

O rádio de ontem (décadas de 1930 a 1940) e de 2013¹

Izani Mustafá²

Doutoranda em Comunicação na PUC/RS e investigadora na Universidade de Coimbra (PT) com a bolsa da Capes³

José Antonio Baço⁴

Jornalista e publicitário e mestre em Cultura e Comunicação (UCP)

RESUMO

Nos seus primeiros anos de popularização, o rádio esteve muito associado aos sistemas totalitários, que o usaram na tentativa de manipular as massas. No caso do Brasil, Getúlio Vargas (1930-1945) tirou proveito do potencial de comunicação do rádio, uma vez que esse meio permitia falar ao povo de forma íntima, amigável e paternal. Também em Portugal, por meio da Emissora Nacional, o governo ditatorial utilizou o rádio para propagandear as suas ações políticas, econômicas, culturais e sociais. Hoje, passado quase um século desde esse período, a lógica do coronelismo (devidamente camuflado e adaptado aos novos tempos) prevalece nas rádios do interior, onde existe o fenômeno conhecido como os “bocas-alugadas”, radialistas que estão ao serviço dos poderosos e que têm programas sustentados pela publicidade de órgãos públicos. É o caso de Joinville (situada na região Norte de Santa Catarina/Brasil), onde uma geração de antigos comunicadores ainda trabalha para formar um determinado tipo de opinião, quase sempre com vínculo aos partidos do poder.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; Getúlio Vargas; Programas; Poder; Radiojornalismo; Radiojornalistas.

1 Trabalho apresentado no GT Rádio e Meios Sonoros do 8º Congresso SOPCOM 2013, cujo tema é Comunicação Global, Cultura e Tecnologia. Realizado pela Escola Superior de Comunicação Social, em Lisboa (PT).

2 Jornalista (UFSM), mestre em História do Tempo Presente (UDESC) e doutoranda em Comunicação (PUC/RS). Desde março de 2013 está em estágio de doutoramento na Universidade de Coimbra (UC) com o objetivo de pesquisar sobre o Estado Novo, o período da Ditadura em Portugal e o uso político do rádio no período de 1930 a 1945.

3 Processo: BEX 18589/12-0.

4 Jornalista e publicitário. Pós-graduado em Comunicação e Publicidade (INP), especialista em Pensamento Contemporâneo (PUC-PR) e mestre em Cultura e Comunicação (UCP).

O uso político do rádio nas décadas de 1930 e 1940

Quando surgiu, na década de 1920, o rádio tornou-se o veículo de comunicação que tinha a capacidade de transmitir a voz humana e sons e ser ouvido por milhões de pessoas. Na década de 1930, o rádio estava em plena expansão, tanto na Europa como nos demais continentes. No início, este veículo de comunicação foi organizado por sociedades de amigos. No entanto, destacou-se nas décadas de 1930 e 1940 e foi percebido por alguns governos como um meio para exaltar as suas ideologias, as suas realizações governamentais e usado para as “estratégias de propaganda dos diversos regimes totalitários e autoritários que surgiram na Europa”.

Ao contrário dos veículos mais populares na época, como o jornal e o cinema, a “capacidade (do rádio) de falar simultaneamente a incontáveis milhões, cada um deles sentindo-se abordado como indivíduo, transformava-o numa ferramenta inconcebivelmente poderosa de informação de massa”⁵, inclusive, e principalmente, para uso na propaganda política. Tanto é que na 2ª Guerra Mundial e com a “demanda de notícias, o rádio alcançou a maioria como instrumento político e meio de informação”⁶. Os ouvintes acompanhavam os conflitos da guerra pelo rádio, sintonizando muitas vezes emissoras de outros países que transmitiam em Ondas Curtas. Durante o conflito, os imigrantes alemães, que viviam no Brasil, por exemplo, acompanharam a trajetória de ocupações da Alemanha pelos países europeus.

