deste veículo de comunicação ressaltam-se o custo reduzido na produção de um programa, a possibilidade de escutar a programação enquanto desenvolve outra atividade, o baixo custo do aparelho e a não necessidade de energia elétrica na residência para ter acesso a programação irradiada pela emissora. Por estar próximo da população o rádio passou a atrair a atenção dos políticos brasileiros, inicialmente era para ser um veículo educativo, mas na Era Vargas tornou-se fundamental para a construção da imagem do seu governo perante a sociedade, tornando-se naquele momento um importante elo entre os governantes e a população brasileira.

Existem inúmeras pesquisas com o tema rádio e política, como por exemplo, o trabalho intitulado *As Rádios Comunitárias nas campanhas eleitorais: exercício de cidadania ou instrumentalização (1998-2000)* – (Nunes, 2004) onde estudou-se a cidadania desenvolvida no período eleitoral pelas rádios comunitárias. Em outro trabalho recente, *Radialistas Políticos: uma análise do desempenho eleitoral dos comunicadores de rádio na Assembleia Legislativa do Paraná (1986-2006)*, Angeli (2011) estuda a possibilidade de reeleição dos radialistas para cargos do legislativo.

Neste trabalho o objetivo é desenvolver uma revisão de literatura sobre a relação de Getúlio Vargas com o Rádio durante o período do Estado Novo (1937-1945), buscando tornar mais claras questões como: o rádio durante a ditadura de Getúlio Vargas funcionou como um instrumento político? O que o Governo almejava através desse veículo de comunicação? Quais as ferramentas utilizadas para alcançar o objetivo político?

Deste modo, a presente pesquisa para além desta introdução, será organizada da seguinte forma: no primeiro capítulo, apresentaremos de forma não aprofundada o percurso do rádio: desde o seu surgimento até o período de consolidação enquanto meio de comunicação de massa no Brasil. Já no segundo capítulo: apresentaremos um breve histórico político de Getúlio Vargas para compreender suas tomadas de decisões em relação ao rádio durante o Estado Novo. No capítulo subsequente: “A Relação de Getúlio Vargas com o Rádio durante o Estado Novo”: abordaremos as medidas tomadas que ao mesmo tempo proporcionaram o

desenvolvimento e a censura do veículo. Na conclusão constará a relação do Presidente Getúlio Vargas com o rádio de 1937 até 1945.

## **1. História do Rádio**

### **1.1. O Surgimento do Rádio**

Segundo Pedrazzani (2010), em 1895 o italiano Guglielmo Marconi realizou a primeira transmissão sem fio de uma distancia de 2.400 metros na propriedade de seu pai localizada em Bolonha. No ano de 1896, mudou-se para a Inglaterra ao perceber que seu país de origem não tinha interesse em sua pesquisa sobre o rádio e conquistou a patente de seu invento. Para Ferrareto (2000), foi atribuído a invenção do rádio erroneamente ao italiano Guglielmo Marconi, pois considera o brasileiro Padre Roberto Landell de Moura o inventor, por este ter realizado a experiência de transmissão sem fio em 1892, contudo Landell obteve a patente brasileira do invento apenas em 1900.

De acordo com Ferrareto (2000) de fato a primeira transmissão comprovada foi realizada em 24 de dezembro de 1906 no Canadá por Reginaldi A. Fessenden, quando este irradiou música de um violino e trechos da bíblia. Já na Alemanha, Hans Bredow transmitiu pela primeira vez voz e música em 1913, ano em que conquistou a primeira licença para a rádio Hour Co. de Berlim. Na Bélgica as transmissões iniciadas em 1914, foram suspensas devido a I Guerra Mundial e retomadas em 1923.

O rádio inicialmente era um veículo de comunicação entre duas pessoas usado para navegação, mas em 1916, o russo radicado americano David Sarnof o tornou um meio de comunicação de massa ao construir um aparelho receptor. O aparelho de rádio era composto por uma caixa com válvulas amplificadoras e alto-falantes, conseguindo captar sons a um alcance de 40 a 80 quilômetros. Segundo Federico (1982) o rádio levou em média 25 anos para se desenvolver, mais rápido que a telegrafia, que levou 80 anos. Um dos motivos que aceleraram esse desenvolvimento foi a concorrência entre os países. Os Estados Unidos da América, por exemplo, não queria mais depender dos avanços tecnológicos da Inglaterra de Guglielmo Marconi, então começou a desenvolver diversas pesquisas nesta área.

Por ser uma tecnologia nova era preciso ajustes, como, o alcance de frequências que ultrapassavam os limites de fronteiras entre países. Na época não havia regulamentação para as transmissões sem fio, pois não eram conhecidas as influências sociais e políticas que este veículo poderia provocar, então começou a surgir conferências para discutir o assunto. As conferências de 1903 e 1906 em Berlim, a de 1912 em Londres, as de 1912 e 1913 em Paris e a de 1917 em Washington, exibiram os problemas do novo veículo e as necessidades destes serem solucionados, estabelecendo-se assim, regras e normas cada vez mais complexas e

abrangentes. Diante disto, foi instituído a obrigatoriedade de licença para uso do serviço, limitando as frequências de utilização em faixas, para todas as regiões do mundo. “(...) pela atração que exerceu desde o início junto ao público, que surgiram os maiores problemas, os quais fizeram com que qualquer previsão, normas e regulamentação ficassem muito aquém das necessidades”, (Federico, 1982, p.17).

Para Federico (1982) o rádio foi beneficiado e prejudicado durante as duas Guerras Mundiais, na I Guerra Mundial desencadeou problemas políticos e sociais, na II Guerra Mundial, passou a ser usado como estratégia militar para estabelecer a paz e a soberania Nacional. “Apesar de todos os problemas, nunca a ciência e a tecnologia estiveram tão próximas e coesas, unindo a indústria, o inventor e os governos, cuja aproximação ajudou a aceleração de desenvolvimento do novo veículo de comunicação”, (Federico, 1982, p.13).

## **1.2. O Surgimento do Rádio no Brasil**

Segundo Cabral (1990) e Tavares (1999) a primeira transmissão e captação de sons à distância no Brasil ocorreu em 1892, através de uma válvula amplificadora com três eletrodos, inventado e fabricado pelo Padre Roberto Landell de Moura, em Mogi das Cruzes interior de São Paulo. A experiência foi repetida em 1894 na capital paulista, em um trecho de 8 Km do alto do Santana para a Avenida Paulista. Contudo, de acordo com Ortriwano (1985), a primeira experiência brasileira com rádio aconteceu em Recife com transmissor importado da França, realizada por Oscar Moreira Pinto, este fato originou posteriormente a Rádio Clube de Pernambuco em 6 de abril de 1919.

