

Rádio e o Jornalismo de Poder

A Contribuição do Rádio na Disseminação de Ideologias no Período entre Guerras ¹

Desia Senhorinha Cabral de Souza PINTO²

Márcio de Oliveira GUERRA³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

Este artigo tem o objetivo de analisar como a imprensa, em especial o rádio, desempenha e influencia nos processos de construção e concentração de poder. Para isso, o trabalho faz um apanhado geral sobre as relações entre comunicação e poder no mundo e, no Brasil, analisa a Era Vargas, que teve a comunicação controlada pelo Estado como forma de consolidação da imagem do ditador. Época também em que foram instituídas a Rádio Nacional e o programas A Voz do Brasil.

Palavras-chave: rádio; Era Vargas; poder; história .

Introdução

A história da humanidade é permeada pela atuação de líderes, em seus mais diversos contextos e funções. As relações de poder são construídas pelas ideologias iminentes às épocas e necessidades sociais. Considerando que as relações de comunicação são, “sempre, relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes (ou pelas instituições) envolvidos nessas relações” (BORDIEU, 2002, pg. 11), podemos considerar que cabe à imprensa contar, descrever, divulgar e/ou estimular tais relações que culminem na concentração de poder em uma esfera ou outra.

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídias Sonoras do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Apresentadora e repórter da Rádio Itatiaia, em Juiz de Fora (MG). Mestranda do programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Especialista em “Globalização, Mídia e Cidadania” (UFJF). Graduada em Comunicação Social (UFJF). Como docente, atuou no curso de Publicidade e Propaganda e no curso superior de Tecnologia e Marketing da FACSUM / UNIP (Faculdade do Sudeste Mineiro) e no curso técnico em Contabilidade, oferecido pelo PRONATEC, pela Escola Estadual Presidente Costa e Silva. Possui experiência em assessoria de comunicação em órgãos público, cultural e empresarial. email: desiasouza@gmail.com

³ Doutor em Comunicação pela UFRJ, pós-doutorando em Comunicação na UERJ; coordenador do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Esporte e Cultura da UFJF; Professor Associado IV da UFJF, Diretor da Produtora de Multimeios e Rádio Facom email: marcio.guerra@ufjf.edu.br

A relação implícita e difusa do poder se faz presente na análise de Foucault (2012) que, ao não tomar o poder como fenômeno de dominação maciço e homogêneo de um indivíduo sobre o outro, defende:

(o poder) não é algo que se possa dividir entre aqueles que o possuem e o detém exclusivamente e aqueles que não o possuem e lhe são submetidos. O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia. (...) O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas, os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer esse poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre centros de transmissão. (...) o indivíduo não é o outro do poder: é um dos seus primeiros efeitos. O indivíduo é um efeito de poder e, simultaneamente, ou pelo próprio fato de ser um efeito, seu centro de transmissão. O poder passa através do indivíduo que ele constituiu. (FOUCAULT, 2012, pg. 284 – 285).

Analisando o histórico do rádio no Brasil, a primeira transmissão de que se tem notícia data do dia sete de setembro de 1922 durante o centenário da Independência, no alto do Corcovado no Rio de Janeiro. A *Westinghouse International Company* foi convidada, pela Repartição Geral dos Telégrafos, a fazer uma demonstração pública de radiodifusão sonora. Neste dia foram distribuídos 81 receptores a autoridades civis e militares permitindo que as transmissões fossem acompanhadas em diversos pontos. Tal evento despertou o interesse de Roquette Pinto, que menos de um ano depois fundou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Nascia assim a primeira emissora regular do Brasil, em 1923. “Seu discurso na inauguração da rádio anunciava a chegada de um meio de comunicação que teria o poder de transformar o homem”. (GUERRA, 2012, pg. 22).

Todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão livremente o conforto moral da ciência e da arte, a paz será realidade entre as nações. Tudo isso há de ser o milagre das ondas misteriosas que transportam no espaço, silenciosamente, as harmonias. Que meio para transformar um homem em poucos minutos, se o empregarmos com alma e coração. (SAMPAIO, 2004, pg. 116 *apud* GUERRA, 2012, pg. 22).

Na década de 20, no entanto, o rádio ainda não era considerado um veículo de massa. Na época, o sustento das emissoras se dava por meio do pagamento de mensalidades dos poucos ouvintes que possuíam, além dos raros anúncios. O rádio passa a ter valor comercial a partir da década de 30, com a regulamentação da publicidade, que permitiu o surgimento

de emissoras em vários estados brasileiros. É também na época que começam a aparecer as primeiras tentativas de transmissão da informação. Impulsionadas pela industrialização, as empresas de diversos setores descobrem o poder do rádio como mídia, e este passa a ser eficaz não só no estímulo do consumo, mas também das ideologias políticas.

