

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BELO HORIZONTE
HIGO AMARAL HORTA

NAS ONDAS DO AUTORITARISMO:
uma análise do uso do rádio no período Vargas

BELO HORIZONTE
2008

HIGO AMARAL HORTA

NAS ONDAS DO AUTORITARISMO:
uma análise do uso do rádio no período Vargas

Monografia apresentada ao Centro
Universitário de Belo Horizonte como
requisito parcial à obtenção do título de
bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Luciano Andrade Ribeiro

BELO HORIZONTE

2008

Para Luiza, anjo *gauche*.

“Tratar com desigualdade a iguais, ou a desiguais com igualdade, seria desigualdade flagrante, e não igualdade real.”

Rui Barbosa em Oração aos Moços

RESUMO

“Nas ondas do autoritarismo: uma análise do rádio no período Vargas” trata-se de um trabalho que discute o uso do rádio, como instrumento autoritário, pelo governo de Getúlio Vargas entre os anos de 1930 a 1945. Para tanto, utiliza-se de conceitos das ciências políticas, como a relação entre poder e dominação, e a diferença entre autoritarismo e totalitarismo, conceitos trabalhados por Max Weber e Hannah Arendt. O trabalho também abrange questões simbólicas da propaganda governamental, e por isso faz uso de conceitos da semiótica. Antes da análise do governo Vargas, esse trabalho discute o uso da mídia, *a posteriori* do rádio, como estratégia de poder político, principalmente por regimes autoritários e totalitários. Para tanto, encontra fundamentos na teoria Hipodérmica da Comunicação Social. Faz também, elucidações sobre a história do rádio no Brasil e os fatores que proporcionaram o seu desenvolvimento no país. Por fim, analisa as políticas governamentais do período em relação à mídia, especificando para questões voltadas ao rádio, e como essas políticas serviram, ou ao menos tentaram legitimar e justificar as ações do regime autoritário de Getúlio Vargas.

Palavras-chave: Rádio, Getúlio Vargas, Mídia, Poder, Autoritarismo, Totalitarismo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – RELAÇÃO TRIÁDICA DO SIGNO.....	23
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 PODER E COMUNICAÇÃO	9
2.1 – As concepções de poder, totalitarismo e autoritarismo.....	9
2.2 – A Teoria Hipodérmica e manipulação das massas.....	16
2.3 - A comunicação social como estratégia de poder.....	18
3 RÁDIO E POLÍTICA - A ERA VARGAS (30 A 45) E O SURGIMENTO DO RÁDIO NO BRASIL	27
3.1 – Do golpe de 1930 ao Estado Novo.....	27
3.2 – O desenvolvimento do rádio no Brasil.....	34
3.3 - O rádio e a política.....	37
4 AS POLÍTICAS AUTORITÁRIAS DE COMUNICAÇÃO NO GOVERNO VARGAS: O USO DO RÁDIO	41
4.1 – A relação Vargas e a mídia.....	41
4.2 – Regime de Getúlio Vargas e o rádio como estratégia política.....	47
5 CONCLUSÃO	56
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o papel do rádio do governo de Getúlio Vargas entre os anos de 1930 a 1945. Pretende-se compreender como esse regime fez uso do rádio com políticas autoritárias que justificassem as ações do governo e, em um segundo plano, compreender como a imagem do governo e de Getúlio Vargas foi divulgada nesse meio de comunicação.

Desde sua consolidação nos anos de 1930 e 1940, o rádio vem sendo utilizado de diversas formas como instrumento político. Segundo Haussen (2001, p. 11), seu papel político é inegável. Foi usado, seja em guerras de independência ou resistência, seja por partidos políticos e sindicatos, ou até mesmo por movimentos sociais, religiosos e ecológicos.

Um fato interessante da história brasileira foi o regime autoritário de Getúlio Vargas iniciado em 1930 e consolidado com a criação do Estado Novo em 1937. Com caráter ditatorial, esse foi um período baseado na repressão, na censura e na quebra de direitos políticos. Foi também um regime de grandes mudanças para a sociedade brasileira, que assistiu ao crescimento da industrialização, ao aumento dos centros urbanos, ao surgimento de uma nova burguesia e da classe operária e à implementação de leis trabalhistas que até hoje estão presentes. A relação desse governo com a imprensa possui suas particularidades. Com a constituição de 1937, a imprensa passou a servir ao Estado, seguindo as regras do regime. Qualquer jornal que tivesse uma linha que contrariasse o regime, publicando artigos, fotos, matérias que prejudicasse a índole do Estado, poderia, a qualquer hora, ser interditado. Assim, a imprensa passa a ter um objetivo principal: publicar para as classes altas e intelectuais do país os benefícios produzidos pelo Estado, auxiliando na persuasão em relação à classe operária (AMARAL, 2008, p.3).

A censura reduzia-se a telefonemas, de uma voz neutra sem identificação, mencionando que matéria deveria, e poderia ser publicada e quais as notícias de agências telegráficas deveriam ser vetadas. Sendo assim, o contato pessoal se perdia,

exceto em lugares afastados, como em Teresina, que o contato ainda permanecia pessoal semelhante a censura que antecedeu o Estado Novo (AMRAL, 2008, p.3).

Nesse período, o rádio teve fundamental importância não só para o regime de Getúlio Vargas, como também para outros regimes autoritários e totalitários do início do século XX, que o utilizaram como estratégia política.

A partir do século XX, os meios de comunicação de massa criaram novas possibilidades de comunicação entre governos e o povo. A propaganda governamental passa a ser usada como meio de manipulação, de condução do povo, podendo até ser aproveitada, somada a um conjunto de fatores, como instrumento de dominação (SOARES, 2008). Ela se torna essencial para transmitir informações motivadoras que são capazes de mobilizar condutas e crenças rumo a uma direção. Assim, nota-se que, em regimes não democráticos, a propaganda governamental pode ter um papel fundamental para criar e recriar no imaginário popular as idéias pretendidas pelo grupo dominante.

Diante do exposto, este trabalho se divide em três capítulos. No primeiro, faremos uma discussão teórica sobre mídia e poder, abordando conceitos das ciências políticas e sociais, e concepções teóricas da comunicação social. O segundo capítulo faz um apanhado histórico sobre o golpe de 1930 e a permanência de Getúlio Vargas até 1945. Evidencia também o surgimento do rádio no Brasil e sua importância como instrumento político. No terceiro e último capítulo, será feita uma análise da relação desse regime com a imprensa e, principalmente, uso do rádio como mecanismo autoritário.

2 PODER E COMUNICAÇÃO

O presente capítulo faz uma análise de como regimes políticos utilizam-se dos meios de comunicação para alcançar seus objetivos. Para tanto são definidos importantes conceitos das ciências políticas, sendo eles: poder, dominação, autoritarismo e totalitarismo. É também apresentada a teoria Hipodérmica da Comunicação Social. Para compreendermos como governos fazem uso dos meios de comunicação em massa e a importância da simbologia nesse processo, foi necessário usar conceitos da semiótica.

2.1 As concepções de poder, totalitarismo e autoritarismo.

As concepções de poder e autoridade podem ser trabalhadas na perspectiva de dois autores fundamentais das ciências políticas: Max Weber (1964) e Hannah Arendt (1994). Ao passo que o primeiro enxerga a política como uma forma de conflito, o segundo refere-se a esse fenômeno como um processo consensual.

Antes mesmo de discorrer sobre o tema “poder”, cabe salientar a distinção entre “poder” e “dominação”. Weber (1964), em sua concepção da esfera política como um conflito entre os homens, afirma ser o poder como a probabilidade de impor a vontade própria ao comportamento alheio, dentro de uma relação social, mesmo que haja resistência. “Em geral, entendemos por “poder” a possibilidade de que um homem, ou um grupo de homens, realize sua vontade própria numa ação comunitária até mesmo contra a resistência de outros que participam da ação”. (WEBER, 1964, p. 211).

Constata-se, portanto, que o poder não se limita a circunstâncias específicas, uma vez que impor a vontade pode ocorrer em diversas situações. Já no que se diz respeito à “dominação”, temos:

Se voltarmos ao sentido original da palavra dominação, ela se aplica perfeitamente à situação do senhor com relação àqueles que obedecem. É preciso, porém afastar a conotação desagradável desta palavra, entendendo-a apenas como a probabilidade de que as ordens dadas sejam efetivamente cumpridas pelos que recebem (ARON, 1985, p. 496).

A probabilidade de haver obediência dentro de uma comunidade a um determinado mandato, o que chamamos anteriormente de “dominação”, pode ser considerado a legitimação do “poder”. Em outras palavras, as relações de dominação em uma sociedade se caracterizam por buscar formas de legitimação, de serem reconhecidas como necessárias para a manutenção da ordem social. Max Weber (1991) classifica a dominação legítima em três motivos de submissão ou princípio de autoridade: a dominação legal, tradicional e carismática.

O domínio legal é baseado em regras e leis racionalmente criadas, ou seja, é a confiança e respeito na validade do estatuto legal. Um exemplo desse tipo de dominação é o domínio exercido pelo moderno servidor do Estado. A dominação carismática é atribuída à confiança pessoal, nas qualidades de liderança. Seria um domínio exercido por profetas, senhores de guerra, líder de partidos políticos, nos quais acreditamos em seu heroísmo, na sua liderança e em suas qualidades pessoais. Pode-se citar, na história moderna, Hitler e Antônio Conselheiro como exemplos dessa dominação carismática. Finalmente, temos a dominação tradicional. Essa se baseia no reconhecimento de pessoas antigas, de antepassados e no respeito às tradições. A obediência, nesse caso, se dá por hábitos, ou seja, porque determinado comportamento já está dentro dos costumes de uma sociedade.

Feita a distinção, voltamos ao foco principal da teoria weberiana sobre o “poder”. Em qualquer sociedade, a estrutura jurídica será pivô na distribuição do poder, seja ele econômico ou de outra natureza, uma vez que se torna necessário manter a ordem dentro de um determinado grupo com leis e suas aplicações através da força física ou psíquica. Partindo desse pressuposto, será essa distribuição do poder que irá proporcionar os fenômenos de formação de “classes”, “estamentos” e “partidos”. As classes são caracterizadas por certo

número de pessoas que se encontram em uma determinada posição na sociedade, no que diz respeito propriedades de bens ou de habitações, ou seja, condições geradas pelo mercado. Os estamentos não são conseqüências de situações econômicas e, ao contrário das classes, caracterizam pelo prestígio social, reconhecimentos e honra. Os partidos são organizações que lutam em específico pelo domínio, buscando influir nas direções que uma comunidade toma (WEBER, 1964, p. 227).

O poder, garantido economicamente, aparece como conseqüência, quase sempre, do poder existente por outros motivos. Ou seja, um homem ou grupo, que mantêm em suas mãos poderes, podem se enriquecer – ganhando assim o poder econômico – escravizando, por exemplo, outros grupos mais fracos. Vale ressaltar que a busca ou luta pelo poder não envolve apenas a esfera econômica. É de se esperar que as honras sociais que o poder acarreta também sejam almeçadas.

Partindo então para as estruturas políticas, ainda na teoria weberiana, constata-se que, por questões de poder, as grandes potências – na maioria das vezes – tendem a ser expansionistas. Para expandir os seus territórios, é bem freqüente o uso da força e ameaça. Na base desse poder, podemos perceber a pretensão do “prestígio”. No caso, esse prestígio seria a glória do poder sobre outros Estados, comunidades, ou quaisquer estruturas políticas. É comum, hoje, nos referirmos as essas comunidades portadoras do prestígio do poder como “Grandes Potências”, isso porque elas geram respeito, superioridade e influência. Vale lembrar que a expansão dessas potências é determinada quase sempre economicamente. Essas questões também são válidas se considerarmos os regimes domésticos dos Estados. É muito comum governantes almejem cada vez mais poder em busca de prestígio e superioridade.

O sentimento de prestígio pode fortalecer a crença ardente na existência real do nosso próprio poderio, pois tal crença é importante para confiança positiva no caso de conflito. Portanto, todos que tem interesses na estrutura política tendem, sistematicamente, a cultivar esse sentimento de prestígio (WEBER, 1964, p. 189).

Por outro lado, Arendt (1994) entende o poder por meio da legitimidade. Só existe poder de um grupo sobre o outro se o “dominado” legitima o poder do grupo “dominador”. Caso contrário, dentro de um governo, só haveria espaço para a violência. E esclarece que, onde há somente violência, não há poder.

Diferentemente de Max Weber, Hannah Arendt (1994) enxerga a política como um consenso. O poder não é, no entanto, uma característica individual. Ele, na verdade, pertence a um determinado grupo e conserva-se somente se o grupo se mantiver unido. É uma característica da ação coletiva:

Quando dizemos que alguém está “no poder”, na realidade nos referimos ao fato de que ele foi empossado por um certo número de pessoas para agir em seu nome. A partir do momento em que o grupo, do qual se origina o poder desde o começo, desaparece, “seu poder” também se evanece. (ARENDR, 1994, p.36)

De acordo com Arendt (1994), o poder está vinculado a uma relação de consentimento a qual as instituições se sustentam no apoio popular. Portanto, o poder não precisa ser justificado, apenas legitimado. Poder e violência são duas variáveis que, embora distintas, geralmente aparecem juntas. Entretanto, onde um domina absolutamente, o outro está extinto. A violência está presente quando o poder é colocado em risco, mas, se deixada a seu próprio curso, ela caminha para o desaparecimento do poder (ARENDR, 1944, p. 44). Pode-se concluir que o poder é um fator essencial de todo governo, mas não a violência.

A autoridade trata-se do reconhecimento inquestionável por aqueles que obedecem. Em uma relação de autoridade, não há a necessidade de coerção nem persuasão. A conservação da autoridade requer respeito pela pessoa ou pelo cargo que ela possui, sendo seu maior inimigo o desprezo e a indiferença. O poder coloca as regras do jogo e dentro delas a autoridade será reconhecida e exercida. Essa última é tradicional e estável e se torna a institucionalização do poder.

Observa-se, então, que, enquanto Weber (1964) coloca as relações como um grande conflito, no qual poder se torna uma ação estratégica que almeja um determinado fim,

submetendo sua vontade à do outro, Arendt (1994) vê o poder como a instrumentalização de uma vontade comum. Sendo o poder sinônimo de consentimento e de apoio às instituições, pode-se dizer que “jamais existiu governo exclusivamente baseado nos meios de violência” (ARENDDT, 1994, p. 40).