Mas, seu uso não se limitou aos regimes ditatoriais. Os governantes perceberam o seu poder e logo alguns começaram a utilizá-lo para a propaganda política e também para publicizar as suas realizações. Ribeiro destaca que “a primeira emissão radiofônica oficial do continente europeu teve lugar na União Soviética, a 17 de setembro de 1922, antecipando-se dois meses à da Grã-Bretanha e três meses à da França”⁷. Lenin serviu-se do rádio, que estava em fase experimental, depois da revolução, em 7 de novembro de 1917. Usando este veículo, o governante se dirigiu ao povo russo. Ele também incentivou o desenvolvimento deste meio

5 RIBEIRO, Nelson. **A Emissora Nacional nos primeiros anos do Estado Novo**. Lisboa: Quimera Editores, 2005.p. 47

6 HOBBSAWM, Eric. **Era dos Extremos: O breve século XX – 1914-1991**. Tradução: Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. pp.194-195

7 Idem. p. 195

8 Op. Cit. RIBEIRO, Nelson. p. 47

e assim criou um laboratório de radiodifusão para as primeiras irradiações experimentais. Foi em 1922, quando a revolução completava cinco anos, que aconteceu a primeira transmissão radiofônica, a partir da Praça Vermelha, de Moscou. A audição foi ouvida pela União Soviética e também no exterior. Ribeiro explica que este marco das “emissões para fora do território soviético, em russo e noutras línguas, não mais pararam⁹” e passaram a ser “um dos braços mais visíveis da propaganda do regime de Lenine e posteriormente de Estaline¹⁰”. Sete anos depois, em 1929, as transmissões soviéticas para o exterior ficaram regulares e alcançavam países como a Polônia, Romênia e Japão. É importante salientar que os líderes da União Soviética Lénin e Joseph Stalin foram “radialistas ativos, e os programas soviéticos eram maçantes, repletos de estatísticas dúbias e apelos às atividades partidárias. A imprensa era rigorosamente controlada¹¹”.

O presidente dos Estados Unidos, Franklin Roosevelt, compreendeu a força do rádio e começou a gravar, em 1933, boletins para o programa “Conversas ao Pé da Lareira”, que durou até 1944. Nestes momentos, usava o microfone para que os ouvintes sentissem a presença dele, junto com eles, em seus lares. Ele desejava “estabelecer uma relação de maior proximidade com os cidadãos¹²”. E o alcance foi positivo porque numa das transmissões, em um feriado, chegou a 64% dos aparelhos norte-americanos ligados. Para Roosevelt, o rádio realizava uma comunicação democrática. No Reino Unido, também Jorge V usou o rádio, em dezembro de 1932, para fazer uma transmissão de uma mensagem de Natal da família real.

Na Itália, o presidente Benito Mussolini, que era jornalista, utilizou o rádio em benefício de seu governo. Mas o exemplo mais emblemático de uso do rádio foi Adolf Hitler e seu ministro da Propaganda Joseph Goebbels, responsável por disseminar a propaganda nazista. “Na primeira transmissão radiofônica nazista, em 1933, Goebbels, que estava empenhado em destruir a autonomia da imprensa, afirmou com convicção que o rádio seria para o século XX o que a imprensa fora para o XIX¹³”. Quando os grandes comícios eram realizados em praças públicas, “o microfone seria usado como megafone¹⁴”.

Ribeiro salienta que foi no regime autoritário

9 Idem. p. 47

10 Idem. p. 47

11 BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. p. 222

12 Idem. p. 47

13 Op. Cit. BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. p. 222

14 Idem p. 222

de Hitler que as técnicas propagandistas por meio do rádio foram mais bem utilizadas no Ministério da Propaganda de Goebbels. Tanto que “membros dos governos de Franco e de Mussolini deslocaram-se a Berlim para conhecer o ministério de Goebbels¹⁵”, assim como alguns funcionários do Secretariado da Propaganda Nacional (SPN) de Portugal, cujo organismo era dirigido por António Ferro e tinha sido fundado em 1933, ligado e dependente da presidência do Conselho que tinha a sua frente António de Oliveira Salazar. De acordo com Ribeiro, Hitler costumava definir a propaganda como “a arte essencial de conduzir politicamente as grandes massas¹⁶”.