No período em que o mundo vivia os impactos sofridos pelo fim da Primeira Guerra Mundial e pela eminência da Segunda Guerra, o meio de comunicação foi de grande valia para estabelecer ideologias como o nazifascismo na Europa e a Era Vargas no Brasil.

Este artigo tem o objetivo de analisar como a imprensa, em especial o rádio, desempenha esse papel de indicar ou construir o processo de concentração de poder. O trabalho faz um apanhado geral sobre as relações entre comunicação e poder no mundo e, no Brasil, analisa a Era Vargas, quando foram instituídas emissoras como a Rádio Nacional e programas como a Voz do Brasil.

1 – Controle da Informação e Rádio como forma de Propaganda Política no Mundo

A informação, transformada em notícia e veiculada de maneira pertinente, foi, ao longo da história, uma das principais armas para a afirmação de diversos regimes e ideologias. Joseph Goebbels, nos anos 30, era categórico ao afirmar que a notícia se constituía em uma grande arma de guerra. No livro *Mein Kampf*, Adolf Hitler sugeria:

A verdade tem de ser adaptada para ajustar-se à necessidade e a propaganda é um meio utilizado para fazer alguém aceitar um princípio, uma teoria, uma doutrina através das emoções. Os propagandistas apelam não para a razão, mas sempre para a emoção e para o instinto. O objetivo da propaganda não é tentar julgar os direitos conflitantes, dando a cada um o que merece, e sim salientar exclusivamente o que estamos defendendo. (KLÖCKNER, 2004, pg. 09)

Como parte da propaganda, a notícia seria influenciada por estes princípios em vários países do mundo, em especial nas épocas de conflito. Na Primeira Guerra, por exemplo, os Estados Unidos criaram o *Committee on Public Information*. Ligado diretamente à presidência, o órgão tinha o objetivo de vender a guerra aos norte-americanos, além de funcionar como serviço de censura: os jornalistas eram proibidos de fazer críticas à política governamental. O processo se repetiu, de forma mais branda, na Segunda Guerra e voltou nos conflitos mais recentes, como na intervenção dos *marines* na Ilha de Granada; na Guerra do Vietnã; e nas Guerras do Golfo e do Iraque.

Não só os EUA, mas também outros países, fundam organismos com o objetivo de fazer propaganda e controlar a informação, durante e depois da Primeira Guerra. Na França, o *Maison de la presse*; na Grã-Bretanha, o *Empire Marketing Board*; na Alemanha, o Escritório de Notícias. Matérias em jornais, filmes-documentários, emissões radiofônicas intercontinentais e outras ações procuravam tornar públicos os atos do governo, atraindo, desta forma, a simpatia dos públicos interno e externo.

O rádio, que inicialmente teve uso militar para auxiliar em operações navais, passa a ter uso governamental já na década de 20. O presidente dos EUA, *Calvin Coolidge*, fez um discurso transmitido por seis emissoras em 1923. Dois anos mais tarde, um novo discurso foi transmitido por 20 emissoras. As eleições de 1928 foram acompanhadas por 600 emissoras. Em 1925, havia 5,5 milhões de aparelhos em uso nos Estados Unidos, praticamente metade do total mundial.

Na Europa, Hitler e Mussolini usavam o rádio para fazer propaganda. Em 1933, a executiva da BBC, Hilda Matheson, declarou que “o rádio é um importante agente de propaganda, o mais poderoso que o mundo já conheceu”. (DEUS, 2005, pg.28).

Mas, a utilização mais efetiva de que se tem notícia, foi na Alemanha. O rádio foi o principal meio de difusão da propaganda nazista, sendo que o pronunciamento de Hitler quase representava uma batalha vencida. O *führer* só avançou em sua ação, a partir do momento em que conseguiu dominar os microfones.

Em *Minha Luta*, Hitler reconhece que o rádio é uma arma terrível nas mãos de quem dele fizer uso. Goebbels utilizava o rádio para fazer propaganda, já em 1934, quando foi o mentor de uma campanha radiofônica para reincorporar à Alemanha o território de Sarre. Para cumprir o que pretendia, ou seja, incorporar o território à Alemanha, Goebbels organizou uma central de cobertura radiofônica para realizar as transmissões e distribuiu receptores baratos na região da disputa. Como o resultado foi um sucesso, o nazismo entendeu que, efetivamente, o rádio era um aliado. (DEUS, 2005, p. 28) (Grifo do autor)

E, como foi no mundo, no Brasil não seria diferente. O rádio se fortaleceu em um momento de mudança nos contextos político e econômico, conforme será tratado no capítulo a seguir.

