



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## **Getúlio Vargas – O criador de Ilusões<sup>1</sup>**

**Autor:** Karla Cristina de Castro Amaral

**Instituição:** UNIDERP – Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal

**Palavras-chave:** Propaganda Política, DIP, Meios de comunicação de massa.

### **Resumo**

**Este trabalho é uma síntese da dissertação para o Título de Mestre defendido em janeiro de 2001, o qual relata a influência do Estado Novo em especial o DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda sob os meios de comunicação de massa.**

**O DIP é retratado como uma peça essencial na manipulação dos meios de comunicação por parte do regime. Com isso há uma necessidade em abordar individualmente cada meio de comunicação, começando pela imprensa – principal meio de manipulação da época, o rádio, um meio de comunicação oral, que poderia ter sido melhor utilizado seguindo as influências nazistas. O cinema – único veículo audiovisual do Estado Novo, todos visando a classe operária.**

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP03 – Núcleo de Pesquisa Publicidade, Propaganda e Marketing, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



### **Getúlio Vargas – O criador de Ilusões**

A partir de 1930, as alterações operadas mundialmente na I Guerra Mundial e com o surgimento da II Guerra Mundial em 1939, configuraram-se na nova forma de desenvolvimento do Brasil. A industrialização, o crescimento dos centros urbanos, o surgimento da classe operária, no âmbito da nova concepção de relações de produção, provocaram uma nova reformulação sócio-econômica do país. O Estado Novo surgiu como um regime atuante dessas transformações.

As condições do processo de industrialização do país e as razões políticas fizeram do Estado Novo um regime ditatorial, crescente ‘guardião’ dos interesses da classe operária. A problemática levantada por Capelato (1998) foi a relação do Brasil entre o autoritarismo e o processo democrático do país, deixando claro que, para que o Brasil atingisse a democracia, seria preciso conquistar os direitos sociais e a cidadania em novos moldes, com a destruição do autoritarismo e a introdução da política de massa no país.

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.

Com a teoria de como propagar uma ideologia, o regime fez dessa técnica uma consciente divulgação de informações e idéias, fazendo com que a população passasse a agir e sentir de uma forma predeterminada, em que o desenvolvimento da relação causa e efeito, induzia a um comportamento já determinado. O governo fez uso de técnicas de várias ciências e artes, que auxiliaram na solução de problemas da vida prática.

Os meios de comunicação fizeram parte desse período de forma obscura devido à grande censura por parte do governo Vargas, com a criação do Departamento de



Propaganda e Departamento de Cultura, que antecedeu o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP criado em 1939.

**Com o DIP, o governo tinha todo o poder sobre os meios de comunicação, e o domínio estatal, através do controle de informações de qualquer ação contrária por parte de políticos, divergentes comunistas, diretores de veículos de comunicação. O diretor do Departamento, Lorival Fontes teve a incumbência de criar saldos positivos em benefício da ditadura, articulando uma imagem fraterna do regime Vargas perante a classe operária. Com o desenvolvimento do DIP, a criação e divulgação da propaganda nacional interna e externa passou a depender exclusivamente desse departamento, o qual teve como objetivos principais centralizar, coordenar, orientar e supervisionar toda mensagem transmitida, tendo como principal finalidade, auxiliar as informações dos ministérios, entidades públicas e privadas, as quais são de interesse da propaganda nacional.**

**O Departamento trabalhou com cinco divisões: Imprensa, Cinema, Teatro, Rádio, Turismo e Divulgação, sendo que a primeira divisão cumpriu as expectativas mais do que as esperadas pelo DIP. A princípio, o departamento esteve sob os cuidados do Ministério da Justiça passando depois a ser de responsabilidade direta do Presidente da República**

A imprensa

**Importante veículo dentre os meios de comunicação, a imprensa foi manipulada pelo Estado Novo, através do DIP, auxiliando o apoio a persuasão da população, devido a necessidade por parte do governo. Com a constituição de 37, a imprensa passou a servir ao Estado, seguindo regras do regime, sendo interdito qualquer jornal que tivesse uma linha mais democrática, ou seja que desse a liberdade de expressão a diversos artigos que pudessem prejudicar a índole do Estado. Os “intelectuais” da produção impressa, tinham um único objetivo: publicar à classe mais intelectual os benefícios produzidos pelo Estado, para que esta pudesse auxiliar na persuasão em relação a classe operária. 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.**