Feitas as definições de poder e autoridade, é hora de analisar os conceitos que envolvem totalitarismo e autoritarismo. No século XX, principalmente nos primeiros decênios, vários foram os países que viveram sob o totalitarismo como sistema de governo. Os regimes mais importantes, se considerarmos poder e prestígio internacional e posição político-estratégica, foram da Alemanha nazista, a Itália fascista e a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) comunista. Hitler, Mussolini e Stálin foram estadistas fundamentais que, com o controle de seus países, disseminaram políticas totalitárias.

Por totalitarismo, entende-se um fenômeno baseado na extensão do poder do Estado sobre diversos aspectos da sociedade. É uma forma de domínio que ao incorporar ao Estado um único partido centralizador, tende a destruir as instituições e grupos que formam as redes de relações privadas do homem, podendo torná-lo estranho ao mundo e privando-o de seu próprio eu (ARENDDT *apud* BOBBIO, 2004, p. 1248)¹. Isso resulta, geralmente, em extremismo ideológico, coerção e perseguição a grupos sociais contrários. É um regime baseado nos controles das massas. Segundo Carl J. Friedrich e Brzezinski (*apud* BOBBIO, 2004, p.1249)², o totalitarismo é o resultado de seis pontos: 1) uma ideologia oficial – crítica sobre o atual estado das coisas, visando transformar o sistema em voga - que diz respeito a todos os aspectos da atividade social e que devem ser abraçadas por todos os homens; 2) regime monopartidário, dirigido tipicamente por um ditador e estruturado de forma hierárquica; 3) um sistema de terrorismo policial que apóia e controla o partido e é dirigido

¹ ARENDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Ed. Companhia das letras, 1989

² FRIEDRICH, Carl J. BRZEZINSKI, Zbigniew K. **Totalitarian dictatorship and autocracy**. Harvard University Press, Cambridge, Mass, 1956

contra os inimigos do regime e contra classes da população arbitrariamente escolhidas³; 4) monopólio de todos os meios de comunicação de massa e da tecnologia moderna; 5) monopólio de todos os instrumentos da luta armada; 6) controle e direção de toda a economia por meio de organizações burocráticas que coordenam antigas unidades independentes. Tanto Arendt (1989) quanto Friedrich (1956) concordam que o totalitarismo é uma nova forma de dominação política, uma vez que possui um enorme grau de penetração e manipulação das massas jamais visto em outros regimes. Eles também concordam que o terror é a essência e a base vital de regimes totalitários.⁴

Diferentemente dos partidos, que tentam organizar as classes, os movimentos totalitários objetivam e conseguem organizar as massas, sendo que os regimes e os líderes do totalitarismo baseiam sempre no apoio das massas (HAYES *apud* ARENDT, 1989, p. 356)⁵. Para tal fim ocorre a politização de áreas aparentemente afastadas da política, como o esporte e outras atividades independentes. Por massa, entende-se grupo de pessoas que por sua heterogeneidade não podem se organizar e se concentrarem em um interesse comum (ARENDDT, 1989, p.361). Mais adiante, ao entrarmos nas discussões acerca das teorias da comunicação social, veremos que o conceito de massa deve ser trabalhado de forma um pouco diferente.

Potencialmente, as massas existem em qualquer país e constituem a maioria das pessoas neutras e politicamente indiferentes, que todos os outros partidos haviam abandonado por lhes parecerem demasiado apáticas ou estúpidas para lhe merecerem atenção. (ARENDDT,1989, p. 361/362).

A Alemanha viveu sob um regime totalitário com a ascensão do Terceiro Reich, Adolf Hitler, em 1933. Hitler pertencia ao Partido Nacional Socialista Alemão e impôs em seu país a ideologia Nacional Socialista, ou simplesmente Nazismo. Esse regime só caiu com a derrota

³ Arendt (1989) chama esse terrorismo policial de “polícia secreta”, que possui técnicas operacionais capaz de transformar toda a sociedade em um complexo sistema de espionagem onipresente, no qual não se pode saber quem é um agente do governo, deixando todos sob constante vigilância.

⁴ As concepções de Arendt e de Friedrich acerca do totalitarismo diferem em certos momentos. Todavia, optou-se por apresentar somente os pontos em comum, já que discussões metodológicas e ideológicas dos autores não se tornam essenciais para esse trabalho.

⁵ HAYES, Carlton J.H. *Essays on Nationalism*. Nova Iorque, 1926

alemã na Segunda Guerra Mundial em 1945. Na Itália, Benito Mussolini desenvolveu algo semelhante que ficou conhecido como Fascismo e vigorou durante seu governo de 1922 a 1945.

Enquanto os regimes acima apresentavam um totalitarismo de direita e anticomunista, na URSS dava-se origem ao que ficou conhecido pelas ciências políticas como Stalinismo. Era também um regime totalitário que se instalou na década de 20 e durou até meados de 50, sob a liderança de Josef Stalin, porém com uma justificativa marxista e comunista. O regime se consolidou com um alto controle estatal, justificado pela idéia de ditadura proletária. Foi fundamental na queda da Alemanha Nazista em 1945.

Entretanto, o regime de Getúlio Vargas – nesse caso de 1930 a 1945 - não se encaixa perfeitamente como totalitário. Deve ser chamado de autoritário. Os regimes autoritários são aqueles que privilegiam a autoridade governamental, diminuindo – radicalmente ou não – o consenso na sociedade e concentrando o poder nas mãos de uma pessoa ou de um grupo, colocando, assim, em segundo plano outras instituições representativas (BOBBIO, 2004, p.94). Dessa forma, a oposição e os subsistemas políticos são enfraquecidos, e as instituições que geralmente representam a autoridade de baixo para cima são praticamente aniquiladas.

Algumas características de regimes autoritários são: ausência de um parlamento e eleições populares; ausência de liberdade de instituições políticas e sociais características da democracia; redução ou proibição do pluralismo partidário (BOBBIO, 2004, p. 100).

Diferentemente dos regimes totalitários, o caso brasileiro não se interessa em controlar a vida privada dos cidadãos a ponto de torná-los adeptos ao regime e viver dentro dele para o resto da vida. Mesmo assim, o autoritarismo incide compulsivamente sobre os direitos civis individuais. A partir dos conceitos analisados anteriormente, pode-se concluir que o autoritarismo seria uma forma mais branda de totalitarismo. A citação abaixo vai nos elucidar

melhor acerca do autoritarismo e será capaz de nos mostrar suas diferenças frente ao totalitarismo.

Nos regimes autoritários a penetração-mobilização na sociedade é limitada: entre Estado e sociedade permanece uma linha de fronteira muito precisa. Enquanto o pluralismo partidário é suprimido de direito ou de fato, muitos grupos importantes de pressão mantêm grande parte da sua autonomia e por conseqüência o Governo desenvolve ao menos em parte uma função de árbitro a seu respeito e encontra neles um limite para o próprio poder. Também o controle da educação e dos meios de comunicação não vai além de certos limites. Muitas vezes é tolerada até a oposição, se esta não for aberta e pública (BOBBIO, 2004, p.100).

Foi apresentado até agora a definição de conceitos importantes da ciência política. Tais conceitos serão importantes para uma segunda análise desse capítulo, que abordará o uso da mídia por regimes políticos autoritários e totalitários. A partir de agora, analisar-se-á a Teoria Hipodérmica da Comunicação Social e as estratégias de poder, que usam os meios de comunicação para manipulação de massas e controle social.

2.2 A Teoria Hipodérmica e manipulação das massas

Na Primeira Guerra Mundial, a propaganda de massa começa a ser utilizada como estratégia de guerra. Diversos estudos foram elaborados sobre as experiências totalitárias e autoritárias e os meios de comunicação. Dentre eles, encontra-se a Teoria Hipodérmica da comunicação social. Essa teoria coincide, historicamente, com os períodos das duas guerras mundiais e o surgimento de regimes totalitários. Ela surge nos anos 20 e atinge o seu auge nos anos 30. Seu pressuposto básico define que cada elemento do público é pessoal e diretamente atingido pela mensagem. Para compreender essa teoria, é fundamental entender o conceito de sociedade de massa. Não há, no entanto, apenas um fator que defina o que venha a ser sociedade de massa, diversas variáveis incidem sobre esse aspecto: a industrialização, revolução dos transportes, enfraquecimento dos laços tradicionais, dentre outros fatores contribuíram para o isolamento do indivíduo na sociedade. Assim, “massa é constituída por

um conjunto homogêneo de indivíduos que, enquanto seus membros são essencialmente iguais, indiferenciáveis, mesmo que provenham de ambientes diferentes, heterogêneos, e de todos os grupos sociais” (WOLF, 1999, p.25).

A idéia de massa, como conseqüência do isolamento do indivíduo, é requisito para o desenvolvimento da Teoria Hipodérmica. Para essa teoria, os indivíduos são átomos, mas, fazem parte de um corpo maior, a massa, criada pelos meios de comunicação. Isso tornaria impossível a emergência de respostas individuais ou discordantes do estímulo. Dessa forma, os indivíduos estão expostos a mensagens, conteúdos e acontecimentos que ultrapassam suas experiências de vida e não coincidem necessariamente com o grupo o qual esse indivíduo está inserido (WOLF, 1999, p.25). Isso mostra claramente a idéia de que os meios de comunicação possuem poder de manipular e monopolizar as pessoas.

A Teoria Hipodérmica enquadra-se como uma teoria de caráter behaviorista, uma linha de estudos da psicologia dedicada ao comportamento humano por meio de observação e experimentação das ciências naturais e biológicas. Dentro dessa concepção, os meios de comunicação emitem um estímulo que é imediatamente respondido pelos receptores (E → R). É como se a comunicação de massa emitisse estímulos que seriam absorvidos e respondidos pela massa. Nesse caso, a audiência é entendida como uma massa amorfa, que responde com imediatismo e de maneira uniforme aos estímulos recebidos. Ao emitir um estímulo – podendo ser uma propaganda, por exemplo - os meios de comunicação teriam como resposta o comportamento desejado pelos emissores, uma vez que o estímulo fosse enviado e aplicado de maneira correta (DANTON, 2008). Dentro dessa perspectiva, a mídia passa a ser vista como uma agulha, que injeta seus conteúdos diretamente nos receptores, sem nenhum tipo de barreira ou obstáculo. “Não é por acaso que a teoria chama-se hipodérmica. Hipo é abaixo; derme, pele. Agulha hipodérmica é a agulha do médico, que injeta o medicamento diretamente na veia do paciente, assegurando um resultado imediato” (DANTON, 2008).

Essa visão dos meios de comunicação de massa como onipresentes e onipotentes foi corroborada por diversos fenômenos midiáticos da primeira metade do século passado. Um deles foi a utilização dos meios de comunicação, em especial o rádio e o cinema, pelos nazistas com o objetivo de controlar a massa. Durante as guerras mundiais, a idéia da teoria hipodérmica foi bastante utilizada também por norte-americanos e ingleses, no intuito de divulgar o patriotismo e o nacionalismo, buscando o apoio da população nos governos locais e que as pessoas estivessem dispostas a morrer por um ideal. Foram utilizados todos os meios de comunicação que pudessem atingir muitas pessoas ao mesmo tempo. Jornais, rádio e até o cinema, foram as mídias mais utilizadas. A propaganda se apresentava por meio de discursos inflamados, baseado em mentiras e distorções sensacionalistas.

Como vimos, a relação entre a comunicação social e a política tem se firmado como tema importante de estudos contemporâneos, principalmente em decorrência das transformações do início do decênio de vinte. As teorizações advindas desses estudos foram realizadas, principalmente, por cientistas políticos, sociais e psicólogos, que tentavam entender os impactos cada vez mais fortes da mídia na sociedade. Todavia, é impossível afirmar que a análise desse tema já tenha se esgotado:

Não obstante as inúmeras análises feitas durante esse percurso, a novidade e as transmutações em profundidade na relação entre política e comunicação fazem com que o tema continue perpassado por problemas significativos e provoquem até mesmo equívocos relevantes em questões cruciais. (RUBIM, 2000, p.8).

2.3 A comunicação social como estratégia de poder

Os meios de comunicação são usados pelos dois tipos de regime como estratégia de poder coercitivo. O totalitarismo e autoritarismo possuem suas bases na grande massa. É nela que o regime busca legitimidade e apoio para suas ações. E para ser conquistada, há a necessidade de uma imensa propaganda governamental. Essa propaganda está sempre aliada

ao uso da violência e do terror. “Quando o totalitarismo detém o controle absoluto, substitui a propaganda pela doutrinação e emprega a violência não mais para assustar o povo, mas para dar realidade às suas doutrinas ideológicas e às suas mentiras utilitárias” (ARENDR, 1989, p. 390).

Essa doutrinação e a propaganda como forma de “guerra psicológica” foram disseminados pela comunicação de massa, principalmente com o surgimento do rádio nas primeiras décadas do século XX. O regime de Getúlio Vargas utilizava muito bem desse meio, assim como o regime nazista na Alemanha. O trecho abaixo mostra como o regime alemão retratava o Brasil, para legitimar políticas totalitárias:

A imagem do Estado Novo foi trabalhada com olhos nazistas no exterior. Nas propagandas externas os alemães publicavam o apoio a Vargas como o mais novo Presidente do país, mencionando que o Brasil era um país subdesenvolvido, de pessoas fracas e sujas, e que Vargas seria o herói da nação, pois seu perfil era de um quase ariano, com “sua cabeça bem formada, quase clássica (...), uma boca estreita (...) A sua capacidade de interpretar” as necessidades da sociedade, com sua linguagem voltada para o povo, fazia a população acreditar que Vargas era um sucessor de Hitler. (AMARAL, 2008, p. 5)

A partir do século XX, os meios de comunicação de massa criaram novas possibilidades de comunicação entre governos e o povo. A propaganda governamental passou a ser usada como meio de manipulação, de condução do povo, podendo até ser aproveitada, somada a um conjunto de fatores, como instrumento de dominação (SOARES, 2008). A propaganda pode ser entendida como “a manipulação planejada da comunicação visando, pela persuasão, promover comportamentos em benefícios do anunciante que a utiliza” (SAMPAIO *apud* SOARES, ano, p.2)⁶, sendo ela essencial para transmitir informações motivadoras que são capazes de mobilizar condutas e crenças rumo a uma direção. Assim, nota-se que, em regimes não democráticos, a propaganda governamental pode ter um papel fundamental para criar e recriar no imaginário popular as idéias pretendidas pelo grupo

⁶ SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. 5.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997

dominante. Nesse caso, a propaganda é o resultado da fusão entre ideologia e política (DOMENACH *apud* SOARES, 2008) ⁷.