2- A Era Vargas e a Ditadura da Informação no Brasil:

No Brasil, a Era Vargas é um caso clássico do uso da imprensa e da propaganda pessoal, em um período de conflito. O contexto econômico do início dos anos 30 figurava um país que mudava seu meio de produção para fugir da crise gerada em todo mundo pela quebra da Bolsa de Valores de Nova Iorque, acompanhado por um contexto político do golpe do Estado Novo, dando fim ao coronelismo que concentrava o poder entre Minas e São Paulo e, ao mesmo tempo, concentrava a esperança do período de guerra na imagem de um líder em ascensão: Getúlio Vargas. A propaganda e o investimento pesado na imagem de Getúlio Vargas foram, sem dúvida, indispensáveis no processo de afirmação do mito Vargas. E para garantir sua afirmação, o presidente, seguindo os passos de vários líderes mundiais, investiu pesado em propaganda.

O processo de autodivulgação teve início em 1931, quando foi criado o Departamento Oficial de Publicidade (DOP). Sua função era difundir os informes do governo por meio das rádios. Em 1934, o órgão foi substituído pelo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), que passou a ser subordinado ao Ministério da Justiça e chefiado pelo jornalista sergipano Lourival Fontes, um dos principais ideólogos do governo Vargas. O jornalista não escondia sua simpatia pelos regimes fascistas europeus e era conhecido no Brasil como “*Goebbels tupiniquim*”, em referência explícita a Joseph Goebbels, ministro da Propaganda de Hitler.

O processo repressivo passou a ser mais relevante depois do golpe do Estado Novo. Naquela época, Vargas consolidou suas aspirações autoritárias, fechando o Congresso Nacional e outorgando nova Carta Constitucional que cerceava a liberdade de imprensa, atribuindo-lhe função de utilidade pública. A partir de então, Getúlio tornava o controle da opinião mais efetivo, sujeitando jornalistas, escritores e artistas no papel de porta-vozes do regime.

No primeiro ano do Estado Novo, o DPDC foi transformado em Departamento Nacional de Propaganda (DNP), assumindo a incumbência de controlar e censurar todos os meios de comunicação do país. Mas esse era apenas um projeto inicial: foi em 1939, com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que Getúlio Vargas pôde pôr em prática todo seu poder de censura e manipulação. O DIP tinha a função de cuidar de toda a publicidade e propaganda dos órgãos do governo e da administração pública federal, assim como de suas autarquias. Além de fazer propaganda do governo, o departamento também perpetuava a auto-imagem de Vargas e de seu projeto político.

Por todas as suas funções e formas de atuação, o DIP pode ser considerado a antítese do livre pensamento e da livre expressão, já que moldava a cultura brasileira aos propósitos do Estado Novo. E o ideário desta ditadura também era difundido junto às repartições públicas, por meio da distribuição de retratos oficiais do presidente, que deveriam ser fixados em locais visíveis.

O DIP também atingiu as escolas. Eram distribuídas cartilhas cívicas aos estudantes, nas quais a História do Brasil era contada de forma enviesada e a figura de Vargas era pintada como a de um redentor. Devido às cartilhas, o DIP transformou o aniversário de Vargas em efeméride escolar, de maneira que, em centenas de escolas espalhadas pelo Brasil, milhares de crianças rendiam homenagens ao presidente, no dia 19 de abril. Já no controle da opinião pública, o DIP agia de forma efetiva. Em 1942, por exemplo, foi proibida a veiculação de 108 programas de rádio e quase 400 músicas, fosse pelo conteúdo considerado nocivo aos interesses da pátria, fosse por letras de moral dita questionável, sobretudo as marchas de carnaval. Para melhor cumprir o seu papel de censor e propagador do regime, a estrutura do DIP era dividida em cinco partes: a Divisão de Radiodifusão, responsável pelos programas de rádio; a Divisão de Imprensa, que controlava jornais, revistas e livros; a Divisão de Cinema e Teatro, que não só controlava estes meios, mas também dava incentivo a produções voltadas para a exaltação do regime; a Divisão de Turismo, que buscava enaltecer as belezas naturais do país; e a Divisão de Divulgação, responsável pelas publicações oficiais e por controlar e veicular discursos governistas.