Segundo Federico (1982), durante a Exposição Internacional de Comemoração do Centenário da Independência do Brasil no Rio de Janeiro, no dia 7 de setembro de 1922, foi possível escutar mesmo com ruídos o discurso do Presidente Epitácio Pessoa e apreciar a composição “O Guarani” de Carlos Gomes, considerada a primeira exibição oficial do rádio no Brasil. A transmissão ocorreu através de uma estação de 500 Watts instalada no alto do Corcovado e por receptores em forma de corneta instalados em pontos estratégicos na feira pela empresa norte-americana Westinghouse. Segundo Cabral (1990) algumas pessoas não presentes na exposição tiveram a oportunidade de acompanhar a irradiação através dos 80 receptores distribuídos entre algumas famílias consideradas importantes no Rio de Janeiro, e em algumas praças de Niterói, Petrópolis e São Paulo. De acordo com Federico (1982) no dia 15 do mesmo mês e ano foi realizada outra exibição, no Palácio Monroe, captando sinais dos

transmissores do Corcovado para um público restrito de representantes da elite social, imprensa, políticos e organizadores da exposição. Estas demonstrações públicas não podem ser consideradas como radiodifusão porque a recepção era através de alto-falantes ou individual por fones de ouvido.

Segundo Federico (1982), em 20 de abril de 1923 foi fundada a primeira emissora no Brasil, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, com o propósito de levar a educação e a cultura para a população. Os fundadores, Edgar Roquette Pinto e Henrique Moritze da Academia Brasileira de Ciências, conseguiram permissão do Governo Federal para utilizar um dos transmissores de 500 watts enviados ao Brasil para ampliar a Cia Radiotelegráfica Brasileira através da Western Electric Co. O programa que se destacou na emissora foi o Jornal da Manhã, na locução de Edgar Roquette Pinto, onde comentava e interpretava os fatos publicados no Jornal impresso do dia anterior. Em 1936, as instalações da emissora passaram para o Ministério da Educação e Saúde, alterando a nomenclatura para Rádio Ministério da Educação e Cultura, conhecida hoje como Rádio MEC.

Para Calabre (2004) a dupla de intelectuais, Roquette Pinto e Henrique Moritze, pretendiam elevar o nível cultural do país através de programas educativos, mas no início o rádio era acessível as classes economicamente privilegiadas devido ao alto custo. Em Ortriwano (1985) foi expressa à mesma idéia da autora anterior, ao diagnosticar durante os primeiros anos o rádio como um veículo da elite para a elite, pois só tinham acesso ao meio, aqueles que podiam adquirir o aparelho receptor. Federico (1982) também consta que o ouvinte precisava dispor de uma renda elevada, pois para receber o sinal do rádio na residência era necessário ser sócio de uma emissora além de preencher e pagar um formulário no Departamento dos Correios e Telégrafos para o Governo confeccionar uma planta de receptor. Lopes (1970) explicita que os Correios e Telégrafos regiam as regras e licenças para emissoras e receptores por serem aparelhos aperfeiçoados do telégrafo.

As emissoras de rádio eram formadas por sociedades ou clubes, inicialmente muitos associavam-se, mas poucos continuavam pagantes. Geralmente a programação detinha-se no período da manhã e da noite por falta de recursos financeiros, algumas músicas irradiadas eram de discos de propriedade dos sócios. Relata Calabre (2004) que outra estratégia usada na época foi os alto-falantes instalados em pontos favoráveis a concentração de grande número de pessoas. No dia seguinte, os jornais impressos publicavam a notícia da multidão atraída pelo rádio.

Para Federico (1982) a parte técnica dos equipamentos e a ampliação do sinal do rádio

desenvolveram-se mais rapidamente que a parte legislativa e econômica. A decisão do Governo Federal de permitir a recepção gratuitamente reduziu consideravelmente o número de sócios pagantes. Segundo Calabre (2004) a falta de hábito do comércio e da indústria de anunciar os produtos dificultava as emissoras conquistarem patrocinadores para os programas, já que na época era permitido patrocínio e proibido comercial. Para Jambeiro (2004) no início da década de 20 a legislação radiofônica deteve-se nos aspectos técnicos, como a frequência, porque as emissoras de rádio não possuíam fins lucrativos nem políticos, pois tinham como foco a educação e a cultura. Na década de 30, isto mudou, tornando o rádio um veículo comercial. “A partir de então, juntam-se aos aspectos técnicos, os fatores de segurança nacional, do controle sócio-político do país e da influência na opinião pública”, (JAMBEIRO, 2004, p.44). Outra autora complementa o pensamento:

“(...) no Brasil, nos anos 20, era, assim, basicamente representado por jornais e revistas. O rádio, neste sentido, quando foi introduzido, em 1922, fazia parte de uma indústria cultural praticamente inexistente. Mas, a partir da década de 30, o veículo viria a ter um papel de fundamental importância na construção da nação brasileira.”, (HAUSSEN, 2001, p.21).

De acordo com Haussen (2001), do surgimento até meados de 1935, o rádio tinha programação erudita e literomusicais, não atraindo as camadas populares e sem finalidades comerciais. Na década de 20, o veículo enfrentava algumas dificuldades por ser uma novidade e requeria ajustes tanto técnico como legislativo. Nesta época, eram poucos receptores e a transmissão era de má qualidade. O Decreto número 3296 de 10 de julho de 1917 designado ao radiotelegrafo foi substituído em 5 de novembro de 1924 pelo Decreto número 16.657 limitando o rádio apenas para experiências lúdico-científicas. Diante destes fatos, foram feitas pesquisas e descobertas de possibilidades aplicadas somente na década seguinte.

Para Jambeiro (2004) a radiodifusão no Brasil definiu as regras baseando-se no modelo americano, pois as agências de publicidade Americanas J Walter Thompson e McCann Erickson começaram a instalar-se no Brasil a partir de 1928, atraídas pela indústria. Estas empresas passaram a desviar verbas dos anúncios de jornais impressos e revistas para aplicar no rádio ao convencer os anunciantes que o novo veículo traria mais retorno, ou seja, mais vendas. As empresas estrangeiras auxiliaram as emissoras na produção de programas voltados para a população em geral, tornando a programação mais parecida com a norte-americana. Os proprietários de revistas e jornais passaram a disputar concessões de rádio, vendo no novo veículo a possibilidade de maiores lucros, pois concentrava alto índice de

publicidade. O decreto número 20.047, de 27 de maio de 1931, durante o Governo Provisório, foi o primeiro regulamento para a radiodifusão, o qual estabeleceu “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa”, (JAMBEIRO, 2004, p.49).

Consta em Cabral (1990) que com o propósito de atrair mais ouvintes, a Rádio Mayrink Veiga inovou ao contratar cantores de destaque da época, transmitindo pela primeira vez em 6 de março de 1926. Mas é em 12 de setembro de 1936, que entra no ar a Rádio Nacional do Rio de Janeiro e revoluciona o mercado de radiodifusão se tornando modelo tanto em sua estrutura administrativa como na produção de programas.

