

Resistência e popularidade na campanha presidencial de 1950: o retorno de Getúlio Vargas à Presidência da República

Carla Montuori Fernandes

Doutora e Pós-doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Mestre em Comunicação e Cultura das Mídias pela Universidade Paulista. É docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP) e docente do Centro Universitário Assunção (UNIFAI).

Genira Correia Chagas

Doutora em Ciências Sociais, área de concentração em Política e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUCSP. Atua como jornalista na UNESP. É membro do NEAMP e do Grupo de Estudos em Mídia. Participa do Projeto Temático da Fapesp sobre lideranças Políticas, da PUC-SP.

Lucia Dias

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP). É bolsista CAPES.

Resumo

A campanha presidencial de 1950 foi dividida entre resistência e apoio ao candidato Getúlio Vargas. De um lado, os órgãos de imprensa de maior penetração no país eram contrários à reeleição, em razão da política de censura durante o Estado Novo (1937-1945). De outro, Getúlio contava com o apoio popular e de aliados políticos, além de artistas e profissionais do rádio. A Revista do Rádio, lançada em 1948, considerado o mais importante veículo impresso do meio, veiculou, durante a campanha política, reportagens com as preferências partidárias de artistas e radialistas. Dessa maneira, esse artigo tem por objetivo analisar, a partir de resgate documental da Revista do Rádio, as reportagens que registraram o envolvimento dos artistas na campanha que reconduziu Getúlio à Presidência do Brasil.

Palavras-chave

Política; mídia; Era Vargas; Revista do Rádio.

Abstract

The presidential campaign of 1950 was divided between resistance and support of the candidate, Getúlio Vargas. On the one hand, the press agencies with the highest penetration in the country were against his re-election due to the censorship policy in place during the New State (1937-1945). On the other hand, Getúlio was able to count on popular support and political allies, as well as the support of artists and radio professionals. Revista do Rádio (Magazine Radio), launched in 1948 and considered the most important vehicle in print media, ran reports during the political campaign on the party preferences of artists and broadcasters. Thus, this article aims to analyse, from the documentary retrieval of Revista do Rádio, the reports which recorded the involvement of artists in the campaign that brought Getúlio back to the Presidency of Brazil.

Keywords

Vargas; media; Magazine Radio; policy.

Introdução

Quando foi deposto em 1945, Getúlio Vargas já havia pavimentado o caminho de sua volta ao poder, afinal participara ativamente na articulação dos partidos PSD (Partido Social

Democrata) e PTB (Partido Trabalhista Brasileiro). A estratégia era utilizar o PSD para manter contato com os antigos aliados das ex-interventorias estaduais. Com o PTB, objetivava ganhar os votos urbanos.

Tendo conquistado mandato de senador na primeira eleição após o Estado Novo, em 1946, pode utilizar a máquina do poder para continuar sua costura política. Procurou mostrar-se um político diferente, em sintonia com a nova ordem institucional. Neste sentido, falou na tribuna do senado para justificar o período de exceção que representou o Estado Novo. A partir de então, dizia-se um estadista, aberto a negociações (SKIDMORE, 1979).

Durante o período de campanha eleitoral, os órgãos de imprensa de maior penetração no Brasil não concederam espaço para a candidatura de Getúlio à Presidência do Brasil. A maior parte da imprensa escrita, desde 1932, era contrária ao seu governo. O acirramento do conflito remontava a Constituição de 1937, quando Getúlio consolidou o Estado Novo (1937-1945) e decretou o fim da liberdade de expressão, submetendo os meios de comunicação à censura prévia. O DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) constituído durante o Estado Novo para fiscalizar os conteúdos culturais e jornalísticos produzidos no país, tornou-se o ponto balizador da incompatibilidade da imprensa com o governo.

Durante a campanha presidencial de 1950, que durou 53 dias, de 12 de agosto a 3 de outubro, quando Getúlio foi eleito, a imprensa atacava as propostas políticas, sociais e econômicas do candidato.

Neto (2014) elucida que os jornais, que lhe haviam dado trégua, voltaram a atacá-lo com força, tendo em vista a disseminação de cartazes e panfletos com o slogan “Ele voltará”. Chateaubriand, líder da maior cadeia de meios de comunicação do país, não mediu esforço para criticá-lo.