Hitler preferia usar o rádio à imprensa escrita para divulgar as mensagens nazistas porque buscava ter o apoio das massas e não apenas da elite que preferia ler notícias publicadas nos jornais. O objetivo ao usar o meio radiofônico era simplificar ao máximo as ideias que poderiam parecer complexas e de difícil entendimento. Assim, aprimorando às mensagens que tinham teor intelectual mais elevado, chegariam ao povo alemão mais facilmente. O desejo de conquistar os alemães fez com que o governo de Hitler incentivasse a fabricação de receptores mais baratos e a instalação de alto-falantes em lugares públicos. O ditador ainda estimulava os possuidores de aparelhos de rádio para que, na hora das transmissões, abrissem as janelas e portas de suas casas e os transeuntes e vizinhos também pudessem ouvir as palavras do chefe da nação.

Outro mecanismo utilizado por Hitler e seu ministro Goebbels para cativar a população a ouvir rádio foi fazer com que as emissoras irradiassem primeiramente música clássica e depois a erudita, assim, a propaganda ficaria diluída na programação, ainda misturada com programas de entretenimento. Segundo Ribeiro, o governo alemão soube aproveitar muito bem o rádio já no primeiro ano no poder e chegou a fazer “50 discursos aos microfones da emissora alemã, que era constituída por duas redes nacionais e diversas estações locais¹⁷”. E a abrangência deste meio de comunicação era relativamente alta porque em 1939 a Alemanha ocupava o quarto lugar entre os países com o maior número de receptores per capita. “Em 1939, existiam 13.700 000 receptores que passaram para 16 milhões em 1942, chegando assim a 70% da população e a 80% no caso das zonas urbanas”. Neste período da ditadura alemã, complementa Ribeiro, o rádio se transformou “num centro nevrálgico de difusão ideológica, com o recurso bastante acentuado à repetição de slogans de cariz

15 Idem. p. 53

16 Idem. p. 53. Conforme Serge Tchakhotine, Op. Cit. p. 177.

17 Idem. p. 54

nacionalista e anti-semitista¹⁸”. E eram essas mensagens que chegavam ao exterior, principalmente depois de 1933, quando Hitler está no poder. E no período da 2ª Guerra Mundial, o rádio alemão se caracteriza por utilizar uma linguagem em tom ameaçador e assim, tanto Hitler como Goebbels, acreditavam que a informação era também uma integrante da guerra, mesmo que ela não fosse verdadeira. O mais importante é que a mentira, quando contada pelo rádio, não fosse desmascarada. O objetivo era fazer a guerra e não dar a informação, influenciando os aliados e por exemplo, conquistando militares para se alistarem.

De acordo com Hobsbawm, o rádio alcançou “sua maioridade como instrumento político e meio de notícias¹⁹” durante a 2ª Guerra Mundial. Nesse período, tanto na Europa como nos demais países, entre eles o Brasil, o número de aparelhos de rádio cresceu e, por tradição, este veículo ficou sob o controle dos governos que o consideravam um poderoso meio para influenciar as pessoas.

O rádio, observa Haussen, a partir de sua consolidação foi utilizado de diferentes formas, com diversas finalidades, em “guerras de independência e resistência; por partidos políticos e sindicatos; por movimentos sociais, religiosos e ecológicos²⁰”. Tem assim, portanto, um “papel político²¹” inegável.

O rádio nos governos ditatoriais em Portugal e no Brasil

A história de Portugal no século 20 é “marcada, temporal e politicamente, pela implantação e pela permanência do Estado Novo, um Estado antiliberal, antidemocrático, conservador, corporativista, intervencionista, autoritário²²”, afirma Paulo. Segundo a autora, o Estado Novo²³ instalado no país tinha uma preocupação com a opinião pública, uma marca de

“todos os regimes pós-liberais dos anos 30²⁴”. Tanto é que na elaboração da Constituição de 1933, a opinião pública recebe um tratamento especial e o artigo 20, diz que “toda a liberdade de expressão, que não é formalmente proibida, é controlada com o objectivo de impedir preventiva ou repressivamente a perversão da opinião pública na sua função social e salvaguardar a integridade moral dos cidadãos²⁵”. Paulo acrescenta que cabe ao Estado defender o povo e cria, pelo decreto lei nº 23.054 (25.09.1933), o SPN, “cuja função é a de integrar os portugueses no pensamento moral que deve dirigir a Nação, ou ainda, mais directamente, de divulgar o espírito de unidade que preside à obra realizada e a realizar-se pelo Estado Novo²⁶”. O SPN era assim uma “espécie de força auxiliar das Comissões de Censura²⁷”, com poderes especiais porque os funcionários do órgão tinham entrada livre em espetáculos e reuniões públicas. A lei também garantia que o Secretariado controlasse a imprensa e usasse o rádio de forma ampliada, principalmente a partir de 4 de agosto de 1935, com o início das transmissões da Emissora Nacional.