### **1.3. As especificidades do Rádio enquanto veículo de comunicação de massa**

Em 27 de maio de 1931 mediante o Decreto número 20.047 regulamentou-se a radiodifusão no território nacional e autorizou-se destinar 10% da programação à publicidade. Ortriwano (1985) emite a essa determinação algumas mudanças na programação, deixando de ser educativa-cultural e voltando-se para o lazer, com o intuito de atrair ouvintes de todas as camadas sociais. A expansão do rádio acontece por ser eficiente ao estimular o consumo, com isso, auxilia o desenvolvimento econômico e político do país. Para Tavares (1999) a radiodifusão que inicialmente era considerada uma curiosidade tornou-se uma influente arma em todos os campos: principalmente no social, político e econômico. Segundo Lopes (1970), este decreto levou a profissionalização dos radialistas, a determinação de critérios de trabalho, além de atrair pesquisadores devido a influência do veículo. Ortriwano (1985) comenta que as emissoras organizaram-se em empresas para disputarem o mercado. Para Calabre (2004) o rádio se estabeleceu após a determinação de um veículo de comunicação privado, respeitando as regras do mercado econômico e controlado pelo Estado, que determina a legislação e as concessões.

Segundo Jambeiro (2004) o rádio passou a ser um veículo de comunicação de massa no momento em que a programação tem o entretenimento como finalidade e passa comercializar os aparelhos receptores sem dependência de autorização Governamental para receber o sinal, ou seja, a partir de 1932 com a implantação das emissoras comerciais. Os Decretos de 1931 e 1932 foram o alicerce do desenvolvimento do rádio no Brasil, embora baseados na democracia americana, determinava que o rádio servisse a ditadura de Getúlio Vargas ao concentrar a fiscalização e o controle no Poder Executivo Federal. Conclui que a radiodifusão foi regulamentada no século XX pelo Poder Executivo Federal, dentro do autoritarismo da

revolução de 30 e entrou no século XXI da mesma forma, “(...) sem qualquer indicação de que poderá, em algum momento, ter participação da sociedade civil na regulação de suas atividades”, (JAMBEIRO, 2004, p.55). Já para Ferrareto (2000) o rádio se massifica no momento que cresce a procura por anunciantes e a programação deixa de ser erudita para popularizar-se. “Com a busca constante por público e anunciante, o rádio brasileiro transformou-se em um meio de comunicação de massa.”, (Ferrareto, 2000, p.21) o autor complementa: “O primeiro grande fenômeno das indústrias culturais no país é sem dúvida a Rádio Nacional, do Rio de Janeiro (...)”, (Ferrareto, 2000, p.21e 22).

Para Lima (2011) a homogeneidade é o ponto chave da padronização da cultura de massa conquistada através da propaganda, que comunica independentemente do receptor estar atento ou não as mensagens, envolvendo-o, impossibilitando-o de criar um cotidiano próprio e diferenciado. O Rádio define-se como indústria, pois a programação é confeccionada de acordo com a publicidade e os patrocínios, configura-se como um veículo democrático e autoritário por sujeitar todos os ouvintes ao mesmo tipo de programa. Já Mcleish (2001), considera o rádio um veículo individual ao possibilitar o ouvinte criar imagens no momento que escuta o programa. O locutor direciona a narração para o ouvinte como se ele fosse o único, embora tenha uma multidão escutando a mesma mensagem, as palavras usadas, devem ser claras e de fácil inteligibilidade para que o ouvinte não perca um trecho da narração tentado encontrar o significado. Interpreta Tavares (1999) a comunicação de massa como pública, por não ser destinada a uma pessoa específica; rápida, porque tem o objetivo de atingir o maior número de indivíduos simultaneamente, como o rádio; transitória, com a intenção de serem assimiladas imediatamente, e não como um registro definitivo, ou seja, para o autor, os veículos de comunicação de massa produzem equivalentes a um combustível para o automóvel. Fiore e McLuhan (1969) consideram isso uma Aldeia Global, que seria uma cibernética social, em que os meios tecnológicos unem os indivíduos, ou seja, deixam-os fisicamente próximos e informados sobre os mesmos fatos.

Para Fausto (2006) o primeiro presidente que utilizou o rádio para conquistar o carisma foi Getúlio Vargas, que com o passar dos anos “(...) o carisma se tornou um instrumento valioso, na medida em que a sociedade de massa combinou-se com a emergência da sociedade de espetáculo, para usar uma expressão banalizada, mas verdadeira”; (Fausto, 2006, p.121).

## **2. A Era Getulista**

### **2.1. Estado Novo**

Segundo Jambeiro (2004) o Presidente Constitucional, Getúlio Vargas, eleito indiretamente em 1934 aguardava as eleições diretas de 1938. De acordo com a Constituição promulgada em 16 de julho 1934 o mandato deveria ter duração de quatro anos e proibia a reeleição com o intuito de respeitar os direitos civis através do voto direto e secreto e garantir a liberdade política. Em 1937 começaram as articulações políticas, o partido Constitucionalista de São Paulo e o Governador José Antônio Flores do Rio Grande do Sul apoiavam Armando Sales Oliveira, enquanto a situação com mais aliados, Minas, Paraíba, Pernambuco, Bahia, Partido Republicano Paulista (PRP) e o Partido Liberal do Rio Grande do Sul (PL) queriam o paraibano José Américo de Almeida. Skidmore (2003) relata que Getúlio Vargas disfarçou a intenção de golpe ao transparecer sua cooperação mediante a articulação com os Estados durante os 6 primeiros meses de 1937, e aos poucos, sem a percepção dos políticos e da população começou a trocar os ocupantes das administrações Estaduais por Governadores de sua plena confiança.

Para Skidmore (2003) o Estado Novo fundado em 1937 através da aliança entre o Governo Constitucional e os militares. O Presidente Getúlio Vargas contou a população sobre o suposto risco de um Golpe Comunista – Plano Cohen, por isso assumiria o controle do país com os militares, prometendo estimular o crescimento econômico e social do Brasil. Para Jambeiro (2004) o Golpe de 37 aconteceu por diversos acontecimentos políticos enfrentado pelo país. A constituição deste novo regime foi implantada em 10 de novembro de 1937 “(...) baseado na idéia fascista do papel hegemônico do Estado sobre o indivíduo e as instituições sociais”, (JAMBEIRO, 2004, p.11). Complementa Dória (2008) ao relatar que esse período de 1937 a 1945 configurou-se o autoritarismo, ou seja, a rejeição de Getúlio Vargas a democracia. Neste regime o presidente possuía poder absoluto. “A constituição de uma sociedade corporativa, a ênfase na objetividade tecnocrata, e o autoritário-paternalístico tratamento dos conflitos sociais, eram também alguns dos aspectos centrais da nova ideologia”, (JAMBEIRO, 2004, p.11). A Constituição de 1937 foi redigida por Francisco Campos, antes do Golpe de 37, e ficou conhecida como Polaca, por ser baseada na carta polonesa de Pilsudski. A carta de 1937 determinava regras rígidas e autoritárias:

“acabava com o sistema republicano federativo, extinguiu os partidos políticos e o parlamento, restringia a manifestação do pensamento, intensificava a repressão aos crimes contra a segurança nacional, previa a nomeação de interventores para as

unidades federativas, punia os estados que não arrecadassem o suficiente para manutenção dos seus serviços, transformando-os em territórios, e instituía o corporativismo e o sindicalismo profissional urbano, rompendo, assim, com a tradição liberal imperial de 1824 e a liberal republicana de 1891 e 1934”, (JAMBEIRO, 2004, p.89).