**Divisão de Imprensa, formada pelo DIP, controlava a mensagem publicada em jornais e revistas, para que houvesse uma “colaboração construtiva” para o regime da época. Isto é, só era publicado o que fosse de interesse do Estado Novo.**

**Para auxiliar o controle da DI, o Conselho Nacional de Imprensa servia como um Tribunal, onde eram julgadas ações contra a categoria jornalística e que ferisse a índole dos leitores ou da nação, isto é, artigos publicados pela imprensa que arranhasse a índole da sociedade “varguista”. Para que o controle do Estado, perante o meio não fosse destruído, havia a necessidade de exigir que a língua da tipografia fosse a portuguesa, atingindo cerca de 102 publicações de caráter**



variado. Essa campanha serviu para impedir o ataque de jornais alemães e japoneses, contra o regime. Esta obrigatoriedade se deu em 1941.

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.

Coube à imprensa, segundo o decreto 1.949, criado pelo SCI – Serviço de Controle à Imprensa- não perturbar a harmonia do país com as nações estrangeiras, tirando a tranqüilidade da população, desrespeitando qualquer autoridade pública, tentando diminuir a dignidade e o prestígio do país, tanto no interior como no exterior, o seu poder militar, sua cultura, sua economia e tradições. A propaganda política de idéias estrangeiras contrárias às do Brasil estava terminantemente proibida, assim como a falta de cumprimento de normas e instruções dos serviços competentes, em matéria de imprensa. Isso seria desobediência às leis, sendo punida com a exclusão de toda a tiragem e o fechamento da imprensa responsável, fosse ela, revista ou jornal. Entre 1940 a 1941 as expressões como: ‘exército nazista’, ‘exércitos da democracia’, ‘democracias ocidentais’ e ‘exército vermelho’, não eram veiculadas, com o intuito de neutralizar o Brasil dos conflitos mundiais.

Com a entrada de Carlos Correa como Controlador-Chefe no DI, as normas foram alteradas de forma que os censores ficaram responsáveis pelas ocorrências de plantão. Quando havia mudança de turno, todos que entravam eram obrigados a estar a par dos acontecimentos, e a responder segundo as normas do DIP. As censuras de matérias proibidas em jornais e agências telegráficas, eram imediatas, mesmo sem conhecimento dos supervisores. Para isso, esses funcionários, fossem eles: mecânicos, jornalistas ou meros funcionários públicos deveriam ter uma razoável cultura intelectual e senso de censura aguçado.

A fotografia foi um instrumento de grande impacto na mídia impressa, no que se trata de propaganda política, pois tinha como objetivo retratar fatos verídicos, de fácil aceitação.

A intenção das fotos publicitárias era veicular fotografias de Vargas sempre sorrindo, exemplo de um poder criativo de persuasão, estabelecendo relações, criando afinidades, produzindo a sensação de carisma e sentimentos. E através de um sorriso “puro”, fazia com que o líder tivesse em suas mãos um trunfo de aproximação junto à massa, mantendo sua popularidade. A valorização desse instrumento passou a ter o mesmo peso que era dado às notícias enviadas pelo DIP, de publicação obrigatória.

A revista “Brasil Reportagem” também foi responsável pela propaganda visual do presidente, através da publicação de atividades nacionais do regime, seguida de um vasto material fotográfico, editando, inclusive, álbuns, cartazes, e outros materiais impressos.



**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.**

Mesmo sob a direção cautelosa do DIP, a repressão à imprensa, devia ser vista num ângulo de “combate” e não de um ângulo individualista,. tendo em vista que, Osvaldo Chateaubriand burlava a censura do Estado, com a publicação de artigos censurados no jornal Diário da Noite e Diário de São Paulo, inserindo manifestações cariocas impedidas de sair através da imprensa. O fracasso do golpe de estado no Paraguai, telegramas sobre os navios nazi-fascistas apreendidos no Uruguai, jornalistas nazistas detidos na Argentina, até a publicação da propaganda russa através de fotos, estiveram presentes nesses jornais, indo contra e mostrando o quanto frágil foi o Departamento de Imprensa e Propaganda durante o Estado Novo.

