

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS

CRISTIANO GUIRADO

**O USO DO RÁDIO COMO INSTRUMENTO DE
COOPTAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL**

O Caso Getúlio Vargas no Estado Novo

Bauru

2008

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS

CRISTIANO GUIRADO

**O USO DO RÁDIO COMO INSTRUMENTO DE
COOPTAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL**

O Caso Getúlio Vargas no Estado Novo

Monografia apresentada ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção de título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da profa. Dra. Roseane Andrelo

Bauru

2008

CRISTIANO GUIRADO

**O USO DO RÁDIO COMO INSTRUMENTO DE COOPTAÇÃO DA
SOCIEDADE CIVIL**

O Caso Getúlio Vargas no Estado Novo

Monografia apresentada ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção de título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da profa. Dra. Roseane Andrelo

Banca Examinadora

Roseane Andrelo

Cláudio Badaró

Vera Telles

Bauru 2008

DEDICATÓRIA

Tenho que admitir que, em um ponto, os sindicalistas e outros chatos de plantão estão cobertos de razão: não é fácil ser jornalista. Claro que não pelos motivos que eles alegam. Também não pela profissão em si, nem pela faculdade, mas pelo contexto geral da obra. Não é raro encontrar (e na USC mesmo tínhamos alguns, alunos e professores) muita gente que, mesmo antes de terminar a faculdade e antes de ingressar no mercado de trabalho, já tinha a certeza de que havia escolhido a profissão errada. Menos raro ainda é encontrar os que fizeram o contrário, começaram a trabalhar antes de ingressar na faculdade, e em certa altura da vida, perceberam (ou pelo trabalho ou pela faculdade) que haviam escolhido a profissão errada.

Raro sim, é encontrar gente com vocação e com paixão pela profissão de jornalista. E, apesar de toda represália que já sofri na vida por causa disso, vou morrer defendendo a idéia de que, tanto vocação quanto paixão pela profissão, não têm nada a ver com a formação técnica. Curiosamente, é esse tipo de gente – com vocação e paixão – que mais se fere no exercício da função. Desilusão é algo comum, ou por acreditar no que as pessoas dizem, ou por descobrir a verdade e ver que essa verdade é bem mais cruel que o doce colonismo social.

Este trabalho tem menos importância pelo seu conteúdo que pelo seu contexto. Em conteúdo, não passa de uma pesquisa relativamente superficial feita por um aluno, no máximo, mediano, de um curso de Jornalismo do interior paulista. Já em contexto, é o trabalho de um dos remanescentes da turma de 1998, a primeira turma do curso de Jornalismo da USC. Mais do que isso, é um trabalho de um aluno que, quando ingressou na faculdade, já tinha estrada nos meios de comunicação. É o trabalho de um aluno que, como tantos outros (alunos e jornalistas) encontrou, tanto no trabalho quanto no estudo, a desilusão que tarda, mas não falha ao jornalista. É o trabalho de um aluno que, por várias, pensou em desistir de ambos, da profissão e do curso, e por alguns momentos, já se considerava um desistente do curso, mas que voltou para concluir a caminhada iniciada mais de dez anos atrás.

Assim sendo, e em primeiro lugar, quero dedicar esse trabalho ao jornalista do cotidiano, da correria das redações de jornais, rádios e TV. Nada contra os jornalistas que são assessores de comunicação, consultores, professores ou estudiosos da comunicação. É apenas uma questão de cooperativismo, já que esse trabalho gerou uma série de olheiras nas manhãs seguintes às madrugadas de reflexão e pesquisa, e foi escrito em meio à correria de uma reportagem ou à construção de um editorial para a edição do dia seguinte.

Também dedico esse trabalho ao Sindicato dos Jornalistas, que de certa forma me incentivou a concluir a burocracia universitária para ter o diploma de jornalista. Nunca vou esquecer o tratamento a mim dispensado ao longo da minha vida profissional.

E, por último, esse trabalho é dedicado à minha mãe, Marilisa Médola, que mesmo já com os meus primeiros cabelos brancos, não titubeou em puxar minhas orelhas quando anunciei a idéia de desistir do diploma, ao meu pai,

João Guirado, que patrocinou boa parte dessa minha longa caminhada universitária, e, por fim, à minha esposa, Maria Carolina Guirado, que me fez acreditar que, apesar de todo o meu pragmatismo – cicatriz das redações dos jornais – eu seria capaz de me arriscar como acadêmico e elaborar um projeto de iniciação científica. Ao que tudo indica, fui bem sucedido nessa missão.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar aos professores Luis Barco e Luiz Eugênio Vécio, com quem tive aulas logo no início do curso. O primeiro por provar que, apesar de tudo e de todos, a comunicação ainda tem muito de poético e de utópico. O segundo por me mostrar o valor que o conhecimento tem, principalmente na hora de defender seu ponto de vista. Também na mesma categoria – a dos primórdios do curso –, agradeço ao professor Luiz Henrique Marques, que entre todos os professores que encontrei, foi o que mais me acompanhou nessa trajetória acadêmica, e teria sido meu orientador se não tivesse desistido do curso no primeiro semestre do ano passado.

Na segunda turma agradeço aos professores que me iluminaram para a importância de se manter uma visão crítica do mundo lá fora, e para o fato de que, para se ter essa visão, era necessário ter conhecimento. E o curioso é que todos eles ministram matérias que não tinham, necessariamente, relação com a atividade do comunicador: Claudio Badaró, Sebastião Clementido da Silva, o Macalé, Vera Telles, Milton Carrasqui, Antonio Walter, Wellerson Balderramas e Ivan Abel.

Sou um péssimo aluno e sempre fui, desde criança. Por isso, no terceiro grupo (que não é menos importante) vêm os professores para os quais meus agradecimentos soam mais como um pedido de desculpas pelo tanto de trabalho que eu dei a eles na condição de aluno. Nessa classificação estão a professora de TV, Sandra Faria (principalmente, porque TV foi a matéria que mais me torturou), o professor Danilo Rothberg, que dispensou toda a paciência do mundo ao aluno que compreendia o conteúdo, mas que nem de longe poderia responder à altura dos ensinamentos passados, muito menos com a mesma preocupação em se ter um desempenho observado com rigor nos mínimos detalhes. Ao professor Sandro Paveloski, que teoricamente me ensinou Teorias de Comunicação, Assessoria de Imprensa e Jornalismo na Internet, mas que na prática foi o professor recordista em aulas que eu enforquei ao longo do curso.

Encerrando a categoria dos professores, gostaria de deixar um agradecimento especial à professora Roseane Andrelo, que se prontificou a me orientar no momento em que eu havia desistido de desistir do curso, e para isso superou a desconfiança – natural de qualquer professor que já me teve em sala de aula – para me conduzir nessa minha primeira aventura acadêmica.

Mais agradecimentos aos amigos do jornal O ECO – por onde passei e construí minha carreira como jornalista – que, ao contrário de muitos outros, em momento algum colocaram em cheque a minha capacidade como jornalista pelo fato de não ter diploma. Conceição Carpanezi, Kátia Sartori, Fernanda Benedetti, Sandro Alponete, Paulo Eduardo Tonon, Paulo Franco, Vinícius Castro, Vitor Godinho, Manoel dos Santos Silva, o Manezinho, e Wanderley Placidelli.

Também do grupo dos que nunca duvidaram do meu profissionalismo, agradeço à amiga e companheira de profissão, Marister Moraes, e ao amigo e poeta Anderson Prado. Ao amigo, professor de História e parceiro literário, Edson Fernandes, e ao amigo e jornalista Marcos Paulo da Silva.

Agradecimentos também ao meu patrão, João Carlos Lorenzetti, que, além de nunca duvidar da minha capacidade profissional, me acolheu em um momento crucial da minha vida. Provavelmente se não tivesse trocado de grupo de comunicação, em maio deste ano, não teria espírito para desenvolver uma pesquisa científica e, logo, não estaria escrevendo essas linhas hoje.

Agradeço aos amigos da nova casa, as rádios Difusora AM, Ventura FM e o jornal Tribuna, pela paciência que tiveram comigo desde sempre, principalmente quando eu perdia a hora: meu editor chefe, Eduardo Magalhães, e os companheiros de redação, os jornalistas Josiane Lopes e Carlos Aberto Duarte, ao companheiro Antonio Luiz Ferreira, por todas as vezes que precisei me ausentar da Jornada Esportiva aos domingos de manhã para ir até São Paulo complementar as pesquisas dessa monografia e à minha sócia Carolina Ferreira, que está chegando agora ao time.

Infelizmente não me lembro de todos os que passaram por mim nessa longa caminhada acadêmica. Muita gente também ficou de fora por eu julgar que não foram determinantes neste percurso. E, tenham certeza, de todos os que eu me lembro, sei bem os motivos.

“O povo precisa começar a pensar em unidade, a reagir em unidade e se colocar à disposição do governo com toda a simpatia”.

Paul Joseph Goebbels, ministro de Informação e Propaganda da Alemanha nazista

RESUMO

Getúlio Vargas entrou para a história como o presidente da República na época em que o Brasil fazia sua transição econômica, deixando de ser um país latifundiário predominantemente agrícola para uma nação industrializada e inclusiva socialmente, com a ampliação de oferta da mão de obra e maior participação da massa trabalhadora na economia nacional.

Todo governo de transição de sistemas pressupõe impactos na sociedade e Vargas sabia que, para realizar seu grande projeto de Estado Novo, precisava mais do que nunca da colaboração da população. E essa colaboração não se daria com a participação nas discussões políticas e ações cívicas, mas sim, com a ausência delas. O presidente precisava de uma população alienada, de pensamento uniforme e absolutamente confiante na figura do chefe de Estado. Para isso, em primeiro lugar, pensou em fazer no Brasil algo semelhante à Juventude Hitlerista. O trabalho desenvolvido por Hitler na Alemanha foi tão eficiente que, ao fim da Segunda Guerra Mundial, os alemães tiveram que passar por campanhas de “desnazificação” da população.

A primeira idéia do presidente naufragou porque a Juventude Hitlerista era uma organização paramilitar armada, e Vargas nunca conseguiria isso num país sem um corpo militar coeso, coisa que o Brasil nunca teve. Foi quando teve a idéia de se valer da propaganda para tal massificação de opiniões, e usou do rádio para tal fim. Essa pesquisa analisa, sob a ótica da teoria crítica da Indústria Cultural, de que forma Vargas utilizou os meios de comunicação, mais especificamente o rádio, para alcançar seus objetivos.

ABSTRACT

Getúlio Vargas put his name in History as president by the time Brazil was passing through a transition in its economy, from a mostly agrarian basis to an industrialized and social including country, based on a larger offer of low-price-workers and participation in the nation's economy.

Every government in a transition system supposes social impacts. Vargas realized that, to make his New State project real, he would need, more than ever, people support. This support wasn't in the political or civic areas, but putting all the population out of those subjects. A no-thinking population basis, with a straight confidence in Vargas acts and directions was exactly what he needed to get. His first idea was a program similar to the Hitler Youth, something so efficient that, after the World War II, the Germany needed an anti-Nazism campaign to free people minds.

But that ship was sailed, especially because Hitler Youth was an armed paramilitary organization, something not possible without a strong and uniform Army. Brazil never had one. After realize this impossibility, he came out with the idea of using advertising to get uniform thoughts, and the radio was the chosen media. This paper will analyze, by the sight of the Cultural Industry theory, the strategies used by Getúlio Vargas to reach his goals using the media.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 Situação Problema	13
1.2 Objetivos	14
1.3 Justificativa	15
1.4 Material e Métodos	16
2. A INDÚSTRIA CULTURAL.....	17
3. O RÁDIO.....	22
3.1. A História do Rádio	22
3.1.1. Do papel à prática	22
3.1.2. O Rádio no Brasil	24
3.1.3. Publicidade & Propaganda – a metamorfose	26
3.1.4. O Estado e as telecomunicações	28
3.1.5. A Rádio Nacional	31
3.1.6. Vargas e o Rádio	32
3.1.7. Contexto Político 1930-1940	33
3.2. O Uso Político e a Era de Ouro	40
3.2.1. O General da Propaganda e seus Pupilos	46
3.2.2. A construção da ideologia do Estado Novo	52
4. O PRESIDENTE COMUNICADOR	57
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
6. REFERÊNCIAS	65
7. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	67

1. INTRODUÇÃO

1.1. Situação Problema

Getúlio Vargas, um dos mais notáveis presidentes da República da história, tinha além das habilidades políticas, uma enorme vocação para a propaganda? Ou melhor, tinha Vargas nessa vocação para a propaganda, um pilar importante de sua natureza política?

Fato é que os anos 1930 foram cansativos para o povo brasileiro. Se não, vejamos: Vargas deu o golpe em 1930, assumiu a presidência, postergou as promessas de uma constituinte renovada e enfrentou a revolta dos paulistas na Revolução Constitucionalista de 1932. Superou a revolução e endureceu com o povo, sob pretexto de combater a Intentona Comunista e com a promessa de realizar eleições diretas em 1938. Inventou o Plano Cohen em 1937 – uma suposta insurreição comunista – e, com esse pretexto, aprovou às pressas o estado de guerra. Cercou o Congresso e impediu a entrada dos parlamentares, para mais tarde anunciar uma nova fase política e a entrada em vigor de uma Carta Constitucional e deu início ao Estado Novo, o famoso “golpe dentro do golpe”. Tomou para ele o poder de aprovar ou não o nome de um governador eleito nas urnas, e de (se assim entendesse) nomear um substituto, os chamados interventores. E ainda estamos em 1937.

Vargas pensava ao pé da letra essa nova política, esse novo Estado, afinal, a agitação dos anos 1930 era algo perigoso. A meta era a pacificação da sociedade, com a prioridade absoluta de evitar uma nova Revolução de 1932, e o instrumento para isso era a construção de uma ideologia, ou seja, convencer a população de que o Estado Novo era a melhor saída.

A primeira idéia foi organizar um programa similar à Juventude Hitlerista, uma organização destinada a dar treinamento militar para civis, mais precisamente para crianças e adolescentes. No Brasil essa célula se chamava Organização da Juventude Brasileira, que começou a ser planejada em 1938, mas quando foi criada oficialmente por decreto, em 1940, já não tinha as características de organização

paramilitar armada que Vargas queria instituir. Jogou o projeto para a área da Educação, provavelmente já sabendo que não seria suficiente como proposta da formação de pensamento, frente uma população predominantemente rural e analfabeta.

Essa pesquisa vai apontar que, depois de ver sucumbir o projeto inspirado nos moldes fascistas de Hitler, foi que Vargas chegou à sua idéia mais brilhante, e que pode ser analisada pela ótica da teoria das culturas de massa: utilizar o rádio como meio de construção ideológica, se utilizando da popularidade dos artistas junto à grande massa para vender modelos de conduta social que levariam o cidadão comum a vencer na vida, mesmo que fosse proveniente das classes mais baixas da sociedade. O governo ainda trabalhou para a criação da imagem do trabalhador padrão - eficiente e despolitizado - e da filosofia de sua importância na construção dessa nova nação.

1.2. Objetivos

Esse trabalho tem como objetivo analisar de que forma o presidente Getúlio Vargas, a exemplo de Adolf Hitler, se valeu amplamente do conceito de propaganda de massa e intervenção nos órgãos de imprensa para dar sustentabilidade ideológica ao Estado Novo (1937-1945), na passagem histórica em que grupos dominantes do Brasil de forças equivalentes, não podendo sobrepor-se, unem-se para estabelecer um representante a ser legitimado perante os setores populares e comandar a instalação da “harmonia social”.

A pesquisa vai analisar também como era fundamental a preocupação com o norteamento da sociedade diante da instalação abrupta dessa nova ordem, e qual foi o papel do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), reformulado depois do golpe, na agenda presidencial, inclusive contando com uma frente de ação totalmente voltada à radiodifusão. Essa poderosa arma de comunicação de massa faz com que, até os dias de hoje, não sejam raros depoimentos de apoio incondicional ao governo Vargas. A finalidade do presente texto é ampliar o conhecimento sobre essa ação governamental e seus resultados na sociedade brasileira da época.