Segundo Jambeiro (2004) este regime tinha como proposta desenvolver o Brasil através da indústria e proteger a cultura contra influência externa (de outros países). Foram fundados setores de planejamentos para desenvolver políticas públicas, principalmente na área econômica. O crescimento econômico foi notável, principalmente na região centro-sul, destacando-se o segmento industrial. O rádio teve um papel importante, pois foi através da publicidade que aumentou o consumo da produção industrial. Em Fausto (2006) constam, os setores criados em 1934, como o Conselho Técnico de Economia e Finanças – CTEF e o Conselho Federal de Comércio Exterior – CFCE (concedeu o lugar ao Conselho Nacional de Economia em 1949), conquistaram durante o Estado Novo a ampliação dos poderes, porque estavam subordinados diretamente ao Presidente. Considera Fausto (2006) o grande instrumento do Estado Novo o Departamento Administrativo do Serviço Público – DASP, que tinha como missão elaborar a proposta do orçamento Federal e fiscalizar o cumprimento. Através deste órgão foi determinado o concurso para ingressar na carreira pública e normas trabalhistas diferenciadas regidas pela Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, destacando-se a estabilidade no emprego.

Para Jambeiro (2004) em 1937 o Brasil ainda sofria com a crise de 29, as políticas econômicas adotadas por Getúlio Vargas não conseguiam frear a queda do preço do café, principal produto de exportação, gerando alta nos preços do produto internamente, o crescimento da inflação, da fome e do desemprego no país. O Presidente também tinha que regularizar a dívida-externa, que estava adiando desde 1931. Só em 1939 o Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha, fez acordo com interesses bilaterais em Washington. O Brasil conquista êxito em 1938 e 1939 na ampliação da exportação e em 1940 começa decair devido a II Guerra Mundial, prejudicando a balança comercial brasileira. De 1931 a 1944 foram destruídas cerca de 78,2 milhões de sacas de café, em 1944, a geada encarregou-se de destruir a produção. De acordo com Skidmore (2003) a economia brasileira foi acelerada durante a II Guerra Mundial, onde Getúlio Vargas aproveitou para formular uma política de industrialização, substituição das importações, apelando a população o consumo nacionalista.

Segundo Jambeiro (2004) com o propósito de incentivar o setor industrial em 1941 o

Presidente Getúlio Vargas fundou a Companhia Siderúrgica Nacional – CSN, com recursos brasileiros e norte-americanos e juntamente construiu a Usina de Volta Redonda. O Código de Minas de 1940 com princípios nacionalistas determinava o direito a brasileiros de explorar as chamadas indústrias de base, como empresas essenciais a defesa econômica, minas e quedas d'água. Em 1939 foi descoberto na Bahia o petróleo, mas o decreto de 1938 impedia refinarias estrangeiras explorem o produto, fundando o Conselho Nacional do Petróleo – CNP. Para Fausto (2006) a Carta de São Lourenço exibida a imprensa entre fevereiro e abril de 1938 estabelecia o projeto de implantação das indústrias de base, as normas a serem seguidas e concedia linhas de crédito especiais para a indústria. O incentivo a indústria estava quase sempre associado ao nacionalismo. “A nacionalização significava que o capital, a direção e a gerência das empresas deveriam ficar nas mãos de brasileiros, e não correspondia, portanto, ao monopólio estatal”, (Fausto, 2006, p.110). Consta em Jambeiro (2004) que durante a II Guerra Mundial o Brasil não tinha de quem importar produtos industrializados e passou a fabricá-los e exportá-los para os Estados Unidos da América, Europa e África, e pela primeira vez, possuía valores a receber destes países. Fato que colaborou para o aumento do custo de vida, alta taxa de desemprego e instabilidade econômica no Brasil. Para Fausto (2006) o Brasil desenvolveu-se economicamente embora o cenário internacional enfrentasse dificuldades econômicas causadas pela II Guerra Mundial. Os produtos exportados tiveram os preços elevados, conseqüentemente a importação diminuiu consideravelmente gerando um quadro inflacionário.

De acordo com Jambeiro (2004) o Brasil declarou-se neutro durante a II Guerra Mundial alegando não ter interesses econômicos com os países em Guerra. Após a França ser invadida pela Alemanha, o Governo brasileiro proibiu, através do Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, falar sobre democracia em qualquer lugar, aderindo abertamente ao nazifascista, além de perseguir os comunistas no Brasil. Em 1942 a população pediu a Getúlio Vargas uma posição na Guerra, pois a Alemanha havia afundado 18 navios na costa brasileira. Segundo Fausto (2006) nesta ocasião foram mortas 610 pessoas, auxiliando a decisão do Presidente brasileiro no rompimento com os países do eixo (Alemanha, Itália e Japão) e favorecendo a aproximação com os Estados Unidos da América. Relata Jambeiro (2004) que os Estados Unidos da América em 1941 haviam pressionado o Brasil para ser seu aliado. O Brasil entrou na Guerra em 1943 e em 1944 enviou a primeira tropa com 25 mil homens da Força Expedicionária Brasileira – FEB a Itália, comandada por Mascarenhas de Moraes, consolidando a relação de cooperação entre brasileiros e americanos. Segundo Fausto (2006)

o Presidente Getúlio Vargas tinha como propósito reforçar o prestígio junto aos brasileiros e conquistar uma cadeira de participação na Organização das Nações Unidas – ONU no pós Guerra, para isto, o Presidente fazia uma intensa propaganda para promover o governo e usava muitas simbologias em torno da FEB. O símbolo que tornou-se mais popular foi da cobra fumando cachimbo, a crítica dizia: “(...) ser mais fácil uma cobra fumar do que os soldados brasileiros terem bom desempenho na guerra”, (Fausto, 2006, p.106). Entre derrotas e vitórias, o frio europeu matou cerca de 460 homens na Itália. A população aguardava ansiosa o desfile de retorno dos militares, conhecidos na época por “pracinhas”.

Para Fausto (2006) os anos de 1942 e 1943 inviabilizaram manter a “democracia-autoritária” devido ao descontentamento populacional com o Regime atual. Segundo Jambeiro (2004) a partir de 1943 começou as críticas ao Estado Novo, por exemplo, o Manifesto Mineiro que pedia a democracia. Este ano também era o limite previsto para a realização do plebiscito, o Presidente Getúlio Vargas pediu a população para realizar a votação após o final da II Guerra Mundial. Outra manifestação ocorreu durante o primeiro Congresso Brasileiro de Escritores em 1945, foi publicado um documento exigindo liberdade integral de expressão, voto universal, direto e secreto. O General Góis Monteiro em 1945 relatou que o Plano Cohen era falso e foi estruturado pelos assessores de Getúlio Vargas, Olimpio Mourão Filho, chefe do Serviço Secreto da Ação Integralista Brasileira – AIB.