A censura sobre a imprensa afrouxou em fevereiro de 1945, com as expressões dos opositores contra o governo, a moléstia por parte do Departamento que já não tinha tanta força, como há oito anos atrás. Sendo assim, a face de uma sociedade cansada de viver em ditadura passou a ser retratada pelos jornais e revistas da época, rejeitando as famosas armas constrangedoras da ditadura.

### O Rádio

A utilização do rádio como um instrumento de propaganda política se fez presente no período antecedente à II Guerra Mundial, tendo sido intensa pelo seu próprio contexto.

O Brasil teve o domínio do rádio a partir de 1930, sendo muito útil na II Guerra Mundial. Devido à mudança social e econômica do país em relação à transformação da sociedade rural em sociedade urbana por causa da industrialização, o rádio se revelou um veículo de mudança na relação de poder.

A programação do rádio era sofisticada e voltada para um público elitista voltada para músicas eruditas, conferências e palestras. Com a domínio de Vargas na Presidência essa estrutura foi modificada através do decreto n. 21.111, de 1º março de 1931, com a legalização da publicidade, reconhecendo o surgimento emergente das massas assalariadas, classe consumidora em potencial dos produtos nacionais, que começaram a ser fabricados com a entrada do Estado Novo.

Vargas foi um grande idealizador do rádio como agente econômico no país, além de expandir as concessões de canais de forma mesmo precária, propiciando o controle das emissoras pelo Estado. A estratégia de Vargas para transferência da classe agrária para a urbana – industrial – deu-se através do rádio. Com isso, a mídia foi modernizando conforme a migração da zona rural para a urbana, é claro, sem deixar escapar o controle do Estado sobre os meios de comunicação. Assim, o potencial do rádio foi despertado.



As manifestações de estudantes iniciou em 1932, através da Rádio Record, marcando a campanha em favor da Revolução Constitucionalista. Em 1936, Nelson Dantas, na direção da Rádio Transmissora, aderiu ao movimento integralista, semeando a doutrina nazi-fascista do movimento. O radiojornalismo se fez presente no decorrer da década de 30, sempre ligado à função de interpretar a realidade social, cultural e econômica do país. Em 1934, o rádio tinha um papel, não só informativo, mas educativo, tendo sido criada assim uma rede nacional de rádios para pronunciamentos do governo. Mas 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.

“A Hora do Brasil” teve um grande papel estratégico na veiculação das idéias de Vargas, inclusive uma contrapropaganda à Aliança Nacional Libertadora, por ser um movimento de caráter popular-progressista, reunindo setores operários, parcela da classe média e parte do exército da baixa oficialidade, com o objetivo de lutar pela liberdade de um governo popular, que estava sendo ameaçada pelo integralismo de cunho nazi-fascista.

O programa “A Hora do Brasil” passou a ser transmitido em cadeia nacional, a partir de 1937, nos dias úteis “das 18h45 às 19h30”, tanto em ondas curtas como média. A programação incluía um objetivo extra-oficial, porque era transmitida uma prestação de contas por parte do governo à população, com uma linguagem simples e pura, que não passava de um convincente elogio ao regime. Também era reservado um espaço cultural, cuja a linguagem simples incentivava o gosto pela boa música e pela boa literatura. Sendo assim, “A Hora de Brasil” incentivava, no final do programa, a música popular brasileira, dando oportunidade a cantores como Herivelto Martins, ‘às cantoras do rádio’ como Carmem e Aurora Miranda, Francisco Alves, entre outros. Perosa (1995) ressalta que o governo alegava usar o discurso como divulgador da ideologia política do Estado, com o objetivo de prestar contas, de forma alguma, como manipulador de opinião. O restante da programação radiofônica estava voltada para manifestações culturais. Além da divulgação do rádio no país, o exterior recebia, em ondas curtas, mensagens nas línguas: alemã, italiana, francesa, inglesa e espanhola.