Vargas investiu pesadamente em propaganda e, somando seus méritos pessoais, conseguiu afirmar-se como mito junto à sociedade brasileira. A estrutura do DIP consumia grandes quantias e contava com um imenso aparato estatal. Em alguns períodos, por exemplo, o DIP chegou a ser responsável por 60% dos artigos publicados por todo o país.

A bem da verdade, Vargas, apesar de todas as expectativas positivas e negativas, não se constituiu em um líder de massas que pudesse ser comparado a Hitler ou Mussolini (...) ficou conhecido mais pelo seu personalismo e sua admirável capacidade de manipular os adversários do que por aquele traço mais característicos dos líderes de massa do fascismo. Não se formou nas fileiras de um partido político de massas e sua popularidade foi conquistada por meio da manipulação dos instrumentos de propaganda que ele próprio criou junto aos aparelhos do Estado. (DECCA, 2004, pg.20)

Segundo Decca (2004), a ascensão de líderes como Hitler e Mussolini está estreitamente ligada às aspirações e expectativas das massas em um momento histórico em que a

sociedade moderna viveu uma enorme crise de identidade e de confiança no futuro. Estes líderes entraram em cena quando as massas já estavam praticamente jogadas na vala da pobreza e da miséria e tinham a intenção de substituir as elites que viraram as costas para o povo. Desta forma, já em meados da década de 20, muito antes de eclodir a Segunda Guerra Mundial, líderes de massa como Hitler e Mussolini já estavam em plena ascensão na Alemanha e na Itália.

Ao contrário de Vargas, que utilizou a autodivulgação de seus feitos para a afirmação de sua imagem, estes líderes, inicialmente, utilizaram-se da denúncia da corrupção burguesa como uma de suas formas de propagandas mais poderosas. Neste contexto, a criação do DIP foi a forma mais efetiva de personificar a imagem de Vargas por todos os cantos do país. Nas escolas, nas ruas, nas repartições públicas, em todo lugar o presidente se mostrava como o homem que não deixou o Brasil se afundar nos efeitos da crise de 1929.

Em 1938, Vargas se utiliza do mais importante meio de comunicação do país na época para divulgar todas as realizações de seu governo. Além de fazer essa divulgação, o programa “Hora do Brasil”, com transmissão obrigatória em todas as emissoras de rádio instaladas em território nacional, também divulgava programas em que a cultura brasileira e o civismo eram exaltados. Além disso, o programa também abria espaço para a divulgação de comunicados oficiais e campanhas governamentais.

O ministro do trabalho da época, Alexandre Marcondes Filho, utilizou o “Hora do Brasil” para dar palestras semanais, entre 1942 e 1945, nas quais divulgava as inovações trabalhistas de sua gestão. Em 1951, o programa passou a se chamar “A Voz do Brasil” e é o mais antigo em transmissão em todo o país. A comemoração do 1º de maio pode ser considerada um dos exemplos mais emblemáticos do projeto cívico engendrado por Vargas. Com a ajuda de Lourival Fontes e do DIP, o presidente conseguiu fazer da data uma efeméride cívica nacional, já que era uma ocasião em que o “pai dos pobres” se dirigia aos filhos.

Em 1939, no estádio São Januário – na época, o maior do Rio -, Vargas celebrou sua primeira comemoração oficial do Dia do Trabalho, reunindo milhares de pessoas naquela que se consolidaria a marca de seu governo. Ao iniciar seu discurso, Vargas se dirigia à grande massa com o bordão “Trabalhadores do Brasil” e anunciava as benesses que reservava aos seus diletos filhos. A partir de 1944, a comemoração foi transferida para o estádio do Pacaembu, em São Paulo. Dessa forma, seguindo os exemplos de líderes totalitários europeus, Getúlio Vargas promove uma apropriação da data, conferindo-lhe um

caráter oficial muito próximo, porém, do original: tanto quanto o Dia do Trabalho, Vargas também representou um símbolo de resistência ao capitalismo burguês para os trabalhadores brasileiros.

Se de um lado Getúlio Vargas apresentava-se como um herói para os trabalhadores, de outro, sua ditadura era um verdadeiro capataz para a imprensa da época. Em todas as redações dos jornais, a figura do censor do DIP imperava e as matérias tinham que passar por sua leitura antes de serem publicadas. Em algumas publicações o controle era mais efetivo, como foi o caso do jornal “O Estado de São Paulo”, que em março de 1940 foi invadido pela polícia, permanecendo sob intervenção dos censores até o fim do Estado Novo. Também nesta época, jornais como “A Noite” e “A Manhã” chegaram a ser encampados pelo governo, transformando-se em fantoches do regime.