O Estado Novo que nasceu em 1937 e terminou em 1945 com o final da II Guerra Mundial, teve o período marcado por fortes repressões à liberdade de pensamento e expressão, censura à imprensa. “No Estado Novo, o poder executivo assumiu o papel de líder e organizador da sociedade e interveio amplamente na política, na economia e na cultura do país”, (JAMBEIRO, 2004, p.105). A ideologia baseou-se no nacionalismo e na defesa do interesse nacional definido pelo Governo Central.

“De fato, entre 1942 e 1945 o Brasil viveu pelo menos duas grandes contradições. A primeira diz respeito à declaração de guerra aos países do Eixo por um presidente que mantinha no país um regime inspirado no modelo fascista que passara a combater. A disseminação de ideais democráticos e as críticas aos regimes fascistas flevaram os brasileiros a questionar a ditadura do Estado Novo e a exigir a redemocratização no Brasil. A segunda, já no fim do período ditatorial, estabeleceu-se quando os mesmos segmentos que reivindicavam fim do Estado Novo e a redemocratização do país lançaram o Movimento Queremista”, (JAMBEIRO, 2004, p.107).

Para Skidmore (2003) o benefício que o Estado Novo trouxe para o Brasil foi o estabelecimento da relação de poder da Esfera Federal com as Estaduais. Na administração de Getúlio Vargas o Estado exerceu função de policial e não de norteador, o regime do Estado Novo tornou-se uma saída autocrática devido a inexperiência política do país. Para Fausto (2006) Getúlio Vargas foi o único civil a presidir o país em um regime ditatorial. Durante o Estado Novo os bens coletivos prevaleciam aos individuais, a ponto de negar os interesses individuais. Este regime continha na fórmula a unificação do país, o desenvolvimento econômico, por isto introduziu um governo técnico acima dos partidos. Um exemplo disto ocorreu em dezembro de 1937 quando Getúlio Vargas queimou as bandeiras dos Estados determinando que o Brasil fosse “verde e amarelo”. “O Estado Novo numa fórmula sintética, pode-se dizer que ele foi, a um tempo autoritário e modernizador”, (Fausto, 2006, p. 91)

### **3. A relação de Getúlio Vargas com o Rádio durante o Estado Novo**

Na década de 30 quando Getúlio Vargas assumiu o poder após a Revolução de 1930, o rádio ainda era uma promessa, um laboratório experimental, em que iniciavam-se testes de segmentação, como programas musicais, de humor, tendo como estreado “Rádio Miscelânea” de Renato Murce. Para Haussen (2001) a industrialização com objetivos nacionalistas coordenada por Getúlio Vargas no período de 1930 a 1945, trouxe a substituição dos produtos importados e a ampliação da intervenção estatal, sendo que:

“Este fato influenciou a radiodifusão através de duas vias: aumento da produção de equipamentos nacionais, e do consumo da produção cultural massiva, iniciado, principalmente depois de 1935”, (HAUSSEN, 2001, p.35).

Com conhecimento da propaganda política feita na Europa e nos Estados Unidos da América, Getúlio Vargas pretendia usar o rádio para produzir um programa Nacional com transmissão simultânea em todo o Brasil, através do Serviço de Publicidade de Imprensa Nacional. Os decretos números 20.047/31 e 21.111/32 determinaram a fiscalização técnica, a distribuição de frequência e a concessão resultando o domínio econômico. Para Jambeiro (2004) esse foi um dos motivos que levou a Roquete Pinto a doar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro PRA-2 para o Ministério da Educação.

De acordo com Calabre (2004) durante o período do Estado Novo (1937 - 1945) Getúlio Vargas usou o rádio para promover o governo. No qual, o Governo elaborou uma sequência de atitudes que censurou e afetou o rádio. Entre as medidas utilizadas estão: a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, o desenvolvimento de um programa Nacional e a aquisição de algumas emissoras, destacando a Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

#### **3.1. O Rádio e o Estado Novo**

Através de vários decretos o Presidente Getúlio Vargas determinou as regras para a imprensa, segundo Calabre (2004) o governo criou o primeiro Departamento Oficial de Propaganda – DOP, que se tornou responsável pelo programa de rádio antecessor da “Hora do Brasil”. Logo em seguida ao DOP passou a ser substituído pelo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural – DPDC que tinha como responsável Lourival Fontes que instituiu o programa conhecido até hoje como “A Voz do Brasil”. Mas as mudanças de nome dos departamentos de censura continuavam, em 1939 entrou em vigor o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP. Segundo Perosa (1995), os reais objetivos do DIP eram:

“centralizar, coordenar, orientar e superintender a propaganda Nacional interna ou externa e servir permanentemente como elemento auxiliar de informação dos ministérios e entidades públicas e privadas na parte que interessa a propaganda Nacional” (Perosa, 1995, p. 34).

Segundo Jambeiro (2004) o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP criado através do Decreto número 1.915 em 27 de dezembro de 1939 controlava as comunicações, a cultura e as artes em todo o país e era “(...) um serviço de informação e contra-informação cuja principal missão era fazer a propaganda do regime, interna e externamente”, (JAMBEIRO, 2004, p.113).

O DIP auxiliou a construir a imagem de Getulio Vargas relacionada a um político defensor dos direitos nacionais. Ajudou a desenvolver o populismo, ao construir uma opinião pública hegemônica. O departamento de Imprensa possuía amplos poderes, inclusive controlava emissoras que resistiam a transmissão do Programa Nacional, denominado pelo autor como “culto à personalidade do presidente”, (JAMBEIRO, 2004, p.114).

O DIP estava organizado em cinco divisões: 1) Divisão de Divulgação: com o objetivo de proibir publicação contra a ideologia do regime, por exemplo, livros; 2) Divisão de Radiodifusão: encarregado de produzir a “Hora do Brasil”, censurar programas radiofônicos, e letras musicais antes de irem ao ar; 3) Divisão de Cinema e Teatro: os filmes autorizados possuíam um selo de certificação, além de censurar peças teatrais ou musicais, estandes carnavalescos, atividades esportivas e recreativas; 4) Divisão de Imprensa: autorizava previamente a publicação de periódicos e censurava a imprensa; 5) Divisão de Turismo: usado pelo Estado para solidificar a ideologia do Estado Novo e a imagem de um Presidente democrata “pai de todos”. E entre os serviços do DIP estavam: Serviços de Comunicação, de Contabilidade e tesouraria, material, filmoteca, biblioteca e discoteca deste modo “o estreito controle da mídia no Brasil de Vargas era centrado na questão ideológica, especialmente no que se referisse à imagem pública do Estado”, (JAMBEIRO, 2004, p.116).

No Decreto número 4.701 de 12 de setembro de 1942, o governo volta a controlar o comércio de aparelhos de rádio, transmissores e receptores, no qual os indivíduos estavam proibidos de vender, trocar ou doar os aparelhos para alemães, italianos e japoneses, podendo serem detidos por até cinco meses, rompendo assim o comércio com estes países. Esta atitude do Presidente Getúlio Vargas ocorreu devido ao rompimento com os países do eixo ao apoiar os Estados Unidos da América durante a II Guerra Mundial.

