



A Legitimação do Governo Vargas por meio do Rádio: A Relação entre a Emissora Rádio Nacional do Rio de Janeiro e o Estado Novo¹

Bárbara Rocha Barbosa SILVA²

Naiana RODRIGUES³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

O presente artigo analisa a importância do rádio como meio de comunicação de massa na popularização do governo de Getúlio Dorneles Vargas, visando especificamente sua estreita relação com a emissora Rádio Nacional do Rio de Janeiro. O trabalho parte do processo de consolidação do rádio, na chamada Era de Ouro, levando em consideração a história da referida emissora, que teve grande relevância no meio radiofônico. Também são ressaltados no artigo o contexto histórico da época, os órgãos que regulavam a imprensa durante o período e o surgimento do programa *Hora do Brasil*, que era dedicado exclusivamente às ações do Governo e por meio do qual Vargas, muitas vezes, falava diretamente com o povo.

Palavras-chave

Rádio; Rádio Nacional do Rio de Janeiro; Getúlio Vargas; Estado Novo.

Introdução

Durante a década de 1920, eventos de grande relevância na história do País e do mundo aconteciam como um turbilhão. Na Europa, surgem partidos totalitários, como o fascismo, o nazismo e o salazarismo, que fomentariam o início da Segunda Grande Guerra. Em 1929, começa uma intensa crise financeira nos Estados Unidos após a quebra da Bolsa de Valores de Wall Street. Já no Brasil, apesar da economia cafeeira ainda ser predominante, São Paulo iniciava um processo de industrialização e, em 1922, recebia a Semana de Arte Moderna, na qual artistas da música, da literatura, da arquitetura e de outras áreas apresentavam seus trabalhos a fim de mostrar o que havia de novidade no meio nacional. Na década de 1930, por meio de um golpe de Estado, Getúlio Vargas assumia a presidência da República com projetos que promoveriam, por meio da intervenção do Estado, a intensa industrialização no País e que difundiriam sua popularidade, com a intenção de ter apoio de todos os segmentos sociais. Para isso, o então presidente utilizou-se de técnicas muito semelhantes às usadas pelos partidos totalitários da Europa, através do teatro, da arte, da música, da propaganda radiofônica, entre outros meios.

1. Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

2. Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, e-mail: babirbs@gmail.com.

3. Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, e-mail: naianarodrigues@gmail.com.



No campo da Comunicação, mesmo com a consolidação da imprensa escrita, do telégrafo e até mesmo da radiotelefonia, os meios existentes na época não supriam a difusão de informação que era necessária, pois eram veículos de difícil alcance financeiro, que propagavam a informação em apenas uma direção e, principalmente, que não davam suporte ao elevado número de analfabetos do País.

Dentro de um contexto histórico agitado e em meio a uma revolução tecnológica, surge o rádio, um meio de comunicação de massa que traria um modo inovador e mais rápido de difusão de comunicação. Ao contrário dos veículos já existentes, o rádio permitiria que a informação fosse propagada com maior dinamicidade, além do que, ampliava o leque de pessoas que poderiam ser informadas, desde a população menos escolarizada até a mais intelectual.

Em 2 de novembro de 1920, nos Estados Unidos, nascia a primeira emissora de rádio, a KDKA, que tinha como um dos pilares de sua programação a cobertura jornalística (CALABRE, 2002, p. 8).

No Brasil, o precursor da radiodifusão foi Edgar Roquette Pinto. Diferentemente do que acontecera nos Estados Unidos e em alguns países da Europa, onde o rádio tinha um cunho comercial, o médico, antropólogo e educador brasileiro propunha para o País um meio de comunicação de massa que difundisse cultura e educação para a população.

Em setembro de 1922 o presidente da época, Epitácio Pessoa, dá voz à primeira transmissão radiofônica do País, que aconteceu durante a exposição Comemorativa do Centenário do Rio de Janeiro. Mas só no dia 1º de maio de 1923 é fundada por Roquette Pinto e Henrique Morize, a primeira estação de rádio AM do País, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (CALABRE, 2002, p. 51). Porém, logo que os primeiros aparelhos chegaram ao Brasil, o acesso era elitizado, já que a classe mais humilde não possuía condições financeiras para comprá-lo, ou seja, o acesso à educação e à cultura através da rádio era muito limitado e não foi difundido nas classes populares durante os anos de 1920.

