



Política da Boa Vizinhança: O Repórter Esso como forma de dominação Norte-Americana no Brasil¹

Laura Beal BORDIN²

Luiz WITIUK³

Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

Uma política externa que visa a amizade e um programa veiculado em um meio de comunicação de massa, que busca informar os cidadãos sobre notícias da Segunda Guerra Mundial. A política externa americana e a estratégia de dominação por meio do principal veículo de comunicação da época. O rádio. Como o Repórter Esso – testemunha ocular da história – influenciou ideologicamente um país e modificou a forma de se fazer radiojornalismo no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: rádio, história, política externa, influência americana, Repórter Esso.

1. Jornalismo e História

Pouco se fala sobre a relação do jornalismo e da história. Os dois fazem parte das ciências humanas e falam basicamente sobre um mesmo tema: fatos. A história observa-os de longe e possui o afastamento temporal. O jornalismo é agente modificador da história, a escreve todos os dias.

O jornalismo e a história são muito próximos já que um colabora para a construção do outro e, apesar disso, pouco se fala sobre o assunto. Isso porque, somente após o início da visão do jornalismo como prática científica, começa-se a enxergar a interdisciplinaridade entre as duas ciências.

Ao mesmo tempo, convém notar que estabelecemos uma distinção entre o “jornalismo” entendido como uma prática social, envolvendo fundamentalmente as esferas da produção, circulação e recepção de notícias, e o “Jornalismo” como um campo de estudos que, no contexto das ciências humanas e sociais, procura elaborar conhecimento científico sobre mencionado campo das práticas em suas conexões com a sociedade. Tal campo de estudo, por sua amplitude, irá também com frequência elaborar problemáticas interdisciplinares. Por esta razão, a disciplina da História já mantém

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação, 7º período do Curso de Jornalismo da Universidade Positivo, email: laurabealbordin@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Positivo, email: luizwitiuk@gmail.com



um diálogo importante com ambas as noções de jornalismo (campo de práticas sociais/profissionais e campo científico acadêmico) (ROMANCINI, 2005, p. 2).

A relação entre a história tradicional e o jornalismo é bastante clara, uma vez que não se pensa mais na história tradicional, contada por seus heróis e onde os fatos são apenas narrados. A nova história, ou escola dos Annales, do francês Jacques Le Goff é contada de uma forma analítica e observadora. Não apenas conta histórias e não é uma ciência objetiva, e sim construída pela sociedade de forma subjetiva (LE GOFF *apud* BURKE 1992). Para a nova história, não há o real, há a construção social.

Os historiadores tradicionais pensam na história como essencialmente uma narrativa dos acontecimentos, enquanto a nova história está mais preocupada com a análise das estruturas. Uma das obras mais famosas da história de nossa época, o *Mediterranean* de Fernand Braudel, rejeita a história dos acontecimentos (*histoire événementielle*) como não mais que a espuma nas ondas do mar da história (BURKE, 1992, p.3).

O estudo do Jornalismo e da História não deve se feito de forma isolada, já que para entender o presente, temos que estudar o passado e vice-versa. A ciência do jornalismo estuda o presente e a construção do que um dia, será história.

Pensar a correlação mídia e história, não é necessariamente pensar o passado isolado nele mesmo. O valor do estudo do passado está na reinterpretação que pode fornecer perspectivas sobre o presente. Os fatos não dão dados objetivos ou descobertas. Na verdade, são elaborados a partir do tipo de pergunta que se faz acerca dos fenômenos que se colocam diante do pesquisador. Cabe a uma pesquisa que tenha essa perspectiva de recuperar emblemas, vestígios e sinais do passado fornecer uma dimensão histórica às interpretações sobre as mídias contemporâneas (BARBOSA, 2005, p.105).

Dessa forma, percebemos a importância do jornalismo como forma de construção histórica dentro da nova história, baseada na subjetividade humana, já que a notícia de hoje, será a história de amanhã. O jornalista também atua com a interpretação dos fatos, relacionando os fatos cotidianos, com a história e vice-versa.