Por fim, o objetivo é demonstrar como os meios de comunicação foram amplamente explorados no processo de legitimação do Estado Novo, com destaque para o rádio, eficaz junto ao público analfabeto, maioria da população, na missão de levar a propaganda da tão almejada harmonia social, difundindo valores ético-morais e o modelo de sociedade ideal, criando e alimentando sonhos através dos *speakers* e dos reis e rainhas do rádio.

1.3. Justificativa

Um dos princípios fundamentais de um governo centralizador é a manutenção da ordem social, seja física ou ideologicamente. Para um ditador, o país ideal teria uma população despolitizada, de pensamento uniforme e trabalhadora, reforçada por uma elite moral, intelectual, e artística, com a função de pensar sobre o futuro do país e entreter a população.

O dinamismo da História, sob a luz da Dialética, é cíclico, havendo sempre um ponto de conflito entre um sistema organizacional em decadência e outro em ascensão. Os métodos de legitimação do sistema ascendente são variados ao longo do tempo, sendo tratados com bastante destaque no último século, e ainda atualmente, dado o fato de que o não retorno à harmonia social leva inevitavelmente a uma forte ruptura que fortalece a ideologia anterior, criando retrocesso.

Entretanto, determinados movimentos da História resultaram em trágicos episódios de violência, dominação e estagnação. Governos de exceção e intervencionistas surgiram em diversos países nos anos 30 e podem ser citados para ilustrar tais movimentos. Estudos demonstram os prejuízos sofridos pelas sociedades que se viram sob tais governos populistas. A preocupação dos estudiosos em evitar novos retrocessos é, dessa forma, válida, se não dizer fundamental.

E qual seria a forma de evitar que uma sociedade seja dragada ao universo trágico de um governo intervencionista e de exceção? A análise de fatos anteriores, estudo acurado dos mecanismos de ruptura e legitimação, com destaque para as formas de controle das camadas populares, é o principal elemento de ação. Esse saber permite que se observe as ações tomadas atualmente no contexto nacional e internacional, podendo-se prever ou reverter ações populistas que desviam a

atenção da população média para os fatos fundamentais do andamento de um governo.

Em tempo, revendo detalhadamente os mecanismos eficazes de convencimento massivo, pode-se avaliar a sociedade criada naquele período, através da ampla propaganda governamental e do estabelecimento indireto de uma sociedade ideal, percebendo as lacunas deixadas pela ideologia da época e suas conseqüências no contexto social atual.

Getúlio Vargas era o presidente que queria (e, de certa forma, conseguiu) fazer a transição entre dois países: o Brasil rural, latifundiário e ainda nostálgico da sociedade escravista, para o Brasil industrializado, de divisão de rendas e massas de operários assalariados, trabalhando para o desenvolvimento da máquina industrial e garantindo seus salários, destinados a ser investidos no mercado interno, fazendo girar a economia.

Vargas tinha como meta a criação deste modelo de sociedade e seu mecanismo de trabalho, sua ferramenta, era o rádio (é claro, aliado ao sistema repressor garantido pelas Forças Armadas). O presidente viu no rádio um veículo de comunicação poderoso e de extrema eficiência enquanto instrumento de divulgação ideológica e cooptação da sociedade. Seus métodos podem ser descritos e analisados sob a ótica da teoria da Indústria Cultural. A trajetória da construção do arsenal de propaganda de Vargas é um importante exemplo prático para o estudo da comunicação de massa e seus macetes. Além disso, também pode ser um registro histórico do emprego dos meios de comunicação em massa – e a potencialidade do rádio – na sustentação de um projeto pessoal.

1.4. Material e Métodos

A seleção de material que fundamenta o presente texto se dá em duas frentes: histórico amplo sobre o Estado Novo e histórico específico sobre o desenvolvimento da radiodifusão brasileira durante o mesmo período, sendo prioritariamente livros, e o depoimento pessoal demonstrando alto envolvimento de Getúlio Vargas, através de seu diário. Serão analisadas as ações voltadas para a legitimação da nova ordem

em paralelo com o crescimento e popularização das emissoras de rádio, com destaque para a PRE-8 Rádio Nacional e sua programação.

2. A Indústria Cultural

O que são os meios de comunicação de massa se não a reprodução técnica em larga escala? A reprodução técnica é um fator em constante evolução na história da humanidade. Na Idade Média, a xilogravura tornou o desenho, antes único, tecnicamente reproduzível, muito antes que imprensa fizesse o mesmo pela palavra escrita. No século 19, a litografia foi bastante inovadora e fez sucesso, mas ainda era incipiente quando foi ultrapassada pela fotografia, processo a partir do qual a mão foi libertada da responsabilidade artística da produção e reprodução da imagem.

A discussão sobre a Indústria Cultural é quase tão antiga quanto a história da existência dos óvulos e embriões que a fecundaram e pariram: os meios de comunicação de massa. Já o conceito de Indústria Cultural foi veiculado pela primeira vez em 1947, na Escola de Frankfurt, por Horkheimer e Adorno, no texto “A dialética do Iluminismo”. Era a substituição do termo “cultura de massa”, que dava a idéia de uma cultura surgida de espontâneo da própria massa. Idéia essa que os estudiosos consideraram equivocada, já que a Indústria Cultural não apenas adapta seus produtos ao consumo das massas, mas também determina esse consumo. O termo também deixa bem claro que as peças culturais são reproduções técnicas fabricadas para serem consumidas, assim como carros ou sabonetes.

Para os frankfurtianos, os produtos da Indústria Cultural teriam três funções:

- a) ser comercializados;
 - b) promover a deturpação e a degradação do gosto popular;
 - c) obter uma atitude sempre passiva dos seus consumidores.
- Como são feitos para serem vendidos, os produtos da Indústria Cultural jamais devem desagradar os compradores. A produção é homogeneizada e nivelada por baixo. (OLIVEIRA, 2003, p13)

Segundo Cohn (1978), o conceito de Indústria Cultural não teria sido concebido originalmente como artefato analítico para servir à pesquisa em algum aspecto pontual, “mas faz parte de um esforço intelectual para discutir as viscitudes da razão no mundo moderno”. Para ele, a teoria nasceu para lembrar ao mundo que a história

não era linear, e que o progresso e desenvolvimento tecnológico estava sendo tratado muito ao pé da letra.

Tratava-se de formular uma crítica imanente da razão; uma crítica racional da razão, portanto. Isto significa introduzir no pensamento racional crítico aquilo que a esquerda, a que pertence, tende a evitar: à face sombria da história, a contrapartida ao otimismo irrefletido das luzes ocultada pela tradicional idéia de progresso. Está em jogo a noção de que a história não é só avanço linear mas envolve intrinsecamente a possibilidade de regressão. (COHN, 1978, p13).

A teoria parte da constatação de que a sociedade industrial não havia realizado as promessas do iluminismo humanista (que tinha como finalidade libertar o homem), não ampliou as liberdades, mas sim o contrário. A Industria Cultural aliena, não conscientiza, acomoda e não incita. Libertado do medo das magias negras e embasado na ciência, o homem se torna vítima da dominação técnica. E os meios de comunicação de massa, resultado direto desse desenvolvimento, tiveram papel importante nesse processo de escravização da massa.

Oliveira (2003) acredita que a influência seja a ponto de individualizar o coletivo. E individualizar o coletivo, transformar uma nação de pessoas em uma massa trabalhadora e despolitizada, era o desejo de Vargas, e esse é mais um ponto de sustentação da visão de que o presidente sabia o que estava fazendo ao se valer do rádio para esse fim.

A principal característica da massa é o pseudo-pensamento. A massa acredita que pensa, mas só repete o que ouve nos meios de comunicação de massa. Segundo Luiz Beltrão, o poder massificante da sociedade é de tal ordem que o indivíduo se recusa a acreditar que é apenas uma peça da engrenagem social e que suas idéias são idéias que lhe foram implantadas pela mídia. Ao ser perguntado o porque de suas idéias, o integrante da massa repetirá exatamente o que ouviu de seu apresentador de TV favorito. Ou então dirá simplesmente: 'É claro que é assim. Você não viu que saiu no jornal?' ou 'mas todo mundo gosta disso, por que você não gosta?'. (OLIVEIRA, 2003, p7)

A possibilidade da reprodução técnica havia tirado tanto da cultura popular quanto da erudita, o seu valor real. O princípio da reprodução deforma a obra e a nivela por baixo, evitando elementos que poderiam desagradar o público/consumidor e depreciar seu valor enquanto produto comercial. Um bom exemplo disso é a adaptação palatável feita pela Disney do Corcunda de Notre Dame, de Victor Hugo.

Os produtos da Indústria Cultural jamais devem desagradar seus compradores, suprimindo neles a possibilidade de visão crítica. São manifestações culturais que não têm raízes nem na elite, nem nos grupos menos favorecidos, configurando-se como produtos veiculados na mídia para agradar o máximo possível e, junto com a audiência, arrastar os patrocinadores. A mercadoria produzida fica gravada na folha do jornal, nas ondas do rádio ou nas películas cinematográficas, e a criação tendia a se tornar produção, e os próprios controladores da indústria cultural são tão subordinados à sua lógica (a eficácia dos meios de comunicação em gerar lucro) quanto os consumidores.

Vale lembrar que, ainda segundo Oliveira (2003), embora importante para o estudo dos meios de comunicação na primeira metade do século passado, a Indústria Cultural virou alvo de várias críticas. O conceito foi desenvolvido na transição da sociedade industrial para a sociedade da informação, transformação na qual os meios de comunicação foram os protagonistas.

Para designar diversos produtos da Indústria Cultural que não preencheriam seus requisitos acima relacionados, estudiosos da comunicação criaram outro conceito. A Cultura Pop, que vinha atrelada a produtos como música e cartoons.

Daí percebe-se o conceito de cultura pop como algo que nasce da Indústria Cultural, mas não se limita às regras suas acrílicas e homogenizantes. Ao contrário, a cultura pop está muito mais próxima da subversão que da ideologia. Ela, constantemente, quer incomodar o receptor, ao invés de acomodá-lo.

O trabalho do autor britânico de histórias em quadrinhos) Alan Moore se encaixa perfeitamente nesse padrão. Sua produção de quadrinhos tem sido subversiva e inquietante: do “herói” anarquista em “V de Vingança” à denúncia da moral vitoriana, na história incrivelmente detalhada de Jack, o Estripador, “Do Inferno”, recentemente transformada em filme.

Quando achou que os leitores estavam acomodados à sua produção mais intelectual, Moore, para provocá-los, dedicou-se a fazer histórias de super-heróis para a editora Image. Essa produção crítica e provocadora não se encaixa em absoluto no conceito de Indústria Cultural. (OLIVEIRA, 2003, p14).

A Indústria Cultural afeta a comunicação na parte em que toca o entretenimento e seus efeitos. Seria ele, o entretenimento, a luz ou as trevas do homem contemporâneo? Gabriel Cohn (1978) aborda essa discussão em seu livro “Comunicação e Indústria Cultural”, além de afirmar que a cultura de massa e a arte são conceitos opostos, entre a gratificação espúria e uma experiência genuína, um

passo rumo a uma realização pessoal mais ampla. Na cultura popular o homem descarta-se de tudo, inclusive da reverência ao belo e de tudo que transcenda a realidade. E por mais diferentes que sejam os sistemas políticos entre si, a cultura popular sempre é um elemento de primeira ordem da sociedade, e o elemento regulador é a conveniência dentro da situação social total e, especialmente, a distribuição de poder.

A possibilidade de reprodução técnica – principalmente da imagem, já que as imagens, em todas as culturas, sempre foram mais marcantes que as palavras – revolucionou os meios de comunicação e a comunicação em si. Em seu livro “Magia e Técnica, Arte e Política – Ensaio sobre literatura e história da cultura”, Walter Benjamin (1955) analisa a importância da reprodução técnica de uma obra de arte era feita por discípulos em seus exercícios ou mestres em busca de difusão do trabalho.

Benjamin também descreve como a reprodução técnica foi usada para fins mercadológicos, como a venda em larga escala da boa imagem de um político, por exemplo, e explica porque esses homens públicos vieram, de certa forma, a tornar-se dependentes dessa exposição. E essa dependência, segundo ele, foi causada pela metamorfose que o modo de exposição sofreu pela evolução da técnica de reprodução, considerando que, como as novas técnicas permitem ao orador ser ouvido e visto por um número ilimitado de pessoas, os aparelhos de rádio e TV ficam em primeiro plano, e os parlamentos atrofiam como atrofiam os teatros. Esse fenômeno determina um novo processo de seleção, que agora é feita diante desses aparelhos, dos quais saem campeões, astros e o ditador.

3. O Rádio

3.1. A História do Rádio

3.1.1. *Do papel à prática*

No papel o rádio surgiu em 1864, quando o físico escocês James Clerk Maxwell lançou a teoria de que uma onda luminosa podia ser considerada como uma perturbação eletromagnética que se propagava no espaço vazio atraída pelo éter. Maxwell morreu sem levar sua teoria ao campo prático, deixando-a comprovada apenas matematicamente. Vinte anos mais tarde, em 1887, um estudante alemão, impressionado com a teoria do escocês, construiu um aparelho, que consistia em duas varinhas metálicas de oito centímetros de comprimento, colocadas no mesmo sentido e separadas por um intervalo de dois centímetros. Unindo cada varinha aos pólos de um gerador de alta tensão, carregava-se um condensador, parte integrante do equipamento, que sofria o mesmo número de alterações. O dispositivo produzia correntes alternadas de período extremamente curto, que variavam rapidamente.

O jovem alemão era Heinrich Rudolf Hertz, que a partir disso ganhou fama e entrou para a Universidade de Berlin, e as ondas descobertas foram chamadas de ondas hertzianas. Mais tarde Hertz verificaria que essas ondas viajam na mesma velocidade da luz, 300 mil quilômetros por segundo. Em 1895, o italiano Guglielmo Marconi, teve a idéia de transmitir sinais à distância. Em 1896 enviou mensagens de Dover, na Inglaterra, a Viemeux, na França, em código morse, em uma distância de 48 quilômetros e uma velocidade de 20 palavras por minuto.

Ajudado pelo governo de seu país, em 1899, Marconi se valeu de uma antena, considerada moderna para a época (que chamou de Detetor), e conseguiu enviar os três sinais de telégrafo S.O.S., concretizando a primeira transmissão sem fio. E estava concebida a radiotelegrafia. Em 1903, mais um avanço: o cientista italiano conseguiu enviar um sinal para os Estados Unidos, do outro lado do oceano Atlântico. Em 1906, Reginald Aubrey Fessenden, admirador de Marconi, construiu um microfone para incorporar qualquer som desejado às ondas irradiadas, conseguindo transmitir sua voz e som de uns discos de fonógrafo.

Em 1906 aconteceram as primeiras experiências com os receptores de galena, cujos elementos principais eram um pequeno fragmento de sulfeto de chumbo natural (o cristal de galena) e um par de fones de ouvido. O cristal se ligava a uma antena por meio de um arame fino e todo sinal de radiofrequência emitido pelo transmissor era captado pela antena, que por sua vez, retransmitia-o ao cristal, bastando para isso, uma pequena variação na agulha.

O próximo passo importante foi no início da década de 20, quando um técnico, o americano Frank Conrad, funcionário da Westinghouse, começou a transmitir através de um transmissor que ele mesmo construíra em sua garagem em Pitsburg, Pensilvânia. Seu passatempo era levar ao ar notícias lidas dos jornais e executar uma pequena programação musical. Aos poucos suas transmissões ganharam público de radioamadores, que escreviam para pedir suas músicas preferidas. Não demorou muito para que as lojas de Pitsburg passassem a vender aparelhos de rádio, especialmente adaptados para ouvir a Westinghouse Station.

Após um período de dúvidas, a direção da Westinghouse percebeu a importância do invento que tinha em mãos. No dia 2 de novembro de 1920 a empresa implantou a KDK-A, que transmitiu as eleições presidenciais norte-americanas daquele ano. Na medida em que os resultados iam somando-se nas urnas, eram passados por telefone à emissora, que, em colaboração com o jornal Pitsburg News, imediatamente os colocava no ar. A iniciativa teve ampla repercussão junto à opinião pública americana, e o rádio, depois do sucesso da cobertura jornalística, chegava para ficar (TAVARES, 1999).