O uso da propaganda política persuassiva passa a ser importante, uma vez que os políticos tendem a preferir “a sedução ao convencimento, a emoção ao discurso, pois os discurso explícito ativa a consciência do receptor e dispara seus mecanismos de defesa” (FERRÉS *apud* SOARES, 2008) ⁸. A sedução passa a burlar os controles da racionalidade, o que torna mais fácil manter o *status* do (s) grupo (s) dominante (s). Entretanto, em regimes autoritários e totalitários – principalmente o segundo – a comunicação não pode ser usada somente para a manutenção do status dos que se encontram no poder. Ela vai além disso, como nos mostra a passagem que se segue:

Por isso, ela [a comunicação] não pode ser vista como simples instrumento de conversão política. O mundo totalitário se constrói em torno de uma “realidade” artificial caracterizada pela manipulação dos fatos pela abordagem propagandística. Essa “realidade” se desmantela quando confrontada com elementos fora do seu âmbito, ou seja, quando percebida como artificial. A propaganda tem, então, que proteger as frágeis estruturas de sua realidade criada destes elementos externos que a ameaçam permanentemente. Assim, ela funciona como unidade produtora de sentido, construindo um imaginário débil e instável incessantemente alimentado de novos impulsos. (DIEHL *apud* SOARES, 1996, p.12) ⁹.

Uma das principais características e estratégias dos regimes autoritários e totalitários para o controle das massas é o emprego de símbolos que permitam a atração ideológica e o recrutamento de adeptos. Antes, no entanto, é necessário compreendermos o que são símbolos e sua relação com a comunicação social. Por símbolos, entende-se os engramas, ou seja, impressões permanentes deixada por uma informação em nossa bagagem cognitiva, que desempenham o papel de crivos, que selecionam, combinam e formam excitações que chegam de fora e são exteriorizados sob alguma forma determinada (TCHAKHOTINE, 1967, p. 256). Para, no entanto, entender com mais complexidade a idéia de símbolos, devemos

⁷ DOMENACH, Jean-Marie. **A propaganda política**. 2.ed. São Paulo, 1963

⁸ FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre, 1998

⁹ DIEHL, Paula. **Propaganda e persuasão na Alemanha nazista**, p.83.

compreender conceitos referentes ao signo. A ciência que deflagra mais profundamente essa discussão é a Semiótica.

A Semiótica é a ciência dos signos e da semiose, ou seja, do processo de significação na natureza e na cultura. Segundo Pinto (1995, p.9-10), a Semiótica é uma teoria dos signos e da representação que efetua uma extensão da Lógica para os limites da cognição e da experiência dos fenômenos. “É, por isso, também uma teoria do conhecimento, além de propor *insights* sobre questões referentes à significação e à produção de sentido” (PINTO, 1995, p.10). A ciência é relativamente nova e teve como maiores precursores o americano Charles S. Peirce e Ferdinand de Saussure, nascido na Suíça. Os problemas relativos ao estudo da semiótica já foram abordados por pensadores da antiguidade como Platão e Santo Agostinho. Todavia, somente com o passar do século XX, a partir dos trabalhos publicados por Ferdinand de Saussure e C. S. Peirce, que a Semiótica começa a adquirir o status de ciência e ganhar autonomia no processo de construção de conhecimento. Embora a língua seja considerada o maior de todos os sistemas de signos, grande parte da pesquisa semiótica se concentrou na análise de domínios tão variados como a propaganda, o cinema, dentre outros sistemas de imagens.

Como toda ciência, em sua idéia clássica do século XX, a semiótica possui um objeto de estudo. Esse objeto, claramente, são os processos que envolvem os signos, sejam esses referentes à natureza ou à cultura. Segundo Lúcia Santaella (1995), tudo é signo, até mesmo a própria teoria dos signos. “Todo pensamento se processa por meio de signos. Qualquer pensamento é a continuação de um outro, para continuar em outro” (SANTAELLA, 1995, p. 9). Assim, signo é aquilo que está entre o objeto e um pensamento interpretante, ou seja, é aquilo que de certo modo representa algo para a interpretação de alguém. Para Pinto (1995, p.50), existem nos escritos de Pierce muitas caracterizações de signos devido à tentativa de dar generalidade ao conceito. Entretanto, podemos pegar uma definição:

Signo é algo que representa algo para alguém em algum aspecto ou capacidade. Dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa algo equivalente, ou talvez mais desenvolvido. A esse signo que ele cria dou o nome de interpretante do primeiro signo. O signo representa algo, seu objeto. (CP 2.228)¹⁰

Percebe-se então, que há uma relação triádica entre o objeto, o signo e o interpretante, sendo essa relação fundamental para o entendimento dos signos. Essa lógica triádica é chamada por Pinto (1995) de terceiridade do signo. O signo constitui um lugar-entre, um algo-entre. “Ele é algo que circula, que está num momento com alguém e logo é passado para outrem, não pertence a ninguém ou apenas pertence na medida da duração do seu uso” (PINTO, 1995, p.51). Essa lógica objeto/signo/interpretante é conhecida como Semiose, ou seja, processo infinito de produção de sentido (PINTO, 1995, p.49).

O que se pode entender como objeto é aquilo que determina o signo e que é aquilo que o signo representa, revela ou torna manifesto. É o recorte do mundo real. Este não pode ser entendido somente como algo individual e material, podendo ser uma coleção de coisas, um evento ou uma idéia. O objeto é além do material, da existência real. Por isso, o entendimento desse objeto se encontra na natureza filosófica, que somente o signo pode representá-lo, ainda que de maneira subjetiva e não neutra. Já o interpretante do signo é, de certa forma, a idéia que o signo gera na mente de uma pessoa. Todavia, esse não pode ser analisado somente como uma interpretação particular do signo. O interpretante é aquilo determinado pelo signo e pelo objeto por meio da mediação do signo. Essa é a função mediadora do signo: está entre o objeto e o interpretante.

Tão logo, percebe-se uma lógica reprodutiva: o pensamento interpretante se forma por meio dos signos, formando mais signos interpretantes e assim uma carreira infinita de signos.

Para Santaella:

Faz parte da própria forma lógica de geração do signo que ela seja a forma de um processo ininterrupto, sem limites finitos. Ou seja: faz parte da natureza do próprio

¹⁰ Levando em consideração a maneira tradicional de citação dos estudos peircianos, usam-se as letras CP, seguido do número do volume e do número do parágrafo. CP significa *Collected Papers*, que são as duas publicações da obra de Peirce nos Estados Unidos. Elas estão organizadas em oito volumes, contendo parágrafos numerados. Assim CP 2.228 refere-se ao parágrafo 228 do volume 2 dos *Collected Papers* (PINTO, 1995, p.11).

signo que ele tenha o poder de gerar um interpretante, e assim por diante. Qualquer interrupção no processo degenera o caráter significante perfeito do signo, que é gerar um interpretante que gerará outro e assim indefinidamente. (SANTAELLA, 1995, p. 18)

Dentro dessa lógica triádica, há uma precedência do objeto sobre os demais componentes. Mesmo que não se tenha acesso ao objeto (ele é incognoscível), esse é o primeiro a ter uma existência real. Entretanto, o signo possui uma precedência ontológica sobre o objeto. Ele é a idéia que se tem do objeto, sendo o objeto aquilo que se quer conhecer. O esquema a seguir esclarece melhor essa idéia:

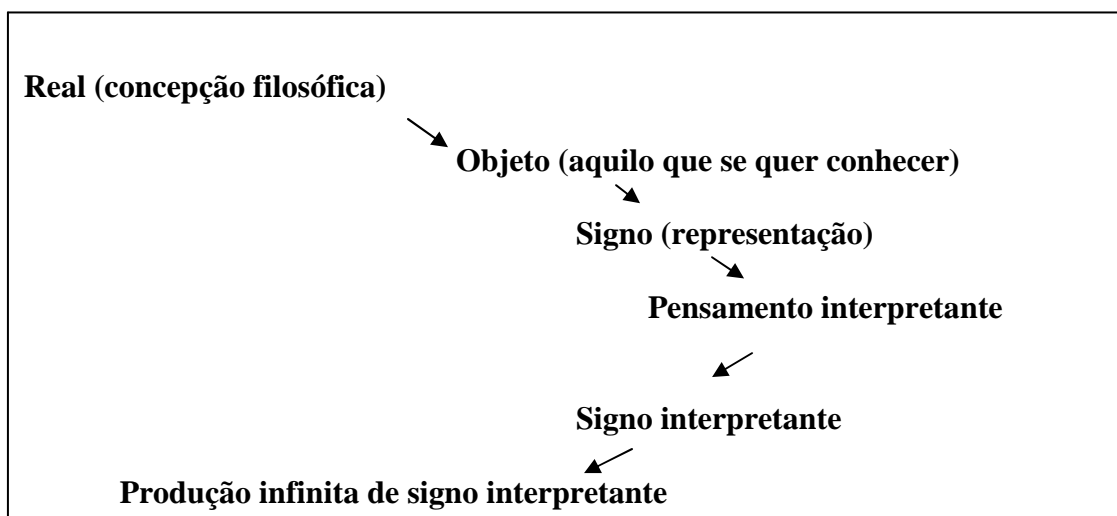


Figura 1 – Relação triádica do signo

Em suma, o signo media entre o objeto e o interpretante. O objeto tem sua natureza filosófica e o interpretante vai gerar outros signos ifinitivamente, sendo que esses nunca perderão o vínculo com o objeto.

Partindo dessa idéia central, fica-nos claro que a Semiótica possui uma enorme relação e importância para o estudo da Comunicação Social, uma vez que inova nos estudos lingüísticos e de signos em geral, produzindo maior conhecimento para a área da informação. Segundo Santaella (1995, p. 19), “não pode haver comunicação sem ação de signos e vice-versa”. Qualquer que seja a mensagem produzida para a emissão, essa se dá por meio de um

complexo sistema de signo, caracterizando o estudo semiótico como fundamental para o entendimento das relações sociais.

Ao compararmos a definição de símbolo colocada por Tchakhotine (1967) e as breves elucidações sobre os signos e suas características, percebemos que um símbolo, seja ele político ou não, é também um signo ou um conjunto deles. “Isso quer dizer que o símbolo é aquele signo que será representado em seu interpretante como signo de seu objeto. Em outras palavras, o interpretante de um símbolo é previsível porque seu objeto já é conhecido” (PINTO, 1995, p.54).

A utilização de símbolos é uma das estratégias mais eficazes e preferidas pelos líderes políticos para dirigir-se às massas e criar emoções nas multidões. “É um truque para criar sentimento de solidariedade e, ao mesmo tempo, explorar a excitação das massas” (REIWALD *apud* TCHAKHOTINE, 1967, p. 259) ¹¹. Esses líderes zelam para que tais símbolos não sejam tocados pela crítica e conservem sua função de traduzir a vontade coletiva.

Segundo Thompson (2001, p. 24), a autoridade do Estado pode se apoiar na difusão de formas simbólicas em busca de cultivar e sustentar a crença na legitimidade do poder político. É o que ele chama de poder cultural ou simbólico. Trata-se na capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, influenciando ações dos outros e produzindo eventos por meio da produção e transmissão de símbolos. A atividade simbólica é uma característica fundamental da vida social, sendo capaz de gerar reações, sugerir decisões, induzir o indivíduo a crer ou descreer em determinados assuntos, bem como apoiar os negócios do Estado ou sublevar as massas em revolta coletiva.

Dentre as instituições que promovem a atividade simbólica (Estado, Igreja etc), uma delas merece destaque: a mídia. Para Thompson (2001, p.24), a mídia se orienta na produção

¹¹ REIWALD, P. *Vom Geist der Massen*. Zurich, 1946

e difusão de formas simbólicas em larga escala no espaço e no tempo, o que a faz sofrer pressões de outras instituições que forjam os meios com os quais o conteúdo simbólico é produzido e distribuído pelo mundo social. Para a produção e difusão das formas simbólicas, é necessário empregar um meio técnico.

Meio técnico é o substrato material das formas simbólicas, isto é, o elemento material com que, ou por meio do qual, a informação ou conteúdo simbólico é fixado e transmitido do produtor para o receptor. Todos os processos de intercâmbio simbólico envolvem um meio técnico de algum tipo. (...) Mas a natureza do meio técnico pode variar grandemente de um tipo de produção simbólica (e intercâmbio) para outro, e as propriedades dos diferentes meios técnicos facilitam e circunscrevem os tipos de produção simbólica e de intercâmbio possíveis. (THOMPSON, 2001, p.26).

O grau de fixação de um determinado símbolo pelo indivíduo depende do meio técnico que se é empregado. Segundo Thompson (2001, p.26), no caso da conversação, seja por rádio, telefone, auto-falante e outros meios técnicos, o grau de fixação pode ser baixo pois depende da memória do indivíduo. Entretanto, no caso da impressão, filmagem e escrita, o grau de fixação é relativamente alto. Em virtude dessa capacidade de fixação, os meios técnicos, bem como a carga simbólica que eles carregam, podem servir de fonte para o exercício de diferentes formas de poder¹².

No início desse tópico vimos como regimes autoritários e totalitários utilizam-se dos meios de comunicação para atingirem seus objetivos. Percebemos que um dos recursos mais utilizados é a propagação de símbolos que podem influenciar e direcionar o comportamento dos indivíduos. Por isso, foi necessário compreender a teoria hipodérmica dentro da comunicação social e posteriormente apresentar elucidções semióticas para entendermos como os signos e símbolos são propagados. Podemos notar que qualquer forma de comunicação é inerente à transmissão e troca simbólica. Isso nos levou a observar que são os símbolos os responsáveis por nossas ações, ideologias e comportamento social em geral.

¹² Thompson (2001) faz em sua obra a distinção entre quatro tipos de poder. O poder econômico, político, coercitivo e simbólico. Segundo ele, os meios técnicos e o conteúdo simbólico da informação pode ser utilizado por demais instituições no intuito manifestarem outras formas de poder. Instituições políticas ou econômicas, por exemplo, podem utilizar do poder simbólico para reafirmar autoridade e credibilidade.

Baseados em pesquisas de comportamento social, alguns regimes políticos - principalmente na primeira metade do século XX, como já foi dito nesse capítulo - passaram a usar a comunicação para conquistar legitimidade das ações, carisma populacional e apoio a decisões políticas domésticas e externas.