De acordo com Jambeiro (2004) os objetivos educacionais do rádio estavam

diretamente ligados a ideologia governamental. Para Moreira, Saroldi (2005) os objetivos educativos se contradizem com os objetivos de uma emissora popular, mas Getúlio Vargas e Roquette Pinto acreditavam no potencial educativo da rádio, pois todos os brasileiros poderiam ter acesso, e ainda, “Getúlio Vargas, Roquette Pinto (...) acreditavam na missão humanista de preparar as massas para a ascensão social por via pacífica” (Moreira, Saroldi, 2005, p.49). Segundo Jambeiro (2004) o controle e a fiscalização da radiodifusão no Brasil são realizados através do Poder Executivo que começou com Getúlio Vargas em 1937 e continua até os dias de hoje.

Para Fausto (2006) o Estado Novo era complexo e contraditório, pois ao mesmo tempo em que atraía intelectuais, permitia a expansão artística, promovia a censura e utilizava a cultura como instrumento de legitimação do regime. Os valores destacados nesta ditadura, como o nacionalismo e a valorização do trabalho, foram promovidas desde textos impressos até a composição de música popular.

### **3.2. A Hora do Brasil**

Segundo Perosa (1995) em 22 de julho de 1935 às 19 horas entrou no ar o programa nacional mais antigo do rádio brasileiro, a “Hora do Brasil” e conhecido hoje como “A Voz do Brasil”. Inicialmente a irradiação do programa era restrito a Capital do país, Rio de Janeiro, iniciava com um trecho da opera “O Guarani” na seqüência o locutor carioca Luiz Jatobá o conduzia. O Presidente Getúlio Vargas determinou a obrigatoriedade da transmissão a partir de janeiro de 1938 em todas as emissoras do país no horário das 19 horas as 20 horas, ou seja, tinha duração de uma hora. Este programa tinha como objetivo divulgar as ações do Governo Federal, sob o comando do mesmo. Com o intuito de atrair audiência contava com a participação de artistas, conquistando popularidade nas cidades interioranas, pois a população reunia-se nas praças para escutar o programa.

Segundo Ortriwano (1985) o primeiro a perceber o potencial político do rádio e usá-lo a em benefício do governo foi o próprio Presidente Getúlio Vargas, ao obrigar a veicular em todas as emissoras do país o Programa Nacional, uma vez que segundo Dória:

“Ele governou castrando as oposições e manipulando – com eficácia, em termos de prestígio popular –, um consistente aparelho de propaganda política, notadamente na construção da figura carismática “pai dos pobres”. (Dória, 2008, p.94).

De acordo com Jambeiro (2004) Getúlio Vargas espelhou-se no americano Franklin Roosevelt, que usava as técnicas das agências de publicidade, (como edição, locução e distribuição), para tornar a propaganda mais atrativa.

“Foi nessa escola que Roosevelt foi educado e aprendeu que o que é dito no rádio vale mais pelas qualidades sensíveis da elocução da voz do que pelo conteúdo do que é comunicado (SEVCENKO, *apud* JAMBEIRO, 2004, p.112).

Para Perosa (1995) “A voz do Brasil” foi usada como uma estratégia de política de comunicação durante o Governo Getulista, além de ter considerado a produção do programa como autoritário por estar ligado ao Estado Novo (1937 - 1945) e principalmente por ser usado para divulgar políticas e ideologias do regime. Na época, os repórteres recebiam ordens do chefe de redação para não perguntarem apenas registrarem o fato passivamente, ou seja, em “reforçar a palavra oficial”. Para Dória essa propaganda durante o Estado Novo conservou a imagem do Presidente como “pai dos pobres”, aumentando a simpatia do ditador no pólo industrial do eixo Rio de Janeiro-São Paulo, conquistando o apoio da população sem sofrer desgastes pela crítica da oposição. “(...) Getúlio foi beneficiado por uma especialíssima exposição através da mídia.”, (Dória, 2008, p.97).

Para Jambeiro (2004) foi no governo do Estado Novo que surgiu a preocupação com a imagem do Presidente, no qual passou a propagar as benfeitorias do governo. Antes de existir a propaganda institucional, os políticos usavam os jornais impressos e pressões sobre os líderes políticos. O grande responsável pela disseminação da ideologia do Estado Novo foi o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, através da censura e dos veículos de comunicação; a Rádio Nacional; o Jornal da Manhã e a Revista Cultura Política. O rádio foi o veículo mais utilizado e responsável por conquistar a aprovação da população e manter a ditadura Vargas durante oito anos. Já para Fausto (2006) os principais instrumentos de divulgação das virtudes do Presidente e glórias do Estado novo foram o cinema e o rádio.

### **3.3. Emissora Estatal**

O governo desfrutava de algumas emissoras estatais, como a Rádio Nacional – PRE-8, incorporada ao Patrimônio da União, em 8 de março de 1940, através do Decreto número 2.073 “eram consideradas relevantes para a utilidade pública e para o interesse do país”, (JAMBEIRO, 2004, p.109). Então, a Rádio Nacional passou a ser emissora modelo na América Latina, a retransmissora oficial da ideologia do Estado Novo, e responsável por

promover a integração Nacional de Norte a Sul. O Diretor Gilberto de Andrade dispunha de grande auxílio de verbas governamentais, o que possibilitou manter na rádio o melhor elenco e programação da época. “Os homens do DIP foram hábeis em evitar que a Rádio Nacional se tornasse um veículo monótono de propaganda oficial, associando ao aspecto propagandístico à diversão”, (Fausto, 2006, p.125). Segundo Jambeiro (2004) Getúlio Vargas promovia concursos musicais na Rádio Nacional, o público elegia os astros, e o DIP apurava o resultado e exibia na “Hora do Brasil”.

Inicialmente o Rádio tornou-se uma empresa industrial-comercial de informações, disseminando idéias, opiniões, massificando produtos que circulavam apenas na elite da sociedade brasileira. A radiodifusão teve um crescimento considerável durante o Estado Novo devido a utilidade para as propagandas do regime e controle da população através da censura da informação e da contra-informação. O consumo crescente em todo o país expandiu o número de emissoras, a programação passou ser de entretenimento, com radionovelas, humor, etc. De acordo com Jambeiro (2004) de 1937 a 1945 o número de emissoras aumentou no país, de 36 estações em 1937 para 111 em 1940.

### **3.3.1. Bastidores da Rádio Nacional**

Em Calabre (2004) e Moreira, Saroldi (2005), é possível conhecer um pouco mais sobre os bastidores desta emissora estatal que auxiliou o governo de Getúlio Vargas. Segundo Calabre (2004), a Sociedade Civil Brasileira Rádio Nacional pertencia ao mesmo grupo do jornal *A Noite*, das revistas *Carioca*, *A Noite Ilustrada* e *Vamos Ler*, e editora *S.A. Rio Editora*. A recepção em outros Estados e até em outros países tornou-se viável por equipamentos de última geração, possuindo um alcance mais abrangente. Desde a inauguração aspirava ser a melhor emissora do país, inicialmente contratou os melhores astros das rádios concorrentes.