O padre jesuíta Roberto Landell de Moura, gaúcho de Porto Alegre, segundo o autor, foi o primeiro a fazer experiências com radiodifusão, quando morava em Campinas, em 1892, três anos antes de Guglielmo Marconi. Utilizando uma válvula (que ele mesmo inventou e fabricou) e mais três eletrodos, padre Landell de Moura conseguiu transmitir e receber a voz pelo espaço. Dois anos mais tarde, em 1894, repetiu a experiência na capital paulista, transmitindo do alto da Avenida Paulista para o alto de Santana, uma distância aproximada de oito quilômetros em linha reta. Em 1896, Marconi patenteou seu telégrafo na Inglaterra e, em 1900, o governo brasileiro concedeu ao religioso a patente de “um aparelho apropriado à transmissão da palavra a distância, com ou sem fios, através do espaço da terra e da água”. Em 1905, por muito pouco, Landell de Moura não fez com que as primeiras trocas de mensagens pelo rádio acontecessem em solo brasileiro.

3.1.2. O Rádio no Brasil

Passado esse tempo, a radiodifusão brasileira só viria a se consolidar em 1922. Vale lembrar que existe um registro mais antigo, a Rádio Clube de Pernambuco, criada em 1919 com um transmissor importado da França. Mas a data oficial é 7 de setembro de 1922.

Um grupo de empresários norte-americanos desembarcou no Rio de Janeiro, então capital brasileira, para demonstrar o funcionamento de uma emissora de rádio. O evento fazia parte da Exposição do Centenário da Independência do Brasil. No dia 7 de setembro daquele ano, o então presidente Epitáfio Pessoa discursou ao grande público através de um sistema montado na Praia Vermelha, e um transmissor instalado no alto do Corcovado. O mesmo discurso foi ouvido em São Paulo, Petrópolis e Niterói. No local da exposição, uma sensação inédita: a ópera O Guarani, de Carlos Gomes, estava sendo executada no Teatro Municipal do Rio de Janeiro, como parte dos festejos, e a apresentação foi ouvida e aplaudida por todos.

A estação transmissora montada no alto do Corcovado operava com um transmissor de 500 watts e foi encampada pelos Correios e Telégrafos, e transmitia regularmente (dentro das possibilidades) uma programação que incluía a cotação das bolsas do açúcar e do café, a previsão do tempo e a apresentação de números musicais. A transmissão era feita diretamente de um estúdio montado nos Correios e Telégrafos do Largo do Machado, na antiga Capital Federal.

A primeira emissora de rádio do Brasil, a PRA-2 Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, foi implantada em 20 de abril de 1923 pelo professor Edgard Roquette-Pinto, e Henrique Morize, Presidente da Academia Brasileira de Ciências. Graças a esses dois, o rádio no Brasil nasceu à sombra da cultura literária, da qual demoraria algum tempo para se desligar totalmente. A Rádio Sociedade, como era conhecida, era uma instituição puramente educativa.

Em princípio a emissora se instalou na Livraria Científica Brasileira e começou a operar regularmente e oficialmente a partir do dia 1^o. de maio daquele ano. Um mês depois foi para a Escola Politécnica e dali a emissora foi para o sexto andar da Casa Guingle. Em 1924 a Sociedade Rádio do Rio de Janeiro recebeu em doação do governo Tcheco o pavilhão que aquele país havia utilizado na Exposição do Centenário. E ali a jovem emissora se instalou em definitivo, agora com um

transmissor de 2 mil watts. Uma curiosidade: segundo Tavares (1999), Roquette-Pinto queria evitar que a emissora se tornasse comercial, e por causa disso resolveu doá-la para o Ministério de Educação e Cultura. Doação aceita pelo então presidente Vargas e seu ministro de Educação e Cultura, Gustavo Capanema. A idéia inicial era incorporar a emissora ao DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda). Mas Roquette-Pinto fez a exigência de que a rádio não ficasse a serviço do Governo, mas sim, da educação do país. A doação foi concretizada no dia 7 de setembro de 1936.

De volta à história, no princípio, quando as emissoras recebiam suas concessões, para poder operar, alinhavam-se em ordem alfabética, identificando-se como PR, ou “Prefixo”. Essa sigla foi abolida anos mais tarde e as rádios passaram a ser identificadas como ZY. Os anos 1920, aliás, foram um período muito fértil para a radiodifusão brasileira. Foi nessa época que a maioria dos estados do país viu nascer suas primeiras emissoras. Em 1923, também no Rio de Janeiro, foi criada a PRA-3 Rádio Clube do Brasil e, em Recife, Pernambuco, nasceu a PRA-8 Rádio Clube de Pernambuco. No ano seguinte, em 1924, outras três capitais da região nordeste viram surgir a sua emissora: a PRE-9 Ceará Rádio Clube, em Fortaleza; a Rádio Sociedade Maranhense e a PRA-4 Rádio Sociedade da Bahia. Ainda em 1924 foram fundadas a PRC-3 Sociedade Rádio Pelotense, em Pelotas, no Rio Grande do Sul; a PRB-2, Rádio Clube Paranaense, e a PRA-E Sociedade Rádio Educadora Paulista (mais parte encampada pela Rádio Gazeta e, até hoje, integrando o patrimônio da Fundação Cásper Líbero). Esses são apenas alguns exemplos. No início dos anos 1930 existiam 29 emissoras instaladas e funcionando no país.

As estações de rádio nascidas na década de 1920 eram empreendimentos muito parecidos: eram não comerciais, ou seja, não transmitiam anúncios, pertenciam a grupos de aficionados por comunicação e geralmente de classes mais favorecidas, que se usavam das emissoras mais para a diversão dos membros daquela sociedade do que para o próprio ouvinte. As “sociedades” eram mantidas pelo ouvinte, ou seja, por quem tinha um aparelho receptor (algo bastante caro na época), que pagava mensalidade e doava discos. Logo, no princípio, sua programação era feita pela e para a elite.

A qualidade da transmissão não era boa e a fidelidade do som variava de acordo com o tempo. Uma simples chuva bastava para tirar o programa do ar e era comum ouvir os apresentadores pedindo desculpas ao público pelo que chamavam

de problemas técnicos nos transmissores. Mas o rádio sempre acompanhou os avanços da tecnologia e a evolução da eletrônica trouxe a melhoria no sistema de irradiação, com o aumento da potência, filtros abafadores de ruídos, equalizadores e o funcionamento de canais exclusivos para alguns prefixos, que por sua frequência, passaram a cobrir maior território.

A qualidade aumentava junto com os avanços tecnológicos. Em 1927 foi introduzido o sistema elétrico de gravação, que trouxe melhor fidelidade sonora aos pesados discos de 78 rotações. Apesar da melhoria da qualidade, as tiragens ainda eram pequenas e os maiores sucessos vendiam cerca de cinco mil exemplares. E nesse caso funcionou como um círculo vicioso, com o rádio cada vez melhor, o público ouvinte comprava mais discos e multiplicavam-se os astros e estrelas da música.

Mesmo com a produção precária, o número de aparelhos receptores aumentou consideravelmente nos primeiros anos da década de 1920. Segundo Alves (1999), em 1923 o Brasil tinha 536 aparelhos. Em 1926 já eram 3 mil.

3.1.3. Publicidade & Propaganda: a metamorfose

A década de 1930 foi importante para a consolidação dos caminhos do rádio e para que o veículo acompanhasse e interferisse no desenvolvimento nacional. Para alguns historiadores, os impactos da radiodifusão na sociedade, nessa época, foram muito mais profundos que a chegada da televisão, cerca de 20 anos mais tarde. No início dos anos 1930, uma mudança substancial daria ao rádio essa marca: a chegada da propaganda.

Segundo Tavares (1999), em 1931 o Governo Federal passou a se preocupar seriamente com o rádio, que já era definido com “serviço de interesse nacional e finalidade educativa”. O primeiro passo foi regulamentar seu funcionamento, com o decreto 20.047, que era o primeiro documento legal sobre a radiodifusão. A partir de então, a prioridade era conseguir meios de garantir uma base de funcionamento mais sólida. Em 1º de março de 1932 Vargas baixou o Decreto-Lei 21.111, regulamentando o decreto anterior e autorizando a veiculação publicidade e propaganda pelo rádio. No começo o espaço vendido poderia corresponder a até 10% da programação. Depois essa permissão foi estendida para 20%.

Ainda segundo Tavares (1999), essa foi uma fase de euforia, em que o público/ouvinte/consumidor entrou em febre pelo desejo de possuir seu próprio receptor. E essa euforia traduziu-se no surgimento de mais de 50 emissoras pelos quatro cantos do país. Com mais ouvintes, mais recursos financeiros. Em troca de dar suporte financeiro às emissoras, a propaganda exigia uma programação menos elitista, já que quem anuncia quer ver seus produtos divulgados ao maior número possível de pessoas e o conteúdo, até então erudito, cedeu espaço ao popular, com foco na diversão. Logo surgiram as primeiras polêmicas. Havia a discussão sobre o papel do rádio: educar o povo ou difundir formas “inferiores” de música? Sem contar que muitos dos ouvintes tradicionais sentiam a inteligência insultada pelos anúncios.

Segundo Ortriwano (1985), os reclames não interrompiam os concertos musicais, mas sim, apareciam pontilhando os intervalos entre as execuções de músicas populares, programas humorísticos e outras atrações que surgiam e foram tomando conta da programação. As transformações sofridas pelo país a partir da década de 1930, com o despontar do comércio e da indústria (que precisavam colocar seus produtos no mercado) e as mudanças na estrutura administrativa do país, formam um contexto favorável à expansão da radiodifusão, e o rádio, por sua vez, se mostrava um eficiente meio a serviço do incentivo ao consumo. Com o grande número de analfabetos, os empresários perceberam que a propaganda falada dava muito mais resultado que os impressos.

Surgiram novas funções para o rádio, diretamente ligadas ao desenvolvimento político e econômico do Brasil: ele chegava para demonstrar sua potencialidade como veículo publicitário de muitos objetivos, de integração popular e de integração nacional. Com mais dinheiro, possibilitado pela venda de anúncios, as emissoras foram, aos poucos, deixando de lado o sistema amador da sua produção, pois precisavam mudar para melhor cumprir seu novo papel. Estruturaram-se como empresas e contrataram equipes de artistas e produtores. Ao passo em que a linguagem tornou-se mais direta e coloquial, os programas começaram a ser feitos com antecedência. Tendo os espaços publicitários como base e suporte da programação, o objetivo das emissoras passou a ser a conquista de audiência, novos públicos e mercados para os produtos anunciados.

Propriedade de Paulo Machado de Carvalho, a Rádio Record foi a responsável por introduzir um novo conceito de programação no rádio, com um elenco profissional e exclusivo era remunerado mensalmente. Na corrida pela audiência,

começa uma verdadeira disputa das emissoras, que inflacionou os cachês, e artistas populares e orquestras começaram a ser contratados a peso de ouro. Essa mudança desencadeou a concorrência entre as emissoras e, mesmo rádios menores, de programação regional, procuravam ter seu elenco fixo e imitar, na medida do possível, a programação da Record. Primeira líder de audiência do país, a Record também foi pioneira ao levar os políticos aos microfones, para fazer o que se chamava de “palestras instrutivas”.

Em 1935 surgiram outras novidades importantes para a programação do rádio brasileiro. A Rádio Kosmos, de São Paulo, criou o primeiro auditório, e surgiu um novo formato de programa. No Rio de Janeiro, a Rádio Jornal do Brasil instituiu uma sistemática de programas com base na informação.

Também na década de 30, depois da Revolução Constitucionalista, César Ladeira trocou São Paulo pelo Rio de Janeiro e assumiu a direção artística da rádio Mayrink da Veiga, onde também dava demonstrações do seu carisma como locutor. E foi entre 1932 e 1934 que essa emissora deu mostras do seu maior crescimento, e tinha no seu cast gente de peso como Araci de Almeida, Manezinho Araújo, Joel e Gaúcho, Zezé Fonseca, Silvio Veira, Ari Barroso, Maestro Chiquinho, Francisco Alves, Almirante, Carmem Miranda e Noel Rosa. Mas, nessa época o maior e maior e mais caro cast do Brasil era das emissoras Byington & Cia, de São Paulo. Seu elenco tinha nomes como Linda e Dircinha Batista, Elisinha Coelho e Silvinha Melo, Irmãs Pagãs, Jorge Murad, Juvenal Fortes e Olga Nobre.

3.1.4. O Estado e as telecomunicações

Antes de falar em imprensa livre, os mais românticos deveriam lembrar que toda telecomunicação brasileira depende de uma concessão governamental. Isso quer dizer que ninguém abre empresa de telefonia, emissoras de rádio ou de televisão, se o governo não deixar. Partido do fato que rádio e TV são os mais rápidos e potentes meios de comunicação que a humanidade conhece, não é senil afirmar que o Governo controla (sempre controlou, desde Alexander Graham Bell) os meios de comunicação. E controla, mesmo que não queira, mesmo sem pensar (ou antes de pensar) em usar a imprensa com fins políticos.

Segundo Ortriwano (1985), a ação política exercida sobre os meios de comunicação de massa é mais difícil de ser constatada além do que for especificamente legal e econômica. Mas, uma das formas de controle é a própria organização do sistema de telecomunicações. No sistema comercial de exploração da radiodifusão os canais são concessões do estado oferecidas a empresas privadas, logo, os meios de comunicação de massa nunca vão conseguir se desvincular da tutela estatal, já que para funcionarem dependem de consentimento prévio, e no caso do Brasil, precário.

O arsenal de controle do Estado vai da concessão de licença para a exploração a título precário à censura econômica: os governos em muitos países se transformam em clientes número um das emissoras comerciais, porque é através delas que veiculam a propaganda política, buscando obter um consenso e legitimidade, não só através da força, mas também, da manipulação da opinião. O Estado pode estabelecer diferentes níveis de censura aos veículos, procurando sua hegemonia comportamental com relação à política adotada (ORTRIWANO, 1985, p. 60-61)

A limitação do rádio imposta pela sua condição de existência (a dependência das concessões governamentais) já era evidente no começo dos anos 30, no que se refere ao engajamento às causas populares. Mas a força que demonstrava, já naquele tempo, enquanto instrumento de diversão, superava a deficiência jornalística.

Os jornais faziam campanhas bombásticas e provocadoras; o rádio limitava-se a noticiar e comentar moderadamente os acontecimentos. Como toda a gente sabe, este nunca teve a liberdade de ação dos jornais (submetido, como sempre foi, ao âmbito governamental). Mas, de certo modo, esses eram os 'pratos do dia' do broadcasting em 1930. (MURCE, 1976, p. 31)

Os meios de comunicação são tão vulneráveis à pressão econômica como são à pressão política. Isso porque são empresas que, como qualquer empresa, precisa ter faturamento para cobrir despesas. Não há como cobrar de um jornal – ou rádio, ou televisão – que se faça uma matéria prejudicial a empresas que o apoiem financeiramente. Isso acontece desde muito tempo com os jornais, e desde que a propaganda no rádio foi regulamentada, na década de 1930, as emissoras passaram a fazer parte dessa atmosfera de tensão.

Exemplo de pressão econômica contra O *Estado* também foi registrado durante a Primeira Guerra Mundial, quando, por ter apoiado aliados, as indústrias alemãs, em represália, deixaram de anunciar no jornal. (MATTOS, 2006, p40)

3.1.5. A Rádio Nacional

Segundo Tavares (1999), Ademar Casé, um representante comercial (vendedor de aparelhos retransmissores), foi um dos grandes responsáveis pela consolidação da PRA-X Rádio Phillips. Entusiasmados com o sucesso das vendas, os diretores da emissora ofereceram-lhe um aluguel de quatro horas semanais, e foi ao ar em 14 de fevereiro de 1932, entre 20h e 24h, o Programa Ademar Casé. Levou para o rádio nomes importantes como Noel Rosa, Henrique Foréis Domingues, o Almirante, Carmem Miranda e Aurora Miranda, Silvio Caldas e Vicente Celestino.

Em setembro de 1936 a empresa resolveu desativar a emissora (que havia sido criada para divulgar seus produtos no Brasil e por isso tinha problemas com a legislação). Ela foi oferecida a Casé por 50 contos de réis, com a condição de pagamento em várias prestações mensais. Apesar do valor considerado baixo, Casé julgou não ter condições de arcar com o prejuízo. Com a desistência, a rádio foi oferecida ao grupo editorial composto pelos jornais A Noite, Noite Ilustrada e Revista Carioca. Em 12 de setembro de 1936 era fundada a PRE-8 Sociedade Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Às 21 horas um gongo soou três vezes, seguido pela voz de Celso Guimarães, que anunciava: “Alô, alô, Brasil!!!! Está no ar a Rádio Nacional do Rio de Janeiro”.