3 RÁDIO E POLÍTICA - A ERA VARGAS (30 A 45) E O SURGIMENTO DO RÁDIO NO BRASIL

Esse capítulo tem como tema central apresentar um breve histórico sobre o regime de Getúlio Vargas entre os anos de 1930 a 1945, juntamente com o surgimento e disseminação do rádio no Brasil. Será feita também uma apresentação do uso do rádio como estratégia política, o que trará fundamentação para a análise principal desse trabalho, a ser feito no capítulo próximo.

3.1 Do golpe de 1930 ao Estado Novo

“A Constituição é como as virgens. Foi feita para ser violada”
Frase atribuída a Getúlio Vargas, que teria sido dita alguns anos após a elaboração da
Constituição de 1934.
(CAMPOS, 1999, p. 234).

A chamada “Revolução de 30”, inaugurada por Getúlio Vargas, é um marco das modificações dos velhos quadros econômicos, políticos e culturais das três primeiras décadas do século XX (LAFETÁ, 2000, p. 27). Até 1930, a estrutura política brasileira era conhecida como República Velha, ou Primeira República. Essa estrutura baseava-se na troca de poder entre oligarquias cafeeiras de São Paulo e Minas Gerais. A primeira república é marcada pela consolidação de estruturas econômicas, exemplificadas pelo caso do café e outras atividades que se expandem ao longo do início do século XX, criando motivos de estabilidade entre as oligarquias, que conseguem se permanecer no poder (CARONE, 1976, p. 5).

Segundo Boris Fausto (1987, p.112), a burguesia cafeeira se torna ao longo da Primeira República a única classe social que reúne condições para articular formas de ajustamento e integração do país, de acordo com seus interesses. Face a essa burguesia cafeeira, nenhuma outra classe emerge com força suficiente para oferecer uma alternativa

econômica e política viável. “A disputa, no interior das classes dominantes, tem a forma de um embate regional, mitigado pelos próprios limites da constatação” (FAUSTO, 1987, p.112).

Somente na década de 20, surge um movimento mais forte e de ataque ao predomínio da burguesia cafeeira, o tenentismo. Esse movimento foi organizado por jovens oficiais do exército brasileiro (a maioria tenentes), que se rebelaram descontentes com a situação política do Brasil. O tenentismo

defendia um programa reformista, calcado no nacionalismo e na purificação das instituições republicanas, como a diminuição dos poderes das oligarquias regionais e, se necessário, a implantação de uma ditadura. Conteúdo ameno e intervenção radical foram as marcas de um movimento que não punha em causa as estruturas econômicas e sociais do país (CAMPOS, 1999, p. 219).

A crise enfrentada pelo capitalismo em 1929, que rompeu a política de valorização do café, juntamente com problemas políticos entre as oligarquias que não acordavam sobre a sucessão do então presidente da República, Washington Luís, gerou um ambiente propício ao golpe militar. “A origem principal do movimento – que originou o golpe – tinha sido a eleição de Júlio Prestes à presidência, a 1º de março daquele ano, numa campanha marcada pela fraude, o que provocaria a revolta” (HAUSSEN, 2001, p. 33). No início de novembro de 1930, Getúlio Vargas chega ao poder, provisoriamente, por meio do decreto nº. 19 398.

Todavia, o golpe instaurado no final de 1930 gerou conturbações na vida política do Brasil. Segundo Haussen (2001, p.37), ocorreram greves e disputas entre elites revolucionárias, além de choque entre os “tenentes” e as antigas oligarquias estaduais, que culminaram na guerra civil pela Constituinte, liderada por uma São Paulo mobilizada a favor da reconstitucionalização do país. A Revolução Constitucionalista de 1932, assim chamada, acabou sendo derrotada pelas forças militares a favor do novo governo, mas conquistou vitórias que forçaram a criação da constituição de 1934.

Vargas deveria permanecer na presidência até 1937, como previa a constituição elaborada em 1934. Entretanto, no dia 10 novembro de 1937, Getúlio Vargas aplica um novo

golpe político criando uma nova constituição, apelidada de “polaca”¹³, dando início ao Estado Novo.

Viola-se a Constituição e, em seu lugar, Vargas impunha à nação uma nova, elaborada pelo jurista Francisco Campos, que eliminava a autonomia dos estados, extinguiu o Poder Legislativo em todos os níveis (das câmaras municipais ao Congresso Nacional) e fortalecia o Poder Executivo (CAMPOS, 1999, p. 238).

Esse foi um período marcado pela grande centralização e autoritarismo do estado brasileiro, como mostra o trecho que segue: “O poder durante esse período concentrou-se ainda mais nas mãos de Getúlio Vargas que, apoiado pelos militares, governou através de decretos-lei” (HAUSSEN, 2001, p. 38). O fortalecimento do poder executivo eliminou o vazio de poder verificado desde 1930 e, diante da incapacidade de qualquer grupo político ou social de exercer hegemonia na sociedade, o Estado passa a ser o principal agente político da nação. Todos os outros grupos políticos (oligarquias, classes médias, militares etc.) passam a ser arbitrados autoritariamente pelo Presidente (CAMPOS, 1999, p. 238). No entanto,

a centralização do Estado não significa que ele se deslocou da sociedade. A representação dos diversos interesses sociais mudou de forma, mas não deixou de existir. Até novembro de 1937, esses interesses se expressavam no Congresso e através de alguns órgãos governamentais. A partir do Estado Novo, desapareceu a representação via Congresso, reforçando-se a que se fazia nos órgãos técnicos no interior do aparelho do Estado. (FAUSTO, 2002, p. 201)

O regime foi implantado de forma autoritária, sem grandes mobilizações. Segundo Boris Fausto (2002, p.200), o movimento popular, juntamente com os comunistas, tinha sido abatido, sem chance para reação. A classe dominante apoiava o golpe, pois o via como inevitável e benéfico. Mesmo com o congresso fechado e alguns de seus membros presos, cerca de 80 congressistas foram solidários ao golpe de Getúlio Vargas. O regime tinha também apoio de militares. No entanto, o Estado Novo não significou um corte radical com o passado.

Muitas de suas instituições e práticas vinham tomando forma no período 1930-1937. Mas, a partir de novembro de 1937, elas se integraram e ganharam coerência no

¹³ Segundo Haussen (2001, p.38), a constituição que deu origem ao Estado Novo, elaborada pelo jurista Francisco Campos, ficou conhecida como “polaca”, pois se inspirou na constituição elaborada pelo general Joseph Pilsudki, imposta aos poloneses.

âmbito do novo regime. A inclinação centralizadora, revelada desde os primeiros meses da Revolução de 1930, realizou-se plenamente. (FAUSTO, 2002, p.201)

Uma das características do governo Vargas foi a implantação de leis trabalhistas. “(...) Getúlio procurou fixar uma imagem paternalista junto aos operários, uma espécie de ‘pai dos pobres’” (CAMPOS, 1999, p. 240). Em 1930, cria o Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, com intuito de impulsionar a industrialização. Em 1934, a Constituição estabelecida consagra um conjunto de leis trabalhistas como jornada de trabalho de oito horas, férias remuneradas, descanso semanal, proibição do trabalho para menores de 14 anos e licença para mulheres gestantes. O regime, no entanto, não se dirigiu apenas aos trabalhadores. O governo tratou de formar uma opinião pública a seu favor, censurando as críticas e informações, elaborando uma versão da fase histórica que o país vivia (FAUSTO, 2002, p. 207). Para tanto, elaborou diversos órgãos de controle da imprensa, que serão discutidos no capítulo terceiro desse trabalho.

O Estado Novo perseguiu, prendeu, torturou, forçou ao exílio intelectuais e políticos, sobretudo de esquerda e alguns liberais. Mas não adotou uma atitude de perseguições indiscriminadas. Seus dirigentes perceberam a importância de atrair setores letrados a seu serviço. Católicos, integralistas autoritários, esquerdistas disfarçados vieram ocupar cargos e aceitar vantagens que o regime oferecia (FAUSTO, 2002, p. 208).

Se na República Velha, o Estado era clientelista, quase não havendo concursos públicos, no Estado Novo há uma tentativa de reformular esse quadro. Getúlio tentou modernizar o Estado, buscando refazer a administração pública. Buscou criar uma elite burocrática, sem vínculos com a política partidária e que se identificasse com as políticas do regime atual. Essa elite deveria, de acordo com os interesses nacionais, introduzir critérios de eficiência, economia e racionalidade (FAUSTO, 2002, p. 208).

Na política externa, o Estado Novo exerceu papel importante na Segunda Guerra Mundial. Para o governo Vargas, a guerra européia criava vários problemas: no plano econômico, o importante intercâmbio comercial com a Alemanha caiu drasticamente até o final de 1940. No plano político, fora decretada a neutralidade brasileira no conflito, mas nem

por isso amainavam as paixões políticas internas, agora estimuladas pelos progressos arrasadores dos exércitos alemães. Nessas circunstâncias, Vargas imprimiu à Política Externa Brasileira uma direção de colaboração realista e pragmática com os EUA. Esse movimento lento e gradual permitiu um processo de barganha permanente que perseguia certos objetivos econômicos, políticos e militares.

Em 1942, além dos Estados Unidos terem recomendado a ruptura de relações diplomáticas e comerciais com o Eixo, ficou assegurado ao país norte-americano a compra exclusiva de materiais estratégicos e o controle absoluto da distribuição do continente nos anos seguintes. Isso também assegurou aos EUA tratamento preferencial no comércio interamericano e garantia para seus investimentos. Em nome do esforço de guerra, subordinou os projetos econômicos no continente aos interesses bélicos americanos. A adesão do Brasil foi negociada, ou seja, ligada às solicitações materiais aos EUA. Em 1942, o Brasil, liderado por Getúlio Vargas, declara guerra ao Eixo.

No plano sócio econômico, o Brasil sofre diversas modificações. Em decorrência do Estado Novo e da crise dos preços dos produtos agrícolas, Vargas inicia no Brasil um período de industrialização, baseado na substituição das importações e nas intervenções diretas e indiretas do estado na economia. O desenvolvimento industrial, para Haussen (2001, p.34), gerou um êxodo rural, modificando a massa urbana brasileira. A pressão dessa nova massa por melhorias sociais, juntamente com o aumento da produção de equipamentos nacionais pelas novas indústrias e do consumo da produção cultural massiva, gerou um ambiente favorável para a ascensão do populismo e o crescimento dos meios de comunicação de massa.

A pressão dessas massas pelas suas demandas (...) é o que as torna “visíveis”: o que era privilégio de uma minoria no campo da habitação ou da saúde, da educação ou da diversão é então reclamado como um direito das maiorias. E é na formulação dessas demandas, no seu encontro com o discurso nacional populista, que vão jogar um papel chave as tecnologias de comunicação desse momento: o rádio, em todos os países, e o cinema em alguns. Elas vão tornar possível, assim, a emergência de uma nova linguagem e um novo discurso social: o popular-massivo. (HAUSSEN, 2001, p.13).

O Estado Novo foi arquitetado de forma autoritária e modernizadora, o que deveria servir como um projeto duradouro. Todavia, seu tempo de vida acabou sendo curto, uma vez que não chegou aos oito anos (FAUSTO, 2002, p. 211). O governo centralizador de Getúlio Vargas passou a ser alvo de críticas e suas contradições impulsionaram movimentos a favor da democratização.

Após a entrada na guerra, personalidades da oposição começaram a explorar a contradição existente entre o apoio do Brasil às democracias e a ditadura de Vargas. No âmbito do governo, pelo menos uma figura se mostrou francamente favorável a uma abertura democrática: Osvaldo Aranha, ministro das Relações Exteriores (FAUSTO, 2002, p. 212).

Um fato mais grave foi o gradativo afastamento do Estado Novo de seus idealizadores e bases militares. O General Góis Monteiro, por exemplo, convencido de que esse regime não era duradouro, abandonou o cargo de embaixador em Montevideú, Uruguai. Em agosto de 1945, Góis assume o Ministério da Guerra, com o intuito de arquitetar a saída de Vargas. Junto disso, em 1943, estudantes universitários começaram a se organizar contra a ditadura getulista, criando a União Nacional dos Estudantes (UNE) e suas seções estaduais, até hoje presentes no Brasil. Em dezembro daquele ano, uma passeata organizada, a qual estudantes caminhavam de braços dados e com lenços na boca – aludindo-se à censura – foi dissolvida de forma violenta pela polícia, matando duas pessoas e ferindo vinte. O fato gerou indignação social (FAUSTO, 2002, p. 212).

A situação foi se agravando principalmente quando a imprensa começou a burlar a censura, publicando matérias e entrevistas a favor de eleições presidenciais. A oposição liberal começou a disseminar a idéia da candidatura do brigadeiro da Aeronáutica Eduardo Gomes para a presidência da república. Gomes era uma figura forte e respeitada, tendo seu nome vinculado ao tenentismo e ao episódio legendário da revolta do Forte de Copacabana ¹⁴. O governo começou a justificar a continuidade da ditadura em função da Segunda Guerra Mundial. Todavia, logo a situação ficou insustentável, e em fevereiro de 1945 Vargas baixou

¹⁴ Trata-se de um episódio, o qual 18 militares e um civil se rebelaram contra os desmandos do governo. O governo assassinou quase todos, sobrevivendo apenas dois. Um deles foi Eduardo Gomes.

o Ato Adicional à carta de 1937, que fixava um prazo de noventa dias para marcação de eleições gerais. Noventa dias depois, um novo código eleitoral foi criado, com o intuito de regular as eleições. Do governo, nascia o candidato general Dutra, que se oporia a Eduardo Gomes (FAUSTO, 2002, p. 212).

Em meados do ano de 1945, bases trabalhistas ligadas a Getúlio Vargas, também com apoio de comunistas, criaram uma campanha que mudaria os rumos da sucessão presidencial esperada. Foi a campanha dos “queremistas”, grupo que queria a permanência de Vargas. Tal grupo saiu às ruas do país defendendo a criação de uma Assembléia Nacional Constituinte, com Vargas no poder. Posteriormente deveriam ocorrer as eleições e Vargas seria candidato. “Parecia claro que Vargas pretendia manter-se no poder como ditador ou presidente eleito, liquidando no percurso os dois candidatos já lançados” (FAUSTO, 2002, p. 214).