Nos anos de 1930, ainda que lentamente, a venda do aparelho de rádio começa a se popularizar. Percebendo que o veículo passava a ser cada vez mais necessário nas casas, empresas, comércios e em outros lugares do meio urbano, empreendedores buscaram novas formas de vender o produto tão desejado.

Um desses pioneiros vendedores de rádio tinha uma técnica muito interessante de vendas: ia até a casa ou escritório do cliente em potencial numa hora em que sabia que ele não estava, deixando o rádio - ligado - e ficando de voltar mais tarde para conversar com o potencial comprador. (RÁDIO NO BRASIL DOS ANOS 20 AOS ANOS 80, 2011)



Assim, pessoas de diversos níveis sociais e diferentes escolaridades passam a utilizar o rádio como principal meio de comunicação. Por meio dele, acompanhavam novelas, notícias e propagandas. Ao que parecia, “o rádio era em si mesmo um veículo revolucionário, com seu largo alcance e rapidez na divulgação dos fatos. Ele tinha vindo para ficar” (CALABRE, 2002, p.19).

A Rádio Nacional do Rio de Janeiro

Em 1930, a maior parte da população já tinha acesso ao rádio, inclusive, o veículo não tinha só o papel de difusor de informação, como também o de fortalecedor das relações interpessoais. É interessante perceber que, logo que os primeiros aparelhos de rádio e televisão chegaram ao Brasil, a família e a vizinhança se reuniam para ouvir as radionovelas, os programas de auditório e os noticiários, diferentemente do que acontece com os atuais meios comunicação. Alguns comerciantes, como estratégia para atrair a clientela, mantinham o aparelho ligado em seus estabelecimentos. Além disso, o veículo era um importante aliado do sistema político vigente (CALABRE, 2002, p. 25).

Em 1936, a partir da compra da Rádio Philips, é fundada a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Desde o seu início, seus organizadores tinham a intenção de fazê-la a maior do país e, ao longo dos anos, essa pretensão se concretizou e a emissora tornou-se a mais influente, principalmente, durante a Era de Ouro do rádio.

Em sua programação, a Nacional do Rio de Janeiro contava com a participação de artistas exclusivos, possuía sua própria orquestra e tinha em sua grade de programação desde aulas de ginástica a radionovelas.

A referida emissora revolucionou o modo de fazer rádio no País. Foi pioneira nos concursos de Reis e Rainhas do rádio, que atraíam centenas de fãs aos estúdios e que contribuíram para o lançamento da *Revista do Rádio e Radiolândia*.

As radionovelas, que também começaram a ser reproduzidas na Nacional do Rio de Janeiro, tiveram grande relevância não só na história dos meios de comunicação, como também no cotidiano das pessoas. O primeiro radiodrama, *Em busca da Felicidade*, alcançou elevados índices de audiência, mesmo em seu horário matutino (CALABRE, 2002, p. 36).

Já no setor radiojornalístico, as notícias eram retiradas de jornais impressos e reproduzidas durante os noticiários radiofônicos. Somente alguns anos mais tarde, as emissoras iniciam a produção de seus próprios jornais.



Lançado em 28 de agosto de 1941 e locutado por Heron Domingues, surge o *Repórter Esso*, “a testemunha ocular da história”, “o primeiro a dar as últimas”, que despertou o interesse pela notícia por seu novo modo de fazer jornalismo no rádio, influenciando até mesmo os primeiros anos de televisão. Por fazer tanto sucesso, o principal quadro de noticiários radiofônicos foi, posteriormente, transmitido em outras emissoras e mostrava,

Pela primeira vez, um sistema de equipe (um chefe, quatro redatores e um colaborador do noticiário parlamentar), rotina e hierarquia peculiares a uma redação de jornalismo radiofônico. [...] Heron Domingues registra que, ‘em 1950, a Rádio Nacional, através de seu setor jornalístico, acompanhou os grandes órgãos da imprensa, em pé de igualdade, na cobertura do período pré e pós-eleitoral. Foi quando definitivamente se consolidou o conceito de reportagem radiofônica.’ (MOREIRA, 1991, p. 28)

Além de ter sido pioneira em diversos setores do rádio, a Nacional do Rio de Janeiro teve grande importância no período político em que ela surgiu. A emissora mantinha uma relação próxima com o presidente Getúlio Vargas e foi uma das responsáveis por sua popularização no período estado-novista.