A Rádio Nacional viria a se tornar uma das maiores lendas do rádio brasileiro, e seria de importante referência para a prática geral do radialismo. A partir dela, as emissoras passam a se desenvolver sobre uma organização burocrática. A Rádio Nacional tinha um complexo organograma. Seu conselho administrativo era formado por oito divisões especializadas, sob as ordens do diretor geral Vitor Costa. Sua estrutura tinha 10 maestros, 124 músicos, 33 locutores, 55 atores e 39 atrizes, 52 cantores e 44 cantoras, 18 produtores, 13 repórteres, 24 redatores, quatro secretários de redação e cerca de 240 funcionários administrativos. Contava ainda com um auditório de 500 lugares, seis estúdios e transmissores que faziam com que sua programação pudesse ser ouvida em todo o território e em partes da África, Europa e América do Norte.

3.1.6. Vargas e o Rádio

Antes de falar sobre o contexto político-social do rádio na década de 1930, época de profundas alterações na radiodifusão brasileira, é interessante ressaltar que o rádio teve, nos efervescentes anos 1930, um papel determinante para o futuro do Brasil, mas não foi assim na década de 1920, quando ainda tinha alcance e tecnologia limitados e poucos ouvintes. Dessa forma, praticamente não há registros de veiculação de notícias sobre os diversos movimentos armados dos anos 1920.

Conforme escrito anteriormente, César Ladeira foi figura técnica importante para o desenvolvimento de um novo modelo de programação no rádio brasileiro. Mas ganhou fama nacional por outro episódio da história do Brasil. Na noite de 23 de maio de 1932, em São Paulo, uma manifestação pedia o retorno à autonomia estadual e, em confrontos com partidários da Ditadura Vargas, quatro estudantes foram fuzilados.

Aos 21 anos, o jovem repórter vindo de Campinas, interior de São Paulo, da sacada do prédio onde funcionava a Record, na Praça da República, 17, narrou o fuzilamento dos jovens Mário Martins de Almeida, Euclides Miráglia, Dráusio Marcondes de Souza e Antônio Américo de Camargo Andrade. As iniciais Martins, Miráglia, Drázio e Camargo. O episódio deu origem ao MMDC e foi o estopim para Revolução Constitucionalista.

Segundo Tavares (1999), depois de narrar o início da revolução, César Ladeira se manteve nela e pelo rádio levava ao ar mensagens eloqüentes e patrióticas provocando o espírito paulista contra o regime ditatorial de Vargas. E pela primeira vez na história do país o rádio havia sido usado como instrumento de mobilização popular. Ladeira foi preso e passou 16 dias na cadeia e, por conclamar o povo, ganhou fama como o Locutor da Revolução.

São Paulo cansou de esperar e, sem 'aviso prévio', levantou-se em armas contra o governo central. Foram dias de angústia e expectativa. O rádio da capital do país e de outros estados foi 'arrolhado' pela censura. Não se podia dizer coisa alguma que não fosse favorável às chamadas 'hostes legalistas' (nem tão legalistas como se julgavam...). Só podíamos ouvir em aparelhos de ondas curtas, altas horas da noite, uma voz paulistana que narrava a realidade dos fatos. Era um prazer ouvir aquela voz. Não só pelo que transmitia, como, e principalmente, por se tratar de timbre

privilegiado, como não se ouvira antes. Era a voz de um jovem jornalista. Ocupava o microfone da rede paulista de comunicações que durante a noite inteira, e nos punha a par de que, de fato, vinha acontecendo. Era a voz de César Ladeira, até hoje considerado como o melhor locutor do Brasil de todos os tempos”. (MURCE, 1976, p36)

Mas a relação de Vargas com o rádio é anterior a esse “contratempo” em sua trajetória. Na verdade, percebeu rápido seu potencial como instrumento de divulgação de ideologia. Segundo Ortriwano (1985), a partir de 1930, o rádio começou a assumir um papel cada vez mais importante na vida política brasileira justamente quando o Estado passa a ser utilizado de maneira autoritária.

Logo após a Revolução de 30, foi criado o Departamento Oficial de Propaganda (DOP), que era responsável por uma sessão de programação oficial que antecedeu a Hora do Brasil, criada quatro anos mais tarde, quando o DOP foi transformado em Departamento de Propaganda e Difusão Cultural. Posteriormente, em 1939, foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), através do decreto 1915, assinado no dia 27 de dezembro. O novo órgão era diretamente ligado à Presidência da República e tinha entre suas funções a tarefa de fiscalização e censura do conteúdo e programação do rádio, jornais, cinema e teatro.

Em 1940 Getúlio Vargas decidiu que a Rádio Nacional deveria ser um instrumento de afirmação do regime imposto e o presidente decretou a encampação da empresa A Noite, que era dona dos direitos administrativos da emissora. Segundo Ortriwano (1985), as razões maiores da eficácia da rádio ultrapassariam o âmbito cultural para o conjunto das relações sociais, econômicas e políticas, por isso é necessário compreender a Rádio Nacional no conjunto dos mecanismos de legitimação ideológica acionados direta ou indiretamente pelo sistema de dominação política. A emissora passaria a atuar como um mecanismo de controle social, destinado a manter as expectativas sociais dentro dos limites compatíveis com o sistema como um todo.

3.1.7. Contexto Político 1930-1940

Segundo Fausto (1995), seria difícil imaginar uma grave cisão (que levaria ao fim a Primeira República) entre as elites dos grandes estados brasileiros em 1929,

depois de um governo tranqüilo de Washington Luis. Os desentendimentos começaram quando o então presidente surpreendeu e resolveu apoiar um paulista para sua sucessão. Como se não bastasse (por razões discutidas até hoje), insistiu no nome do governador de São Paulo, Júlio Prestes.

Essa atitude empurrou mineiros e gaúchos para um acordo, reproduzindo até certo ponto as alianças da campanha 1909-1910. A articulação de uma candidatura da oposição partiu do governador de Minas Gerais, Antonio Carlos Ribeiro de Andrada, que para lançar o governo gaúcho em uma ação que representaria a ruptura de acomodação com o governo federal, ofereceu ao Rio Grande do Sul o a cadeira de presidente da República. Em meados de 1929, depois de várias reuniões, era apresentada a chapa com Getúlio Vargas candidato a Presidente e João Pessoa como vice. João Pessoa era governador da Paraíba e filho sobrinho de Epitáfio Pessoa. Formavam a Aliança Liberal, em nome da qual seria feita a campanha. O programa de governo consistia em valorizar as classes regionais dominantes não associadas aos plantadores de café, mas sim, a produção nacional como um todo, além de algumas medidas de proteção aos trabalhadores, como a extensão do direito à aposentadoria aos setores que ainda não tinham esse benefício.

No meio da campanha eleitoral, em outubro de 1929, estoura a crise mundial, e apanha a cafeicultura em situação complicada. A defesa permanente do café gerara a expectativa de lucros certos e as plantações pipocaram por todo o estado de São Paulo. A safra de 1927-1928 chegou a quase 30 milhões de sacas, quase o dobro da média das últimas três. Com a crise, os preços internacionais sofreram brusca queda, e como houve retração do consumo, tornou-se impossível compensar a queda de preços com o aumento do volume das vendas. Os fazendeiros que haviam se endividado contando com lucros sem futuro acabaram ficando sem saída.

Foi quando surgiu o desentendimento entre o setor cafeeiro e o governo federal. Os produtores solicitaram a Washington Luís o enfrentamento da crise através da concessão de novos financiamento e de uma moratória de débitos. Preocupado em manter o plano de estabilidade cambial (que, aliás, também viria a naufragar), o presidente recusou, e uma onda de descontentamento tomou São Paulo.

Júlio Prestes venceu as eleições em 1 de março de 1930. Apesar de todos os problemas e da disputa acirrada entre os grupos, aquele resultado parecia marcar o fim de uma cisão regional. Mas nem todos pensavam assim, e como alternativa de

oposição, começou a aparecer o ponto de vista dos “tenentes civis”, que queriam uma resposta pelas armas. Apesar de restrições recíprocas, isso também foi contornado, exceto por Luis Carlos Prestes, o nome de maior prestígio entre os tenentes, que na época lançou um manifesto no qual se declarava socialista revolucionário, e condenava o apoio às oligarquias. Tanto para elite quanto para o grande público, o manifesto caiu como bomba.

Em 26 de julho de 1930, João Pessoa foi assassinado em uma confeitaria de Recife, a mando de João Dantas, um antigo adversário político. Sua morte teve grande ressonância e foi explorada politicamente. Seu enterro no Rio de Janeiro, capital da República, reuniu uma grande massa, e os opositoristas ganharam de presente uma arma. A partir desse fato tornou-se mais fácil desenvolver a articulação revolucionária, e um ponto forte foram os ganhos dentro do Exército, e comando geral das forças armadas foi parar nas mãos do tenente-coronel Góis Monteiro, nascido em Alagoas, mas com a carreira intimamente ligada ao Rio Grande do Sul, e conhecido de longa data de Getúlio Vargas, João Neves e Paim Filho.

Em Minas Gerais e no Rio Grande do Sul a revolução estourou no dia 3 de outubro de 1930. No Nordeste o movimento foi deflagrado na madrugada de 4 de outubro, sob o comando de Juarez Távora, e tendo a Paraíba como centro das operações. A população de Recife ajudou, ocupando prédios federais e um depósito de armas, enquanto os ferroviários da Great Western entraram em greve. Também com o controle do sul do país, as tropas preparavam-se para invadir São Paulo. Os revolucionários estacionaram em Ponta Grossa, norte do Paraná, onde Góis Monteiro instalou seu quartel general e Vargas e sua comitiva acomodaram-se em um vagão de trem. Lá eles planejaram atacar as forças leais a Washington Luis a partir de Itararé. Essa batalha nunca aconteceu. Antes do confronto, no dia 24 de outubro, os generais Tasso Fragoso, Mena Barreto e Leite de Castro, e o almirante Isaías Noronha, depuseram o presidente da República no Rio de Janeiro, constituindo uma junta provisória de governo.

A junta tentou permanecer no poder, mas recuou diante da pressão de populares e revolucionários sulistas. Vargas foi de trem até São Paulo, de onde seguiu para o Rio de Janeiro e chegou precedido por três mil soldados gaúchos. Desembarcou na capital de uniforme militar, ostentando um grande chapéu dos

pampas. A posse de Vargas aconteceu no dia 3 de novembro de 1930, e marcou o fim da Primeira República.

A crise mundial trazia uma produção agrícola sem mercados, a ruína de fazendeiros e desemprego nas grandes cidades. Caía a receita das exportações e a moeda conversível se evaporava. As oligarquias vitoriosas em 1930 tentavam reconstruir o país politicamente nos velhos moldes. Não era novidade a colaboração entre estado e Igreja desde os anos, e agora se tornava mais estreita. A Igreja Católica foi também uma base importante para o governo Vargas. O marco simbólico dessa colaboração foi a inauguração do Cristo Redentor, em 12 de outubro de 1931. A igreja levou as massas a apoiar o novo governo, e em troca, tinha favores importantes do governo federal, como o decreto de abril de 1931, que permitiu o ensino da religião nas escolas.

As medidas centralizadoras de Vargas surgiram cedo. Em novembro de 1930 ele dissolveu o Congresso Nacional e os legislativos estaduais e municipais. Todos os antigos governadores (fora do Minas Gerais) foram destituídos e, para seu lugares, nomeados interventores. Em agosto de 1931 surgiu o código de interventores, que estabeleceu as normas de subordinação ao poder central. Um dos objetivos principais era fomentar a educação e formar uma elite mais ampla e, intelectualmente, mais bem preparada. As tentativas da reforma do ensino vinham desde 1920, mas com Vargas ela entrou no compasso da visão geral centralizadora. Um marco inicial dessa proposta foi o surgimento do Ministério da Educação e Saúde, em novembro de 1930.

Com a vitória na Revolução de 1930, os tenentes passaram a fazer parte do governo, e formularam um programa mais claro, propondo atendimento uniforme das necessidades das várias regiões do país, alguns planos econômicos, a instalação de uma indústria básica e um programa de nacionalização de minas, meios de transporte, comunicação e navegação de cabotagem. Defendiam prolongamento da ditadura Vargas e a elaboração de uma Constituição que estabelecesse a representação por classe. O presidente tratou de usar os quadros tenentistas como instrumento de luta contra as oligarquias estaduais, especialmente em São Paulo e no Nordeste, que acabou sendo o campo de ação predileto.

A ação tenentista no Nordeste despertou a fúria dos grupos dominantes nas áreas mais desenvolvidas do país, e em São Paulo, a deflagração da Revolução Constitucionalista de 1932. Vargas marginalizou a elite paulista, nomeando como

interventor para o estado o tenente pernambucano João Alberto. Nessa época, inclusive, cresceu a onda de preconceito contra nordestino. A elite paulista pressionou e o interventor caiu em julho de 1931. outros três interventores assumiram o cargo sem sucesso. Ela defendia a constitucionalização do país, a partir dos princípios da democracia liberal. Como medida transitória, exigia a nomeação de um interventor civil e paulista.

Em fevereiro de 1932 o governo federal se pôs a atender às pressões contra o prolongamento da ditadura que vinham de São Paulo, Rio Grande do Sul e Minas Gerais. Em março, Vargas finalmente nomeou um interventor civil e paulista, Pedro de Toledo. Ainda em março, a Frente Única Gaúcha rompeu com Vargas, fato que levou os grupos que já conspiravam em São Paulo a acelerar os preparativos para uma revolução. A morte de quatro jovens (Miraglia, Marcontes, Dráusio e Camargo), na tentativa de invasão de um jornal, formou o MMDC e, afinal, no dia 9 de julho de 1932 estourou em São Paulo a revolução contra o governo federal.

O esperado apoio de Minas Gerais e do Rio Grande do Sul não veio. As elites dos dois estados não se dispuseram a correr o risco de enfrentar, nas armas, um governo que ajudara a eleger menos de dois anos antes. No Mato Grosso havia a promessa de uma significativa ajuda em homens e munição, que chegou com apenas algumas centenas de soldados. O plano era um ataque fulminante à capital, forçando o governo a negociar. O plano falhou e, embora a causa dos paulistas despertasse simpatia na classe média carioca, o conflito ficou militarmente confinado ao território de São Paulo, com a Marinha bloqueando o porto de Santos.

Era uma luta desigual. Vargas empenhou 18 mil homens, munição e artilharia pesada, contra um contingente de 8,5 mil em defesa da causa paulista, com escassez de recursos e armamento. Apesar do abismo de forças, a luta armada durou quase 90 dias. O movimento trouxe conseqüências importantes. Embora vitorioso, o governo percebeu que era impossível ignorar a elite paulista, e os derrotados, por sua vez, perceberam que teriam que estabelecer algum compromisso com o poder central.

O ano de 1934 foi marcado por reivindicações operárias. Uma série de greves explodiu no Rio de Janeiro, São Paulo, em Belém e no Rio Grande do Norte. Campanhas contra o fascismo ganharam força e culminaram num violento choque entre fascistas e integralistas em São Paulo, em outubro de 1934. Vargas respondeu com uma Lei de Segurança Nacional (LSN), que provocou manifestações de alguns

sindicatos e alguns jornais, em medida que foi condenada por oficiais do Exército e da Marinha. Com apoio dos liberais, o Congresso aprovou um substitutivo em quatro de abril de 1935, definindo os crimes contra a ordem política e social. Nessa lista estavam greves de funcionários públicos, provocação de animosidade nas classes armadas, a incitação de ódio entre as classes sociais, propaganda subversiva e organização de associações ou partidos com o objetivo de subverter a ordem política ou social.