Esse quadro político levou os antigetulistas a apressarem a queda de Vargas. O populismo de Getúlio e de Perón na Argentina fez com que os Estados Unidos perdessem parte da confiança nos dois países, e apoiasse a saída de Vargas. Entretanto, segundo Boris Fausto (2002, p. 215), a saída de Vargas não foi conspiração externa, mas sim um complexo jogo político interno. Vargas afastou, em outubro de 1945, o chefe de polícia do Distrito Federal e tentou colocar no lugar, seu irmão Benjamim Vargas. A situação não agradou parte da ala militar do governo. O Ministro da Guerra, o general Góis, mobilizou tropas do Distrito Federal, que forçaram Vargas a renunciar. Retirou-se do poder com uma declaração dizendo que concordava com sua saída. Apesar de não ser exilado, Vargas ficou em São Borjás, sua cidade natal.

A transição entre os dois regimes dependeu, assim, da iniciativa militar. Mais ainda, uma figura importante da Revolução de 1930, que levava Getúlio ao poder – o general Góis Monteiro – tivera papel decisivo na sua deposição, quinze anos depois. Essas e outras circunstâncias fizeram com que a transição para o regime democrático representasse não uma ruptura com o passado, mas uma mudança de rumos, em meio a muitas continuidades (FAUSTO, 2002, p.215).

No dia 2 de dezembro de 1945, o general Dutra, com apoio de Vargas, venceu as eleições como 55% dos votos. Chegava, assim, ao fim o Estado Novo.

3.2 O desenvolvimento do rádio no Brasil

A partir da década de 20, iniciam-se as transmissões regulares de rádio, depois de alguns anos de experiências com telegrafia sem fio. Para Nunes (2008, p.199), a rádio existe desde 1899, quando houve uma ligação entre França e Inglaterra, cobrindo uma distância de 46 quilômetros. No Brasil, o rádio só foi instalado oficialmente no dia 7 de setembro de 1922, nas comemorações do centenário da Independência, no Rio de Janeiro, com o discurso do presidente Epitácio Pessoa. No entanto,

o Rio de Janeiro é considerada a primeira cidade brasileira a instalar uma emissora de rádio. Antes disso, porém, experiências já eram feitas por alguns amadores, existindo documentos que provam que o rádio, no Brasil, nasceu em Recife, no dia 6 de abril de 1919, quando, com um transmissor importado da França, foi inaugurada a Rádio Clube de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto, que depois se associou a Augusto Pereira e João Cardoso Ayres (ORTRIWANO, 1985, p. 13).

A primeira transmissão oficial do rádio ocorreu em 1922, com discurso do então presidente da República, Epitácio Pessoa, teve um papel político importantíssimo. As eleições de 1921 foram conturbadas. Arthur Bernardes venceu Nilo Peçanha, sob acusações de fraudes (TAVARES, 1999, p. 47).

O governo precisava, portanto, empenhar-se o mais rápido possível e criar um fato novo, para que a Exposição do Centenário alcançasse um êxito sem precedentes, servindo, talvez, como uma cortina de fumaça, e pudesse amenizar os ânimos mais exaltados, quando da posse do Sr. Arthur Bernardes que ocorreria no dia 15 de novembro daquele ano (TAVARES, 1999, p. 49).

Além do discurso do presidente, a Exposição do Centenário, para motivar o interesse público, divulgava as contratações de shows variados, exibição de bandas de músicas, espetáculos pirotécnicos, etc (TAVARES, 1999, p. 47). Entretanto, a primeira emissora a entrar no ar oficialmente foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada em 23 de abril de

1923 por Roquete Pinto e Henrique Morize (HAUSSEN, 2001, p. 18). Durante a década de 20, apenas 19 emissoras de rádio foram fundadas no Brasil. Até 1935, elas não possuíam estrutura comercial. Isso tornava a rádio pouco popular. Além disso, a má qualidade das transmissões e a primitiva legislação que regulamentava a radiodifusão no país fizeram com que o rádio não tivesse a mesma importância no decênio de 20 que teve no de 30.

As emissoras constituíam-se em sociedades e clubes, com programações eruditas e lítero-musicais, e eram mantidas basicamente através da contribuição de seus associados, que pagavam uma taxa mensal, além de doações de entidades privadas. (HAUSSEN, 2001, p. 23)

Segundo Ortriwano (1985, p.14), durante as décadas de 20 e 30, o rádio no Brasil pode-se dividir em duas fases: a fase da implantação e a fase comercial. Nessa primeira fase, as rádios tinham a denominação de clubes ou sociedades, sendo mantidos com mensalidades pagas pelos que possuíam aparelhos receptores, por eventuais doações e entidades privadas e públicas e raramente com a inserção de anúncios. Nesse período, o rádio não se caracterizava como um entretenimento de massas, sendo um veículo de comunicação com formas de diversão individualista e particular. Somente por volta de 1925 e 1926, começam a aparecer os primeiros artistas e programas que despertavam o interesse popular. No final de 1926, Renato Murce organizou o primeiro programa folclórico do rádio brasileiro (HAUSSEN, 2001, p. 24).

Apesar de ter seu surgimento na década de 20, a radiodifusão no Brasil só viria a ser citada explicitamente na década seguinte, quando o governo Vargas publicou o decreto 20047. Nesse decreto, o governo comunicava as condições para a concessão dos serviços radiofônicos, a criação de uma rede nacional de rádio e as exigências técnicas que deveriam ser seguidas pelos concessionários. A partir daí, o rádio passou a ser concebido como de interesse nacional. Foi regulamentada a inserção de publicidades, sendo que cada emissora poderia vender 10% do horário total da programação para anunciantes. O decreto 20047 foi

regulamentado por outro decreto, o 21.111, que detalhava as especificações do primeiro, estabelecendo como as regras deveriam ser cumpridas (HAUSSEN, 2001, p. 30).

É a partir de dos anos 30 que o rádio no Brasil entra na sua fase comercial. Com a regulamentação da publicidade, o que era erudito, educativo e cultural, transforma-se em popular, voltado à diversão e lazer. Os empresários passaram a perceber que o rádio é muito mais eficiente para divulgar seus produtos do que outras mídias impressas, inclusive devido ao grande número de analfabetos (ORTRIWANO, 1985, p. 15-16). Além disso,

com o advento da publicidade, as emissoras trataram de se organizar como empresas para disputar o mercado. A competição teve, originalmente, três facetas: o desenvolvimento técnico, *status* da emissora e sua popularidade. A preocupação 'educativa' foi sendo deixada de lado e, em seu lugar, começaram a se impor os interesses mercantis (ORTRIWANO, 1985, p. 15).

Outrossim, é nesse período que o rádio brasileiro vai encontrando seu caminho, definindo uma linha de atuação e se destacando com um papel cada vez mais importante na vida econômica e política do país. Vargas foi o primeiro governante brasileiro a ver a grande importância política do rádio, passando a usá-lo dentro do modelo autoritário (ORTRIWANO, 1985, p. 19).

Segundo Miranda (*apud* ORTRIWANO, p. 19)¹⁵, o impacto do rádio na sociedade brasileira dos anos 30 foi muito mais profundo do que aquele que a televisão vinha a gerar três décadas depois. O jornalismo impresso era ainda erudito e pouco eficaz, uma vez que a maioria da população era analfabeta. O rádio comercial mostrou que não é capaz apenas de vender produtos, mas também de mobilizar massas para a participação ativa na vida nacional. O progresso tecnológico, em face à industrialização, modificava e ampliava o mercado consumidor, criando condições de padronização de gostos, valores e crenças. Assim, as classes médias urbanas, grande audiência do rádio na época, passariam a se considerar parte integrante do universo simbólico representado pela nação. “Pelo rádio, o indivíduo encontra a

¹⁵ MIRANDA, Orlando. **A Era do Rádio**. In: Nosso Século. Abril Cultural, nº 17, s/d.

nação, de forma idílica: não a nação ela própria, mas a imagem que dela se está formando” (MIRANDA *apud* ORTRIWANO, 1985, p. 19).

3.3 O rádio e a política

A ligação entre rádio e política é bastante antiga. Pode-se até dizer que o rádio já nasceu com uma missão política (NUNES, 2008, p. 200). Segundo Rodrigues (*apud* NUNES, 2008, p. 1999)¹⁶, durante a Primeira Guerra Mundial, 1914 a 1918, o rádio consolidou sua importância para a estratégia militar, com funções de transmissão de ordens e informações, além de servir de escuta das comunicações entre os inimigos. Isso facilitou a descoberta do posicionamento do inimigo, bem como suas estratégias de ataque e defesa. No período entre guerras, todos os países europeus já tinham consciência da importância do rádio para questões bélicas e procuravam agora utilizá-lo como estratégia para o desenvolvimento das relações internacionais. Essa dimensão internacional só viria a acontecer durante a Segunda Guerra Mundial.

Para Schwartzberg (*apud* NUNES, p. 200)¹⁷, no campo político, o rádio assume uma posição de instrumento de repersonalização do poder. Dando toda a força à palavra e à voz de um líder, o rádio corre o risco de permitir o surgimento de atitudes afetivas com o poder. Para além do critério racional, o rádio pode despertar nos ouvintes sentimentos de atração ou repulsão, simpatia ou antipatia.

O rádio estabelece uma relação pessoal entre o líder e o ouvinte. Abre, portanto, um novo campo de personalização da política. Ainda que o ouvinte não tenha a sensação de estar ouvindo “a voz do dono” - o caso das ditaduras - domina-o a impressão de que sua existência transcorre familiarmente ligada a do ou dos líderes, cujas pessoas vão-se-lhe tornando melhor conhecidas que seus programas. Aliás, não constitui a voz um dos primeiros critérios em que se esteia uma reação de simpatia ou, pelo contrário, de antipatia diante de um desconhecido? (SCHWARTZENBERG *apud* NUNES, 2008, p. 200).

¹⁶ RODRIGUES, Adriano. **Estratégias da Comunicação – Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade**. Lisboa: Ed. Presença, 1990

¹⁷ SCHWARTZENBERG, A. **O Estado Espetáculo**. São Paulo: Difel, 1978.

Para Vieira (*apud* ORTRIWANO, 1985, p.59) ¹⁸, o rádio é um poderoso instrumento político, uma vez que pode servir para mudança ou manutenção de um Estado, das relações sociais, da própria liberdade individual ou coletiva. Esse veículo de informação torna-se instrumento ideológico na medida em que seu controle e propriedade o transformam em arma. Arma que pode mobilizar, induzir, libertar e até escravizar.

Em novembro de 1920, são transmitidas, pelo rádio, as apurações das eleições dos Estados Unidos. Entretanto, somente em 1923, a propaganda política partidária passa a ser usada no rádio, com o discurso do presidente americano Calvin Coolidge. Roosevelt, também presidente daquele país em 1933, passa a usar o rádio como instrumento estritamente político. “Graças a esse meio privilegiado, o presidente norte-americano “projeta” seu carisma e afirma sua ascendência sobre a nação, utilizando magistralmente essa técnica de comunicação, cujo desenvolvimento coincidiu com a sua presidência” (NUNES, 2008, p. 201).

Como nos Estados Unidos, o rádio começa a se constituir também na França como meio de comunicação política a partir da década de 30. Mundialmente, foi na Alemanha de Hitler que o rádio passa a ser utilizado como principal instrumento de divulgação de suas idéias junto à sociedade. Isso demonstrou os contornos perversos e perigosos que o uso político da comunicação radiofônica pode ter.

(...) o rádio se torna a boca universal do Führer; e a sua voz, nos alto-falantes das estradas, vai além do ulular das sirenes anunciadoras de pânico, do qual a propaganda moderna dificilmente pode-se distinguir. Mesmo os nazistas sabiam que o rádio dava forma à sua causa, como a imprensa dera à causa da Reforma. O carisma metafísico do líder inventado pela sociologia religiosa se revelou, enfim, como a simples onipresença dos seus discursos no rádio, diabólica paródia da onipresença do espírito divino. O fato desmedido de o discurso penetrar em toda parte, substitui o seu conteúdo (...). Nenhum dos ouvintes está mais em condições de conceber o seu verdadeiro contexto, enquanto os discursos do Führer já por si é mentira. Pôr a palavra como absoluta, o falso mandamento, é a tendência imanente do rádio. A recomendação torna-se ordem (ADORNO e HORKHEIMER *apud* NUNES, 2008, p. 203)¹⁹.

¹⁸ VIEIRA, Isabel. *Rádio – ele nunca esteve tão vivo*. In: Singular & Plural, nº 5, abril 1979, p. 58.

¹⁹ ADORNO, Theodor. HORKHEIMER, Max. *Indústria Cultural – Iluminismo como Mistificação das Massas*. In: LIMA, Luís Costa (org). *Teoria da Cultura de Massas*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978

Segundo Nunes (2008, p. 203), o rádio canalizou ainda mais as condições favoráveis para a consolidação do autoritarismo. Na história, sabe-se o papel que o rádio teve, por exemplo, na implantação do regime nazista como forma sistemática de doutrinação das pessoas. Assim, esclarece Ortriwano (1985, p.60), que como o rádio é um instrumento de comunicação capaz de penetrar com facilidade nas grandes massas, muito cedo rádio e política se uniram com objetivos de doutrinação ideológica. O rádio foi capaz de servir aos interesses políticos com “maquiavélica” eficiência.

A influência política penetra em todos os setores da radiodifusão, está presente em tudo, mas é muito difícil de ser identificada, na prática, por meio de fatos concretos. Ela visa garantir a adoção por parte das empresas de rádio e televisão uma linha de ação voltada para a manutenção do *status quo* definido pela ideologia do grupo dominante (ORTRIWANO, 1985, p.60).

Para Ortriwano (1985, p. 52), os sistemas de exploração de radiodifusão desenvolveram-se ao longo do tempo, de acordo com questões históricas e interesses dos grupos de poder. Esses sistemas podem ser divididos em dois:

- 1) – Sistema de monopólio ou autoritário. Nesse sistema o monopólio da radiodifusão é do Estado, com a criação de uma empresa pública. Esse caso é mais comum entre os países socialistas;
- 2) – Sistema pluralista. A exploração se dá por emissoras estatais e privadas, sendo que as últimas exploram comercialmente o rádio. É o caso, por exemplo, de Brasil e Estados Unidos. No entanto, apesar as emissoras oficiais e privadas coexistirem, são as de cunho comercial que possuem mais força entre os ouvintes. O caso é inverso na Inglaterra e no Canadá.