Mesmo tendo todo o incentivo por parte do governo, a música popular brasileira teve seu momento de censura quando reivindicava posições do governo e quando colidia com os valores que o regime defendia. Como exemplo, o samba de Ataufo Alves, que questionava o governo no âmbito trabalhista, dizendo em 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, tendo em vista 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)*<sup>1</sup>

Para controlar o rádio, criou-se a Divisão de Rádio – DR, dirigida por Júlio Barata, que censurava a produção da A Hora do Brasil, através do controle da programação, censura das letras de canções como mencionado acima, de discos e irradiações musicais. Cabia também à essa divisão fazer registro de alto-falantes, os quais irradiava, com auxílio da Seção Técnica, as festividades públicas conduzidas pelo DIP ou por outros Ministérios.

O controle dos programas estendia-se aos programas de auditórios, impedindo as manifestações populares, e a implantação da rádio-escuta, analisando “scripts” e “sketches”, tanto de rádio-novela como rádio-teatro.

Para o governo do Brasil, o rádio era destinado a divulgar a cultura e o próprio caráter popular, diferente da visão da Alemanha e demais países, onde era o único veículo com capacidade de estender-se por todo o território brasileiro.

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.

#### O Cinema e o Teatro

O cinema e o teatro estiveram sob a censura do Estado Novo através da Divisão de Cinema e Teatro – DCT, tendo como dirigente Israel Souto. A concentração da censura era maior na área cinematográfica.

A censura ao teatro estava sob responsabilidade do Ministério da Educação, através do Serviço Nacional do Teatro, o qual detinha todo o incentivo e proteção a esse meio de comunicação, cabendo ao DCT registrar os contratos de artistas, censurar peças teatrais, fiscalizar o teatro e a concessão de prêmios como o Concurso de Romance e Teatro Proletário.

Reportando-se ao cinema, percebe-se que cabia à DCT controlar a produção do Cinejornal Brasileiro, a veiculação e uma censura prévia dos filmes, além de cumprir e atender às necessidades do cinema nacional, auxiliando todas as iniciativas que a cinematografia brasileira precisava dentro de um mercado nacional e internacional.

Enquanto a imprensa tratava a economia como assunto principal na propaganda ditada pelo DIP, o Cine Jornal Brasileiro tinha um espaço maior dedicado à Indústria do que à Agricultura. Mesmo porque a intenção do governo era adquirir confiança da nova classe que estava se formando no país. Para o DIP, o lema do cinema em relação às indústrias do Estado e às Indústrias privadas era “Segurança e Progresso”, mostrando a harmonia entre as empresas. As

---

<sup>1</sup> Letra 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.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP03 – Núcleo de Pesquisa Publicidade, Propaganda e Marketing, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



propagandas se resumiam em divulgar os benefícios feitos pelo governo, como a Lei do Salário Mínimo, a instalação da Justiça do Trabalho ou o Abono Familiar, incluindo ainda campanhas contra acidentes de trabalho.

Os vetos ao cinema proibiam qualquer tipo de filme que desrespeitasse a população nacional, estimulasse qualquer tipo de crime, divulgasse ou induzisse ao mau costume, estimulasse conflitos contra o regime vigente, prejudicasse a cordialidade entre povos, divulgasse ofensas contra a religiosidade, ferisse a integridade nacional, ou induzisse ao desrespeito das forças armadas. Toda censura ficava aos cuidados da autoridade governamental, sobre a qual a sociedade não tinha poder. Com isso, as mudanças eram feitas conforme a necessidade do Estado. Exemplo desse desrespeito foi a censura do filme “O Ditador”, que, na ótica do DIP, além de retratar a ditadura de Hitler, atingia a postura do Estado Novo.