Os relatos jornalísticos têm em conta a sucessão exata dos fatos que estão inter-relacionados e suas causas. Limitam-se a uma simples exposição a bem de reconhecer os fatos históricos mais importantes. Ou até mesmo misturam coisas de temas diferentes como acontece na vida diária ou como são propagadas pela voz pública para que o leitor curioso se sinta atraído pela variedade de caráter ameno e preste atenção (PEDROSO, 2004, p.64)

O jornalismo não atua primordialmente na construção histórica, mas acaba fazendo-a. E o Repórter Esso assim o fez, sendo um dos mais importantes noticiários da



história do Brasil, narrando, por exemplo o fim da Segunda Guerra Mundial, como aponta o doutor Luciano Klöckner, estudioso do Repórter Esso e sua influência na construção do rádio nacional. “Ao longo desse período [1941-1968], o noticiário acompanhou os principais fatos sociais, políticos, econômicos transformados em história e reconstruiu a memória do mundo e do Brasil”. (KLÖCKNER, 2008, p.16)

2. Rádio brasileiro como mídia de massa

O rádio chegou ao Brasil em 1923, pelas mãos de Roquette Pinto e Henrique Morize, que fundaram a primeira emissora de rádio – uma rádio com objetivos educativos e de disseminação da cultura erudita. Na época, ter um rádio receptor era privilégio de poucos e as emissoras difundiam apenas música erudita e outros conteúdos culturais. Não existia espaço para a participação do público e, notícias eram passadas ao público de forma rudimentar – as matérias publicadas no jornal impresso eram lidas no ar.

Esse panorama mudou radicalmente a partir de década de 1930 quando um decreto regulamentava a veiculação da propaganda no rádio.

O governo mostra, a partir dos anos 30, preocupar-se seriamente com o novo meio, que definia como “serviço de interesse nacional e de finalidade educativa”, regulamentando seu funcionamento e passando a imaginar maneiras de proporcionar-lhes bases econômicas mais sólidas, concretizadas pelo Decreto nº. 21.111, que autorizada a veiculação de propaganda pelo rádio, tendo limitado sua manifestação, inicialmente a 10% da programação, posteriormente elevada para 20% e, atualmente, fixada em 25% (ORTRIWANO, 1985, p.15).

A partir daí, a busca por novos anunciantes fez com que as emissoras buscassem uma maior popularização do meio, por meio de uma linguagem mais intimista, com apelo à emoção, eclética. Nesse momento acontece a mudança do teor dos programas, que buscam grandes audiências. Iniciam os grandes programas de auditório com a participação do público e também nasce o rádio de cunho informativo, com o Jornal do Brasil, em 1935. (ORTRIWANO, 1985)

Nesse momento, o rádio foi transformado no veículo do povo, enquanto o jornal impresso ainda era o veículo das classes mais altas. Nasce o rádio que fala para as massas.

O impacto do rádio sobre a sociedade brasileira a partir de meados da década de 30 foi muito mais profundo do que aquele que a televisão viria produzir trinta anos depois. De certa forma, o jornalismo impresso, ainda erudito, tinha apenas relativa eficácia (a grande



maioria da população nacional era analfabeta). O rádio comercial a popularização do veículo implicaram a criação de um elo entre o indivíduo e a coletividade, mostrando-se capaz não apenas de vender produtos e ditar ‘modas’ como também de mobilizar massas, levando-as a uma participação ativa na vida nacional (MIRANDA apud ORTRIWANO, 1985, p.19).

E foi se utilizando desse conceito de mobilizar massas que o rádio começa a ser utilizado como instrumento político. É no governo de Getúlio Vargas que o rádio começa a ser usado com cunho político, como forma de disseminar o populismo e ganhar as massas. Pode-se dizer que, já nesse momento, o rádio passa a ser usado de forma política, tanto pelo governo de Vargas, quanto por aqueles que o estavam vigiando.. E o rádio, como veículo de massas, seria uma forma bastante eficaz de manter o ditador na linha, conforme as influências da política externa.

3. A Política da Boa Vizinhança

O período da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) foi bastante profundo na história brasileira, firmando parceiros e inimigos, que definiram boa parte da história do período pós-guerra. Logo no início do conflito, Getúlio Vargas demonstrava um alinhamento com os países do Eixo e suas políticas nazi-fascistas, mas fazendo o meio de campo. Na economia, o Brasil matinha acordo com a Alemanha e também com os Estados Unidos, como descreve o historiador Bóris Fausto:

O governo brasileiro adotou uma orientação pragmática, isto é, tratou de negociar com quem lhe oferecesse melhores condições e procurou tirar vantagem da rivalidade entre as grandes potências. Por exemplo, em 1935, assinou o acordo comercial com os Estados Unidos (...), no ano seguinte, assinou outro com a Alemanha, que visava principalmente a exportação de algodão, café, cítricos, couros, tabaco e carnes (FAUSTO, 2002, p.379).