Todavia, é notório ressaltar que, quaisquer que sejam os regimes políticos, as informações divulgadas pelo rádio jamais serão inteiramente livres se o Estado tiver o controle da organização do sistema de telecomunicações. Isso porque é impossível qualquer empresa de radiodifusão escapar da tutela estatal, uma vez que sua existência depende do consentimento prévio do Estado (ORTRIWANO, 1985, p.60). É possível considerar o caso brasileiro no regime Vargas como um sistema de exploração pluralista, já que esse combinava

empresas públicas com privadas. No entanto, o que analisaremos no capítulo 3 desse trabalho é a forte influência que a organização estatal teve na decisão do conteúdo das emissoras de rádio, mesmo sendo elas particulares.

Na América Latina, o desenvolvimento da radiodifusão se dá paralelamente ao surgimento do populismo, também nos anos de 1930 e 1940 (HAUSSEN, 2001, p. 11). Isso acontece, principalmente no caso de Brasil e Argentina, pelo esgotamento do modelo econômico agro-exportador, dando início às atividades industriais. Junto a isso, a crise hegemônica da burguesia oligárquica gera um vácuo de poder que favorece o surgimento do populismo. Vale destacar, no entanto, que o desenvolvimento do rádio não tem relação com o tipo de governo populista da época, mas sim em decorrência das pesquisas tecnológicas desde os séculos anteriores (NUNES, 2008, p. 202).

O rádio, desde sua consolidação nos primeiros decênios do século XX, vem sendo utilizado das mais diversas formas, com as mais diferentes finalidades pelo Estado. Segundo Haussen (2001, p. 11), o papel político do rádio é inegável, seja qual for a sua posição. Todavia, para que se possa compreender seu real significado, é necessário estudar a fundo o contexto em que o rádio atua, ou seja, suas condições sociais, políticas, econômicas e culturais.

No capítulo que se segue, analisaremos como o governo de Getúlio Vargas, entre os anos de 1930 e 1945, utilizou-se do rádio como estratégia política de um regime autoritário.

4 AS POLÍTICAS AUTORITÁRIAS DE COMUNICAÇÃO NO GOVERNO VARGAS: O USO DO RÁDIO

Esse capítulo fará uma análise das políticas de comunicação do governo Vargas, dando um enfoque no uso do rádio como meio estratégico para fins políticos. Para dar início ao capítulo, dar-se-á um panorama geral sobre a relação do governo brasileiro daquele período com a mídia, e somente depois, aprofundaremos na análise do uso da radiodifusão.

4.1 A relação de Vargas com a mídia

A partir de 1930, as alterações provenientes da Primeira Guerra Mundial e a expectativa de uma nova guerra, desencadeada em 1939, configuram-se uma nova forma de desenvolvimento brasileiro. O crescimento dos centros urbanos e o surgimento da classe operária, ambos em decorrência da industrialização, geram uma reformulação da situação sócio-econômica do país. O Estado Novo foi um regime atuante nessas transformações (AMARAL, 2008, p. 2).

Durante o Estado Novo surge o interesse da própria administração política do país em discutir a questão da propaganda oficial e sua aplicação na divulgação dos serviços públicos. Sendo assim, houve a necessidade da criação de repartições e órgãos, nos quais a publicidade e propaganda fossem divulgadas de forma técnica, tanto no âmbito comercial como no administrativo (AMARAL, 2008, p.2).

Logo após o golpe de 1930, ficou clara a necessidade do governo que reorganizar a administração pública. “Tornava-se imperioso de, há muito, organizar os serviços públicos dentro dos preceitos de ordem técnica, a fim de reajustá-lo ao progresso geral, do qual já estavam muito distanciados” (SCHWARTZMAN, 1982, p. 46).

Um dos primeiros passos, dentre outras medidas de racionalização dos serviços oficiais, foi organizar a publicidade oficial do Estado. Criou-se então o Departamento Oficial de Propaganda (DOP), junto à Imprensa Nacional, órgão do Ministério da Justiça e Negócios Interiores. Além da informação destinada à imprensa, o DOP começou a exercer a publicidade

governamental dentro de um novo setor, o rádio. No dia 10 de julho de 1934, ainda no intuito de melhorar a publicidade governamental e levar esclarecimentos ao público, foi criado o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural. Já não era somente a publicidade que estava em jogo, mas propaganda em si mesma, destinada a discutir junto ao público os imperativos do Estado, mostrando às pessoas as justificativas de suas realizações, tentando conquistar o máximo possível de colaboração dos cidadãos (SCHWARTZMAN, 1982, p. 61).

A tarefa do novo Departamento deveria ser mais de experimentação, estudando a utilização do cinema, da radiotelegrafia e de outros processos técnicos no sentido de empregá-los como instrumentos de difusão. Deveria também estimular a produção de filmes educativos, por meio de prêmios e favores fiscais. O Departamento passou a compreender a Imprensa Nacional, uma secretaria e três seções, que se incumbiriam, respectivamente, dos problemas relativos ao rádio, ao cinema e à cultura física (...) Cuidou-se de forma sistemática da propaganda do país no estrangeiro (SCHWARTZMAN, 1982, p. 62).

Segundo Schwartzman (1982, p. 63), a centralização oriunda do Estado Novo, que permitia o governo agir com grande rapidez e segurança, por meio do poder Executivo, outorgou uma grande responsabilidade aos órgãos de opinião pública, chamando-os para colaborar diretamente com o governo. O exercício da imprensa passou a ser considerado uma “função de caráter público” e as empresas de jornalismo nacionalizadas, seja econômica ou administrativamente. O Estado recebe de encargo a função de regular a imprensa dentro dos princípios constitucionais. Além disso, ocorre a necessidade de sistematizar, junto ao plano de racionalizar a administração e a propaganda oficial, os serviços do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, levando em conta as experiências já adquiridas no início dos anos 30 e as já existentes atividades vinculadas à propaganda.

O período que é instaurado em 1930 e que vai até 1937 pode ser caracterizado como momento inicial e fundamental para a consolidação do Estado autoritário, que, com sua máquina centralizadora, domina todos os setores de 1937 a 1945. Inclusive a imprensa (BARBOSA, 2008).

Desse modo, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 27 de dezembro de 1939, para substituir o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural. Três dias depois, regula o exercício da imprensa e propaganda pelo decreto 1.049.

O novo órgão, subordinado diretamente ao Presidente da República, apresentou-se com todos os recursos indispensáveis ao exercício e ao controle da propaganda, segundo as necessidades do Estado, nada deixando a desejar em relação a outros órgãos congêneres, de outros países. Cinco divisões especificam suas tarefas nos setores da Divulgação, da Radiodifusão, do Cinema e do Teatro, do Turismo e da Imprensa (SCHWARTZMAN, 1982, p. 63).

Eram também finalidades do DIP: centralizar, coordenar, orientar e organizar a propaganda governamental e nacional, interna ou externa, além de servir como elemento que auxiliasse a informação dos ministros, entidades públicas e privadas. Para Schwartzman (1982, p. 63), o DIP colaborava com a imprensa estrangeira, para que não veiculasse informações nocivas ao país. Além disso, promovia intercâmbio entre jornalistas e escritores estrangeiros, e incentivava a tradução de obras brasileiras para outros idiomas. Sobre esse ponto, nota-se a relação dual do DIP com a imprensa estrangeira. Era uma das finalidades do DIP, “colaborar com a imprensa estrangeira no sentido de evitar que se divulguem informações nocivas ao crédito e à cultura do País”, mas também, de “proibir a entrada no Brasil de publicações estrangeiras nocivas aos interesses brasileiros, e interditar, dentro do território nacional, a edição de quaisquer publicações que ofendam ou prejudiquem o crédito do País e suas instituições ou a moral” (CARONE, 1976, p. 32).

A partir da criação do DIP, a relação entre o regime Vargas e a comunicação social se torna mais estreita. Segundo Goulart (1990, p. 17), a comunicação social no Estado Novo buscava o consenso sobre o novo regime e se dirigiu a diferentes segmentos sociais; visava atingir e cooptar as classes trabalhadoras urbanas integradas ao jogo político devido ao populismo. Assim, o DIP organizou seu modelo de divulgação e propaganda atuando para popularizar o regime entre as diversas camadas da população, divulgando as propostas e realizações do governo, e veiculava o projeto político-ideológico do Estado, buscando firmá-lo como socialmente dominante. O reconhecimento disso pela sociedade deveria traduzir a legitimidade do Estado. “Nesse projeto, a imprensa e o rádio foram os meios mais utilizados devido à sua penetração e alcance público” (GOULART, 1990, p. 19).

Dentro da imprensa, a Agência Nacional funcionava como uma grande ilha de edição, que também fazia parte do DIP, com funcionamento diferenciado, sendo 16 horas de trabalho, mais os plantões noturnos e feriados. Seu corpo de funcionários chegava, em 1944, a 220 pessoas, comportando: redação, serviços internos, imprensa estrangeira, arquivo, laboratório fotográfico, expedição, rádio, controle, recortes e tombamentos (AMARAL, 2008, p.3).

O projeto do DIP ampliou-se com a constituição dos departamentos estaduais. Ao passo que o DIP elaborava políticas de comunicação a serem adotadas, os órgãos estaduais reproduziam a linha de ação, caracterizando-se como executores das decisões. O DIP passa a exercer o monopólio dos veículos de comunicação, buscando garantir a uniformidade das mensagens e excluir a contrapropaganda, fazendo com que os efeitos da comunicação se ampliassem (GOULART, 1990, p 21). Todavia, segundo Barbosa (2008), essa tentativa do Estado em estar a todo instante como um canal direto com a população teve efeitos negativos.

Os anos 1930 são um período de evidência da política e estes temas encontram o seu lugar natural na imprensa. A polêmica e o apoio institucional ao governo ou a oposição sistemática ganham espaço nobre nas páginas das publicações. Os jornais se constroem como domínio da política, recuperando um lugar que a rigor nunca perderam, no qual a polêmica ocupa espaço preponderante. O Estado ganha, cada vez mais, a exclusividade da divulgação – seja por coerção, seja por alinhamento político e, portanto, por concordância com as ações da sociedade política –, mas o público é afastado dos periódicos. De tal forma que em meados da década de 1930, o leitor está praticamente ausente das publicações. Sua fala é silenciada nos jornais, enquanto a fala do Estado é ampliada (BARBOSA, 2008).

Nesse momento, a censura se torna mais veemente por parte do Estado. Nas redações, ou em qualquer outro órgão da imprensa, existia a presença física do censor. Depois, a figura do censor é substituída pela censura por telefone. Também ocorria a censura prévia. Essa era veiculada por meio de boletins que instruíam a imprensa sobre assuntos proibidos. O DIP podia multar ou suspender o órgão infrator (GOULART, 1990, p. 21). Contudo, a censura e a propaganda realizada pelo DIP não era somente a favor do regime. A criação da imagem de Getúlio Vargas foi um fator fundamental.

O DIP procura, portanto, divulgar, propagar e criar o mito Vargas. Biografias diversas do presidente, ilustradas, em formato reduzido – como os santinhos da Igreja Católica – são distribuídas nas portas das escolas, ressaltando a figura excepcional de Vargas, a sua afeição pelos jovens e pelas crianças. O trabalho e o trabalhador, tônicas da ideologia estadonovista, são temáticas constantemente reforçadas pelo discurso do DIP (BARBOSA, 2008).

É notório observar que o papel do DIP estava muito além de censurar a imprensa e disseminar propaganda oficial. Mais do que isso, segundo Goulart (1990, p. 24), o DIP exerceu influência na normalização, regulamentação e direcionamento dos veículos de comunicação de massa, sobretudo o rádio, cinema e teatro. Sua organização estava também nas mãos de intelectuais da época como Lourival Fontes, Cândido Filho, Cassiano Ricardo e Menotti Del Picchia. O DIP funcionou até maio de 1945, mas sua fase áurea foi entre os anos de 1940 e 1944, quando forja a imagem sacralizada do regime de Getúlio Vargas. O aniversário de Vargas (19 de abril) se torna data nacional e momento privilegiado de apologia ao governante. Em qualquer solenidade, a figura de Getúlio Vargas é a principal.

A ampla propagação desse projeto e, sobretudo, de sua operacionalização, para a grande maioria da população brasileira não pode prescindir de uma nova linguagem – dirigida às massas, no dizer do ideólogo do Estado Novo, Francisco Campos – e dos meios de comunicação, como mecanismos indispensáveis para atingir a população. Assim, o lugar de operacionalização da linguagem e da ideologia estadonovista é a imprensa e os novos meios de comunicação, sobretudo, o rádio (BARBOSA, 2008).

Coube à imprensa não perturbar a harmonia do país com as nações estrangeiras. Argumentava-se que a mídia não podia tirar a tranquilidade da população ou desrespeitar qualquer autoridade pública, na tentativa de diminuir a dignidade e o prestígio do país, o seu poder militar, sua cultura, sua economia e tradições. A propaganda política de idéias estrangeiras contrárias às do Brasil estava proibida. Entre os anos de 1940 a 1941, expressões como: ‘exército nazista’, ‘exércitos da democracia’, ‘democracias ocidentais’ e ‘exército vermelho’, não podiam ser publicadas ou veiculadas em qualquer veículo de comunicação. Uma maneira de neutralizar o Brasil nos conflitos mundiais (AMARAL, 2008, p. 3).

O DIP possuía uma publicação oficial que exprimia o pensamento do regime e divulgava o projeto ideológico e político do Estado Novo. Era a Revista Cultura e Política, que reunia um número significativo da intelectualidade brasileira. “Esses intelectuais eram membros importantes da elite atuante desde os anos 30. Participavam do quadro político-burocrático do Estado Novo ao mesmo tempo em que se destacavam como jornalistas e

escritores” (GOULART, 1990, p. 89). A revista se dirigia a uma parcela restrita da opinião pública, familiarizada com o universo científico, acadêmico e filosófico. Foi publicada regularmente de março de 1941 a fevereiro de 1945, com periodicidade mensal, e depois trimestral.

Um ponto interessante das políticas de comunicação durante o Estado Novo foi o seu caráter dual. Segundo Goulart (1990, p. 47), a Constituição de 1937 deu a imprensa um tratamento de entidade autônoma. No seu artigo 122, na seção de direitos e garantias individuais, dizia que todo cidadão é livre para expressar pensamento seja de forma oral, escrita ou por imagens, mediante condições e limites legais. Todavia, a Carta instituiu a censura prévia para toda a mídia – como já citado, o teatro, cinema etc. – prevendo intervenção de autoridade competente para proibir a circulação, difusão ou representação do material censurado. O argumento, segundo a própria Constituição, era garantir a paz, a ordem, a segurança e proteção da infância e da juventude, contra a imoralidade e a falta de bons costumes.