Além do caso do jornal “O Estado de São Paulo”, outro fator conhecido, embora menos citado, é a violência policial em presídios como o de Ilha Grande, contada em “Memórias do Cárcere”, de Graciliano Ramos. Entre 1930 e 1945, a ditadura de Vargas prendeu cerca de 10 mil pessoas por razões políticas. Dentre os vários intelectuais brasileiros que foram levados ao cárcere graças à ação censória do DIP de Lourival Fontes e à truculência da polícia de Filinto Müller podem ser citados o escritor Monteiro Lobato (preso de março a julho de 1941, por criticar o Conselho Nacional do Petróleo); Jorge Amado (que, após ter seus livros tirados de circulação, sofreu seguidas prisões até exilar-se no Uruguai e na Argentina); Carlos Drummond de Andrade (que, em seu livro “A Rosa do Povo”, de 1945, se referiu da seguinte forma ao regime: “Em verdade temos medo. (...) Cheiramos flores de medo. Vestimos panos de medo”).

Além da censura direta e das sugestões de pauta, o DIP também exercia forte controle econômico sobre os veículos, já que, desde 1940, passara a administrar a verba publicitária de importantes órgãos públicos, como o Banco do Brasil. Esta verba era distribuída em forma de anúncios em jornais e revistas simpáticos ao regime. Uma alternativa a mais para o fortalecimento e exaltação do regime foi a ênfase em publicações lançadas pelo próprio DIP. A de maior destaque foi “Cultura Política – Revista Mensal de Estudos Brasileiros”, com colaboradores como Gilberto Freyre, Graciliano Ramos e Nelson Werneck Sodré. O veículo promovia reflexões sobre temas da brasilidade.

O DIP também possuía a Divisão de Cinema e Teatro, que era responsável por revisar os conteúdos dos espetáculos e películas exibidos no Brasil, bem como estimular os projetos de interesse do governo. O cinema, com sua crescente popularidade em fins da década de

30, foi alvo de atenção especial do Departamento. O governo passou a investir na produção de cinejornais, cuja exibição era obrigatória antes do filme principal. Tratava-se de exibir pequenos filmes de caráter jornalístico, com temas girando em torno do culto à imagem de Vargas, ou da divulgação das grandezas do Brasil e de sua gente. Os pequenos filmes também divulgavam os feitos do governo e, muitas vezes, focavam a vida de Getúlio em família, na tentativa de aproximar seu cotidiano ao do povo. Outras vezes, as exibições ficavam por conta da divulgação das obras filantrópicas da primeira dama, Darcy Vargas. Entre 1940 e 1945 foram exibidos em média 90 cinejornais oficiais por ano. A maioria das aparições públicas de Vargas era filmada: elas funcionavam como uma maneira de promover a empatia das massas com seu líder, a todos que pudessem assistir aos filmes.

Com atuação em rádios, jornais, revistas, teatros e cinemas, o DIP foi, sem dúvida, uma das principais armas para afirmar e personificar o mito Getúlio Vargas. Pode-se destacar o órgão de controle como forma efetiva na manipulação das massas e no controle da opinião pública. Tanto é verdade que, mesmo com o fim do Estado Novo e até os dias de hoje, a figura de Getúlio Vargas continua na memória de cada brasileiro, como um dos presidentes mais importantes que o Brasil já teve.

3 - O Rádio e a Era Vargas

No Brasil, quem inaugurou o uso do rádio para a política foi o presidente Epitácio Pessoa, em 1922. Ele discursou para os poucos que possuíam receptores durante as festividades pelos 100 anos da Independência. No entanto, apenas nos anos 30, com Getúlio Vargas, é que o meio passou a representar uma verdadeira arma de governar.

Perosa (1995) afirma que, com as mudanças que ocorriam no Brasil e no mundo, “o rádio se revela como veículo das mudanças nas relações de poder” e “Getúlio foi o grande idealizador do rádio como agente econômico.” Mesmo de maneira precária, Vargas criou formas de concessões de canais de rádio, permitindo o controle de emissoras pelo estado. Além disso, o projeto nacional desenvolvimentista mobilizou as massas trabalhadoras do campo através do rádio.

Em 1937, no dia 01 de maio, o presidente encaminhou mensagem ao Congresso, em que demonstrava a importância que dava ao rádio, ao anunciar a expansão de emissoras no país.