Em 1941 os Estados Unidos entram na guerra, forçando uma decisão por parte do governo brasileiro: ou Getúlio se aliava formalmente aos países do Eixo, ou apoiava os países Aliados. Então, em janeiro de 1942, o Brasil rompe com os países do Eixo e, em maio, assina um acordo político-militar secreto (FAUSTO, 2001).

É nesse momento histórico que a Política da Boa Vizinhança, implementada pelo presidente americano Franklin Delano Roosevelt, passa a ser implantada no Brasil, assim como em diversos outros países da América Latina. A política externa tinha como prioridade instalar o “American Way of Life” e criar uma relação amistosa com os



países latinos, mantendo áreas de influência – distanciando a América Latina do nazismo alemão (SOUSA, 2004)

A política externa de FDR, como era apelidado o presidente americano, é uma evolução da implementada por Theodore Roosevelt na década de 1920. A política do Big Stick colocava os Estados Unidos como o centralizador da política internacional das Américas e dando poder ao estado americano intervir se necessário. Theodore Roosevelt utilizava-se de um provérbio africano para difundir a política externa: “Fale com suavidade e tenha à mão um grande porrete” (MORALES, 2002, p. 47).

A política dos anos 1930 não era tão agressiva, ou, ao menos, muito mais velada. Trazia os filmes, músicas e o estilo de vida americano.

Ao longo do tempo, a Política da Boa Vizinhança difundiu o *american way of life* (estilo de vida norte-americano) no País, caracterizado pelo consumo de produtos tipicamente *made in USA*, desde Coca-Cola até revistas em quadrinhos, como *O Pato Donald*, buscando evitar uma aproximação ainda maior dos brasileiros com os países do Eixo. Afinal, o Brasil, maior país da América Latina, abrigava colônias de imigrantes italianos, alemães e japoneses. Empresas como a Standard Oil Company, General Electric e RCA Victor lançam os seus produtos no mercado nacional (KLÖCKNER, 2008, p.48)

Como parte de dessa política, até mesmo Walt Disney, grande símbolo da cultura americana, visita a América do Sul para firmar essa aproximação. Dessa visita nasce um filme, *Alô Amigos!* (1942) e até mesmo um novo personagem, inspirado no Brasil: O Zé Carioca.

O desenho foi produzido também com o objetivo de enfatizar os fortes laços de amizade de admiração que os americanos nutriam pelos vizinhos do sul. Tal intenção se revela nas sequências iniciais do desenho, notadamente nos versos da música de apresentação, composta por Edward Plumb, entoada durante a exibição dos créditos. Na prática, a canção funciona como uma síntese, não apenas do roteiro mas da própria política da boa vizinhança: “Saudamos a todos da América do Sul/Onde o céu é sempre azul/Saudamos a todos amigos de coração/Que lá deixamos, de quem relembramos ao cantar essa canção!” (LEITE, 2006, p.3)

Como a política da boa vizinhança já estava sendo praticada na música, e no cinema, o próximo seria o veículo de comunicação popular que mais atingia a população. É aí que entra no ar o *Repórter Esso*.

4. A testemunha ocular da história – O repórter Esso



Pensando o rádio como um veículo de comunicação de massa e para as massas, o governo americano buscou uma forma de disseminar as informações relativas à Segunda Guerra da forma que lhe convinha. Iniciou-se então um projeto, juntamente com a companhia de petróleo e agência de notícias americanas, do noticiário que mudaria a história do rádio no Brasil. O projeto do noticiário começou a ser implantado ainda em 1940, quando o magnata Nelson Rockefeller iniciou a utilização da política externa com os países da América Latina. (KLÖCKNER, 2008). Rockefeller tinha um cargo de chefia na Coordenadoria de Assuntos Americanos (CIAA) e acreditava na rádio como um instrumento de mobilização de massas, investindo o veículo.

O milionário Nelson Rockefeller havia conseguido convencer Roosevelt de que, mesmo não tendo nenhuma experiência prévia em administração pública, era o nome ideal para assumir a Coordenadoria de Assuntos Americanos (CIAA). Sua experiência na área de entretenimento era vasta e seu conhecimento de América Latina, se comparado com a maioria de seus compatriotas, era no mínimo satisfatório. Antes de assumir a coordenadoria do CIAA, o empresário havia ousado investir na Radio Corporation of America (RCA), cuja maior parte dos ativos estava inicialmente voltada para o setor de comunicações internacionais, em particular para os serviços telegráficos, passando, mais tarde, a incluir a fabricação de equipamentos, transmissão de programas de rádio e uma transmissão de programas de rádio e uma rede de produção e exibição de filmes, a RKO. (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p.10)

A primeira edição do Repórter Esso chega ao Brasil no dia 28 de agosto de 1941, transmitido pela Rádio Nacional, situada no Rio de Janeiro. Mas, programa noticioso não foi exclusividade brasileira, atingindo também países como Honduras, Cuba, Nicarágua, Porto Rico, Chile e Uruguai. O Brasil era uma base do programa, contando com cinco emissoras no país – acredita-se ter sido essa a primeira tentativa de criação de rede radiofônica nacional (KLÖCKNER, 2008).