Enquanto isso membros da esquerda preparavam o lançamento da Aliança Nacional Libertadora (ANL), que se efetivaria em 30 de março de 1935, cujo programa básico tinha conteúdo nacionalista calcada em cinco itens: suspensão definitiva do pagamento da dívida externa, a nacionalização de empresas estrangeiras, a reforma agrária, a garantia das liberdades populares, e a constituição de um governo popular, do qual poderia participar qualquer um. A ANL ganhou projeção e, segundo Fausto (1995), em 1935 ele contava com algo entre 70 mil e 100 mil pessoas. No dia 5 de 1935, o jornalista Carlos Lacerda leu o Manifesto de Prestes (que estava clandestino no Brasil) apelando pela derrubada do governo Vargas.

Naquele mesmo ano o governo já vinha reprimindo as atividades da ALN e, com isso, conseguiu uma razão para fecha-la, o que fez através de decreto no dia 11 de julho de 1935. Enquanto prisões se sucediam, os comunistas começavam os preparativos para uma insurreição, que resultaram na tentativa do golpe militar de novembro de 1935. O levante foi um fracasso. Começou em 23 de novembro, no Rio Grande do Norte, antecipando-se a uma ação coordenada a partir do Rio de Janeiro. Uma junta do governo tomou o poder em Natal por quatro dias, até ser dominada. Surgem diversas rebeliões no Recife e Rio de Janeiro e confronto entre rebeldes e forças governistas, resultando em vários mortos e rendição.

O episódio foi o pretexto para uma série de medidas repressivas e abriu caminho para a escalada autoritária de Vargas. Durante o ano de 1936 o Congresso aprovou todas as medidas excepcionais solicitadas pelo Executivo. O estado de sítio foi sucessivamente prorrogado até junho de 1937 e, ainda em 1936, a polícia invadiu o Congresso e prendeu cinco parlamentares que tinham apoiado ou simplesmente demonstrado simpatia pela ALN.

Nos primeiros meses de 1937 definiram-se as candidaturas à sucessão presidencial. As eleições estavam marcadas para janeiro de 1938. O Partido

Comunista lançou Armando de Salles Oliveira e o paraibano José Américo de Almeida, ex-ministro de Viação e Obras Públicas de Vargas, seria o candidato com apoio do governo. E, por último, surgiu a candidatura de Plínio Salgado, pela frente integralista.

O presidente, no entanto, não estava disposto a deixar o governo, e não confiava em nenhuma das candidaturas. Ao longo do ano de 1937 Vargas interveio em vários estados, afastando inclusive, sob acusação de proximidade com a extinta ANL, o prefeito do Distrito Federal, Pedro Ernesto, que gostava de bastante popularidade na época. No Exército, uma série de oficiais legalistas foram afastados dos comandos militares. Faltava, no entanto, um pretexto para reacender um clima golpista que “obrigasse” o governo a tomar providências.

Esse pretexto surgiu com o Plano Cohen. O capitão Olímpio Mourão Filho, um oficial integralista, foi surpreendido datilografando no Ministério da Guerra um plano de insurreição comunista. O autor do documento seria alguém de nome Cohen (marcadamente judeu). O documento chegou às mãos da cúpula do Exército, e no dia 30 de setembro, foi transmitido pela Hora do Brasil, e publicado em partes nos jornais. Os efeitos foram imediatos. Por maioria de votos o Congresso aprovou, às pressas, o estado de guerra e a suspensão das garantias constitucionais por 90 dias. Vargas conseguiu apoio de todos os governadores, exceto Juraci Magalhães, da Bahia, e Carlos de Lima Cavalcanti, de Pernambuco. A oposição tentou se mobilizar e Armando Sales de Oliveira lançou um manifesto aos militares para que impedissem o golpe. O gesto de Sales teve efeito contrário, e Vargas decidiu antecipar em cinco dias a ação marcada para 15 de novembro.

No dia 10 de novembro de 1937, tropas da polícia militar cercaram o congresso e impediram a entrada dos congressistas. A noite, Getúlio anunciou uma nova fase política e a entrada em vigor de uma Carta constitucional, elaborada por Francisco Campos. Era o início do Estado Novo. E, segundo Fausto (1995), seria engano pensar que seria a ruptura com o passado. Ao contrário, muito do que entrou em pauta a partir de 1937 já vinha se formando desde 1930, só que agora, instituições e práticas políticas ganhavam coerência no cenário de um novo regime.

Entre outros itens, constava na Carta de 1937 o poder que o presidente da República tinha de confirmar ou não o mandato dos governadores, e nomear interventores no caso de não-aprovação. O Estado Novo concentrou a maior soma de poderes até aquele momento da história do Brasil independente. Os estados

passaram a ser governados por interventores e eles próprios eram controlados por um departamento administrativo, uma espécie de substituto das assembleias estaduais. Alguns historiadores resumem essa parte da história brasileira como uma aliança da burocracia civil e da burguesia industrial com objetivo comum de promover a industrialização do país sem grandes abalos sociais.

O Estado embarcou em na idéia de substituir importações pela produção interna e de estabelecer uma indústria de base. Até o início dos anos 1940 essa substituição se deu sem um planejamento geral, considerando cada setor como um setor específico. Nesse cenário começam os anos 1940, o início da Era de Ouro do Rádio.

3.2. O Uso Político e a Era de Ouro

A expressão Estado Novo foi empregada pela primeira vez por Oliveira Salazar, no início da década de 1930, para justificar o regime autoritário português. Sua utilização alguns anos depois no Brasil, (e dos mesmos dispositivos das constituições de regimes totalitários da época), chegou a ser apontada como evidência da subordinação ideológica da ditadura de Vargas ao fascismo europeu. Se a matriz ideológica era a mesma, no sentido de que ambos os regimes se fundamentaram a partir de uma visão autoritária de governo e da organização e uniformização da sociedade, diferentes eram as dinâmicas históricas que os engendraram e as práticas políticas adotadas na Europa e no Brasil.

O Estado Novo tinha em comum com o fascismo a mesma crítica à democracia parlamentar, à pluralidade de partidos e à representação autônoma de interesses, assim como a valorização da idéia de um "Estado forte", paternalista e tutor da sociedade civil. Mas a diferencia substancial entre o Estado Novo e o fascismo europeu estava no plano das práticas políticas concretas, como, por exemplo, na inexistência de partido único, na ausência de intensa mobilização política de massas e na não-uniformização da elite dirigente. Além disso, o Estado Novo prescindiu de qualquer mecanismo, ainda que formal, de legitimação (o plebiscito previsto na Carta de 1937 nunca chegou a ser realizado), e só procurou criar sua máquina de propaganda dois anos depois de implantado. E a glorificação da pessoa de Vargas como o pai dos pobres, mais folclórica do que mítica, só se iniciou três anos e meio

depois de instaurada sua ditadura pessoal. Essas diferenças não foram acidentais: elas indicam fenômenos políticos e realidades sociais distintas.

Para garantir o funcionamento do novo regime, Getúlio Vargas criou vários instrumentos de controle e repressão. Destacou-se o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), encarregado do controle ideológico, mediante censura total dos meios de comunicação - jornais, rádio e cinema -, através dos quais, inoculando na sociedade o medo do "perigo comunista", sustentava o clima de insegurança que justificara o novo regime. Além disso, trabalhava na propaganda do presidente, formando dele uma imagem sempre favorável. Com esse fim foi instituída a obrigatória Hora do Brasil, que vigora até hoje. Naturalmente, a intolerância pela diversificação da informação era a base do novo regime. E qualquer oposição ideológica era duramente reprimida.

No meio do caminho, Getúlio Vargas até deu a esperança de tempos mais brandos, já que a Constituição de 16 de julho de 1934, além de instituir o direito de resposta e vedar o anonimato, dedicava especial atenção, no item 9 do artigo 113, à manifestação do pensamento: "Em qualquer assunto é livre a manifestação do pensamento, sem dependência de censura, salvo quanto a espetáculos e diversões públicas, respondendo cada um pelos abusos que cometer, nos casos e pela forma que a lei determinar. Não é permitido o anonimato. A publicação de livros e periódicos independe de licença do poder público. Não será, porém, tolerada a propaganda de guerra ou de processos violentos para subverter a ordem política e social". Mas o presidente corrigiu essa postura na última hora.

Dias antes da promulgação, o presidente Getúlio Vargas baixou o Decreto 24.776, instituindo a Nova Lei de Imprensa, pela qual (artigo 6º, parágrafo 6º) a polícia poderia apreender veículos de comunicação independentemente de mandado judicial. Em 4 de abril de 1935 foi promulgada a Lei 38, que regulamentava os dispositivos constitucionais sobre propaganda de guerra. No dia 11 de setembro de 1936, por meio da Lei 244, foi criado o Tribunal de Segurança Nacional.

A Constituição de 1937, promulgada em 10 de novembro, estabeleceu, no artigo 122, a censura prévia aos veículos de comunicação para assegurar 'a paz, a ordem e a segurança. Com a instauração do Estado Novo (1937-1945) por Getúlio Vargas a censura ficou ainda mais forte com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda. (MATTOS, 1976, p104)

A partir do DIP, as empresas jornalísticas só podiam se estabelecer através da inscrição e autorização do órgão. Segundo Mattos (1976), o departamento também expedia licença para a obtenção de papel imprensa, e nessa estratégia, mais de 60 jornais e revistas foram impedidos de continuar circulando. A censura à imprensa e o controle (muitas vezes feito na base da força) eram fatores que vinham no pacote do Estado Novo.

Durante o Estado Novo, em 1937, Júlio Mesquita Filho foi preso 17 vezes e exilado. Primeiro em Lisboa, depois em Buenos Aires, onde se encontrava em 25 de março de 1940, quando soldados da Força Pública ocuparam a sede do jornal, sob alegação de que seus proprietários armazenavam metralhadoras para derrubar o governo. O *Estado* passou cinco anos e meio sob intervenção – período que não se conta em sua história – e só foi devolvido em dezembro de 1945. (MATTOS, 1976, p40)

Vargas só teria a idéia de usar o rádio para chegar à sociedade depois de ver fracassada a sua prioridade: a vontade de criar uma organização civil armada semelhante à Juventude Hitlerista, que, na mesma época, funcionava na Alemanha. Segundo o próprio Vargas diz em seu diário, o planejamento começou a ser feito em 1938, mas esbarrou no medo que os militares tinham em criar uma organização paramilitar. Essa organização, que viria a ser chamada de Organização Nacional da Juventude, é citada pela primeira vez no diário do presidente em uma anotação datada do dia 24 de janeiro de 1938. Vargas é lacônico.

Despachos com a Justiça e com a Educação, que me trouxeram uma pilha de papéis. No expediente da Justiça, o projeto de Organização da Mocidade, para o serviço do novo regime (VARGAS, 1995, p103. Vol II).

Tal ação ficou em negociação junto ao Ministério da Justiça por alguns meses. Foi enterrada – melhor dizendo, adaptada – dois anos depois por falta de empenho das forças armadas, e depois se tornou um projeto educacional. No novo ministério, ficaria a cargo dos estudos de Gustavo Capanema, e perderia suas características paramilitares que teria no projeto originalmente desenvolvido por Francisco Campos.

Em nota da organizadora do diário, Celina Vargas do Amaral Peixoto, a explicação:

A transferência fora sugerida pelo ministro da Guerra em documento reservado ao presidente da República, sob o argumento de criação de uma estrutura militar paralela à oficial levaria ao enfraquecimento do Exército, sendo mais apropriado o desenvolvimento do projeto através do sistema educacional vigente. (VARGAS, 1995, p173. Vol II)

Aparentemente, ao longo dos meses e das negociações junto aos ministérios da Justiça, da Guerra, e da Educação, Vargas sentiu que a idéia de uma organização paramilitar jovem não era bem vista pelo comando das Forças Armadas. Outro fator que ajudou a complicar o projeto era a falta de confiança da presidência da República para com o Exército. Em seu diário Vargas deixa registrada essa instabilidade.

À noite o capitão João Alberto e o general Góis Monteiro aparecem-me com o general Espírito Santo Cardoso, a quem, conforme já havia antes trocado impressões com oficiais revolucionários através de João Alberto, convido para ministro da Guerra. Ele aceita. Então, diante das testemunhas referidas, faço-lhe recomendações expressas sobre a atitude que deverá manter no sentido da conciliação do Exército, o regime de disciplina etc., com o que ele está de inteiro acordo.

(Também) à noite, avisam-me que há alguns pruridos de reação dos elementos contrários ao afastamento do ministro da Guerra. Parece que não tiveram maiores conseqüências. (VARGAS, 1995, p113).

O Exército Brasileiro nunca foi uma instituição coesa e coerente. Apesar da velada frustração de Vargas em perceber que, por causa dessa cisão, não conseguiria fazer vingar seu plano de organização jovem paramilitar, o presidente não tinha muito o fazer, a não ser fomentar e se valer dessa separação ideológica.

Naqueles tempos do Estado Novo, da ditadura getulista, a oficialidade fiel ao governo era, preferencialmente, mantida no país, até como segurança da ditadura. Foram os oficiais que discordavam da ditadura implantada por Góis Monteiro, Eurico Gaspar Dutra e Getúlio Vargas, em 10 de novembro de 1937, que lutaram para seguir na força que iria combater o fascismo e o nazismo, inspiradores do integralismo e do totalitarismo no Brasil. (SILVA, 1992, p99)

No fim das contas, foi aconselhado pelos militares a organizar os jovens como parte de um projeto educacional. O resultado foi que quando a Organização da Juventude Brasileira nasceu oficialmente, em 1940, já não tinha as características

de organização armada que o presidente desejava. O projeto foi desenvolvido como educacional, e já nas suas primeiras ações, Vargas sabia que não surtiria qualquer efeito no Brasil, um país de elevada taxa de analfabetismo.

E é justamente nesse meio tempo que o presidente começa ver o rádio como um poderoso instrumento de construção de ideologia. As datas podem dar algumas pistas: o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) foi um presente de Natal atrasado e amargo para o brasileiro livre pensador. O decreto que o criou foi assinado no dia 27 de dezembro de 1939. O DIP viria para substituir o Departamento Nacional de Propaganda, com o objetivo de difundir a ideologia do Estado Novo, promover o seu chefe e divulgar as realizações do novo regime.

Ainda em 1939, mesmo antes de Vargas assinar o encampamento da Rádio Nacional, já havia entre os diretores da emissora, a necessidade de desviar a atenção dos ouvintes da tensão mundial que tomava conta do mundo por causa da Segunda Guerra Mundial. Ou seja, provavelmente o presidente já conhecia os valores do rádio como fator de fuga da realidade.

A realidade conquistava seu espaço no rádio, onde até então prevalecia a fantasia e a divulgação. Mas a tensão crescente no Brasil e no mundo gerava a necessidade de uma válvula de escape popular, barata e acessível. O novo auditório de quase 500 poltronas da Rádio Nacional se tornaria uma espécie de cartão postal sonoro do Rio de Janeiro e, ao mesmo tempo, um inesperado ponto de encontro do Brasil e do mundo em plena Mauá (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p 86)

Nos primeiros dias de 1940, Vargas já tratava de reorganizar os seus líderes de propaganda e imprensa. A nova diretoria do departamento despachava com o presidente logo no dia 18 de janeiro, o que indica o interesse em ver o órgão funcionando em um curto espaço de tempo. Mas, a coincidência derradeira foi que, poucos meses depois, na noite do dia 7 de março de 1940, Vargas assinou dois documentos em seqüência, um que criava oficialmente o projeto da Organização Nacional da Juventude, outro que encampava a Rádio Nacional, integrando-a às Empresas Incorporadas ao Patrimônio da União. Ambas as leis foram publicadas no dia seguinte.

Oito de março de 1940. O governo Getúlio Vargas instituiu o decreto-lei número 2.073, criando as Empresas Incorporadas ao Patrimônio da União. O texto oficial determinava:

Considerando que todo o acervo da Companhia Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande e empresas a ele filiadas teve origem direta ou indireta em operações de crédito realizadas no estrangeiro e em contribuição dos cofres públicos do Brasil;...

Considerando que a Companhia Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande deve ao Patrimônio Nacional importância superior a 3.000.000,00 que recebeu a título de adiantamento para ser deduzida de excesso de receita bruta;

Considerando que foi com tais recursos, provindos do Tesouro, que a mesma empresa adquiriu ações de outras sociedades que fazem parte do seu acervo;...