(...) o governo da União procurará entender-se, a propósito, com Estados e Municípios, de modo que mesmo nas pequenas aglomerações, sejam instalados aparelhos radioreceptores, providos de alto-falantes, em

condições de facilitar a todos os brasileiros, sem distinção de sexo nem idade, momentos de educação política e social, informes úteis aos seus negócios e toda a sorte de notícias tendentes a entrelaçar os interesses diversos da nação (...) a iniciativa mais se recomenda quando considerarmos o fato de não existir no Brasil imprensa de divulgação nacional. São diversas e distantes as zonas do interior e a maioria delas dispõe de imprensa própria, veiculando apenas as notícias de caráter regional. À radiotelefonia está reservado o papel de interessar a todos por tudo quanto se passa no Brasil. (HAUSSEN, 2001, pg 40)

No dia 10 de novembro de 1937, Getúlio Vargas utilizou-se do rádio para comunicar à Nação a instalação do Estado Novo e a nova Constituição, conforme observado a seguir:

A utilização do rádio pelos ditadores da época e pelos aspirantes a ditador é algo que já estava no ar. Hitler e Mussolini davam exemplos de como utilizar o novo meio de comunicação para dirigir e controlar a opinião pública. Getúlio valeu-se do rádio e mandou divulgar o ‘Plano Cohen’, em partes e com grande alarde, através da ‘Hora do Brasil’. A maioria do povo brasileiro já estava preparada para absorver e aceitar o golpe concebido por Getúlio, com todas as minúcias políticas e todos os respaldos militares. (MELLO e Souza, 1986, p. 210)

Durante o governo Vargas, criou-se a “Voz do Brasil” pelo departamento de propaganda e difusão cultural, além dos primeiros radiojornais. O programa, que foi batizado primeiramente como “A Hora do Brasil” foi ao ar pela primeira vez em julho de 1935. Dois anos depois, o programa passou a ser obrigatório em todas as emissoras do país, todos os dias úteis, no final da tarde, horário em que todos encontravam-se em suas residências.

O primeiro programa da “Hora do Brasil” foi transmitido da Rádio Guanabara, do Rio de Janeiro, e apresentado pelo locutor Luiz Jatobá, tendo como abertura a ópera “O Guarani”, de Carlos Gomes. Na ocasião, entraram em cadeia oito emissoras brasileiras. Além da prestação de contas das obras do governo, o programa também se propunha a divulgar a cultura, por meio da música e da literatura. Já nessa ocasião, os compositores eram obrigados a submeter suas criações à censura prévia.

Foi nesta época, paralelo às grandes transformações na sociedade brasileira – como o aumento da população, o crescimento dos centros urbanos e o desenvolvimento da indústria e dos serviços -, e que começam a se articular a criação dos departamentos do controle da informação, como explicitado no capítulo anterior.

Enquanto em outros meios de comunicação, o governo encampava censores nas redações, nas emissoras de rádio era claro o uso político. As atribuições do DIP, inscritas no artigo 07, tratavam especificamente do objetivo, conforme observa-se a seguir:

A Divisão de Radiodifusão compete: a) Levar aos ouvintes radiofônicos, nacionais e estrangeiros, por intermédio da radiodifusão nacional, tudo o que possa fixar-lhes a atenção sobre as atividades brasileiras em todos os domínios do conhecimento humano; (...) d) Organizar um programa denominado Hora do Brasil, que realizado diariamente, será obrigatoriamente retransmitido por todas as estações de *broadcasting* existentes no país (...) l) irradiar diariamente, além da Hora do Brasil, um programa em idioma estrangeiro (...) (HAUSSEN, 2001, pg 43)

A aprovação dos programas radiofônicos na época se dava nos mínimos detalhes. Era preciso que a emissora lançasse um programa prévio e o encaminhasse para a censura no Rio de Janeiro ou às suas representações no estados. Qualquer oposição ao governo desaparecia. Uma sala especial foi montada para fiscalizar o que era irradiado. Salvo raras exceções de programas de humor, que eram chamadas para dar explicações ao DIP, as emissoras procuravam manter-se dentro dos padrões estabelecidos, para evitar transtornos.

De outro lado, Vargas procurava manter uma relação cordial com os jornalistas, conforme verificado em um trecho de um discurso na Associação Brasileira de Imprensa, com o tema “A missão social do jornalismo”.