Vargas e o Rádio

Após a chamada Revolução de 1930, Getúlio Vargas chefiava o governo provisório, mas somente em 17 de julho de 1934 assumia a presidência oficialmente, cargo que ocupou até 1954.

Depois de ter denunciado o plano Cohen, um suposto plano de comunistas para tomar o poder, e com a repercussão da Aliança Nacional Libertadora (ANL)⁴ e do Levante Comunista de 35, que, segundo Vargas, ameaçavam o governo vigente, em 10 de novembro de 1937 o então presidente iniciou o período de Estado Novo, quando centralizou o poder em suas mãos, colocou a ANL na clandestinidade, fechou o Congresso e pôs fim aos partidos políticos.

Durante seu governo, Vargas colocou como uma das prioridades a construção do Brasil como um país não somente agroexportador, mas também industrializado. Para que seu projeto se concretizasse, contou com a ajuda do capital estrangeiro e investiu no aumento do número de trabalhadores (FRANCES, 2004, p.306).

4. Liderado por Luís Carlos Prestes, o movimento era composto por esquerdistas, liberais, tenentes, anarquistas, entre outros grupos. A ANL tinha como seus principais ideais a suspensão da dívida externa, a reforma agrária, a nacionalização dos bancos e de várias empresas, o combate ao fascismo e a defesa das liberdades individuais. Os membros da Aliança Nacional Libertadora organizaram o Levante Comunista de 35 com o objetivo de tomar o poder do governo, porém, foram sufocados pelos militares, sendo chamado, pejorativamente, de Intentona Comunista.



Sendo chamado por alguns críticos de “pai dos pobres e mãe dos ricos”, outra ambição de Vargas era a de tornar-se popular entre todos os meios sociais e difundir o nacionalismo para o povo brasileiro. Além de criar leis trabalhistas e instituir o salário mínimo, que beneficiariam o grupo social subalterno, Vargas utilizou-se de métodos que, em sua maioria, eram influências do que acontecia na Europa no final da Segunda Guerra Mundial, onde os partidos totalitários serviram-se dos novos meios de comunicação para difundir suas ideias e popularizá-las da maneira mais positiva em propagandas, noticiários, e outros setores da imprensa.

Tomando por base a ideia de Estado-Nação, que visa, também, se utilizar de símbolos que fortaleçam os ideais nacionalistas, como o hino, a bandeira, a língua, entre outros elementos, os veículos de comunicação são instrumentos cruciais na unificação da identidade cultural de um povo.

O rádio era o meio de comunicação mais popular da época e alcançava dos menos aos mais escolarizados, assim, para legitimar seu poder e conseguir o apoio das classes predominantes, o veículo foi escolhido por Getúlio Vargas para que reproduzisse seus ideais nacionalistas e seus discursos, sendo também “uma das ferramentas utilizada pelo poder e para o poder” (MOREIRA, 1991, p.9).

Seguindo os parâmetros da propaganda nazista, Getúlio utilizou-se de diferentes técnicas para atingir a população através do rádio. Foram criados slogans, marchinhas e o que mais fosse necessário para que a população considerasse Vargas o líder de um estado nacionalista.

Nessa época, o Brasil já se desenvolvia industrialmente e possuía uma infraestrutura que permitia que as ondas de rádio alcançassem as áreas mais longínquas, assim, Vargas conseguiria, também, através de seu discurso simplificado, falar ao povo brasileiro sempre que possível. Então, em 1937, o programa *Hora do Brasil* passa a ser reproduzido de segunda a sexta, de 18h45 as 19h30, em todas as emissoras de rádio. No referido programa, o presidente falava ao povo brasileiro como se fosse aos ouvidos destes. Enaltecia o País e seu combate contra os “inimigos” que queriam transtornar o Estado. Em 23 de novembro de 1985, Getúlio deixa clara sua aversão aos comunistas na *Hora do Brasil*.