Considerando que é de relevante interesse para a economia do país e, portanto, de utilidade pública, a manutenção e desenvolvimento das atividades de tais empresas, sob a orientação e responsabilidade do governo;

Considerando que se impõe desde logo a direção dessas empresas por agentes do Poder Público, para que se resguarde seu patrimônio e se assegure o direito dos credores;...

Decreta:

Art.1º:

Ficam incorporadas ao Patrimônio da União

- a) Toda a rede ferroviária de propriedade da Companhia Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande ou a ela arrendada.
- b) Todo o acervo das Sociedades 'A Noite', 'Rio Editora' e 'Rádio Nacional'.
- c) As terras situadas nos Estados do Paraná e Santa Catarina, pertencentes à referida Companhia Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande.

...

Art. 5º:

Para tomar posse dos bens incorporados ao Patrimônio Nacional como estabelece o Art.1º em seu parágrafo único, nomeará o governo um superintendente cuja ação se regerá pelas instruções que lhe são dadas pelos Ministros da Fazenda e da Aviação. (MURCE, 1976, p54).

Para a superintendência as Empresas Incorporadas, Vargas nomeou o coronel Luiz Carlos da Costa Netto, e para diretor da Rádio Nacional foi nomeado o jornalista e promotor do Tribunal de Segurança Nacional, Gilberto Goulart de Andrade. Uma curiosidade: Andrade era autor de 23 peças teatrais encenadas e, ao mesmo tempo, era organizador da censura teatral. A novidade, obviamente, gerou aflição para as pessoas envolvidas, mas o contato com o novo diretor acalmou os ânimos em pouco tempo.

A política administrativa de Gilberto Goulart de Andrade gerou uma série de programas de alto custo, mas de valor fundamental para a consolidação do prestígio da emissora. A Rádio Nacional chegou a ter, em 1943, nada menos que César

Ladeira, como locutor e apresentador do programa “Um Milhão de Melodias”, uma das principais atrações da programação. Em dezembro daquele ano a Nacional assumiu seu caráter internacional e passou a transmitir em quatro idiomas diferentes, divulgado a música, o folclore e os produtos brasileiros.

Politicamente, uma vez encampada e já sob o comando direto do DIP, a rádio Nacional trabalhava diretamente para os interesses da Presidência da República, servindo ao colunismo social e, (assim como funcionou na Alemanha) fortalecendo a imagem do presidente.

No início da década de 1940, ministros de estado, interventores e embaixadores eram homenageados pela direção da Rádio Nacional. Carmem Miranda visitava os estúdios da emissora para assistir aos programas de auditório comandados por Almirante. O concurso Gaitas de Boca. Era a nova Nacional já instalada, produto do Brasil novo, que segundo Gilberto de Andrade, ‘não existiria sem o apoio do superintendente Costa Neto e a clarividência de Getúlio Vargas’. Decididamente, a presença à frente da emissora de um membro do Tribunal de Segurança Nacional, durante o Estado Novo, era a prova inconteste das injunções políticas que ali se poderiam fazer presentes. (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p 58)

Ainda segundo Saroldi e Moreira (2005), a cada avanço do Eixo, Getúlio Vargas fortalecia os laços do Brasil com a Alemanha. Esses laços foram rompidos quando os Estados Unidos entraram na guerra contra Itália, Alemanha e Japão, e ao lado dos aliados. Essa manobra internacional incidiu diretamente sobre Vargas, que foi forçado a alterar cargos da sua maior confiança, inclusive no DIP.

Lourival Fontes foi sucedido no DIP pelo major Coelho dos Reis (agosto de 1942 a julho de 1943), este cedendo lugar ao capitão Amílcar Dutra de Menezes (até maio de 1945). Mas com a abertura democrática de 1945 e o fim da Segunda Guerra Mundial, o DIP é transformado no Departamento Nacional de Informações. A designação de um novo superintendente para as Empresas Incorporadas da União levou Gilberto Goulart de Andrade a pedir demissão do cargo de diretor da Rádio Nacional, em maio de 1946. (SAROLDI e MOREIRA, 2005, p 58)

3.2.1. O General da Propaganda e seus Pupilos

Este item da pesquisa é um simples adendo, comprovando que, apesar da habilidade de Vargas como comunicador, ele não foi o primeiro ditador a trabalhar

para a construção de sua imagem e imposição de um regime centralizador. O pioneiro nessa prática foi um contemporâneo seu, a quem o chefe do Estado Novo admirava (e se inspirava) bastante: Adolf Hitler, que para isso teve a assistência de outro militar nazista e não menos habilidoso para a comunicação, Joseph Goebbels.

Segundo Ortriwano (1985), o rádio é um poderoso instrumento político que pode servir tanto à mudança quanto à manutenção de um estado, e que o mais eficaz meio de comunicação torna-se um instrumento ideológico se sua posse for utilizada como arma. Além da Juventude Hitlerista, Getúlio Vargas tinha outro espelho na gestão Adolf Hitler, e a autora cita Paul Joseph Goebbels, ministro de Informação e Propaganda que exercia o controle sobre os meios de imprensa alemães, e colaborou para a afirmação de Hitler, algo que seria inconcebível sem o rádio. Para melhor submeter a população, preparar as massas para as grandes tarefas nacionais e favorecer uma revolução espiritual e cultural, o governo Hitler criou, em 13 de março de 1933, o novo Ministério da Informação Popular e da Propaganda, cuja organização foi confiada a Joseph Goebbels.

Segundo Bartoletti (2006), a partir da criação do Ministério da Informação Popular e da Propaganda, divulgou-se, por toda parte do mundo, as atuações do partido nazista; o país foi inundado por panfletos, cartazes vermelhos ornados de cruz gamada, jornais distribuídos nas ruas, caixas de correios ou lançados por aviões. Alto-falantes foram usados para repetir as palavras de ordem ou para fazer ouvir as palavras do líder em discos. Em pontos estratégicos, organizados por todo o país, oradores formados pelo partido popularizaram temas e slogans de fácil assimilação. As águias, as bandeiras, a cruz gamada de fundo vermelho e branco, os cantos e hinos, os uniformes marrons e outros artifícios não só asseguravam a coesão das massas, impressionando os indecisos e aterrorizando os adversários, mas também suscitavam êxtase e devotamento. Segundo Goebbels, o povo deveria “começar a pensar em unidade, a reagir em unidade e se colocar à disposição do governo com toda a simpatia”.

Aliás, ele pode ter sido o autor da tática de receber bem o jornalista para que este leve boas letras aos jornais, através de manobra política feita durante a Segunda Guerra Mundial.

O Ministério da Propaganda Alemão, sob orientação de Goebbels, procurava credenciar correspondentes de guerra neutros. Estes

recebiam privilégios especiais, como rações extras, concessão de gasolina e até uma taxa cambial especial para suas respectivas moedas. Com todas essas mordomias, os correspondentes acabam sendo gratos e, nas primeiras etapas da guerra, privilegiaram e enalteceram as forças germânicas. (MATTOS, 1976, p. 68).

De volta ao começo da década de 1930, à frente dos meios de comunicação e armado com propaganda e censura, Goebbels divulgou com maestria o nome e os ideais de Adolf Hitler. Mas antes mesmo de ter seu general como fiel marqueteiro, Hitler já havia percebido os efeitos da propaganda sobre a massa. Esse fenômeno pôde começar a ser rastreado na noite de 24 de janeiro de 1932, quando o adolescente Hebert Norkus, de apenas 15 anos, foi morto a facadas por adolescentes integrantes do movimento comunista. Norkus era um dos integrantes da Juventude Hitlerista (JH), criada oficialmente em 1926, como parte do pacote de promessas que o Partido Nazista apresentava para uma Alemanha em crise. Além de proporcionar aos seus integrantes a agitação, aventura e novos heróis para venerar, segundo Bartoletti (2006), era uma esperança que seus jovens tinham de serem ouvidos, e, principalmente, de se rebelar contra os pais, professores, padres e outros superiores. A organização era uma aposta que Hitler tratava com carinho.

Adolf Hitler admirava a energia natural e a capacidade de envolvimento dos jovens. Entendeu que eles poderiam ser uma poderosa força política que ajudaria a moldar o futuro da Alemanha. Em sua luta pelo poder, Hitler aproveitou a lealdade e entusiasmo deles. – Começo pelos jovens – disse Hitler. – Nós, mais velhos, estamos desgastados. (...) Mas meus maravilhosos jovens! Será que existem melhores no mundo? Olhem para todos esses rapazes e meninos! Que material! Com eles, posso formar um mundo novo. (BARTOLETTI, 2006, p. 13)

De volta à morte de Norkus e o início de Hitler como fenômeno de propaganda, os líderes do Partido Nazista usaram com maestria o assassinato brutal do adolescente e deram a ele um enterro com honras militares. Durante 24 horas, seus colegas de Juventude Hitlerista montaram guarda no túmulo e, no dia 27 de janeiro de 1932, seu caixão foi coberto com bandeiras da JH. Centenas de pessoas foram ao enterro. Para os nazistas, Norkus se tornou um mártir, não por ter sido o primeiro ou o único (outros 13 hitleristas e pelo menos 10 jovens comunistas morreram se

confrontando), mas sim por ter sido a mais jovem vítima até então da segregação pela qual passava a Alemanha.

Inspirados em Norkus, centenas de jovens se alistaram na JH, que durante todo o ano de 1932 fez pesada campanha para eleger nazistas para o parlamento alemão. E foram eles que organizaram os primeiros comícios, reuniões de publicidade e passeatas de propaganda para informar os eleitores sobre o Partido Nazista. Após as eleições de julho daquele ano, os Nazistas se tornaram o maior partido político da Alemanha, conquistando uma pequena maioria de cadeiras no parlamento. A ascensão de Hitler ao poder era questão de tempo.

No dia 2 de outubro de 1932, nove meses após a morte de Hebert, Adolf Hitler discursou para 70 mil integrantes da Juventude Hitlerista num comício especial em Potsdam, subúrbio de Berlim. Meninos e meninas viajaram de trem ou vieram a pé de toda a Alemanha e de países vizinhos.

Hitler agradeceu a Juventude Hitlerista pelo duro trabalho de campanha. – O que pode acontecer a um povo cujos jovens sacrificam tudo para servir a seus grandes ideais? – perguntou ele.

Os meninos e meninas responderam levantando o braço na saudação nazista e gritaram em coro: - Heil Hitler (Viva Hitler!) (BARTOLETTI, 2006, p19).

Nomeado chanceler, em 30 de janeiro de 1933, pelo presidente Paul von Hindenburg, Hitler assumiu em uma noite em que Berlin estava forrada por bandeiras vermelhas e brancas com largas suásticas negras. Nos parques e jardins, milhares de seguidores em formação militar. As estações de rádio transmitiram o desfile, que os nazistas chamaram de “o despertar da Alemanha”. Duas noites depois, no dia 1º de fevereiro, Hitler falaria no rádio pela primeira vez.

Tinha percebido que um líder deve chegar ao povo diretamente. E que o rádio era um poderoso instrumento político porque levava a voz dele à casa das pessoas simples, fazendo-as se sentirem próximas e ligadas.

Nem todas as famílias alemãs podiam comprar um rádio, mas as que podiam se juntaram em volta do aparelho, ansiosas por ouvirem o que o novo chanceler ia dizer. Hitler era um locutor inflamado, sua voz conquistava os ouvintes. Parecia saber qual o tom exato, a palavra ou frase certa para levantar a idéia (BARTORETI, 2006, p. 24).

Era consenso entre os alemães que o país não ia bem. A mesma crise que, em 1929, atingiu a América, havia se feito sentir na Europa. Além disso, a população

ainda se sentia humilhada pela derrota na Primeira Guerra Mundial, através da qual, como castigo, a Alemanha teve que ceder vários territórios e ainda pagar 132 bilhões de marcos, conta chamada de “reparação de danos da guerra”. Outra coisa desagradava o povo daquele país. O Tratado de Versalhes criou um governo democrático. Desacostumados, os alemães tinham pouca fé no presidente e parlamento eleitos, preferiam um líder forte que promettesse empregos e uma vida melhor. Com más condições de trabalho e moradia, queriam uma solução drástica. E assim, quando a eloquência de Hitler chegou ao rádio, o povo alemão agradeceu pela liderança.

Cerca de um mês após a nomeação de Hitler, um comunista ateou fogo ao prédio do parlamento alemão. O líder decretou estado de emergência e pediu (e foi atendido) que o parlamento cancelasse todos os direitos civis. Foram banidas a imunidade doméstica, o sigilo da correspondência e das conversas ao telefone, e as liberdades de imprensa e de reuniões. Nas eleições do mês seguinte os alemães elegeram mais nazistas. Com maioria absoluta no parlamento, Hitler conseguiu a aprovação de um Ato de Permissão, autorizando-o a ser o único com o direito de legislar. O controle absoluto só foi conquistado em 1934, quando morreu o presidente Paul von Hindenburg.

Outra aparição de Hitler no rádio aconteceu em 12 de março de 1938, quando ordenou que as tropas nazistas marchassem em direção à Áustria. Com uma grande concentração de alemães, o país vizinho recebeu os invasores com rosas e suásticas. Sem dar um único tiro, assumiram o controle. Naquela noite o líder alemão falou à nação.

Nesse dia, os professores e alunos da escola que Henry Matelmann freqüentava foram reunidos para ouvir o discurso da vitória de Hitler no rádio. – Foi emocionante. Ficamos extasiados ao ouvir a voz do Fuhrer dizer que, desde aquela manhã, as tropas alemãs e seus companheiros austríacos estavam desguarnecendo todos os postos de fronteira e marchando juntos para o coração do país. (BARTOLETTI, 2006, p68).

A forma de Hitler usar o rádio não era nada sutil e também não tinha nada especial. Resumia-se à boa e velha repressão e ao simples controle e filtragem das informações veiculadas. Havia uma preocupação especial com os universitários, principalmente na década de 1940, quando começou a decair a simpatia pelo

nazismo na Alemanha. Entre as faltas que esses jovens cometiam estava o consumo de cultura estrangeira (como ouvir jazz, por exemplo) e, sobretudo, ouvir emissoras estrangeiras. A preferida era a BBC (British Broadcasting Company), de Londres, que sabendo que os alemães conseguiam a sintonia, traziam um programa em alemão com notícias da guerra.

Muitos alemães ouviam tais rádios. Para não serem surpreendidos, alguns usavam fones de ouvido, vendidos a preços exorbitantes. Com muita cautela, só compravam os fones de comerciantes que tinham certeza que não os denunciariam à Gestapo. Sabendo que era ouvida pelo povo alemão, a BBC transmitia as notícias em alemão. No final de cada noticiário, o locutor lembrava aos ouvintes alemães que deveriam mudar de estação para não serem pegos. – Todos nós sabíamos muito bem que ouvir a BBC e difundir as notícias era crime de morte – contou Henry Metelmamn. – Mas tenho certeza que a maioria de nós ‘não dava bola’. Eu ouvia e sabia que meu pai também, mas ninguém ousava dizer. (BARTOLETTI, 2006, p 105).

No alcance do rádio de ondas curtas há relatos de alastramento da propaganda nazista de Hitler em outros continentes, transmitida no idioma nativo, que era para surtir o efeito desejado. Por exemplo, os brasileiros estavam no raio de ação dessa intentona, e ouviam a transmissão de um locutor brasileiro, dos ideais fascistas, pregando a superioridade da raça ariana em detrimento dos outros povos do mundo.

Pudemos então constatar que o rádio é arma de dois gumes: espalha benefícios, mas também serve de instrumento eficaz para o que possa haver de mais sórdido: a calúnia, a mentira, a ofensa, o desassossego. Isso ocorreu durante todo o conflito mundial: as emissoras potentes da Europa, ou, mais propriamente, do Eixo, se empenhavam em uma campanha de desmoralização do resto do mundo. As estações de ondas curtas eram captadas com absoluta nitidez, em toda parte. Isso além das emissoras clandestinas espalhadas pelo interior de todo o país. Tinham soldo da famigerada quinta coluna. Esta exercia ação solerte, mas eficaz. E a favor dos bandidos sacrificavam a humanidade. Tentavam, senão destruí-la, por impossível, pelo menos dominá-la em sua parte sã, a democracia.