Nas primeiras edições do jornal radiofônico eram dadas basicamente notícias relacionadas à guerra. As informações vinham diretamente dos Estados Unidos, redigidas e enviadas à sede da Rádio Nacional. Eram em média 13 notícias ao longo do dia, durando cada edição 5 minutos cravados. (KLÖCKNER, 2008).

A grande novidade que o Repórter Esso apresentava, era o tratamento da estética radiofônica. Anteriormente no Brasil, as notícias eram lidas diretamente dos jornais impressos, sem um texto próprio. Um manual de redação foi trazido dos Estados Unidos, para que o texto tivesse características próprias, e que sobrevivem até hoje.

Com o Repórter Esso, o rádio começou a desenvolver uma linguagem própria, definindo conceitos de locução vibrante, pontualidade,



objetividade e credibilidade. O Esso apresentou novo estilo à informação, com um noticiário sucinto, ágil e vibrante, de apenas cinco minutos de duração. Transmitido na hora certa, e anunciado por uma característica musical que se tornou inconfundível, adquiriu estatura e autenticidade, passando logo a ser conhecido e esperado no Brasil e nos países onde foi transmitido (KLÖCKNER, 2008 p.50).

Com texto inovador e dinâmico, o noticiário logo encantou aos brasileiros, que paravam o que estavam fazendo para ouvir a voz da “testemunha ocular da história”, *slogan* utilizado pelos produtores do programa. O programa transmitiu só no seu primeiro ano mais de 3 mil edições, e uma grande audiência.

Em 1944, três anos depois da estreia do programa na Rádio Nacional, inicia no noticiário aquele que seria conhecido como a voz do Repórter Esso, Heron Domingues. O locutor permaneceu até o fim do programa no rádio, em 1968.

O noticiário atinge seu ápice ao comunicar o fim da Segunda Guerra Mundial, quando, em maio de 1945, o noticiário atingiu sua maior audiência, entrando no ar na Rádio Nacional, mais de 400 vezes. Em 2 de maio, Heron Domingues anunciava a rendição do exército nazista da Itália e a morte de Adolf Hitler (KLÖCKNER, 2008)

O manual do Repórter Esso na América Latina foi o primeiro a chegar ao Brasil., mostrando as formas com que o noticiário deveria ser tratado. Nesse manual, observa-se a necessidade de difundir notícias locais, que eram de maior interesse para o leitor. Mesmo assim, após o fim da Segunda Guerra Mundial, o noticiário tenta incluir notícias locais, mas sem muito sucesso – continuava a difundir as notícias internacionais. Isso também pela censura, que era bastante pesada nas rádios – principalmente a partir dos anos 60.

O noticiário foi ao ar pelas ondas do rádio até 1968. Vários foram os motivos que culminaram no término do noticiário, dois deles, os mais importantes: A última edição foi ao ar em 31 de dezembro de 1968, poucos meses antes do homem pisar na lua. Dois motivos foram responsáveis pelo fim do Esso. No âmbito profissional, ele perdia a credibilidade e, no político, a sua missão havia se cumprido. (KLÖCKNER, 2008, p.16)

Em 1952, foi apresentado o Repórter Esso na televisão (sendo pioneiro também na linguagem televisiva) que durou até dia 31 de dezembro de 1970. (KLÖCKNER, 2008)

5. O Repórter Esso como estratégia política – Análise

O presidente americano Franklin Delano Roosevelt, acreditava no rádio como um veículo de forte impacto e utilizou-o de forma exaustiva durante o seu governo. Foi



chamado de “o presidente do Rádio”, pois o utilizava para conversar com a população sobre os impactos do seu programa de governo, recuperando um país arrasado pela crise de 1930. (TOTA *apud* KLÖCKNER, 2008) Acreditando no poder de mobilização do rádio, Roosevelt resolveu utilizá-lo também em sua política externa, com o noticiário que levava principalmente as informações da Guerra aos vizinhos latinos. Percebe-se então, uma unilateralidade e manipulação das notícias que chegavam até a população brasileira, que confiava na credibilidade no Repórter Esso.