(...) por convicção e experiência, tornou-se para mim perfeitamente natural manter com os jornalistas relações de inalterável cordialidade, alheio a preferências de ordem política ou pessoal. Habituei-me a receber encômios e juízos críticos com a mesma serenidade. Se aqueles não me embriagam, estes jamais me fazem mal humorado. Peso-os por igual, para ver o que há de verdade nuns e noutros apreciá-las com tranquila razão. Coerente com essa conduta, procurei sempre prestigiar a Imprensa, ouvindo atentamente as suas sugestões e auxiliando as iniciativas de interesses de classe, em colaboração, com o órgão que a defende e representa. (HAUSSEN, 2001, pg 45)

Durante o governo Vargas, também foi fundada a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, maior lenda do rádio brasileiro. Ferraretto (2000) afirma que o início das transmissões da Rádio Nacional do Rio de Janeiro foi anunciado no dia 12 de setembro de 1936, às 21 horas. Goldfeder (1981) considera que a Rádio Nacional e seu projeto eficaz cumpriu, nos anos 50, “seu duplo papel, de mecanismo ao mesmo tempo legítimo, para os setores dominados e reprodutor do ideário dominante”.

As razões maiores de sua eficácia ultrapassariam o âmbito cultural propriamente dito, e poderiam ser localizadas no conjunto das relações sociais, econômicas e políticas que teriam permitido a ampla penetração de seu projeto. Cumpre-nos, portanto, compreender a Rádio Nacional no conjunto dos mecanismos de legitimação ideológica acionados direta ou

indiretamente pelo sistema de dominação política, vale dizer, como uma prática cultural, com autonomia e atuação específicas, destinada, no entanto, em última instância, a reiterar o quadro geral dos valores dominantes do período. Esta emissora deveria atuar como mecanismo de controle social, destinado a manter as expectativas sociais dentro dos limites compatíveis com o sistema como um todo. Este controle se exerceria, no entanto, de forma implícita, parcial e difusa, ao contrário dos mecanismos propriamente políticos, através de forma determinada de distribuição de bens e de valores de participação e obediência. (GOLDFEDER, 1981, pg. 40).

Os anos 40 representaram a era de ouro do rádio. Com a concorrência e a necessidade de se conquistar o público, volta-se para a produção de conteúdos de entretenimento, radionovelas, programas de auditório e humorísticos. Neste contexto, também surge a preocupação com o jornalismo. A Rádio Nacional lança o Repórter Esso.

O radiojornalismo e a sua notícia, especialmente em termos de texto e conteúdo das informações, começam a recorrer a outras fontes, a encontrar rumos e a se solidificar na radiofonia nacional, principalmente a partir do Esso. Tanto que se pode classificar de imitadores – outros até de, literalmente, copiadores do Repórter Esso, boa parte dos inúmeros noticiosos que surgiram nas emissoras Brasil afora depois do famoso “correspondente”. Ou seja, após 28 de agosto de 1941, data que o Repórter Esso entrou no ar pelas ondas da Rádio Nacional do Rio de Janeiro. (ZUCULOTO, 2003, pg. 21).

O programa “Hora do Brasil”, mais tarde chamado a “Voz do Brasil” e existente até os dias atuais, tinha, além do sentido doutrinário, uma programação diversificada e também voltada à cultura. O final do programa era destinado à música brasileira com a participação de artistas famosos, como Herivelto Martins, Carmem Miranda, Francisco Alves e Donga. O DIP organizava concursos para escolher a melhor música o que, ironicamente, representava a única forma de eleições diretas no Estado Novo.

4 - Considerações finais

Considerando os históricos relatados nos capítulos anteriores, conclui-se que, em todo o mundo, o rádio foi um importante veículo para firmar ideologias políticas, regimes ditatoriais e as relações de poder. Vale ressaltar, porém, que a análise se ateve no período entre guerras e anterior à década de 50 que trouxe, consigo, a televisão e, mais tarde, outros

meios de comunicação capazes de criar um conhecimento e formação de opinião mais difusos que no período analisado neste trabalho.

Mesmo nesse período, em que a audiência já passa a ser mais individualizada e, posteriormente, o público se prepara para uma recepção menos massiva, a força da imagem de Getúlio Vargas, consegue mudar os rumos da política nacional em um governo democrático e em um período de crise. As circunstâncias de sua morte, o suicídio no Palácio do Catete, em meio a uma crise de imagem que teve como estopim o atentado contra o jornalista Carlos Lacerda, foi responsável por adiar, em 10 anos, a tomada de poder pelos militares.