Todos nós, do rádio, combatíamos os regimes de força que pretendiam nos aniquilar. Recebemos ameaças terríveis da quinta coluna. Registravam-se alguns atentados: bandidos a seu serviço. Como era triste ouvir, através das ondas curtas, as vozes de alguns brasileiros na Alemanha na Itália a serviço de Hitler e Mussolini. Uma dessas vozes, e a que mais nos chocou, foi a de um homem, aqui tido como radialista íntegro. Chegou até a dirigir a rádio Mayrink da Veiga: Felício Mastrângelo. (MURCE, 1976, p 60 e 61)

3.2.2. A construção da ideologia do Estado Novo

Segundo Mattos (2006), o fantasma do estado regulador não é novidade no Brasil, pelo contrário, sempre assombrou a sociedade. Mas o autor cita a década de 1930 como o tempo de formação e institucionalização do Estado Regulador, marcadas pelo pensamento autoritário nacionalista. E diferente de exemplos norte-americanos e europeus (lugares onde a mudança do estado de liberal para regulador foi feita em cima das disputas de grupos sociais), no Brasil a luta pelo poder foi restrita a grupos dominantes com acesso aos canais de circulação de poder político e controle da máquina pública.

Segundo Louback (1986), um dos mecanismos usados por Vargas foi a criação da figura do trabalhador despolitizado e produtivo.

A Propaganda Política colocada em prática por Getúlio Vargas e seus auxiliares, ideólogos do Estado-Novo (Cassiano Ricardo, Lourival Fontes, Candido Motta Filho, entre outros), responsáveis pelo comando do DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda – a máquina de informação e difusão dos feitos do governo, utilizava-se de artifícios psicológico, como uma forma de estratégia, para a obtenção do apoio popular. Segundo Alcir Lenharo, ``(...), tratava-se de criar um novo conceito de trabalho e trabalhador, o forjamento do trabalhador despolitizado, disciplinado e produtivo. Através de ações de cunho paternalista, divulgadas como medidas sociais protetoras da classe trabalhadora – criação da Carteira de Trabalho, do Salário Mínimo, da CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) – o Estado ocupou espaços sociais que apresentavam-se, de certa forma, vulneráveis. Na falta de uma burguesia e de um proletariado plenamente constituídos nos idos da década de 1930, ele assume a posição de agente histórico capaz de exercer o papel de principal realizador e cumpridor das tarefas necessárias para a sustentação de uma sociedade que ainda apresentava-se sem as mínimas condições de concretizá-las. (LOUBACK, 1986).

O Brasil havia acabado de sair de quatro séculos de sociedade escravista. Foi um dos últimos países do mundo a fazer sua abolição e adotar a formulação liberal clássica de que o ato de trabalhar estava diretamente ligado à riqueza e à cidadania.

Logo, fazia parte desse projeto de construção da ideologia de Getúlio Vargas, a reabilitação da imagem do trabalhador e a definição do seu papel frente ao cenário político nacional. Tanto é que nos anos de domínio Vargas, uma legislação é elaborada especificamente para regulamentar o mercado de trabalho brasileiro. A

preocupação com uma organização científica do trabalho podia ser sentida desde o momento revolucionário, ainda em 1930. Esse sonho de Vargas deu origem a duas grandes iniciativas, a criação do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio e do Ministério da Educação e Saúde. As medidas administrativas e legislativas foram postas em prática por esses dois braços da presidência da República, que divulgavam e vendiam a idéia da cooperação necessária para a superação de todos os problemas dos trabalhadores brasileiros. O trabalho (e seus valores) foi um dos grandes pilares da propaganda varguista. O trabalho, e com ele, a desvinculação da pobreza, passava a ser o ideal de vida do povo. O trabalho passava a ser o direito, o dever e, ao mesmo tempo, uma tarefa moral e um ato de realização para o brasileiro.

É a partir daí que podemos igualmente detectar — em especial durante o Estado Novo (1937-45) — toda uma estratégia político-ideológica de combate à “pobreza”, que estaria centrada justamente na promoção do valor do trabalho. O meio por excelência de superação dos graves problemas socioeconômicos do país, cujas causas mais profundas radicavam-se no abandono da população, seria justamente o de assegurar a essa população uma forma digna de vida. Promover o homem brasileiro, defender o desenvolvimento econômico e a paz social do país eram objetivos que se unificavam em uma mesma e grande meta: transformar o homem em cidadão/trabalhador, responsável por sua riqueza individual e também pela riqueza do conjunto da nação. (Pandolfi, 1999, p55)

A propaganda de Vargas destacava-se pela linha de discurso oficial que se constrói em torno da palavra “trabalho”, e a luta para a constituição da imagem do indivíduo/cidadão que viria a ser chamado de “trabalhador brasileiro”. O plano de se criar um homem novo é posto em prática em várias frentes e políticas públicas, e surge o conceito de que só o trabalho poderia transformar-se em medida de avaliação do valor social de um indivíduo.

O trabalho precisava ser visto como um ato de criação fundamentalmente humano; um ato de dignificação e espiritualização do homem, pelo qual ele se integrava à sociedade em que vivia. Uma política de organização científica do trabalho devia encontrar o equilíbrio entre os esforços de mecanização da produção (essenciais à industrialização dos países) e a proteção dos valores humanos e cristãos do trabalhador brasileiro. (PANDOLFI, 1999, p.59)

A idéia vendida na época era construir uma nação forte e mãe de todos, erguida sobre a força do trabalho braçal das massas bem alimentadas e remuneradas, e sob o comando refinado dos intelectuais e da elite financeira. Uma nação que a todos acolhesse, que a todos salvasse. Era como se, a partir de 1930, a omissão do Estado liberal fosse substituída pela grande conquista da paz social do Estado paternalista, com a venda da idéia de que não havia nenhum ressentimento de classes e todos os direitos reconhecidos. Ainda segundo Louback (1986), atraídos pelas ofertas sedutoras de respeito e estímulo as suas produções artísticas, culturais e intelectuais, apresentadas pelo novo regime, vários pensadores e estudiosos são cooptados por ele. O poder simbólico, intrínseco à função, era extremamente útil aos planos arquitetados por Vargas, de fortalecimento e legitimação do Estado Novo, perante a sociedade.

Alguns tornaram-se servidores do Estado, como uma forma de sobrevivência a decadência social e econômica infringida às suas famílias, representantes da oligarquia nos anos da República Velha. Eram os funcionários-escritores, que não podiam contar com o apoio de nenhum grupo, que estivesse, aquela altura, em condições de provê-los com boas oportunidades de emprego e complementos adicionais aos seus ganhos mensais. Outros, intelectuais renomados – vários modernistas como Plínio Salgado, Menotti del Picchia, Candido Motta Filho, Oswald de Andrade sentiram as dificuldades impostas às suas carreiras após a Revolução de 30 e a derrota do Movimento Constitucionalista de 32. E, ao que tudo indica, o plano de Vargas dava certo.

Submetidos aos ideais políticos, econômicos e sociais, impostos pelo Estado Novo, os trabalhadores encontravam-se sob a égide da disciplina, imbuída de um caráter militar que, invadia variados setores de suas vidas, desde a exigência por uma melhor e mais eficiente atitude nos locais de trabalho, passando pela criação do desejo a uma ascendência social, tomando como exemplo o estilo de vida das classes dominantes e mais abastadas, e chegando a introdução de novos hábitos alimentares e de cuidado com o corpo (vide a adoção da disciplina Educação Física nas escolas). A efetivação das prerrogativas imaginadas pelo poder, objetivando a construção de um novo homem brasileiro, faz sua aparição triunfal e reveladora no palco social. O fascismo conseguiu implantar, entre nós, um modelo do totalitarismo. A partir da cooperação entre as classes sociais, os intelectuais, enquanto classe dirigente, e os trabalhadores, aptos para produzir, por estarem saudáveis, erguer-se-ia uma nova sociedade brasileira” (LOUBACK, 1986)

Louback (1986) acredita que a construção dessa nova sociedade brasileira teria outros pilares, e um deles era exatamente a legislação. Vargas traçou leis de forma que conseguisse regulamentar mais do que relações sociais, mas também a forma de pensar da população. E garante o sucesso disso através da sua habilidade com a propaganda. A produção de uma ideologia política teria gerado a “necessidade” do Estado em assumir uma conotação agressiva no que se referia ao que pensava a população.

Um sistema de regras legais incorpora os princípios ideológicos de um regime na exposição de motivos e nos objetivos mais ou menos explícitos das leis, ao mesmo tempo que os assegura com a garantia das penas e sanções. As regras legais, mesmo em sua face eminentemente coercitiva, não traduzem uma pura negatividade/interdição, mas exprimem e defendem valores definidos no campo eminentemente “construtivo”, que é o da busca/criação ideológica do consentimento. Quase o mesmo poderia ser dito em relação ao aparelho policial e particularmente à polícia política. A definição de seus objetivos, assim como seus contatos com o sistema judiciário, podem variar dentro de uma razoável gama de procedimentos sancionados política e ideologicamente. Por outro lado, a produção de uma ideologia política, ao mesmo tempo que atinge a finalidade de articulação de informações e ideais legitimadores — o que se garante por sua função de propaganda —, assume conotação repressiva, na medida em que exclui e combate a veiculação de mensagens anti-regime — o que se verifica por sua função de censura. Assim, tanto as regras legais como a ideologia política podem ser pensadas como mecanismos organizadores do consentimento e controladores do conflito social, através de formas diferenciadas do exercício da coesão e da coerção. Suas relações precisam ser percebidas para que a própria configuração de um projeto político seja captada mais perfeitamente dentro de determinada conjuntura. (LOUBACK, 1986)

Dessa forma, tanto as regras de reorganização social como a propaganda ideológica-política de Vargas podem ser pensadas como mecanismos organizadores do consentimento e controladores do conflito social, através de formas diferenciadas do exercício da coesão e da coerção. É claro, também fazia parte do plano a solidificação da imagem do chefe de estado, com parte importante da imposição do novo regime. Segundo Fausto (1995) a construção da imagem do presidente como um protetor dos trabalhadores ganhou forma pelo recurso a várias cerimônias e ao emprego intensivo dos meios de comunicação. Entre esses eventos, destacam-se as comemorações de 1º de Maio, realizadas a partir de 1939 no estádio de São Januário, do Vasco da Gama, que era o maior do Rio de Janeiro na época. Os

encontros reuniam grande massa de operários e povo em geral, e o presidente sempre iniciava seu discurso com o famoso “Trabalhadores do Brasil”.

A partir de janeiro de 1942, o novo ministro do Trabalho, Alexandre Marcondes Filho – um advogado paulista que na década de 1920 era filiado ao PRP –, começou a utilizar sistematicamente o rádio como instrumento de aproximação entre o governo e os trabalhadores. Ele fazia palestras semanais na ‘Hora do Brasil’, ao que parece, com boa audiência. Neles contava a história das leis sociais, apresentava os casos concretos e se dirigia às vezes a audiências determinadas: os aposentados, as mulheres, os pais de menores operários, os migrantes etc. Com estes e outros elementos se construiu a figura simbólica de Getúlio Vargas como dirigente e guia dos brasileiros, em especial, dos trabalhadores, como amigo e pai, semelhante na escala social ao chefe de família.

O guia e pai doava benefícios a sua gente e dela tinha o direito de esperar fidelidade e apoio. Os benefícios não eram fantasia. Mas sua grande rentabilidade política se deve a fatores sociais e à eficácia da construção simbólica da figura de Getúlio Vargas, que ganhou forma e conteúdo no curso do Estado Novo. (FAUSTO, 1995, p375).

4. O PRESIDENTE COMUNICADOR

Agora que já sabemos como nasceu a idéia de se valer do rádio para sustentar a imposição de um regime e promover a imagem de um presidente, vamos estudar como Getúlio Vargas utilizou o mais abrangente veículo de comunicação da época como um pilar de um novo estado e na construção da ideologia que julgava compor o cenário ideal para a implantação deste novo sistema. E vamos estudar como suas ações nesta área podem ser analisadas sob a luz da teoria da Indústria Cultural, que, segundo defendida por estudiosos importantes como Gabriel Cohn, é um mecanismo de autocrítica, de mea culpa, do mundo moderno, ou, em termos dele próprio, “uma crítica racional da razão”, para lembrar ao mundo de que a história não é feita só de evoluções, mas também de regressões.

Não coincidentemente, a época compreendida entre 1929 e 1945, foi uma época de bastante crescimento do rádio como veículo de comunicação e entretenimento. O período conhecido como A Era de Ouro do Rádio, trouxe 16 anos de escalada íngreme em busca da profissionalização das emissoras e estabelecimento de padrões de trabalho que vigoram até hoje. Esse aquecimento gerou necessidade do preenchimento dos quadros artísticos das empresas, o que propiciou a renovação musical e o surgimento de inúmeros talentos da voz e das letras. Nessa época surgiram nomes eternos como Noel Rosa, Ari Barroso, Lamartine Babo, Sílvio Caldas, Radamés Gnatalli e Carmem Miranda.

Também não coincidentemente o período do Estado Novo, entre 1937 e 1945, é considerado a fase mais importante da Era de Ouro do Rádio. Dessa época romontam nomes como Dorival Caymi, Ataulfo Alves, Mário Lago, Lupicínio Rodrigues, Haroldo Lobo, Araci de Almeida, Dalva de Oliveira, Nelson Gonçalves, Dilermando Reis e Luiz Gonzaga. Desse fragmento de calendário surgem pérolas eternas como o ufanismo exacerbado de “Aquarela do Brasil”, de Ari Barroso, “O Que é que a baiana tem”, de Caymi (ambos sucessos de 1939), e “Que Saudade da Amélia”, de Mário Lago (lançado em 1940).

Era a época da popularização do rádio, da sua aproximação com os subúrbios, compradores em potencial das lojas de roupas e produtos de beleza de pequenas fábricas.

Nessa época, Getúlio Vargas precisava, resumidamente, de uma população que trabalhasse bastante e perguntasse pouco. É natural supor que o presidente já conhecesse os efeitos dos meios de comunicação de massa na massa propriamente dita. Já falamos sobre sua tentativa naufragada de organizar uma associação similar à Juventude Hitlerista, que na Alemanha, convertia e cooptava jovens desde muito cedo. Tão eficiente foi essa ação que, terminada a Segunda Guerra Mundial, foi necessário investimento em programas de desnazificação para a população alemã.

Hitler usou o rádio antes de Vargas, mas combinado a um sistema fechado e redondo de repressão à população civil, com um movimento paramilitar (lá sim, com o apoio do exército) e um sentimento de guerra ganhando simpatia entre os alemães. Vargas não pôde contar com o mesmo cenário, nem com formato paramilitar que havia sonhado, mas assim que descobriu o rádio, aprofundou-se em seu uso.

Foram cerca de dois anos (de 1938 a 1940) entre a idealização e o engavetamento da idéia da associação paramilitar. Nessa época o rádio havia recém demonstrado sua força. Além de provar ser parte importante da eficiente engrenagem de propaganda nazista, Getúlio Vargas ainda podia se firmar em outro evento que deu uma dimensão do alcance que o rádio proporcionava: a radiotransmissão do romance “A Guerra dos Mundos”, de H.G. Wells, narrada por um jovem cineasta, Orson Welles, no dia 30 de outubro de 1938. Para dar maior realismo à narrativa, Welles transformou a história em um noticiário jornalístico, o que gerou um pânico generalizado – diversos americanos saíram armados de suas casas prontos para combater os invasores –, já que a grande maioria dos ouvintes não sabia que se tratava de uma obra literária, apesar do aviso feito antes do início do programa. Essa reação coletiva é uma prova da influência que o rádio exercia sobre o ouvinte.

Segundo Oliveira (2003), a relação entre regimes totalitários e a mídia controlada foi feita por escritores de ficção a partir daquela década, como Aldous Huxley (*Admirável Mundo Novo*, lançado em 1932), George Orwell (1984, lançado em 1949) e Ray Bradbury (*Farenheith 451*, publicado em 1953).