Brasileiros: (...) Forças do mal e do ódio campearam sobre a nacionalidade ensombreado o espírito amorável da nossa terra e da nossa gente. Os acontecimentos lutosos dos últimos dias de novembro permitiram, felizmente, reconhece-los antes que fosse demasiado tarde para reagirmos em defesa da ordem e do patrimônio moral da Nação. (...) alicerçado ao conceito materialista da vida, o comunismo constituiu o inimigo mais perigoso da civilização cristã. (...) O comunismo trata o homem como instrumento, como simples



fator de trabalho, escraviza-lhe o esforço, materializando-o (...). A dissimulação, a mentira, a felonía constituem as suas armas (...). Os fatos não nos permitem duvidar dos perigos que nos ameaçam (...). A punição dos culpados pelos acontecimentos de novembro impõem-se (...).”(VARGAS apud PEROSA, 1995, p. 38).

Tendo como abertura a ópera *O Guarani*, do maestro Carlos Gomes e, como apresentador, Luís Jatobá, o programa foi um dos grandes aliados de Getúlio na consolidação de seu governo. Os últimos 30 minutos eram destinados à reprodução de músicas nacionais e, se

Dependesse exclusivamente do DIP, a programação musical do rádio brasileiro na primeira metade da década de 1940 teria sido uma sucessão de músicas recreativas, folclóricas, de caráter cívico, educação rítmica e canto orfeônico.(SAROLDI, 1998, p.33).

A composição de Lamartine Babo para nobilitar o governo foi uma das marchinhas que mais fez sucesso entre as propagandas do governo Vargas.

Só mesmo com revolução/
Graças ao rádio e o parabelo/
Nós vamos ter transformação/
Neste Brasil verde e amarelo.
(G-E-GE (Seu Getúlio), marcha de Lamartine Babo, 1931).

O programa acompanhou grande parte do Governo varguista e foi crucial na disseminação de seu discurso. A *Hora do Brasil* é o programa de rádio mais antigo, sendo reproduzido até hoje, porém, em 1971 ganhou o nome *Voz do Brasil*. Não é mais destinado apenas aos feitos do poder Executivo, mas há também um espaço destinado aos poderes Legislativo e Judiciário, indo ao ar em quase todas as emissoras abertas, às 19h.

Com o objetivo de controlar com mais afinco os veículos de comunicação para que esses não deturpassem a boa imagem que Vargas queria construir de si mesmo e de seu governo, em 1931 é criado o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), que em 1934 tornou-se Departamento Nacional de Propaganda (DNP) e, em 1939, passou a ser chamado Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).

O Decreto n.º 5.077 de 29 de dezembro de 1939, que aprova o regimento de Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), estabelece que o DIP “é diretamente subordinado ao Presidente da República e tem a seu cargo a elucidação da opinião nacional sobre as diretrizes doutrinárias do regime, em defesa da cultura, da unidade espiritual e da civilização brasileira, cabendo-lhe a direção de todas as medidas especificadas neste regimento. (RIBEIRO, Andréa; BRITO, Fabiano e SILVA, Eliane Costa da, 2001, p. 10)



O DIP estava sob a direção de Lourival Fontes e monitorava todos os meios de comunicação na propaganda pró-vargas. O órgão era dividido em alguns setores que controlavam a imprensa escrita, a radiodifusão, o cinema, o teatro e até mesmo o que era dito para as crianças nas escolas a respeito de Getúlio. Além disso, por meio do DIP “criou-se uma política de valorização e elaboração de estratégias para o setor cultural que extrapolavam os níveis puramente políticos” (CALABRE, 2002, p.20).

Em todos os canais de comunicação havia, pelo menos, um fiscal de plantão que censurava tudo que fosse de encontro à proposta do Estado Novo, chegando a ser responsável por aproximadamente 60% da informação propagada na época. Os veículos que não aceitassem a dominação imposta pelo DIP eram facilmente retirados do ar ou, no caso das redações, proibidos de publicarem seus jornais e até mesmo fechados. Já os meios de comunicação que se submetiam à imposição, reproduziam o discurso varguista e toda a propaganda ideológica de seu governo, muitas vezes, em troca de suporte financeiro. O órgão também fez acordos com emissoras de rádio e TV de outros países, como Argentina, Alemanha e Estados Unidos a fim de espalhar a propaganda de Vargas em diversos lugares do mundo.

A implantação dos cinejornais, que eram pequenos documentários exibidos antes das sessões de cinema, também foi essencial na disseminação da ideologia do governo.