O governo de António Oliveira Salazar investiu recursos financeiros a fim de usar o rádio para afirmar o país. “O regime português distanciava-se dessa forma de fascismo italiano, do nazismo alemão e do estalinismo soviético²⁸”. Alguns intelectuais que estiveram na direção da Emissora Nacional, entre eles Henrique Galvão e António Ferro, eram favoráveis e defendiam a “transmissão de valores ideológicos através do ensino, dos meios de comunicação em geral e da rádio em particular, pelo facto de esta possuir características de universalidade que nenhum outro media possuía²⁹”.

Oliveira Salazar criou o SPN com a finalidade de divulgar os ideais do regime e para integrar os cidadãos portugueses “no espírito nacionalista e corporativista por ele preconizado³⁰”. O primeiro diretor do órgão foi o jornalista António Ferro que concordava com ideias modernas e compartilhava dos mesmos ideais do regime autoritário e ditatorial.

Além de Portugal, também no Brasil a propaganda política se fortaleceu principalmente a partir da segunda metade de 1930, afirma Paulo. O presidente Getúlio Vargas (1930-1945) valorizou o rádio porque sabia de sua importância estratégica para fins políticos. De acordo com Haussen, em 1º de maio de 1937, o presidente

18 Op. Cit. RIBEIRO, Nelson. p. 54

19 Op. Cit. HOBSBAWM, Eric p.195

20 HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política – tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997. p. 7

21 Idem. p. 7

22 PAULO, Heloisa. **Estado Novo e Propaganda em Portugal e no Brasil. O SPN/SNI e o DIP**. Coimbra: Livraria Minerva, 1994. p. 27

23 Período compreendido entre a entrada em vigor, a 9 de Abril de 1933, da nova Constituição, fruto do processo político iniciado pela Ditadura Militar saída do movimento militar de 28 de Maio de 1926, e o outro golpe militar que, a 25 de Abril de 1974, derruba o regime vigente e põe termo ao longo ciclo autoritário e antiliberal em Portugal, de acordo com o **Dicionário de História do Estado Novo**.

24 Op. Cit. PAULO, Heloisa. p. 73

25 Idem. p. 73

26 Idem. p. 73

27 Idem. p. 75

28 Op. Cit. RIBEIRO, Nelson p. 51

29 Idem. p. 55

30 Idem. p. 56

enviou uma mensagem ao Congresso anunciando a decisão de aumentar o número de “emissoras para 42, em todo o país³¹”. Em 30 de setembro de 1937, Vargas aproveita o rádio e usa o programa “Hora do Brasil” para denunciar um “inexistente Plano Cohen, pretensamente preparado pelos comunistas para tomar o poder³²”. E foi pelo rádio que Vargas comunicou à nação, em 10 de novembro de 1937, que a partir daquela data estava instalado no país o Estado Novo e a nova Constituição, que ficou conhecida como Polaca, por ser parecida com a Constituição autoritária da Polônia. O pretexto para o golpe foi a ação dos comunistas, tendo sido forjados contra eles documentos provando seu envolvimento com a tentativa de tomada do poder³³”.

Mas, dois anos antes, em 1935, Vargas tinha a seu dispor um programa de rádio, batizado de “Hora do Brasil”, criado em 22 de julho pelo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, especialmente para divulgar e dar visibilidade às realizações de seu governo. O órgão tinha poderes ampliados, era responsável pela programação radiofônica e coloca em cada emissora um censor para proibir que determinadas informações chegassem à nação. Entre elas, cita Ferraretto, estão as reivindicações trabalhistas, notícias sobre presos políticos, mobilizações, passeatas e organizações estudantis e, principalmente, as críticas ao governo.