O presidente que durante mais tempo governou o Brasil foi capaz de construir uma imagem sólida, como protetor da classe trabalhadora, dos fracos, humildes e oprimidos. Aliada a uma forma repressora de controlar a informação, a liderança de Vargas pode ser explicada também pela trajetória política que, salvando o Brasil da crise, fez com que as barbáries ficassem esquecidas nos porões de sua ditadura.

Durante o primeiro governo, Vargas não só industrializou o país como também criou a classe operária e seus direitos trabalhistas instituiu o voto feminino e legitimou o governo por meio de uma Constituição. De maneira implícita aos olhos da população, tomou-se da manipulação simbólica por meio da criação do DIP. Àquela altura Vargas já era visto, pela grande maioria do povo operário como “Pai dos Pobres” e, estando ali para protegê-lo, sua presença era indispensável. O DIP foi importante para manter essa imagem sempre em evidência.

Getúlio viveu um período da história repleto de governantes carismáticos e autoritários, mas ao contrário de muitos deles deixou um legado que continua sendo louvado por parcelas significativas da população (ao contrário de Hitler ou Mussolini). Deposto, Vargas se recolheu a São Borja para, mais tarde, voltar como “líder das massas” em uma votação esmagadora. As ocasiões em que Vargas se dirigia ao povo demonstram uma de suas principais características: seu estrategismo. Como político, sempre preocupou na composição de uma imagem favorável a seus governos e, em especial, a ele mesmo.

Todo o trabalho realizado em torno de sua imagem e criação de seu mito foi reforçada na ocasião de sua morte, já num contexto sem propaganda oficial. Mesmo atacado ferozmente pela imprensa, Vargas realizou como seu último ato, a maior de todas as propagandas de sua vida: o tiro que parou seu coração mas, ao mesmo tempo, teve a

verdadeira função de eternizar seu mito no inconsciente brasileiro. O líder, que parecia derrotado, deu o tiro que parou não só seu coração, mas também todo o Brasil.

Referências Bibliográficas

BORDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. São Paulo: Zouk, 2002.

BRIGGS, Asa & Peter Bruke. **Uma história social da mídia. De Gutenberg à Internet**. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora: 2006.

DECCA, Edgar Salvadori de. **O nascimento das fábricas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

DEUS, Sandra de Fátima Batista de. **O rádio como espaço de visibilidade política – Governo da Frente Popular de Porto Alegre 1989/1990**. 2005. 114 fls. Tese de doutorado. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005.

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

FOULCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 25ª ed. São Paulo: Graal, 2012.

GOLDFEDER, Miriam. **Por trás das ondas da Rádio Nacional**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

GUERRA, Márcio. **Rádio x TV: O jogo da narração. A imaginação entra em campo e seduz o torcedor**. Juiz de Fora: Juizforana Gráfica e Editora, 2012.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política: tempos de Vargas e Perón**. Rio Grande do Sul: EDIPUCRS, 2001.

KLÖCKNER, Luciano. **O repórter Esso e Getúlio Vargas.** Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2004/resumos/R1875-1.pdf>. Acessado em 24/07/14, às 19:52.

PEROSA, Lilian Maria. **A hora do clique: análise do programa A Voz do Brasil da Velha à Nova República.** São Paulo: Annablume, 1995.

SAMPAIO, Mário Ferraz. **História do Rádio e da Televisão no Brasil e no Mundo – Memórias de um pioneiro.** Campos de Goytacazes: Ed. Fenorte, 2004. In: GUERRA, Márcio. Rádio x TV: O jogo da narração. A imaginação entra em campo e seduz o torcedor. Juiz de Fora: Juizforana Gráfica e Editora, 2012.

SOUZA, Desia Senhorinha Cabral de. **O mito Getúlio Vargas: o enfoque do jornal Tribuna da Imprensa.** 2005. 112 fls. Monografia (Trabalho de conclusão do curso de Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2005.

VARGAS, Getúlio. **A missão social do jornalismo brasileiro.** Discurso proferido na ABI em 16/7/1936. In: *A nova política do Brasil*. Vol IV. Retorno à terra natal. Confraternização sul americana. A revolução comunista.nov. 1934 a jul 1937. Rio de Janeiro. José Olympio, 1938.

VARGAS, Getúlio. Mensagem ao Congresso Nacional em 1/5/1937.

ZUCOLOTO, Valci. **A notícia no rádio pioneiro e na 'época de ouro' da radiofonia brasileira.** In: HAUSSEN, Dóris Fagundes; CUNHA, Mágda. Rádio brasileiro episódios e personagens. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.