Federico (1982) evidencia oito divisões: de programação, administrativa, musical, secretaria e contencioso, de rádiojornalismo, de rádio teatro, de publicidade e técnica. Para Murce (1976) a Rádio Nacional foi considerada um modelo de emissora para o Brasil e América Latina. De acordo com Lopes (1970) a programação é tudo o que a emissora tem para oferecer ao ouvinte, e para atrair audiência deve preparar um programa de acordo com o público alvo.

Entre os programas de maior audiência na emissora destacavam-se os musicais, as

radionovelas e o *Repórter Esso* que será exibido em um subcapítulo devido a importância que teve perante a população. Em Moreira, Saroldi (2005), consta que no início dos anos 40 o arquivo musical da Rádio Nacional envolvia 10 funcionários. O acervo era considerado valioso, e os artistas ficavam proibidos de levar cópia das orquestrações da rádio quando viajassem pelo Brasil. Os profissionais da música conseguiram encontrar o equilíbrio entre a tradição e a modernidade sem deturpar a música, conseguindo trabalhar dentro das regras do Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP.

Em Calabre (2004) o rádio teatro possuía maior destaque de projeção junto ao público, envolvia grande variedade de profissionais, pois precisava desenvolver efeitos sonoros, para auxiliar a criação imaginária, já que não dispunha de imagem. O rádio teatro popularizou-se quando surgiu a radionovela, uma seqüência de capítulos. A primeira radionovela foi “Em busca da felicidade”, do cubano Leandro Blanco adaptado por Gilberto Martins e patrocinado pela Colgate, transmitida às 10 horas da manhã, horário escolhido por pouca audiência e comerciais, a estréia aconteceu em 5 de junho de 1941, permanecendo no ar até maio de 1943. Federico (1982) complementa ao referir-se como o primeiro merchandising no Rádio brasileiro. Em Moreira, Saroldi (2005), entre 1943 e 1945 foram irradiadas 116 novelas. Segundo Calabre (2004), na década de 40 e início dos anos 50, as radionovelas eram apresentadas em todos os turnos de segunda a sábado, algumas emissoras tinham no ar seis novelas diárias. Para Moreira, Saroldi (2005) em 1950 passaram ser cobrados ingressos para os programas de auditório, devido ao aumento do número de frequentadores e a agitação ao ver os ídolos.

### **3.3.2. Repórter Esso**

Um programa jornalístico que informava apenas sobre os acontecimentos da II Guerra Mundial, devido a censura instituída no Brasil, conseguiu prender a atenção do ouvinte. De acordo com Calabre (2004), no começo os jornais radiofônicos limitavam-se a ler e comentar as notícias publicadas nos jornais, denominada “jornais falados”. Para transmitir as notícias instantaneamente as emissoras filiam-se a agências de notícias nacionais e internacionais. Moreira, Saroldi (2005), conta que foi desenvolvido especialmente para o rádio um programa de notícias, *Repórter Esso*, que entrou no ar em 28 de agosto de 1941, mesmo dia em que o Brasil uniu-se aos Estados Unidos da América para combater a Alemanha na II Guerra Mundial. Salienta Calabre (2004) que a Rádio Nacional gravava os programas e distribuía

para outras emissoras no interior do país. A rádio tornou-se uma poderosa fonte de informação, as notícias chegam mais rápido que o jornal impresso, na época era possível acompanhar as notícias da II Guerra Mundial e distrair-se com a programação local. “A grande estrela dos noticiários radiofônicos foi o *Repórter Esso*, considerado o precursor dos jornais contemporâneos que se apresentam como imparciais, objetivos, altamente informativos e modernos”, (Calabre, 2004, p.43). O estilo do noticiário serviu como modelo para as emissoras de rádio e televisão. Para Klöckner (2008) além de redirecionar o radiojornalismo no Brasil, o rádio influenciou as disputas políticas e culturais, inovando o estilo de fazer radiojornalismo, transmitindo as informações pontualmente no horário, com textos curtos e diretos.

Segundo Klöckner (2008) além de reestruturar a forma de transmitir notícias e fazer propaganda, o *Repórter Esso* também fora responsável pela globalização, ou seja, pela difusão de produtos e um novo estilo de vida. O *Repórter Esso*, seguia os padrões estabelecidos pelas diretrizes da política oficial, existindo censura para notícias nacionais, passando a ser irradiadas informações sobre a II Guerra Mundial. Contratado pela Standart Oil, a MC Cann-Erickson produzia o *Repórter Esso* dentro dos padrões norte-americano, usando material da agência de notícias United Press International – UPI.

O primeiro locutor no Brasil foi Romeu Fernandes e depois Heron Domingues, que ficou no posto até 1960. Em 1944 a Rádio Nacional transmite em ondas curtas o programa, garantindo o maior número de ouvintes em todo o país. As famílias passaram ajustar os relógios de casa conforme o *Repórter Esso*, para não perderem as quatro edições diárias de 5 minutos. “As notícias somente eram consideradas confiáveis se transmitidas pela “testemunha ocular da história””, (Calabre, 2004, p.45). Um exemplo citado por Klöckner (2008) foi quando a Rádio Tupi antecipa-se e transmite a informação que a II Guerra Mundial terminou, os ouvintes vão até a Praça Mauá reclamar, pois o *Repórter Esso* é sempre “o primeiro a dar as últimas”, Heron Domingues entra no ar e informa que a Guerra ainda não havia terminado, pois não poderia perder a credibilidade conquistada junto a população. Dias depois recebe o telegrama da agência de notícias United Press Associations – UPA, e informa a população que a Guerra chegou ao fim. Moreira, Saroldi (2005), evidenciam os slogan que marcaram o programa, “o primeiro a dar as últimas”, e “testemunha ocular da história”. Para Calabre (2004) o programa foi responsável por desenvolver o hábito de ouvir o noticiário e de manter-se informado.

## CONCLUSÃO

Desde o início da carreira política na esfera Federal, Getúlio Vargas dedicou uma atenção especial ao Rádio, tornando a relação mais intensa durante o Estado Novo. Neste período de 1937 a 1945 incentivou a expansão das emissoras de rádio no Brasil, quase triplicando o número destas, devido a utilidade do veículo de comunicação para a divulgação do regime e controle da opinião pública. Ao mesmo tempo através de diversos Decretos aumentou o grau de censura, para não correr o risco de ter a imagem degradada, evitando desta forma que as críticas da política governamental que desempenhava tornassem uma ameaça. Até o programa jornalístico que atraía maior audiência sofreu com esta censura, pois o *Repórter Esso* poderia informar a população brasileira sobre os acontecimentos da II Guerra Mundial ficando proibido de noticiar acontecimentos internos do Brasil, principalmente se estivesse relacionado com a política.

Para auxiliar na construção e conservação de uma imagem positiva o Presidente Getúlio Vargas desenvolveu o Programa Nacional, conhecido hoje como “A Hora do Brasil”, produzido pelo Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, no qual, pretendia que a população tomasse conhecimento das obras do governo, tornando-o conhecido popularmente como: “o pai dos pobres”.