A Rádio Nacional do Rio de Janeiro e o Estado Novo

O Brasil era um dos poucos países que ainda não possuía uma emissora que fosse de alcance nacional e que estivesse ao lado do governo vigente. Para Vargas, isso poderia ser prejudicial na construção de um governo popular, já que ele utilizava o rádio para propagar seus ideais e era necessário que todos os brasileiros ou até mesmo pessoas de outros países escutassem o seu discurso nacionalista. Então, diante do fato da Rádio Nacional estar se destacando em meio as outras e ter sido pioneira em diversos setores do meio radiofônico, Getúlio passa a oferecer apoio financeiro à emissora, tornando-a a mais avançada tanto em tecnologia quanto em seus moldes radiofônicos. Em 1940, a Nacional do Rio de Janeiro, que pertencia ao grupo *A Noite*, foi estatizada por Getúlio Vargas, mas continuou tendo financiamento privado e reproduzindo as propagandas de seus anunciantes.

Em 1942, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro já alcançava todo o território nacional e, em pouco tempo, revolucionou a forma de fazer rádio no País, pois possuía um modelo de programação original que atraía os ouvintes e era copiado pelas outras emissoras.



O rádio fazia parte do cotidiano das pessoas, elas o escutavam em suas casas, nas ruas e, em alguns casos, em seus locais de trabalho. Assim, exaltar o nacionalismo através de músicas, discursos e propagandas era fundamental para que os ideais varguistas fossem reforçados constantemente e se criasse uma sociedade homogênea e nacionalista. O rádio atuava como um verdadeiro instrumento aliado à política.

À Nacional estava reservado outro papel. A emissora continuaria disputando audiência e anunciantes no mercado publicitário mas com novo objetivo: o de integrar os brasileiros com o seu país, tornando-se uma emissora nacional de fato, não apenas no nome. (SAROLDI, 2004)

Gilberto Andrade, diretor da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, sempre procurava exaltar o País e os discursos varguistas na programação diária. As notícias eram sempre selecionadas de modo que enaltecessem o presidente e deturpassem seus adversários, além disso, marchinhas pró-vargas e canções que deveriam ser de cunho nacional, como a dos cantores Lamartine Babo, Dick Farney e Orlando Silva embalavam a Era de Ouro do Rádio e o período estado-novista.

“[...] ele [Vargas] a incorporou [a Rádio Nacional do Rio de Janeiro] ao governo. Colocou, na direção, Gilberto de Andrade e disse a ele: “o governo não quer dinheiro da Rádio Nacional. Ele quer o poder da Rádio, quer força, quer que a rádio seja o porta-voz da cultura brasileira”. Então, Gilberto reuniu os diretores da Nacional e disse assim: “olha, a partir de agora, vocês podem gastar dinheiro à vontade. Arranjem os anunciantes e tudo o que der de lucro é para ser reinvestido na própria rádio”. Então, a rádio começou a contratar tudo que existia de melhor, a comprar equipamentos mais modernos e se transformou, de imediato, na maior emissora da América Latina porque veio justamente para se produzir rádio e não para dar lucro ao governo.” (Depoimento de Roberto Salvador in HISTÓRIA DA RÁDIO NACIONAL, 2011)

A Nacional do Rio de Janeiro foi essencial no processo de legitimação do Governo Vargas e se manteve influente e poderosa durante todo o período varguista, acompanhando o presidente até a sua morte, em 24 de agosto 1954, quando o *Repórter Esso* anunciou o suicídio de Getúlio e onde foi lida a suposta carta feita pelo presidente antes de morrer.

Porém, com o final da Era Vargas, a Rádio Nacional começava a perder sua força. Já na década de 60, a rádio não era um instrumento tão poderoso, pois a chegada da televisão começava a modificar o espaço comunicacional e já podia mostrar aquilo que, no rádio, era limitado.



Considerações Finais

Embora o rádio tenha perdido um pouco de sua legitimidade quando os primeiros aparelhos de televisão começaram a chegar ao Brasil, é notável o quanto ele foi fundamental para que a informação fosse levada aos lugares mais distantes e às pessoas menos escolarizadas. Diferentemente da televisão e dos outros meios de comunicação que surgiram posteriormente, o rádio também foi essencial na propaganda de um governo que desejava difundir sua imagem para a população da maneira mais fácil, rápida e de longo alcance.