O Repórter Esso foi uma das maiores formas de dominação americana no Brasil, por meio da divulgação das informações de Guerra de forma manipulada. Dessa forma, o governo americano mantinha a hegemonia da comunicação no país – não por meio da censura como é feito em governos despóticos – mas com a qualidade e credibilidade que o programa representava para a população.

Apesar de trazer uma nova técnica para o jornalismo de rádio ao Brasil, o Repórter Esso fez parte da construção da ideologia americana utilizando o meio noticioso.

Apesar da evolução técnica que o Repórter Esso – até hoje parâmetro das principais sínteses noticiosas do País – trouxe para o radiojornalismo brasileiro uma suspeita que recai sobre o noticioso: a informação por ele divulgada não era apenas notícia, constituindo-se em propaganda político-ideológica, produzindo e construindo sentido e com alvo certo: o governo e determinados segmentos da sociedade mundial (KLÖCKNER, 2008, P. 24).

Com o estreitamento dos laços entre governo brasileiro e americano e a difusão dos ideais do *American Way of Life* em um momento da divisão do mundo entre “Os Estados Unidos e o inimigo da vez” (Alemanha até 1945, e URSS após) a história do Brasil foi marcada, desde 1930, e até o Golpe Militar de 1964. Foi devido a essa “amizade”, iniciada na década de 1930 que os americanos ajudam a instaurar o medo dos comunistas e o tripé mídia, burguesia e igreja católica conservador apoiam o Golpe, que se tornará um dos períodos de escuridão no Brasil.

Com boas políticas de comunicação, pode-se chegar a uma grande influência política. O Repórter Esso é um ótimo exemplo disso.

6. Considerações Finais



Foram 27 anos de um noticiário radiofônico que modificou a forma de se produzir radiojornalismo no Brasil. Trazendo a estética radiofônica dos Estados Unidos, o Repórter Esso se tornou pioneiro na disseminação de conteúdos noticiosos pelo meio rádio. Com milhares de programas, o Repórter Esso tem um lugar especial na história da imprensa brasileira.

Pode-se perceber então, que, um texto adequado e uma estética radiofônica bem trabalhada se tornam imbatíveis na utilização da rádio como veículo das massas.

Fica claro também, como políticas externas aliadas a um bom plano de comunicação são capazes de influenciar ideologicamente toda uma população – mesmo sem ser de forma explícita. Com o Repórter Esso, os norte-americanos conseguiram não só instituir a sua cultura, mas uma nova forma de fazer radiojornalismo no Brasil.

Pode-se, com o Repórter Esso, perceber a forma do rádio como um veículo de massa, que é capaz de parar um país por alguns minutos para ouvir a voz em que se confia. O rádio é, talvez, o veículo mais político, já que utiliza a emoção para transmitir a mensagem. Seja ela noticiosa ou ideológica.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Marialva. Jornalismo e a construção de uma memória para sua história. *in* BRAGANÇA, Aníbal e MOREIRA, Sônia Virgínia (organizadores). **Comunicação, acontecimento e memória**. São Paulo: Intercom, 2005.

BURKE, Peter (org.). **A escrita da História: novas perspectivas**; trad. De Madga Lopes – São Paulo: Editora UNESP, 1992.

FAUSTO, Bóris. **História do Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. **O Rio de Janeiro que Hollywood inventou**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso: A síntese radiofônica mundial que fez história**. Porto Alegre: AGE: Edipuc, 2008.

LEITE, Sidney Ferreira. **Um pouco de malandragem**. *in* História Viva. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/um_pouco_de_malandragem_3.html>
Acessado em 17 de março de 2012.

MORALES, Lúcia Arrais. **Vai e vem, vira e volta: as rotas dos soldados de borracha**. São Paulo: Annablume, 2002.

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



PEDROSO, Rosa Nívea. **O Jornalismo como uma forma de narração da história do presente: uma interpretação da Tese de Doutorado em Periodística de Tobias Peucer.** Disponível em < www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/.../2073/1815>. Acessado em 25 de março de 2012.

ROMANCINI, Richard. **História e jornalismo: reflexões sobre o campo de pesquisa.** Disponível em < <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17413/1/R08631.pdf>>. Acessado em 13 de março de 2012.

SOUSA, Marquilandes Borges de. **Rádio e propaganda política: Brasil e México sob a mira norte-americana durante a Segunda Guerra.** São Paulo: Annablume; Fapesp, 2004.