A criação do Cinejornal Brasileiro serviu para cobrir todo o período do Estado Novo no período de 1938 a 1945. A propaganda no Cinema resumia em divulgar o dia-a-dia do presidente, suas viagens e benfeitorias para o Brasil. Para maior compreensão faz-se necessário retomar o Dia do Trabalho de 1944, no Estádio do Pacaembu, quando as câmeras exibiam a harmonia entre a massa e seu líder através da entrada dos trabalhadores, desfile pela raia olímpica e as arquibancadas lotadas, dando um destaque na entrada de Vargas em um carro aberto. A intenção das filmagens era focalizar o presidente através de uma cena tomada do alto da arquibancada dando a impressão de esmagamento do líder pela massa, fazendo com que Vargas diminuísse frente aos que o aplaudiam. Outra câmera, posta no carro fazia a junção da manifestação fervorosa na arquibancada com a gesticulação da cabeça e braços do ditador. O objetivo desta cena era deixar evidências de que Vargas estava apoiando as manifestações dos trabalhadores. Outro fato que retrata a propaganda visual de Getúlio Vargas, foi a construção da unidade da nação, durante os encontros de estudantes, trabalhadores, a alta burguesia aliada aos interesses nacionais e ao mesmo destino, sem sua aparição, mas de pessoas que estavam envolvidas com ele, como sua filha Alzira e o Ministro da Educação e Saúde. Sua ausência foi considerada com a transferência de seu poder para todo país, formando uma nação democrática.

O Cinejornal Brasileiro, fazia-se presente no hasteamento da bandeira, feita por Grupos Escolares, para depois fazer uma junção dessa imagem com a narração sobre Colônias de Férias de Cabo Frio, construídas especialmente para descanso de alunos de escolas primárias e à restauração de suas forças. Em seguida, a propaganda sensacionalista do governo apelava para a alegria de crianças mais carentes por estarem desfrutando desse conforto, divulgando suas imagens deitadas no chão, carregando seus colegas no colo e não conseguindo conter tanta alegria.

O perfil da imagem trabalhada no cinejornal incorporou a imagem nazista, com a presença dos militares junto ao Governo. Com isso reforçou a idéia do poder do Estado através do respaldo militar.

## O Turismo





**Nem o turismo ficou de lado quando se fala em Estado Novo. A Divisão de Turismo – DT criada pelo DIP, foi dirigida por Francisco de Paula Assis Figueiredo e tinha como função básica superintender e fiscalizar os serviços de turismo internos e os que eram dirigidos ao exterior.**

**Dentro do planejamento do DT estavam o incentivo à construção de hotéis, abrindo financiamento através do Instituto de Aposentadoria e Pensões dos Comerciários no valor de 30 mil contos. Cidades como Salvador, Bragança, no Pará; Itai e Lambari, em Minas Gerais tiveram interesse em aumentar o ramo de hotelaria. Com isso, foram elaborados e distribuídos “folders”, álbuns, catálogos e folhetos com a propaganda dessas cidades, atraindo pessoas de diversos países. Incluíam no período de férias a divulgação dessas cidades para o estrangeiro e toda a área administrativa do país.**

**A DT, junto a encartes das cidades turísticas, distribuídos nacional e internacionalmente, fazia a divulgação dos principais pontos turísticos brasileiros, através de fotografias. Para o exterior, as fotografias se enquadravam nas reportagens publicadas na revista Travel in Brasil. A propaganda era feita em vários países em especial, para o continente americano. Os cartazes turísticos, distribuídos pelas cidades, também serviram de propaganda comemorando os dez anos de Governo Vargas, em 1940.**

**As agências e empresas de turismo passaram por uma classificação, tendo um registro padrão, depositando uma garantia para assegurar o negócio, multas e infrações ao Tesouro Nacional. Feiras, exposições e congressos, como o de Hidro – Climatismo aconteceram no governo Vargas.**

**A DT foi abalada com a II Guerra, pois nem os países periféricos estavam dispostos a fazer passeios turísticos, apesar de as imagens do país estarem veiculando propaganda turística e sendo produzidas para o exterior.**

**A propaganda de Vargas foi construída para um regime ditatorial, visando obter a integração nacional, através da construção de um Estado Central, que seria o guardião das necessidades sociais e popularizar a figura do líder “nacional” e a construção de um Estado Central. O primeiro objetivo dessa propaganda foi desenvolver técnicas persuasivas para atingir a classe de operários e, posteriormente, desarmar opositores liberais.**

**Apesar da ligação política com os regimes da época, é fácil notar que Vargas não se deteve em todos os pontos positivos da propaganda desses regimes quando se referia aos meios de comunicação. A criação do DIP facilitou a censura e o controle dos pensamentos da sociedade, utilizando os meios de comunicação impresso e audiovisual. A interferência dos Estados Unidos após a II Guerra Mundial abalou o regime ditador de Vargas, eliminando as forças do Departamento de Imprensa e Propaganda.**