A partir de 1937, nenhum jornal poderia recusar a inserção de comunicados do governo. Acabou também com o anonimato na imprensa. Os responsáveis pelas matérias poderiam ser presos. A imprensa passou a servir de sustentáculo do Estado no esforço de auto-justificação e legitimidade. (GOULART, 1990, p. 47-49). Somente em 1945, com a queda do Estado Novo, a relação mídia e Estado sofre modificações. “O regime de censura à imprensa permanece em vigor até fevereiro de 1945. A Constituição promulgada logo após o fim do Estado Novo, durante a Assembléia Constituinte de 1946, estabelece novamente a livre manifestação do pensamento sem dependência da censura” (BARBOSA, 2008).

4.2 Regime de Getúlio Vargas e o rádio como estratégia política

No início do governo Vargas, o rádio, que era vinculado ao Ministério da Educação, tinha por objetivo um projeto cultural nacionalista de participação cívica. Em 1931, o decreto 20.047 torna a radiodifusão um elemento de interesse nacional com fins educativos. Logo em seguida, em 1932, com o decreto 21.111, o governo autoriza a veiculação de publicidade no rádio (HAUSSEN, 2001, p.32). Com a regulamentação da propaganda no rádio, o governo Vargas deu um grande passo para o uso da radiodifusão como estratégia política. “A autorização da publicidade no rádio levou à ampliação da audiência, que, por sua vez, despertou Vargas para uma estratégia política que resultou em ações de controle na distribuição da programação radiofônica” (MOREIRA, 2008).

A partir daí, o rádio começa a experimentar uma diversificação de gêneros e passa a ter sua grade de programação constante até 1950. Getúlio Vargas atribuiu em todo o seu governo grande importância ao rádio: “E foi através do rádio (...) que Getúlio Vargas comunicou à nação a instalação do Estado Novo e a nova Constituição” (HAUSSEN, 2001, p.40). Assim, vemos que a substituição de importação, o crescimento tecnológico e vários decretos e leis emitidas pelo governo getulista proporcionaram um ambiente favorável para que a radiodifusão se tornasse o maior veículo de comunicação em massa da época. O caráter educativo logo dá espaço para que o rádio assumisse um novo papel. “Com o golpe de 10 de novembro de 1937, o rádio, como meio de difusão e de fácil penetração e assimilação, passou a ser explorado através de princípios nazistas, transformando em instrumento de governantes, com a função dirigida ao poder.” (AMARAL, 2008, p. 5).

No início do governo Vargas, a coordenação do setor de divulgação e propaganda esteve sob os cuidados do Ministério da Educação, cujo responsável era Gustavo Capanema, ministro entre os anos de 1934 a 1945. Todavia, a influência de Capanema sobre a

radiodifusão no Brasil foi pequena, uma vez que ainda em 1934, Vargas criou o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural ligado ao Ministério da Justiça, esvaziando a influência do Ministério da Educação sobre a propaganda e sobre o rádio e cinema (HAUSSEN, 2001, p. 41).

Foi então que, em 22 de julho de 1935, surge a tão famosa “Hora do Brasil”, mais tarde conhecida como a “Voz do Brasil”²⁰. Esse programa divulgava as realizações do governo e os discursos do presidente. Ainda hoje, o programa é transmitido, obrigatoriamente, às 19 horas nas emissoras de rádio brasileiras. A programação incluía prestação de contas por parte do governo à população, com uma linguagem simples e pura, que não passava de um convincente elogio ao regime (AMARAL, 2008, p. 5). Também era reservado um espaço cultural. Com uma linguagem simples, incentivava o gosto pela música e pela literatura. Segundo Schwartzman (1983, p. 62), a “Hora do Brasil” foi um grande fator de unidade nacional. As solenidades de maior importância passaram a ser levadas nos mais longes cantos do país na mesma hora da realização. Isso tornava familiar às pessoas as vozes dos homens públicos do país, além de comunicar e entusiasmar a nação.

Além das notícias políticas e de informações, a “Hora do Brasil” transmitia música dos cantores mais populares da época, como Francisco Alves e Carmem Miranda, e discursos de Getúlio Vargas e do Ministro do Trabalho. O programa representava o reconhecimento da existência da classe trabalhadora e de suas questões sociais (...). O conteúdo das mensagens alterava-se ao sabor dos acontecimentos, mas um sentido era fixado: esse Presidente importava-se com o povo (CAMPOS, 1999, p. 242).

“A Hora do Brasil” teve um grande papel estratégico na veiculação das idéias de Vargas. Segundo Amaral (2008, p. 5), foi o programa que exerceu uma contrapropaganda à Aliança Nacional Libertadora, um movimento de caráter popular-progressista, que reunia setores operários, parcela da classe média e oficiais de baixa patente do exército. Tinha o objetivo de lutar pela liberdade de um governo popular, que estava sendo ameaçada pelo

²⁰ Segundo Moreira (2008), o nome do programa radiofônico “Hora do Brasil” foi alterado em 1946, após a saída de Getúlio Vargas do poder, para “Voz do Brasil”. O motivo foi puramente político. Ainda hoje o programa é de transmissão obrigatória em emissoras de todo o País, prova evidente da extensão do controle exercido por Getúlio Vargas na área da radiodifusão.

integralismo de cunho nazi-fascista. Para Goulart (1990, p. 69), esse programa tinha três pilares: informativo, cultural e cívico. Além de informar e transmitir quadros culturais, também recordava o passado de glória do país e tentava exaltar e entusiasmar o povo, estimulando-o à boa conduta no presente.

A radiodifusão no Brasil viveu, em 1936, um episódio que determinou sua trajetória e importância no país: a inauguração da Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Era uma empresa privada com grade de programação diversificada, o que a tornou a principal emissora da época. Em 1940, Vargas torna a Rádio Nacional uma propriedade da união, o que desenvolveu mais a emissora e a tornou sucesso durante mais 20 anos. Em 18 de abril de 1942, a Rádio Nacional inaugurou novos estúdios com equipamentos mãos modernos da época, e com auditório de 486 lugares. Segundo Klöckner (2008), a Rádio Nacional não serviu apenas para a integração nacional. Ela também foi um forte instrumento para reforçar a autoridade política do governo e divulgar a ideologia desenvolvimentista em que a indústria era o principal foco.

Nesse contexto, a [Rádio] Nacional solidificava cada vez mais sua programação a diversificava em programas humorísticos, de auditório, musicais, jornalísticos e de radionovelas. Aos poucos, ampliou sua potência e seu elenco, introduziu novas formas de fazer rádio e acabou cobrindo todo o território brasileiro através de ondas curtas e médias (HAUSSEN, 2001, p. 56).

Em 1944, o governo Vargas funda a Rádio Mauá, em substituição da Rádio Ipanema, cuja concessão havia sido cassada em 1943. A Rádio Mauá foi incluída na estrutura do Ministério do Trabalho, e o governo ganhou um canal oficial específico para a divulgação da doutrina do regime ditatorial, transmitindo propagandas voltadas à educação e à cultura dos trabalhadores brasileiros (MOREIRA, 2008).

Para Goulart (1990, p.19), o rádio foi um fator importante para a legitimação do regime, pois levava às zonas rurais, não incorporadas pela política populista, o projeto do Estado Novo. O rádio foi um fator imprescindível como meio de integração e uniformização política e cultural, diminuindo as disparidades regionais. Além disso, Goulart (1990, p. 28),

argumenta que a capacidade de integração do rádio era maior, uma vez que o analfabetismo barrava a imprensa escrita. Na década de 20, o analfabetismo atingia 65% da população. Em 1940, esse número ainda era grande e atingia a casa dos 56%.

Como já dito nesse capítulo, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) tinha uma divisão exclusiva para a radiodifusão. A Divisão do Rádio (DR) era dirigida por Júlio Barata. A censura no rádio era realizada por equipes de rádio-escutas, que, de dentro da sede do DIP e dos departamentos estaduais, revezavam-se e acompanhavam toda a programação, notificando ao governo infrações. A fiscalização ocupava-se da censura de letras para gravações de discos (GOULART, 1990, p. 21-22). Segundo Goulart (1990, p. 70), a censura do DIP fiscalizou 3971 programas, 487 peças radiofônicas, e 1448 esquetes em 1941. Em 1940, foram 3770, 483 e 1615 respectivamente. Isso demonstra a eficácia do DIP na campanha de fiscalização, diminuindo a incidência de textos inadequados ao regime. Haussen (2001, p. 43) conclui, afirmando que a censura do DIP sobre os programas de rádio era exercida por dois meios. Primeiro pela Divisão de Radiodifusão, e segundo pela presença de censores no veículo. O interessante foi que, “a presença tão forte da censura levou, por consequência, à auto-censura por parte dos profissionais (...), pois de forma geral, as emissoras procuravam permanecer dentro das exigências para evitar transtornos (HAUSSEN, 2001, p.44)”.

Para melhor entendermos o projeto concebido por Vargas para a radiodifusão, encontra-se abaixo o artigo 7º do Decreto nº 5.077, de dezembro de 1939, que estabelecia as bases para a divisão de radiodifusão do Departamento de Imprensa e Propaganda. Organizado em treze pontos centrais, o artigo 7º enquadrava as emissoras comerciais e listava como metas a serem atingidas os pontos abaixo (MOREIRA, 2008):

- “levar aos ouvintes radiofônicos nacionais e estrangeiros, por intermédio da radiodifusão oficial, tudo o que possa fixar-lhes a atenção sobre as atividades brasileiras em todos os domínios do conhecimento humano”; (...)
- “promover a cooperação da União, dos Estados, dos Municípios e dos particulares, de modo a generalizar e difundir o uso do rádio nas escolas e estabelecimentos industriais e agrícolas”;
- “fazer a censura prévia de programas radiofônicos e de letras para serem musicadas”;
- “organizar um programa denominado Hora do Brasil que, realizado diariamente, será obrigatoriamente retransmitido por todas as estações de broadcasting existentes no País”;
- “irradiar durante o programa a que se refere a alínea anterior, uma crônica que versará sobre tema brasileiro, cuja divulgação possa constituir assunto de interesse coletivo”;
- “difundir, ampla e sistematicamente, na Hora do Brasil, números musicais e literários que manifestem o pensamento brasileiro”;
- “organizar o intercâmbio artístico radiofônico regular com organizações oficiais estrangeiras” (...);
- “incentivar através do rádio as relações comerciais entre o Brasil e os países estrangeiros, fornecendo aos mesmos dados estatísticos da nossa produção econômica, boletins comerciais e financeiros, bolsa do café de outros produtos, devendo essas transmissões serem feitas em diversos idiomas, várias vezes por dia, em hora que a recepção seja mais fácil e cômoda aos ouvintes estrangeiros”;

- “irradiar diariamente, além da Hora do Brasil, um programa em idioma estrangeiro, (...) devendo esse programa, além de números musicais, comportar leitura de crônica sobre as belezas naturais do Brasil, descrições pitorescas de regiões e cidades brasileiras, condições climáticas do País e tudo que possa constituir atração para o turista”;
- “levar através do rádio, às aglomerações que se acham situadas em zonas afastadas dos centros irradiadores de cultura do País, elementos capazes de aumentar o contingente de conhecimentos práticos necessários a uma evolução rápida, obedecendo às seguintes condições:
 - 1) programas que facilitem a divulgação de modo prático e atraente as conquistas do homem em todos os ramos de suas atividades;
 - 2) esses programas, a cargo de técnicos, compreenderão um serviço de consultas destinado a cooperar na resolução dos problemas que enfrenta diariamente o homem do interior;
 - 3) entre outros assuntos deverá tratar dos seguintes: agricultura, pecuária, indústria, comércio, higiene, puericultura, viação, mecânica, direito, odontologia, química, física, pesca, esportes, ciência doméstica, navegação, História do Brasil, literatura brasileira, línguas, rádio, história das artes, eletricidade e ofícios diversos;
 - 4) essas matérias serão transmitidas em forma de cursos práticos ao alcance popular”;
- “organizar programa radiofônico com o fim de divulgar os principais fatos da História do Brasil, assim como os feitos dos nossos grandes homens”;
- “transmitir diariamente a súmula dos atos oficiais”; (...)

- “autorizar previamente às emissoras nacionais a retransmissão de programas estrangeiros”.

Torna-se notório que, dentre outras funções, a Divisão de Radiodifusão tinha a tarefa de divulgar fatos e personagens relevantes para a história do Brasil, bem como súmulas dos atos oficiais, boletins ministeriais e meteorológico. Cabia também a essa divisão o registro e fiscalização de alto-falantes, os quais transmitiam as festividades públicas conduzidas pelo DIP ou por outros Ministérios. Era competente por intercâmbios artísticos radiofônicos com organizações oficiais estrangeiras. Havia transmissões para os Estados Unidos, descrevendo certas regiões do Brasil, resumindo discursos de Vargas e veiculando propaganda em geral, com o intuito de despertar o interesse pelo turismo. Também eram transmitidas programas em língua espanhola para a América Latina (GOULART, 1990, p. 69).

Mesmo com todo o interesse cultural, além do político, o regime de Vargas exercia forte censura sobre a música popular transmitida no rádio. Amaral (2008, p. 5), nos dá um exemplo do samba de Ataulfo Alves, que questionava o governo em questões trabalhistas.

Dizia sua letra original:

*“O bonde São Januário
leva mais um sócio otário
sou eu que não vou trabalhar”*

Coube ao DIP divulgar uma nova letra, uma vez que o Estado promovia a exaltação do trabalho:

*“Quem trabalha é que tem razão
eu digo e não tenho medo de errar (bis)
O bonde São Januário leva mais um
operário sou eu que vou Trabalhar (bis)”²¹*

O controle dos programas de rádio pelo DIP estendia-se aos programas de auditórios, impedindo as manifestações populares. Eram analisados “scripts” e “sketches”, tanto de rádio-

²¹ Segundo Amaral (2008), essa letra foi retirada da publicação de Perosa, em “A Hora do Clique”, em que a autora analisa a história do programa de Rádio Voz do Brasil, fazendo considerações ao período do Estado Novo.

novela como rádio-teatro. Para o regime da época, o rádio era destinado a divulgar a cultura e o interesse nacional, uma vez que era o único veículo com capacidade de estender-se por todo o território brasileiro. Todavia, não era só o governo que se beneficiava desse veículo. Os empresários vislumbravam o rádio com interesses comerciais e governamentais.