Este malasarte se finge de morto, na fronteira do Rio Grande, enquanto a mística queremista, acalentada com as verdes esperanças do sebastianismo militante, se prepara para lançá-lo de novo no cenário da nação. O velho incorrigível e totalitário é e continua sendo candidato à sucessão do general Dutra como ninguém, e como nunca (NETO, 2014, p. 154).

Igualmente fazendo coro contra a volta de Getúlio, Carlos Lacerda tentou uma articulação política para impedir-lhe a candidatura. Não tendo sido bem-sucedido em seu intento, passou a utilizar seu jornal *Tribuna da Imprensa* para atacá-lo. Dulles (1992) citou:

Ao se aproximar a eleição de 3 de outubro, Carlos escreveu que a votação seria “a mais corrupta da história do Brasil”, enumerando “o uso indiscriminado do rádio para a propaganda insidiosa”, “o emprego desvairado” do dinheiro dos cofres públicos e do jogo, e “a corrida deslavada dos candidatos estaduais e municipais para os adversários dos seus próprios candidatos no plano federal”. (DULLES, 1992, p.136)

Em contrapartida, o êxito de Getúlio vinha das ruas, apoiado pelo queremismo¹, movimento que retornou às ruas de todo país pedindo o retorno de Getúlio. Ribeiro (2001, p. 5) aponta que “os trabalhadores não queriam candidato de Getúlio, queriam o próprio. A diferença é que no ‘novo queremos’ essa condição parecia não ser negociável: ou votavam em Getúlio, ou não votavam em ninguém”.

¹ O fenômeno do queremismo teve origem em 1945, quando um grupo de antigetulista ofendeu publicamente Vargas e foi censurado pelos getulistas, que o defendeu aos gritos “Viva os trabalhadores!” e “Nós queremos Getúlio”.

Aliados políticos espalhados pelo país também davam conta da sustentação popular que aclamava o retorno de Getúlio à presidência. Samuel Wainer, repórter que acompanhou Getúlio durante o segundo mandato, relata que em todas as cidades e Estados por onde passava, o líder populista era ovacionado por uma multidão que o aguardava. O boicote realizado pela imprensa era suprido pelo povo e pela campanha. Getúlio “enfrentava os meios de comunicação de massa com caminhões equipados com alto-falantes e volantes impressos. Seu itinerário de campanha era um modelo de eficiência” (SKIDMORE, 1969, p. 108).

Tal força se evidenciava na “cartilha queremista”, um dos materiais da campanha eleitoral que apontava as 28 razões para se votar em Getúlio, rememorando quais as realizações mais importantes do primeiro governo (ANDRADE, 1950). Produzida em uma tiragem de três milhões de exemplares, a cartilha tornou-se um panfleto. Empenhado em transformar o eleitor em agente ativo, os coordenadores da campanha solicitaram que cada eleitor cooperasse, imprimindo e distribuindo o material para os demais patriotas.

A confecção de santinhos nascia das ideias dos eleitores que encaminhavam mensagens, poemas e orações para o Comitê de Getúlio. As melhores frases eram selecionadas e distribuídas por todo país, com o mesmo apelo de reprodução e distribuição do material para pelo menos cinco amigos.

Semelhante ao período do Estado Novo, em que usou as marchinhas de carnaval em seu benefício, a campanha de Getúlio contou com músicas parecidas com as utilizadas quando esteve na presidência. A música intitulada *Nós queremos* reforçava o discurso otimista de Getúlio e convocava os eleitores para a campanha (CPDOC, 1950). A propaganda também contou com a produção de filmes, com imagens relevantes do primeiro governo, mescladas cenas da campanha de 1950, em que se registravam a passagem da comitiva de Getúlio pelos Estados.

Além disso, não se pode ignorar o apoio que Getúlio recebeu de artistas, jornalistas e profissionais do rádio. A *Revista do Rádio*, lançada em 1948, cujo conteúdo retratava a vida de celebridades, dispostas em farto material fotográfico, veiculou reportagens nas quais os artistas tornavam públicas suas preferências políticas. Nesse sentido, esse artigo tem por objetivo elucidar, a partir de resgate documental da *Revista do Rádio*, as reportagens que registraram o envolvimento dos artistas na campanha que reconduziu Getúlio à Presidência do Brasil.