A utilização que os regimes autoritários fizeram da mídia iria povoar os pesadelos dos autores de ficção do período. Em obras como *Admirável Mundo Novo*, *1984* e *Farenheith 451*, a mídia onipotente e

onipresente tem papel essencial na criação de uma massa idiotizada e manipulável. (OLIVEIRA, 2003, p10)

Para Vargas era importante imputar na sociedade a idéia de que ela não passava de uma massa de trabalhadores incansáveis, disciplinados e despolitizados. E, é claro, que era bom ser assim, ou seja, de que só assim o brasileiro, mesmo o mais humilde, estava em condições de subir na vida e atingir os mais altos padrões. O presidente trabalhou a idéia de que havia, para a ascensão social, uma receita simples e quase infalível: trabalhar e não pensar sobre política. Ao mesmo tempo, o presidente vendeu ao público/consumidor a auto-imagem de padrinho dessa massa acéfala, o único homem capaz de proteger e orientar o caminho dos milhões de operários brasileiros rumo ao sucesso profissional e financeiro.

Vargas assumiu o papel de pai e protetor, e, armado de ações paternalistas frente à máquina pública, divulgou suas ações de fortalecimento da classe trabalhadora, como a criação da Carteira de Trabalho, do Salário Mínimo e da Consolidação das Leis Trabalhistas. O presidente preocupou-se em fazer com que o estado ocupasse todos os espaços disponíveis, na falta de uma burguesia e proletariado efetivamente constituídos (realidade do Brasil latifundiário, quase feudal, da década de 1930), e vendeu a idéia de que ele, Vargas, era o único capaz de realizar as ações necessárias para a ideal constituição da sociedade brasileira.

O presidente apostou na idéia da alienação do público-consumidor – cada vez maior desde a regularização das propagandas no rádio e a massificação do veículo, antes de caráter elitista – através do divertimento. E vislumbrou a idéia de que não seria nada mal se a diversão dos brasileiros pudesse ser escolhida e filtrada por ele, de acordo com o que fosse interessante para a consolidação do Estado Novo. A Rádio Nacional foi apenas uma das empresas encampadas ao patrimônio da União, e passou a ser patrimônio público junto com a estrada de ferro São Paulo-Rio Grande. Mas a importância da emissora seria fundamental na estratégia do presidente. Não seria absurdo dizer que Vargas tinha uma dimensão do potencial do rádio como instrumento de mobilização da sociedade civil. Certamente ainda tinha na memória o episódio da Revolução de 1932, e o quando a locução de César Ladeira do ato do fuzilamento dos estudantes na Praça da República, e a posterior

atuação do radialista insuflando o povo paulista contra o Estado, lhe deram bastante trabalho, e trabalho caro, com a mobilização de tropas armadas e a perda de vidas.

Após o encampamento da Rádio Nacional, em 1940, o presidente abriu mão de dar à emissora o caráter oficial, e da possibilidade de fazer de sua programação um meio de divulgar as notícias que interessavam ao Estado. Pelo contrário, o presidente reforçou seu perfil comercial, e investiu alto para isso. Vargas sabia exatamente que, para melhor lhe servir, a Rádio Nacional precisava ter o maior alcance possível, inclusive para o seu colunismo social. Tanto é que, logo nos primeiros anos após passar a integrar o patrimônio público, a emissora contava com o mais caro casting da radiodifusão brasileira na época, e uma grade recheada de superproduções campeãs de audiência. Dessa forma, com milhões de mentes procurando diversão para esquecer as agruras da jornada de trabalho, o Estado Novo era, pouco a pouco, implantado na visão de mundo cotidiana do brasileiro.

Essa seria a regressão denunciada por Cohn?

[...] a regressão de uma razão concebida instrumentalmente, como instância de controle eficaz do mundo, à condição de subalterna ao seu oposto, o mito, concebido como expressão narrativa da subordinação ao mundo. E isto na medida em que a própria razão inadvertidamente carrega em si o mito, desde o momento em que acreditou poder dominá-lo pela sua mera eficácia, irrefletidamente. Essa regressão, claro, assume formas históricas concretas: o nazismo e o fascismo, no caso. Mas não só estas. O próprio campo antifascista estava minado pela vulnerabilidade a formas regressivas a que estava sujeita uma razão iluminista na sua vertente liberal, marcada pela incapacidade de aplicar a si própria a crítica suposta eficaz que dirigia à anti-razão explícita (Cohn, 1938, p14)

Por mais que boa parte do público/consumidor tenha um razoável conhecimento sobre o poder cooptador da mídia, ele ainda se enquadra nos comportamentos da massa uniforme intelectualmente subjugada e idiotizada. E, em síntese, o que Getúlio Vargas fez nada mais foi do que transformar a si próprio, seu governo, sua ideologia e as marquises do Estado Novo, em um grande produto da Indústria Cultural, a ser consumido integralmente pelo povo. Assim como os produtos da Indústria Cultural, a propaganda varguista criava um mundo de pensamento uniforme, com o pseu-pensamento e o indivíduo acreditando ser independente, quando, na verdade, era mais uma parte da engrenagem social, com idéias integralmente implantadas.

O Estado Novo e sua ideologia nada mais eram do que um produto da Indústria Cultural, feito para obter sempre uma atitude passiva dos seus consumidores. Mais do que isso, homogêneo e nivelado por baixo, sem jamais desagradar o público/consumidor, e, o que é mais importante, sepultando qualquer possibilidade de reflexão e pensamento crítico por parte do receptor. E a ausência de pensamento crítico é o sonho de todo o ditador.

Críticos defendem que a Indústria Cultural torna a cultura um meio de produção de comportamentos de consumo. E Getúlio Vargas tinha na Rádio Nacional e em seu casting caríssimo e cheio de estrelas, a sua própria fábrica de cultura. Neste caso o produto a ser “consumido” – melhor dizendo, assimilado – era o próprio Estado Novo. E o tal comportamento de consumo a ser produzido era justamente a idéia de que o brasileiro deveria amar sua pátria (para poder apoiar a cooptação da sociedade em no seu próprio ufanismo), produzir para fazê-la crescer, crescer com os frutos do seu trabalho, e ter sua fé cega na figura do presidente, para não precisar se preocupar com política. E, para cumprir com eficiência este último item, Vargas vendeu a imagem de oriundo dos pobres e protetor deles, e de grande líder popular que conduziria o Brasil na trilha do futuro.

Com os mais esclarecidos, os argumentos de Getúlio Vargas eram diferentes. Ele fez perceber que antes dele, o modelo de estado brasileiro era mínimo, com atuação restrita à arrecadação e à defesa do território, deixando as questões sociais e econômicas ao sabor das forças vigentes, e se tornou um estado forte, que cuidava dos brasileiros e regulamentava suas questões de trabalho para pôr fim à exploração e à filosofia que ainda rescaldava de décadas de produção escravista.

A propaganda varguista emitia a informação de que a queda do modelo mínimo de estado entrou em ruína internacionalmente nas primeiras décadas do século 20, tendência acelerada pela Revolução Russa (em 1917) e a Primeira Guerra Mundial (1914 a 1918). Isso porque o mercado livre e a inexistência de uma política social geraram uma insuficiência de demanda nos países capitalistas, o que gerou a necessidade de estados burocráticos e intervencionistas. Ou seja, o Estado Brasileiro mudaria do mesmo jeito, com ou sem Getúlio Vargas.

O Estado Novo termina em 1945, junto com a Segunda Guerra Mundial e junto com a Era de Ouro do Rádio. Estudiosos da comunicação creditam o fim desse fértil período ao declínio da maioria dos artistas que fizeram sonhar o público durante tanto tempo, refletindo em seu trabalho a insistência no uso de fórmulas saturadas.

Esse declínio seria combinado à falta de novos talentos para substituir à altura os que estavam de saída. Chegava a era do baião e o pré-bossanovismo, que levariam a Música Popular Brasileira à modernidade. Vale lembrar que a chegada de uma nova tecnologia contribuía para diminuir o potencial do rádio: o advento da televisão surgiria dali a alguns anos, e viria a ser popularizada nos anos de 1950, arrastando consigo muitos dos patrocinadores do rádio. Apesar do rádio não ter perdido seu público, teve que dividir as atenções com a TV, que vinha para ser um novo meio de comunicação em massa.

No entanto, é saudável observar que, a cada avanço do Eixo na Segunda Guerra Mundial, Getúlio Vargas encurtava os laços com Alemanha, Itália e Japão. A manobra internacional norte-americana (que entrou na guerra em 1942) forçou o Brasil a lutar contra os países espelho do presidente. Esse ato forçou Vargas a alterar cargos da sua maior confiança, inclusive no Departamento de Imprensa e Propaganda, que na abertura democrática de 1945 passaria a se chamar Departamento Nacional de Informações.

Com a entrada do Brasil na guerra, Vargas mandou para a Europa os militares que eram contrários ao Estado Novo, mantendo em território nacional aqueles que eram fiéis a ele. O racha no Exército Brasileiro foi um golpe duro nas pretensões do presidente, mas não foi tão mortal quanto a contradição em que acabava de se encaixar. Vargas viu ruir toda a ideologia que havia construído e vendido tão eficientemente no momento em que, oficialmente, passou a combater os governos que lhe inspiravam a criação de um novo estado, um novo país.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Estado Novo durou apenas oito anos, apesar de ter sido idealizado para ser um regime longo, sólido e duradouro. É possível afirmar que a estratégia de Getúlio Vargas de construção de uma ideologia de vida e um modelo de nação foi baseada em uma grande massa muda e trabalhadora, permeada por poucas dezenas de intelectuais. O presidente trabalhou para a consolidação da imagem de um Brasil progressista, trabalhador, grande e forte, e se valeu do ufanismo semeado na população para ter essa massa, apaixonada pela pátria e disposto a trabalhar pelo seu crescimento.

Estratégia que teria futuro não fosse o contexto internacional que ajudou a pôr abaixo os planos do presidente. Por mais que dominasse os meios de comunicação e chegasse diariamente aos lares brasileiros através do rádio, não conseguiu conter o impacto causado pela adesão do Brasil na Segunda Guerra Mundial ao lado de Inglaterra, França e Estados Unidos, contra Alemanha, Itália e Japão, países cujos regimes inspiravam Vargas. Era uma incoerência fatal que seria usada contra Vargas quase que imediatamente: os exércitos de uma nação combatendo os exércitos de outras nações que compartilhavam do mesmo regime e mesma orientação política. Não era raro de se ouvir, nas colônias estrangeiras espalhadas país afora (necessariamente longe das informações que pudessem dar a elas uma noção de contexto político e pressão externa que levou à tomada dessa decisão), protestos e lamentos contra a opção do presidente.

Mesmo não conseguindo a longevidade desejada, na condição de político-comunicador, Getúlio Vargas conseguiu feitos notáveis. O primeiro deles foi a condescendência da sociedade para com a truculência do seu regime. A ditadura Vargas, nos anos 30 e 40, foi a precessora do golpe militar dos anos 60. Foi tão violenta quanto a segunda, senão mais, e a opinião pública não nutre pelo Estado Novo a mesma indignação contra a ditadura que governou o país entre os anos 60 e 80. Não há notícias de procura aos presos políticos, nem de desaparecidos. E a própria imprensa parece tratar com naturalidade o tratamento dispensado aos meios de comunicação, como a encampação da Rádio Nacional e a perseguição e prisão de jornalistas de vários outros veículos.

Também é digno de nota que, mesmo após a queda do Estado Novo e sua saída do governo pela porta dos fundos (foi substituído pelo presidente do Supremo Tribunal Federal José Linhares, em meados de 1945), Getúlio Vargas nunca deixou a vida pública, já que foi afastado do poder sem sofrer qualquer punição. Disputou as eleições já em dezembro daquele ano e foi eleito senador pelo Rio Grande do Sul e por São Paulo. Em 1950 disputou nas urnas a Presidência da República, foi eleito no dia 3 outubro, e voltou à presidência em janeiro de 1951, onde se manteve até sua morte, em 1954.

Mas, o mais importante é que, até os dias de hoje, não é raro encontrar entre aqueles que nasceram entre meados dos anos 1920 e 1930, e que viveram o Estado Novo, partidários fervorosos e saudosos do presidente Getúlio Vargas. O presidente que governou pela transição de um Brasil latifundiário e economicamente agrícola para uma nação industrializada, com o crescimento da massa produtiva provocando a abertura de vagas de trabalho urbano, dando uma opção à mão-de-obra do campo. E, como não é de hoje que o brasileiro gosta de um governo populista e paternalista, Vargas, entrou para a história como um presidente nacionalista, apaixonado pelas coisas do Brasil e defensor da pátria no cenário nacional. E o rádio teve um papel essencial na construção dessa imagem.

6. REFERÊNCIAS

ALVES, Lourembergue. O Rádio no Tempo da Telenovela. Cuiabá, EdUFMT, 1999, 128p.

BARTOLETTI, Susan Campbell. Juventude Hitlerista – A história dos meninos e meninas nazistas e a dos que resistiram. Rio de Janeiro, Relume Dumará. 2006.183p.

BELLINTANI, Adriana Iop. PUC-RS. 2002.

BENJAMIN, Walter. Magia e Técnica, Arte e Política – Ensaio sobre literatura e história da cultura. Brasília, Editora Brasiliense, 1955. p.164-196.

CAMPOS, Raimundo. História do Brasil. São Paulo, Atual, 1991. 282p.

COHN, Gabriel. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo, Companhia Editorial Nacional, 1978. p.297-311.

FAUSTO, Boris. História do Brasil. São Paulo, Edusp, 1995, 650p.

HEYMANN, Luciana. O legado do Estado Novo. Rio de Janeiro: CPDOC, 2007. [9]f.

LOUBACK, Cláudia. A Cooptação dos Intelectuais durante o Estado-Novo e a Legitimação do Governo Vargas através da Ideologia do Trabalhismo. 1986.

MATTOS, Paulo Todescan Lessa. A Formação do Estado Regulador. São Paulo, Novos Estudos, 2007. p 139-156.

MATTOS, Sérgio. Mídia Controlada – A história da censura de imprensa no Brasil e no mundo. São Paulo, Paulus, 2005. 227 p.

MURCE, Renato. Bastidores do Rádio – Fragmentos do Rádio de Ontem e de Hoje. Rio de Janeiro, Imago Editora, 1976. 165p.

NASSER, Roberto. Getúlio Vargas, 1930-1954. São Paulo, 1996, Colégio Bandeirantes. 176 p.

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. Teorias da Comunicação. Virtual Books Online M&M Editores Ltda. Minas Gerais, 2003. 31p.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A Informação no Rádio, os grupos de poderes a determinação dos conteúdos. São Paulo, Summus, 1985. 117p.

PANDOLFI, Dulce. Repensando o Estado Novo. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1999. 345p.

SAROLDI, Luiz Carlos. MOREIRA, Sônia Virgínia. Rádio Nacional – Brasil em Sintonia. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 2005. 223p.

SEVERIANO, Jairo. MELLO, Zuza Homem de. A Canção no Tempo – 85 anos de músicas brasileiras, vol 1: 1901-1957. São Paulo, Editora 34, 1997. 336p.

SILVA, Francisco de Assis, História do Brasil. São Paulo, Moderna, 1992. 335p.

SILVA, Hélio. O Poder Militar. São Paulo, L&PM, 1984. 565p.

TAVARES, Reynaldo. Histórias que o Rádio Não Contou. São Paulo, Harbra, 1999, 309p.

VARGAS, Getúlio. Diário – Volume I, 1930/1936. São Paulo, Editoria Siciliano, 1995.

VARGAS, Getúlio. Diário – Volume II, 1937/1942. São Paulo, Editoria Siciliano, 1995. 682p.

7. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ANDRELO, Roseane – Jornalismo Radiofônico. Bauru, 2001. 70p.

ARANHA, Maria Lúcia Arruda de; MARTINS, Maria Helena Pires. Filosofando – Introdução à Filosofia. São Paulo, Moderna, 1993.

ARANTES, Antonio Augusto – O que é Cultura Popular. São Paulo, Brasiliense, 2007. 83 p.

<http://www.culturabrasil.org/estadonovo.htm> (acessado no dia 3/9/2008, 14h48)

MORAIS, Fernando. Chatô – o Rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand. São Paulo, Companhia das Letras, 1994. 732p.

MORAIS, Fernando. Olga. São Paulo, Companhia das Letras, 1984. 259p.

ROSSI, Clóvis. O que é Jornalismo. Brasília, Editora Brasiliense, 1980. 90p.

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS

CRISTIANO GUIRADO

**O USO DO RÁDIO COMO INSTRUMENTO DE
COOPTAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL**

O Caso Getúlio Vargas no Estado Novo

Bauru

2008