O primeiro “Hora do Brasil” foi irradiado da Rádio Guanabara, do Rio de Janeiro, com uma vinheta de abertura que continha a ópera “O Guarani”, de Carlos Gomes, com apresentação do locutor Luiz Jatobá. De acordo com Haussen, em

1937, a Hora do Brasil adquiriu um caráter compulsório, devendo ser obrigatoriamente transmitida em rede nacional de rádio, todos os dias úteis, das 18h45min às 19h30min, em ondas médias e curtas, e das 19h30min às 19h45min, somente em ondas curtas. Era o horário nobre do rádio à época³⁴.

O programa obrigatório, explica Ferraretto, inicialmente divulgava informações, pronunciamentos e música popular. Mas, nos dois anos seguintes, acrescenta, o país entra num clima de perseguição política e tem eleições marcadas para janeiro de 1938.

Em 1935, depois de sufocar a Intentona Comunista, o governo havia posto na ilegalidade a principal força de

oposição, a Aliança Nacional Libertadora, de esquerda. Acenando com o perigo vermelho, embora o principal líder do PCB, Luís Carlos Prestes estivesse preso desde o ano anterior³⁵.

A fim de fortalecer a relação de Vargas com o rádio, em 1939 foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), responsável pelas áreas de radiodifusão, cinema e teatro. Com a criação deste órgão, o presidente deixa claro que pretende usar o rádio para fins políticos. Com este departamento estruturado, o rádio passou a ter um controle de censura e algumas emissoras foram encampadas. Havia uma fiscalização sobre tudo o que era irradiado. Uma das atribuições do departamento, por exemplo, era, por meio da radiodifusão, divulgar as atividades do Brasil sobre diversos temas de conhecimento.

Vargas sempre procurou estar de bem com a imprensa e reconhecia que os meios de comunicação poderiam ser usados a seu favor durante o Estado Novo. Foi por meio dos jornais e do rádio que ele fez pronunciamentos e divulgou praticamente todas as ações e medidas políticas, econômicas e sociais. No entanto, mesmo com a queda do governo Vargas, em 1945, o programa “Hora do Brasil” foi mantido no ar por Eurico Gaspar Dutra. Em 6 de setembro de 1946, ele passa a se chamar “Voz do Brasil” e está no ar até hoje.

O rádio e o radiojornalismo no século 21 no Brasil

O jornalismo sempre esteve ligado ao rádio. Mas para um português comum, habituado aos padrões da TSF ou da Antena, por exemplo, o contato com o radiojornalismo realizado no interior do Brasil pode ser uma experiência *non sense*. Porque o rádio, além de ser um negócio financeiro próspero para uma certa elite, ainda cumpre a função, descrita por Michel Foucault, de que “cada sociedade tem o seu regime de verdade, a sua ‘política geral’ de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros³⁶”.

Mas para compreender melhor a situação é preciso fazer alguns alertas. Por suas dimensões territoriais, o país trabalha com quatro níveis de média (local, regional, estadual e nacional). Em Portugal, por exemplo, teríamos apenas dois desses níveis, a imprensa regional e nacional. E para ajustar ainda mais o foco, vamos analisar o radiojornalismo de Joinville, a maior cidade do Estado de Santa Catarina, com mais de 500 mil habitantes, onde além dos sistemas de emissão por Frequência Modulada - FM ainda operam emissoras em AM.

35 Op. Cit. FERRARETTO, Luiz Artur. p. 108

36 FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Roberto Machado (organizador). Rio de Janeiro: Graal, 1985. p. 12.

31 Op. Cit. HAUSSEN, Doris Fagundes. p. 23

32 FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o Veículo, a História e a Técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001. Idem. p. 108

33 Idem. pp. 23-24

34 Idem. p. 24

Joinville é uma sociedade colonizada por europeus, a maioria germânicos, que ainda hoje formam a maior comunidade luterana da América Latina. Com esse código genético, desde a sua fundação, no final do século 19, a cidade manteve viva a ética puritana do recato e da poupança. Mas mais do que isso formou-se uma elite que determinou o ritmo da vida na cidade ao longo das décadas. Os grandes empreendimentos têm apelido estrangeiro. É um padrão muito parecido com o descrito por Max Weber.

Por outro lado, impõe-se o fato de os protestantes, tanto como classe dirigente quando como classe dirigida, seja como maioria, seja como minoria, terem demonstrando tendência específica para o racionalismo econômico, que não pode ser observada entre os católicos em qualquer dessas situações³⁷.