A emissora Rádio Nacional do Rio de Janeiro foi a mais importante nesse processo, não só porque foi incorporada ao Governo Federal, mas porque foi a que mais se destacou durante a Era de Ouro do Rádio, já que desenvolveu diversos métodos de se fazer comunicação que foram adaptados não só por suas concorrentes, mas também pelos demais veículos de comunicação. Os discursos de Getúlio Vargas, como os que foram feitos no dia de sua posse em 1934, no dia da instituição do Estado Novo em 1937, e outros ao longo de sua vida política sempre foram reproduzidos pelo rádio, dando a Getúlio a imagem de um amigo que, sempre que podia, falava ao povo brasileiro por meio do veículo.

Para a geração atual pode ser difícil visualizar o quanto a emissora foi poderosa e influente no período estado-novista, pois os novos meios de comunicação diminuíram a posição do rádio como veículo de comunicação mais importante e, de certa forma, mais próximo da população.

O governo Vargas dependeu fortemente desse instrumento para ganhar respaldo diante dos brasileiros. A relação entre Getúlio Dorneles Vargas e o rádio envolve também as relações interpessoais, as relações entre a política e a comunicação e, principalmente, entre a política e o povo.

Referências Bibliográficas

CALABRE, Lia. A Era do rádio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002. 59p.

FRANCES, Daniel. História do Brasil. Fortaleza: Premium Editora, 2004. 451p.



GIDDENS, Anthony. *As Consequências da Modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991. 156p.

MOREIRA, Sonia Virgínia. *O Rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991. 80p.

NOBRE, Daniel Praciano Nobre. *A Influência do Populismo no Rádio Brasileiro Durante o Estado Novo – O Caso da Rádio Nacional*. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2003. Monografia, Comunicação Social – Jornalismo.

PEROSA, Lilian Maria F. 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. 201p.

RIBEIRO, Andréa; BRITO, Fabiano; SILVA, Eliane Costa da. *O ESTADO NOVO, O RÁDIO E SEUS ÓRGÃOS REGULADORES*. In: Congresso Brasileiro da Comunicação, 2001. Campo Grande: Intercom, 2001.

SAROLDI, L.C.. *Vargas e o rádio como espetáculo*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2004. Porto Alegre: Intercom, 2004.

SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, Sonia Virgínia. *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Martins Fontes/Funarte, 1998. 224p.

VIEIRA, Erika. *A importância do rádio no Estado Novo*. In: GT de História da Mídia Sonora, integrante do VIII Encontro Nacional de História da Mídia, 2010, Viçosa.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. *A NOTÍCIA NO RÁDIO PIONEIRO E NA 'ÉPOCA DE OURO' DA RADIOFONIA BRASILEIRA*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2003. Belo Horizonte: Intercom, 2003.

Rádio Roquette Pinto. Disponível em: <www.fm94.rj.gov.br/view/historico.php>. Acesso em 24 nov. 2011.

Getúlio Vargas, o Robespierre brasileiro. Fernando Henrique, como Luís XVI. Disponível em: <www.culturabrasil.org/vargas.htm>. Acesso em 30 nov. 2011.

E ele voltou...o segundo governo Vargas - Getúlio Vargas e a imprensa: uma relação conflituosa, Alzira Alves de Abreu. Disponível em: <www.cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas2/artigos/EleVoltou/RelacaoImprensa>. Acesso em 30 nov. 2011.



O Rádio no Brasil: dos anos 20 aos anos 80. Disponível em:
<www.locutor.info/Radio_no_Brasil_dos_anos_20_aos_80.doc>. Acesso em 24 nov. 2011.

A História da Rádio Nacional. Disponível em: <www.HYPERLINK "http://www.hyperlink
%20/"memoriadoradio.com>. Acesso em 10 nov. 2011.

História da Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Disponível em:
<www.locutor.info/Biblioteca/Historia_da_Radio_Nacional.doc>. Acesso em 24 nov. 2011.

Vídeo “O Rádio na Era Vargas”. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=3trBqv887I0>.
Acesso em 05 dez. 2011.

Áudio “Noticiário sobre a morte de Getúlio Vargas”. Disponível em:
<www.locutor.info/audioHistoria.htmlHYPERLINK
"http://www.locutor.info/audioHistoria.html%20" >. Acesso em 05 dez. 2011.