**Cada veículo teve uma atenção específica por parte do DIP. A imprensa, porém, foi o alvo de maior controle do Estado, servindo de veículo para divulgar os acontecimentos nacionais e internacionais, além do dia-a-dia do presidente. As notícias e os telegramas eram analisados pelo DIP antes de serem publicados, mas donos de jornais, como Chateaubriand, se insubordinaram. O rádio foi um projeto que poderia ter dado certo devido à sua veiculação oral, assim como no regime**



**nazista que elaborou uma propaganda voltada para rádio, tendo a consciência de seu poder. O objetivo foi criar uma programação que divulgasse propaganda 24 horas, sendo uma rádio comercial e não uma rádio social, apesar de parecer voltada para a sociedade.**

**O cinema foi o único veículo audiovisual no período no Estado Novo. Servia como uma agenda do governo, além do papel educativo que teve, foram produzidos filmes tanto sociais quanto educativos, incentivando as atividades cívicas.**

**A divulgação do Estado teve não só o seu perfil ideológico, para a construção do mito, como a construção de imagens. O controle das câmeras, depois de 1940, fez parte do cotidiano da propaganda. As imagens fotográficas foram instrumentos que mais retrataram a ideologia do regime. Nesse período aumentaram os materiais impressos em nível de divulgação.**

**Em suma, Vargas não deixou escapar nenhuma oportunidade de trabalhar a propaganda ideológica de seu governo, através de festas cívicas, materiais didáticos, controle dos meios de comunicação, enfim, um “*front* interno”, trazendo para o Brasil a II Guerra Mundial. Mas poderia ter sido muito mais eficiente se além de projetos interessantes, a linguagem entre diretores das divisões dos meios de comunicação, o DIP e ministros responsáveis da divulgação da propaganda varguista fosse sincronizada.**

**Vargas continua sendo um pioneiro na percepção dos ideais publicitários. Valeu-se, para isso, das circunstâncias da sua época e operou tecnicamente com competência, para manter e permanecer no poder. Seu nome continua sendo lembrado ainda hoje como um político hábil e conhecedor de seu ofício.**

**Volto pois ao título desta pesquisa e referindo-me, após o percurso que fiz, reafirmando que mais do que “o pai dos pobres”, Getúlio Vargas foi um criador de ilusões, as quais permanecem fortes no imaginário do povo brasileiro.**



## BIBLIOGRAFIA

- ARENDRT, Hannah. *As origens do totalitarismo: totalitarismo, o paradoxismo do poder – uma análise dialética*. Tradução de Roberto Raposo. 1ªed. Brasileira. Rio de Janeiro: Documentário, 1972.
- CAPELATO, Maria Helena R. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*. Campinas – SP: Papirus, 1998.
- CARONE, Edgar. *O Estado Novo (1937-1945)*. Rio de Janeiro. DIFEL, 1978.
- CYTRYNOWICZ, Roney. *Guerra sem Guerra: a mobilização e o cotidiano em São Paulo durante a segunda guerra mundial*. São Paulo. Geração Editorial, 2000.
- DIAS, Carlos Eduardo de Moraes. *Canção Popular: propaganda ideológica e a Era Vargas: a caso Xeros*. São Paulo: Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade de São Paulo.
- DIEHL, Paula. *Propaganda e Persuasão*. São Paulo: Annablume, 1996.
- GARCIA, Nelson Jahr. *Propaganda ideológica*. 9ªed. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- \_\_\_\_\_. *Estado Novo, ideologia e propaganda política: a legitimação do estado autoritário perante as classes subalternas*. São Paulo: Brasil.
- GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial*. São Paulo, CNPq/Marco Zero, 1990.
- LACERDA, Aline Lopes de. *Fotografia e discurso político no estado novo: uma análise do projeto editorial – obra getuliana: a caso Xerox*. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Escola de Comunicação da Universidade federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 1998.
- LESSA, Orígenes. *Getúlio Vargas na literatura de Cordel*. Rio de Janeiro: Documentário. 1973.
- LIMA, Valentina da Rocha (coord.). *Getúlio Vargas: uma história oral*. Rio de Janeiro: Record, 1996.
- MARQUES DE MELO, José (coord.). *Populismo e Comunicação*. São Paulo: Cortez, 1981.
- MATOS, Heloiza. *Mídia, Eleições e Democracia*. São Paulo: Scritta, 1994.
- MORAES DIAS, Carlos Eduardo. *Canção popular: propaganda ideológica e a era Vargas: a caso Xerox*. São Paulo: Tese (Doutorado em Comunicação Social) Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.
- PEROSA, Lilian Maria de Lima. *A hora do clique: análise do programa de rádio “Voz do Brasil” da velha à nova república*. São Paulo: Annablume – Eca/USP, 1995.
- POULANTZAS, Nicos. *Fascismo e Ditadura*. Porto. Portucalense 1v. 1972.
- \_\_\_\_\_. *Fascismo e Ditadura* Porto: Portucalense 2v. 1972.
- SEVERINO, Jairo. *Getúlio Vargas e a música popular: a caso Xerox*. São Paulo, (Doutorado em Comunicação Social). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.
- SKIDMORE, Thomas E. *De Getúlio Vargas a Castelo Branco, 1930-1964*. Trad. Ismeira Tines Dantas. Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1976.
- SOUZA, José Inácio de Melo. *A ação e o imaginário de uma ditadura: controle, coerção e propaganda nos meios de comunicação durante o Estado novo: a caso*