Não surpreende, portanto, que a primeira rádio de Joinville, chamada Difusora, fosse criada por um descendente de alemães, Wolfgang Brosig, tendo sua família ligada ao jornal *Kolonie Zeitung*, escrito em alemão.³⁸ O fato é que o Brasil nunca passou por longos períodos de democracia no século 20 e as concessões foram sempre uma moeda política de compadrio ou troca política.

O problema é que, nos dias de hoje, apenas ter uma concessão não garante que o negócio seja lucrativo. Então, no que se relaciona ao radiojornalismo, a maioria prescinde de estruturas próprias sublocando os horários nobres do jornalismo. Quem vai arranjar os patrocinadores é o locador do horário. É um negócio que pode trazer muito dinheiro.

A emissora fica praticamente arredada dos projetos editoriais (se assim os podemos chamar), tendo por vezes que responder pelos métodos dos seus “radiojornalistas”, que não raramente ultrapassam os limites do plano deontológico. Mesmo assim contando com a complacência do sistema, que não é muito rigoroso. Mas o que vale são os interesses econômicos dos indivíduos e ideológicos de uma sociedade onde as elites tendem para o conservadorismo. A informação torna-se uma mercadoria.

A informação se transformou, acima de tudo, numa mercadoria. Não possui nenhum valor intrínseco associado, por exemplo, à verdade ou ao seu interesse cívico. Como mercadoria está, em grande medida, sujeita às leis do mercado, da oferta e da procura, que se sobrepõem a outras regras, nomeadamente cívicas e

éticas, que deveriam, no entanto, ser as suas³⁹.

Mesmo sem terem formação na área, a maioria desses compradores de espaço se autointitula jornalista, mas sem fazer jornalismo. Há um fenômeno conhecido no Brasil por “Gillete Press”. O nome é autoexplicativo e é assim que as coisas funcionam. Esses radiojornalistas leem o material dos meios impressos e depois fazem os seus comentários (mas sem terem tido qualquer contato direto com os fatos em si). O problema é que os comentários são sempre parciais e a favor de quem os paga.

Mas o fenômeno do radiojornalismo joinvilense – e também de outras cidades – é que os “radiojornalistas” adquirem fama e então concorrem a cargos políticos onde os salários são sempre muito generosos. Não bastasse estarem eleitos, esses radiojornalistas – agora convertidos em políticos – têm à disposição um número expressivo de assessores que passam o período entre eleições a trabalhar para a reeleição dos seus chefes.

No ano passado a presidente Dilma Rousseff decidiu tomar medidas referentes a novas concessões de rádio. Mas parece que esse nível de radiojornalismo ainda tem muito para prosperar.

37 WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Ed. Livraria Pioneira, 1985.

38 Arquivos do jornal **A Notícia**, de 1938.

39 RAMONET, Ignacio. **A Tirania da Comunicação**. Tradução de Jorge Sarabando, col. «Campo dos Media». Porto: Campo das Letras, 1999. p. 59.

Referências bibliográficas

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o Veículo, a História e a Técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Roberto Machado (organizador). Rio de Janeiro: Graal, 1985.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e Política – tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

HOBSBAWM, Eric. **A era dos extremos - O Breve Século XX - 1914 – 1991**. Tradução: Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

PAULO, Heloisa. **Estado Novo e Propaganda em Portugal e no Brasil. O SPN/SNI e o DIP**. Coimbra: Livraria Minerva, 1994.

RAMONET, Ignacio. **A Tirania da Comunicação**. Tradução de Jorge Sarabando, col. «Campo dos Media». Porto: Campo das Letras, 1999.

RIBEIRO, Nelson. **A Emissora Nacional nos primeiros anos do Estado Novo**. Lisboa: Quimera Editores, 2005.

ROSAS, Fernando. **O Estado Novo nos anos trinta (1928-1938)**. Lisboa: Editorial Estampa, 1986.

ROSAS, Fernando; BRITO, J. M. Brandão de. **Dicionário de História do Estado Novo**. Volume I e II. Venda Nova: Bertrand Editora, 1996.

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Ed. Livraria Pioneira, 1985.

Fonte

Arquivos do jornal A Notícia, de 1938.