Sendo assim numa base de 10 pontos de eficiência, no que diz respeito à publicidade e propaganda, o rádio recebeu 5 pontos contra 3 da imprensa e 2 para cartazes e letreiros. Um dos objetivos do governo foi deixar transparecer que o rádio era privado, mas cumprindo seu papel social, divulgando as idéias do governo, sem que este tivesse gasto algum na produção, o oposto dos nazistas, que fizeram do rádio seu maior interesse (AMARAL, 2008, p. 5).

Segundo Haussen (2001, p. 46), apesar da censura durante o governo Vargas, principalmente após o Estado Novo, o rádio não foi utilizado no Brasil no sentido doutrinário. Mesmo o programa oficial a “Hora do Brasil” era diversificado e não só divulgava atos políticos.

A imagem de Getúlio Vargas também foi bastante trabalhada pela mídia de um modo geral, em especial o rádio. Seus discursos eram transmitidos via rádio para toda a nação. Segundo Barbosa (2008), foram três datas fundamentais que se tornaram festivas no país, que aproximavam Vargas da população: Dia dos Trabalhadores (1º de maio), aniversário de Vargas (19 de abril) e aniversário do Estado Novo (10 de novembro). Os discursos eram transmitidos pelo recurso radiofônico e de um modo geral enfatizava os feitos trabalhistas do governo.

Uma das faces mais importantes dessa construção é a de Vargas como “pai dos pobres” e líder das massas trabalhadoras. Assim, Vargas, em todas essas campanhas e peças promocionais, é sempre o sujeito da ação: ele é que cria, determina, estabelece, assina, manda, executa. Nos pronunciamentos, a preocupação central é mobilizar o povo transformado em trabalhador e os textos políticos estruturam-se em torno da construção de uma relação entre povo e Estado – Nação, personificado na figura do líder. Nesse sentido, o pai dos pobres é também o pai do povo trabalhador. E é nessa posição, poderosa e, ao mesmo tempo, generosa, que Vargas pede e exige total obediência e sacrifícios. Constrói-se a idéia de nação como “espírito comum”, o que favorece a autoridade em detrimento da solidariedade, tendo o Estado papel tutelar.

A utilização do rádio como mecanismo de moldar a imagem não só do governo, mas também do líder, trazia ao Brasil algo novo. Segundo Campos (1999, p. 242), no país

marcado pelo “você sabe com quem está falando?”, a entrada de Vargas na casa das pessoas quase todas as noites através das ondas de rádio, representava o reconhecimento da existência da classe trabalhadora e de seus problemas sociais. A voz do Presidente da República ficou conhecida por grande parte da população brasileira, acostumada a ser ignorada pela elite dos feitos políticos. O conteúdo das mensagens fixava um sentido único: Getúlio Vargas é o presidente que importava com o povo.

5 CONCLUSÃO

Esse estudo teve como objetivo analisar o papel do rádio no regime de Getúlio Vargas entre os anos de 1930 a 1945. Por hipótese tinha-se a idéia de que o rádio foi um instrumento utilizado de forma autoritária para legitimar as ações do regime. Assim como em outros regimes totalitários e autoritários do início do século XX, supunha-se que o rádio no Brasil daquela época serviu como instrumento de manipulação de massas, legitimando as ações do Estado e abrindo espaço para o populismo emergente na América Latina. Nota-se, no entanto, que o rádio teve não só esse papel, mas também foi essencial para outras questões políticas e culturais da época.

Em um primeiro plano, nota-se que a nova burocracia a partir dos anos 30, intensificada com o Estado Novo em 1937, precisava racionalizar a propaganda estatal no intuito de justificar as ações do governo. Nesse sentido, o regime de Getúlio Vargas conseguiu certa eficiência, principalmente com a criação do DOP e posteriormente, em 1939, com a criação do DIP. No que tange a radiodifusão, a eficiência se deu devido ao alto índice de analfabetismo da época e por que as ondas de rádio eram capazes de cobrir todo o território nacional, chegando a zonas rurais e lugares de difícil acesso da informação escrita.

Quatro políticas foram fundamentais para que o rádio se tornasse um instrumento autoritário para a legitimação do governo. A primeira foi a regulamentação da publicidade no rádio em 1932, que aumentou a participação privada e a audiência, tornando o rádio o veículo de maior expressão entre as massas. Isso possibilitou o uso dessa mídia como estratégia política por parte do regime. A segunda política foi a criação e regulamentação por parte do DIP do programa a “Hora do Brasil” em 1935. O programa atingia toda a nação e divulgava sistematicamente as realizações do governo, o projeto ideológico e cultural do regime, além de transmitir à população a imagem paternalista e honesta de Getúlio Vargas. O terceiro ponto

trata-se da estatização da Rádio Nacional em 1940. A partir disso, essa emissora tornou-se a maior do país, liderando a audiência por anos. Essa rádio possibilitou ao governo um maior contato com a população, já que sua programação estava regularmente em todo o território nacional a partir de 1942. Por último, a censura exercida pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), conseguiu filtrar não só no rádio como em toda a imprensa, somente as informações positivas sobre o Estado Novo. Como já foi analisado nesse trabalho, o DIP exercia forte controle nas emissoras por meio de censores presentes e de rádio-escutas.

Todavia, o rádio não teve somente o papel de legitimar as ações do regime de Vargas. Teve também fundamental importância na tentativa de levar unidade a nação. Como salientou Campos (1999, p. 242) e Goulart (1990, p. 19), a voz de Vargas pelo rádio chegava até as zonas rurais e as regiões interioranas dominadas por coronéis. A disseminação do rádio provocou a esses lugares integração e uniformização política e cultural, contribuindo para minimizar as diferenças regionais.

Foi uma forma também de unificar as classes contrárias e oposições ao regime. Apesar do rádio ter sido mais importante para trazer junto ao governo as classes mais pobres e operárias, as políticas de comunicação do Estado Novo visava também atingir as classes dominantes e agro-exportadoras que não enxergava com bons olhos a centralização do governo e a intervenção na vida econômica do país.

Como vimos, as atribuições que o DIP dava ao rádio incluía, dentre outras medidas, difundir na Hora do Brasil números musicais e literários, organizar intercâmbios com artistas e organizações estrangeiras, além de divulgar e incentivar as relações comerciais entre o Brasil e outros países, por meio de dados estatísticos da nossa produção econômica, boletins comerciais e financeiros, bolsa do café de outros produtos, devendo essas transmissões serem feitas em diversos idiomas, várias vezes por dia. Isso demonstra, claramente, o interesse de Vargas em atingir, também, as classes dominantes e agro-exportadoras através do rádio.

Além disso, um número expressivo de intelectuais brasileiros, principalmente modernistas paulistas, encontrava-se na organização do DIP e de outros departamentos da imprensa e propaganda em estados brasileiros, como Lourival Fontes, Cândido Motta Filho, Cassiano Ricardo e Menotti Del Picchia. O DIP conseguia atingir, por meio de suas ações, todas as classes sociais brasileiras.

É também possível observar que o rádio teve um papel fundamental na construção da imagem de Getúlio Vargas. Seus discursos de 1º de maio transmitia à população sua imagem paternalista e de trabalhador junto ao povo. Apesar disso, pode-se concluir que o rádio, no Brasil, durante o regime de Getúlio Vargas, não foi utilizado, como no regime Nazista e Fascista, de forma doutrinária. Apesar de, como observamos nesse trabalho, o DIP ter exercido forte censura e procurado divulgar o projeto ideológico do Estado Novo, o rádio também transmitia eventos culturais, música popular, novelas etc.

Este estudo trouxe à tona o fundamental papel da comunicação social durante a ditadura de Getúlio Vargas. Mostrou como um governo autoritário pode fazer uso de mecanismos de comunicação de massa para legitimar suas ações e tentar unir a nação em prol de um projeto ideológico e cultural. É interessante notar que o pensamento de que o uso da mídia por Vargas foi exclusivamente destinado à classe operária não é totalmente verdade. Um número relevante da nata intelectual do Brasil da época, fazia parte dos meandros da burocracia estatal, e tinham suas publicações voltadas às classes dominantes.

Segundo Amaral (2008), “os “intelectuais” da produção impressa, tinham um único objetivo: publicar para a classe mais intelectual os benefícios produzidos pelo Estado, para que esta pudesse auxiliar na persuasão em relação à classe operária.”. Esse argumento mostra que até mesmo a produção “intelectual” para as classes dominantes visavam as classes operárias. Todavia, acredito o contrário. Ao mostrar, via rádio ou outra mídia, as realizações

do Estado à classe dominante para que essa conseguisse persuadir os mais pobres, o governo conquistava também legitimidade nos setores que possuía menos aceitação: a elite.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor. HORKHEIMER, Max. Indústria Cultural – **Iluminismo como Mistificação das Massas**. In: LIMA, Luís Costa (org). Teoria da Cultura de Massas. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

AMARAL, Karla Cristina. **Getúlio Vargas – O criador de Ilusões**. 2002. Disponível em <http://repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/18723/1/2002_NP3amaral.pdf> Acessado em 18/11/2007.

ARENDT, Hannah. **Origens do Totalitarismo**. São Paulo: Ed. Companhia das letras, 1989.

ARENDT, Hannah. **Sobre a violência**. Rio de Janeiro: Ed. Relume Dumará, 1994.

ARON, Raymond. **As Etapas do Pensamento Sociológico**. 2.ed. Brasília: Editora Unb, 1985.

BARBOSA, Marialva Carlos. **Imprensa e Estado Novo : relações ambíguas e o público como “massa”**. Disponível em <<http://repositorio.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/20038>> Acessado em 18/03/2008.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PAQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. 2ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1986.

CAMPOS, Flávio de. **Oficina de História. História do Brasil**. São Paulo: Ed. Moderna, 1999.

CARONE, Edgar. **A Terceira República (1937-1945)**. São Paulo/Rio de Janeiro: Difel, 1976.

CARONE, Edgar. **O Estado Novo (1937-1945)**. São Paulo/Rio de Janeiro: Difel, 1976.

DANTON, Gian. **A Teoria Hipodérmica da Mídia**. 2002. Disponível em <<http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=621>>. Acessado em 14/04/2008.

DOMENACH, Jean-Marie. **A propaganda política**. 2.ed. São Paulo, 1963

DIEHL, Paula. **Propaganda e persuasão na Alemanha nazista**. São Paulo, 1996

FAUSTO, Boris. **História Concisa do Brasil**. São Paulo: Editora USP, 2002.

FAUSTO, Boris. **A revolução de 1930**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre, 1998

FRIEDRICH, Carl J. BRZEZINSKI, Zbigniew K. **Totalitarian dictatorship and autocracy.** Harvard University Press, Cambridge, Mass, 1956.

GOULART, Silvana. **Sob a verdade oficial. Ideologia, propaganda e censura no Estado Novo.** São Paulo: Ed. Marco Zero, 1990.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política: Tempos de Vargas e Perón.** 2ª ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

HAYES, Carlton J.H. **Essays on Nationalism.** Nova Iorque, 1926

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso e Getúlio Vargas.** Disponível em <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/17651>>. Acessado em 18/05/2008.

LAFETÁ, João Luiz. **1930: A crítica e o Modernismo.** 2ª ed, São Paulo: Ed. 34, 2000.

LEBRUN, Gerard. **O que é poder, 1930-1999** - 6.ed. São Paulo: Abril Cultural: Brasiliense,1984.

MIRANDA, Orlando. **A Era do Rádio.** In: Nosso Século. Abril Cultural, nº 17, s/d.

MOREIRA,S.V.. **Getúlio Vargas e o rádio, convergência de histórias.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM. Disponível em <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/17654>> . Acessado em 20/02/2008.

MOURA, Gerson. **Sucessos e ilusões.** Editora da FGV, 1991.

NUNES, Márcia Vidal. **Mídia e eleições: o rádio como arma política.** Disponível em <<http://www.cebela.org.br/imagens/Materia/2002-1%20196-228%20m%C3%A1rcia%20vidal.pdf>> Acessado em 20/02/2008.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Informação no rádio. Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** São Paulo: Editora Summus, 1985.

PINTO, Júlio. **1, 2, 3 da Semiótica.** Belo Horizonte: UFMG, 1995.

REIWALD, P. **Vom Geist der Massen.** Zurich, 1946

RODRIGUES, Adriano. **Estratégias da Comunicação – Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade.** Lisboa: Ed. Presença, 1990

RUBIM, Antônio A. Canelas. **Comunicação e Política.** São Paulo: Hackers Editores, 2000.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso.** 5.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997

SANTAELLA, Lúcia & NÖTH, **O panorama do campo semiótico**. São Paulo: Editora Ática, 1995.

SANTAELLA, Lúcia. **Teoria Geral dos Signos**. São Paulo: Editora Ática, 1995.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento**. São Paulo. Editora Iluminuras, 2001

SANTAELLA, Lúcia. **Os três paradigmas da Imagem**. In: SAMAIN, Etienne (Org.) O Fotográfico. São Paulo: Hucitec/CNPq, 1998.

SOARES, Marco Antônio Striquer. **Prestação de contas e propaganda: a persuasão para construir as maravilhas do governo**. Disponível em <<http://conpedi.org/manaus/arquivos/Anais/Marcos%20Antonio%20Striquer%20Soares.pdf>> Acessado em 02/03/2008.

SCHWARTZENBERG, A. **O Estado Espetáculo**. São Paulo: Difel, 1978.

SCHWARTZMAN, Simon (org). **Estado Novo, um auto-retrato**. (Arquivo Gustavo Capanema). Brasília: Universidade de Brasília, 1982

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou. Do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo**. São Paulo. Editora Harbra Ltda, 1999.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

TCHAKHOTINE, Serge. **A mistificação das massas pela propaganda política**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira SA, 1967.

VIEIRA, Isabel. **Rádio – ele nunca esteve tão vivo**. In: Singular & Plural, nº 5, abril 1979, p. 58.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade**. 1864 - 1920 - Brasília: UnB, 1991.

WEBER, Max. **Ensaio de Sociologia**. 1864 – 1920, Rio de Janeiro: Zahar, 1964

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5. ed. Lisboa: Presença, 1999