Considerada uma das importantes técnicas na área de Ciências Humanas e Sociais, Raimundo (2006) aponta que a pesquisa documental utiliza documentos originais, que ainda não foram explorados ou receberam tratamento analítico por nenhum autor. As páginas das revistas foram digitalizadas a partir do acervo da Biblioteca Nacional do Brasil. A amostra abarcou todas as reportagens veiculadas a partir de fevereiro de 1949, data em que Getúlio declarou em entrevista ao jornalista Samuel Wainer que voltaria, não como líder político, mas como líder das massas, até dezembro de 1950, um mês antes da posse.

Antecedentes históricos

Em política, finais de períodos autoritários costumam impulsionar novas forças que se movem em direção às oportunidades a serem criadas pela onda vindoura. No Brasil, com o prenúncio do fim da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), as forças políticas descontentes com o Estado Novo (10/11/1937 – 29/10/1945) iniciaram articulações no sentido de por fim àquele período autoritário liderado por Getúlio Dornellas Vargas. Assim, em 24 de outubro de 1943, um grupo formado por intelectuais mineiros, de tendência liberal, divulgou uma carta aberta em que defendia a redemocratização do País. Tal documento passou à história

como Manifesto dos Mineiros (SOUZA, 1976) e teve o mérito de marcar o início da oposição declarada ao Estado Novo. Entre os signatários constam nomes como Afonso Arinos de Mello Franco e Artur Bernardes.

O Manifesto estimulou uma série de outras críticas ao mandato de Getúlio, veiculadas pela imprensa e por lideranças políticas, culturais e econômicas. Impulsionado pelo ambiente de condenação ao regime, e aproveitando a data do sexto aniversário do Golpe de 1937, em 10 de novembro de 1943 Getúlio fez um pronunciamento à Nação pelo qual prometeu normalizar a situação política do país após o final da guerra.

À importância do Manifesto, somou-se a força das exigências por eleições diretas e secretas, anunciadas por personalidades presentes ao Primeiro Congresso Brasileiro de Escritores, ocorrido em janeiro de 1945. Durante o evento, uma entrevista concedida pelo escritor José Américo de Almeida, ex-aliado político de Getúlio e interventor do Estado da Paraíba, em favor de liberdade de imprensa, teria estimulado a saída do então ditador ².

Naquele ambiente de decadência do Estado Novo, as forças políticas em disputa passaram a articular a formulação de um sistema partidário nacional visando as eleições vindouras. A literatura histórica é farta em apontar as velhas lideranças no comando do processo de redemocratização, assegurando, dessa forma, a continuidade política. Neste sentido, Getúlio colocou a máquina do governo para a formação do PSD (Partido Social Democrático). Nasceria dessa iniciativa um partido baseado na articulação de grupos políticos aliados ao varguismo. Entre eles, setores militares; antigos interventores estaduais encarregados pela manutenção do regime em nível nacional, – os políticos burocratas. E também os proprietários de terra, fazendeiros de café, industriais, banqueiros e trabalhadores urbanos, beneficiários da legislação trabalhista.

Benedito Valadares, Minas Gerais; Ernani Amaral Peixoto, Rio de Janeiro; Fernando Costa, São Paulo; Nereu Ramos, Santa Catarina e Agamenon Magalhães, Pernambuco, além do próprio Getúlio Vargas, foram os nomes relacionados à fundação do PSD, em julho de 1945. O novo partido compartilhava a redemocratização ao mesmo tempo em que mantinha viva as forças do Estado Novo.

Principal opositor do PSD, o partido UDN (União Democrática Nacional) foi formalizado em abril de 1945 por oligarcas excluídos do poder em 1930. Os principais líderes foram Otávio Mangabeira, Bahia; Júlio Prestes, São Paulo; o ex-presidente da República Artur Bernardes, Minas Gerais; a família Konder, Santa Catarina, os Caiado, de Goiás. O UDN também abrigou os signatários do Manifesto Mineiro pela redemocratização.

Pensando em formalizar uma sigla para capitalizar o voto do cidadão, cujos interesses não se afinariam com os das demais siglas, Getúlio deu sinal verde ao então Ministro do Trabalho Alexandre Marcondes Filho para criar o PTB (Partido Trabalhista Brasileiro). O novo partido foi lançado em maio de 1945. Entre seus objetivos, estaria também a enfrentar os comunistas e garantir o voto do trabalhador para os correligionários de Getúlio.