O Presidente Getúlio Vargas considerava um investimento importante para o Brasil a aquisição de emissoras estatais. Realizando vários investimentos tanto na parte técnica quanto na profissionalização dos funcionários destas emissoras. Um exemplo foi a Rádio Nacional, emissora estatal que serviu de modelo na América Latina, pois os equipamentos de última geração permitiam a captação em todo o Brasil e até no Exterior. Transformando-se assim em um veículo oficial da divulgação do Estado Novo, embora mantivesse uma programação popular. Getúlio Vargas administrou o Brasil em um regime ditatorial e nacionalista, em que esteve sempre preocupado com o desenvolvimento industrial do país e principalmente com sua imagem perante a população.

Em suma, durante o Estado Novo o Presidente Getúlio Vargas visualizou a possibilidade de usar o rádio como um instrumento político, pois o veículo poderia estar presente em todas as regiões do Brasil, facilitando assim a comunicação entre ele e a população. Para tornar este ideal viável facilitou a autorização das concessões de rádio ampliando o número de emissoras no país e adquiriu a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Emissora esta que devido as verbas governamentais adquiriu equipamentos de última geração conquistando o maior alcance, tornando possível a captação do sinal em todo o Brasil e em

países da América Latina, como a Argentina. Além da Emissora Estatal o Presidente determinou outras medidas para criar e manter uma imagem positiva perante os eleitores envolvendo o Rádio. Entre elas, a implantação do Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, com a finalidade determinar as normas e fiscalizar os veículos de comunicação. E a “Voz do Brasil” que tinha como objetivo informar a população das benfeitorias do Governo, o programa era transmitido em todas as emissoras do país simultaneamente e obrigatório das 19 horas às 20 horas, horário considerado nobre no rádio.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, José Américo de; VARGAS, Getúlio. **DECRETO N. 21.111 – DE 1 DE MARÇO DE 1932**. Disponível em:

[http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=21111&tipo\\_norma=DEC&data=19320301&link=s](http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=21111&tipo_norma=DEC&data=19320301&link=s) , acesso em: 25/05/2012

ANGELI, Larissa Martini. **Radialistas Políticos: uma análise do desempenho eleitoral dos comunicadores de rádio na Assembleia Legislativa do Paraná (1986-2006)**. Curitiba, 2011. Disponível em:

[http://www.humanas.ufpr.br/portal/cienciapolitica/files/2011/08/Disser\\_LarissaAngeli\\_RadialistasPoliticicos.pdf](http://www.humanas.ufpr.br/portal/cienciapolitica/files/2011/08/Disser_LarissaAngeli_RadialistasPoliticicos.pdf), acesso em: 20/03/2012.

CABRAL, Sérgio. **No tempo de Almirante: uma história do rádio e da MPB**. Rio de Janeiro, Francisco Alves Editora, 1990.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2ª edição, 2004.

DÓRIA, Pedro Ricardo. **Getúlio, FHC e Lula: devoção popular e a santíssima trindade**. Curitiba, Juruá, 2008.

FAUSTO, Boris. **Getúlio Vargas: o poder e o sorriso**. São Paulo, Companhia das Letras, 2006.

FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. **História da comunicação: rádio e TV no Brasil**. Petrópolis, RJ, Vozes, 1982.

FERRARETO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre, Sagra Luizzatto, 2000.

FIORE, Quentin; MCLUHAN, Marshall. **O meio são as Massa-Gens**. Rio de Janeiro, Record, 1969.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política: tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=nAP4lBo1InYC&oi=fnd&pg=PA11&dq=radio+e+politica+no+brasil&ots=DqoP-Nsi-e&sig=bEfOeMyoJm6V3yaB4mLqCMBlaeI#v=onepage&q=radio%20e%20politica%20no%20brasil&f=false> , acesso em: 20/04/2012.

JAMBEIRO, Othon, *et al.* **Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação**. Salvador, EDUFBA, 2004. Disponível em: <http://books.scielo.org> , acesso em 13/04/2012.

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história**. Porto Alegre, EDIPUC, 2008. Disponível em:

[http://books.google.com.br/books?id=KNtbeENCsK0C&pg=PA259&dq=reporter+esso&hl=pt-BR&ei=20mcT-SjPIOg8gTQ05H-Dg&sa=X&oi=book\\_result&ct=book\\_thumbnail&resnum=1&ved=0CDIQ6wEwAA#v=onepage&q=reporter%20esso&f=false](http://books.google.com.br/books?id=KNtbeENCsK0C&pg=PA259&dq=reporter+esso&hl=pt-BR&ei=20mcT-SjPIOg8gTQ05H-Dg&sa=X&oi=book_result&ct=book_thumbnail&resnum=1&ved=0CDIQ6wEwAA#v=onepage&q=reporter%20esso&f=false)  
 acesso em: 03/05/2012.

LIMA, Luiz Costa. **Teoria cultura de massa**. São Paulo, 8ª edição, Paz e Terra, 2011.

LOPES, Saint-Clair da Cunha. **Comunicação-rádiodifusão hoje**. Rio de Janeiro, Temario, 1970.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo, Summus, 2001.

MOREIRA, Sônia Virgínia; SAROLDI, Luiz Carlos. **Rádio Nacional: o Brasil em sintonia**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2005.

NUNES, Márcia Vidal. **As Rádios Comunitárias nas campanhas eleitorais: exercício da cidadania ou instrumentalização (1998-2000)**. Revista de Sociologia e Política Nº 22: 59-76 JUN. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/n22/n22a06.pdf>, acesso em: 05/03/2012.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo, Summus, 1985.

PEDRAZZANI, Lourival Palitto. **Tudo sobre o rádio**. Curitiba, PR, Editora Centro de Treinamento da Voz: Escola de Rádio, 2010.

PEROSA, Lílian Maria Farias de Lima. **A hora do Clique: análise do programa de rádio “Voz do Brasil” da Velha à Nova República**. São Paulo, Annablume: ECA-USP, 1995. Disponível em: [http://books.google.com.br/books?id=6YEhriJqqRcC&printsec=frontcover&dq=a+hora+do+clique&hl=pt-BR&ei=\\_goyTreVBsG5Tgfk\\_rD3DA&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&sqi=2&ved=0CC0Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.br/books?id=6YEhriJqqRcC&printsec=frontcover&dq=a+hora+do+clique&hl=pt-BR&ei=_goyTreVBsG5Tgfk_rD3DA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&sqi=2&ved=0CC0Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false) , acesso em: 20/05/2012.

SEVCENKO, Nicolau. **A capital irradiante: técnica, ritmo e ritos do Rio. História da vida privada no Brasil**. São Paulo, Cia. das Letras, 1998. In: JAMBEIRO, Othon, *et al.* **Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação**. Salvador, EDUFBA, 2004. Disponível em: <http://books.scielo.org> , acesso em 13/04/2012.

SKIDMORE, Thomas. **Brasil de Getúlio a Castro (1930-1964)**. Tradução: Ismenia Tunes. São Paulo, Paz e Terra, 13 edição, 2003.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo, 2<sup>a</sup> edição, Editora Harbra Ltda, 1999.