**Xerox. 1ºv. São Paulo: (Mestrado em Comunicação Social) . Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 1990.**

\_\_\_\_\_ *A ação e o imaginário de uma ditadura: controle, coerção e propaganda nos meios de comunicação durante o Estado novo: a caso Xerox. 2ºv. São Paulo: (Mestrado em Comunicação Social) . Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 1990*

\_\_\_\_\_ *A ação e o imaginário de uma ditadura: controle, coerção e propaganda nos meios de comunicação durante o Estado novo: a caso Xerox. 3ºv. São Paulo: (Mestrado em Comunicação Social) . Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 1990.*

**TCHAKHOTINE, Serge. *A mistificação das massas pela propaganda política.* Tradução de Miguel Arraes. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.**

**TEIXEIRA, Osvaldo. *Getúlio Vargas e a arte no Brasil: a caso Xerox.* São Paulo: (Mestrado em Comunicação Social). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.**

**VARGAS, Getúlio. *A nova política do Brasil.* 5º v. Rio de Janeiro. José Olympio, 1938.**

**WAINER, Samuel. *Minha Razão de viver.* Coordenação editorial Augusto Nunes, 8ª ed. Recod.**

#### Revista

**ALVES DE LIMA, Regina Lúcia. *Comunicação & Sociedade. A política e seu funcionamento discursivo: estratégias, marcas e contratos.* São Bernardo do Campo, n. 26, p. 41 – 60, 1996.**

**BERNARDES, Ernesto, NETTO, Vladimir. *Veja. Os bruxos das eleições.* São Paulo, n. 37, p. 40 – 47, 1998.**

**FRANÇA, Ronaldo. *Veja. Preconceito Oficial.* São Paulo, n. 12, p.48 – 55, 2000.**

**QUEIROZ, Adolpho. *Comunicação & Sociedade. Voto, mídia e pesquisa: propaganda política no Brasil.* São Bernardo, n.30, p. 105 – 140, 1998.**

#### Jornal

**CONY, Carlos Heitor. *Um século de 70 anos.* Folha de São Paulo, São Paulo, Quinta-feira, 9 de dezembro de 1999. Especial – O século da imagem. p, 4.**

**LUIZ, Edson, MARQUES, Hugo. *Ditadura de Vargas tentou barrar o ingresso de judeus no exército.* O estado de São Paulo. São Paulo, Terça, 26 de março de 2000. A8.**

\_\_\_\_\_ *Processo sigiloso revela farsa contra “Estado”: ditadura de Getúlio Vargas fechou jornal, há 60 anos, com acusações sem provas. O Estado de São Paulo, Domingo, 26 de março de 2000. P. A15.*

#### Site

[www.jahr.org](http://www.jahr.org)