A organização da cena política de 1945 abriu espaço para a volta do PCB (Partido Comunista Brasileiro), proscrito em 1935. Luís Carlos Prestes, Porto Alegre, continuava a ser o grande líder. Ele deixou a prisão em abril de 1945 e em maio fez um grande comício no Rio de Janeiro pela realização de uma Assembleia Constituinte.

O pleito que instaurou o retorno do processo eleitoral para presidência do Brasil foi organizado em torno de três partidos. Com a ajuda das alas trabalhistas dos recém-criados PSD e do PTB, o marechal Eurico Gaspar Dutra ingressou na disputa eleitoral contra o candidato brigadeiro Eduardo Gomes, da UDN e Yedo Fiúza, representante do PCB. Com o

² Sobre clima político ao final do Estado Novo ver também: <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos37-45/QuedaDeVargas>.

apoio de Vargas, o candidato Dutra obteve votação superior à do udenista Eduardo Gomes. Dutra foi empossado Presidente do Brasil em 31 de janeiro de 1946.

Getúlio também surpreendeu nas urnas. Nas eleições para a Assembleia Nacional Constituinte de 1946, em uma candidatura múltipla e polivalente, o presidente deposto foi eleito senador pelo Rio Grande do Sul, na legenda do PSD, e em São Paulo, pelo PTB. Também foi eleito representante na Câmara dos Deputados por sete estados: Rio Grande do Sul, São Paulo, Distrito Federal, Minas Gerais, Bahia e Paraná. Optou por assumir o mandato como senador do Rio Grande do Sul (POMAR, 2000).

A truculência praticada pelo governo Dutra contra os comunistas e a oposição nacionalista suscitou questionamentos sobre o caráter democrático do regime (SODRÉ, 1986). Em janeiro de 1948, o senador Luis Carlos Prestes foi cassado e ingressou na clandestinidade. No mesmo ano, Getúlio ressurgiu como líder popular, com discurso em prol da ideologia trabalhista.

Em 1950 Vargas lançou-se candidato a presidente da República pelo PTB. Para tanto, além do apoio de políticos, buscava também o das Forças Armadas e dos civis. Na ocasião, obteve o compromisso dos militares e a adesão de Adhemar de Barros (PSP), nova força surgida em São Paulo, de perfil populista. Com uma campanha ancorada no fortalecimento da legislação da previdência social, com a ajuda do PSP, da população e dos artistas e jornalistas do rádio, venceu as eleições presidenciais de 3 de outubro de 1950, contra os candidatos Eduardo Gomes e Cristiano Machado, respectivamente da UDN e do PSD.

Entre resistência política e popularidade: o rádio e o retorno de Getúlio

Concomitante ao surgimento das primeiras emissões radiofônicas surgiu um conjunto de publicações especializadas, as revistas pioneiras sobre rádio. Com periodicidade mensal, elas foram criadas pelas principais emissoras nacionais e procuravam, inicialmente, divulgar as novidades tecnológicas e as atividades das emissoras pioneiras. D'Ângelo (2013) assinala que tais publicações, lançadas na década de 1920, eram periódicos coordenados por editores e colaboradores com fortes ligações com as primeiras experiências de radiodifusão e que, na década de 1930, passaram a desempenhar funções governamentais, buscando afirmar-se no meio radiofônico como porta-vozes de uma suposta radiofonia nacional e educacional, em contraposição a irradiações de cunho comercial ou direcionadas ao “entretenimento” popular. Segundo o pesquisador, foram lançados diversos títulos que procuravam regulamentar a radiofonia sob parâmetros da cultura letrada, particularmente no eixo Rio-São Paulo. Entre elas: *O Rádio* – 1910; *Rádio Phono* – 1929; *Rádio Jornal* – 1931; *Rádio Revista* – 1933; *Rádio Horário Brasil* – 1940.

Na década de 1930, com a evolução do rádio como veículo de comunicação de massa e a expansão das emissoras no Brasil, além da autorização da propaganda pelo então presidente Getúlio, através do decreto 21.111, as revistas ganharam maior investimento e foram direcionadas ao “entretenimento”, passando a ter relevância como representantes da cultura popular, através da exposição da produção musical e anúncios comerciais de produtos de apelo popular, fotografias e “mexericos” acerca de artistas radiofônicos, (D'ÂNGELO, 2013). Entretanto, foi com a *Revista do Rádio* e com a *Radiolândia* que o rádio obteve maior destaque (HAUSSEN; BACCHI, 2001).

Considerado o pioneiro e principal veículo de divulgação dos artistas no Brasil, a *Revista do Rádio* foi lançada em fevereiro de 1948, pelo jornalista Anselmo Domingos. Com formato de 19 × 27 cm e aproximadamente 50 páginas, a revista foi mensal nos dois primeiros

anos, passando a ser semanal a partir 1950, com tiragem de 50 mil exemplares. Em seu conteúdo editorial, apresentava uma série de seções, como “Mexericos da Candinha”; “Buraco da fechadura”, de Amauri Vieira; “A vida de Emilinha”; “24 horas na vida do seu ídolo”; “Tudo é Brasil”, sobre o rádio nos demais estados; “Pergunta da semana: que personagem da história você gostaria de ter sido”, respondido pelos artistas; “Correio dos fãs”, que divulgava cartas de leitores; “Rádio em revista”, sobre notícias da época; entre outras (HAUSSEN; BACCHI, 2001).

Em geral, as reportagens abordavam a vida dos artistas, mostrando seu cotidiano por meio de farto material fotográfico. Observa-se que, ao mesmo tempo em que se tenta evidenciar uma vida comum, mostrando as casas dos artistas, seus filhos, suas formas de lazer, percebe-se também a intenção de transformá-los em celebridades. Segundo Faour, a *Revista do Rádio* inovou e foi copiada pelas revistas gerais da época e as atuais, em sua prática de elevar os artistas ao porte de divindade. “De um lado há a vida imaginária do ídolo, tal como desejam os fãs... de outro, contrainformações sobre a vida dele, por meio das intervenções dos próprios ídolos (e de repórteres atentos ao senso apelativo)” (FAUOR, 2002, p. 125).

Ainda que diante de “imperfeições” inerentes a categoria e origem popular, Haussen e Bacchi (2001) também apontam que os personagens descritos nas páginas das revistas eram elevados ao “olimpó”, convertendo-se em vedetes da grande imprensa. Diante do número de emissoras e revistas semanais no país, não se pode ignorar o papel que os profissionais do rádio passaram a exercer junto à opinião pública:

Em 1950, existiam 300 emissoras de rádio no país, 200 a mais que em 1940. Mas a imprensa ainda pautava o debate eleitoral e a formação da opinião pública. As revistas semanais eram o veículo impresso nacional, sendo que *O Cruzeiro*, dos Associados, já tinha batido a marca dos 300 mil exemplares vendidos nacionalmente. Outras revistas expressivas eram *A Cigarra*, *A Carioca*, a *Revista do Rádio*, *Fon-Fon*, *Jornal das Moças* e *O Malho* (JAMBEIRO et. al., 2004, p. 171).

Nesse sentido, pretende-se analisar o espaço cedido pela *Revista do Rádio* para que artistas e radialista expressassem o apoio ao retorno de Getúlio à Presidência do Brasil. Importante lembrar que o vínculo entre artistas, radialistas e Getúlio remonta ao ano de 1928, quando o político foi deputado estadual pelo Rio Grande do Sul. Ele foi autor de um decreto legislativo (n. 5.492, de 16/07/1928) responsável por obrigar o pagamento de direitos autorais a artistas, por parte de empresas que trabalhassem com música. A iniciativa estreitou o laço entre Getúlio e o pessoal do rádio. Os artistas Mário Lago, entrevistado por Haussen (1992, p. 85) enfatizou:

O Getúlio tinha a admiração dos artistas por uma razão muito simples. Foi o autor da lei que praticamente regulamentou a profissão: do direito autoral, que dá estrutura ao recebimento desse direito – a Lei Getúlio Vargas. Razão porque havia uma aura de ternura, de agradecimento, de gratidão do artista a sua figura.

Revista do Rádio: um aliado em campanha pelo retorno de Getúlio à Presidência

Antes mesmo de oficializar a candidatura de Getúlio à Presidência, quando Ademar de Barros era ainda possível candidato a eleição pelo PSD, a edição 19 da *Revista do Rádio*, veiculada em setembro de 1949, publicou a enquete “Os artistas querem Getúlio ou Ademar”, conforme imagem 1. A reportagem apresentou uma série de entrevistas com destacadas e populares figuras do “broadcasting”, com o propósito de saber a preferência política em relação às eleições para presidente.

Imagem 1. *Revista do Rádio*. Edição 19, set. 1949, p. 34-45.



Fonte: Biblioteca Nacional do Brasil

Por meio de uma peregrinação por várias emissoras, entre elas a *Rádio Tupi*, a *Rádio Nacional*, a *Rádio Globo*, e outros locais frequentados pelos artistas do rádio, os repórteres divulgaram nas páginas 34 e 35 a preferência do público, que se dividia entre Getúlio e Ademar. A matéria apontava, que entre entrevistados que declararam sua preferência pelo candidato Ademar de Barros, o cantor e radialista Silvino Neto, o rádio-ator da *Rádio Tupi* Otávio França, o escritor de novelas da *Rádio Nacional* Oranice Frank, o caricaturista do samba Jorge Veiga. Também apoiando Ademar, o popular e veterano produtor Almirante demonstrou sua admiração por Getúlio: “Gosto de Getúlio, acho-o muito honesto e bom político”.

O apoio a Getúlio Vargas pode ser verificado nas respostas de inúmeros artistas ao longo da reportagem. O ator Paulo Gracindo declarou que votaria no nome que seu partido, o PTB, indicasse para presidente. O popular comediante Matinhos respondeu à enquete exclamando: “Getúlio! Getúlio e Getúlio!” César de Barros Barreto, diretor do Departamento de Rádio da Sidney Ross, também manifestou sua preferência pelo candidato do PTB: “Votarei em Getúlio Vargas!” O rádio-ator pertencente ao “cast” da *Rádio Nacional*, Castro Viana, não demorou em afirmar: “Votarei em Getúlio e acho que estarei votando bem, porque Getúlio já fez prova de suficiência como presidente da República e depois, vamos dizer como Bernard Shaw: “Se o povo prefere Getúlio, para que discutir com o povo?!”. De maneira semelhante, as cantoras Linda e Dircinha Batista responderam prontamente: “Meu filho, nós somos francamente do Getúlio. Se ele se candidatar, levará o nosso voto incondicionalmente”.

Um mês antes da oficialização da candidatura, em maio de 1950, a *Revista do Rádio* publicou na edição 37, uma reportagem com o título “O rádio está com Getúlio?”. A reportagem (imagem 2) mencionava que o contingente de Getulistas era grande na classe radiofônica.

Imagem 2. Revista do Rádio. Edição 37, maio 1950, p. 38.



Fonte: Biblioteca Nacional do Brasil

Entre os mais animados pela candidatura do ex-presidente, a publicação citou a estrela Eladir Pôrto, recém-chegada da Argentina, que se filiou ao PTB e trabalhava pela vitória de Getúlio. A artista, segundo a matéria, havia organizado “shows” e festas em vários bairros do Rio, cantando e arregimentando eleitores. Por intermédio da *Revista do Rádio*, Eladir Pôrto também lançou um apelo aos artistas de rádio admiradores de Getúlio, para que trabalhassem pela vitória do candidato. Segundo a reportagem, a artista desenvolveu suas atividades políticas no escritório eleitoral do Dr. Lutero Vargas, à Rua do México, 42. Para finalizar, a reportagem mencionou que, no próximo número, publicaria a letra da marcha “V de Vargas”, de Sá Roris, que Eladir Pôrto cantava com grande sucesso pelas rádios do país.

Em julho de 1950, durante o período da campanha eleitoral, a revista demonstrou seu apoio a Vargas, na edição 46, em reportagem com título “Getúlio, favorito do rádio” (imagem 3).

Imagem 3. Revista do Rádio. Edição 46, jul. 1950, p. 22-23.



Fonte: Biblioteca Nacional do Brasil

A matéria apresentava os resultados de uma enquete realizada para saber as predileções dos astros do microfone no pleito de três de Outubro. Entre os entrevistados, o líder petebista Getúlio Vargas ganhou a preferência. Segundo os repórteres, como muitos radialistas também concorriam a postos eletivos, manifestaram durante a enquete o apoio aos candidatos de seus partidos. O ator Paulo Gracindo, por exemplo, que disputava um assento no Palácio Tiradentes pelo PSD, afirmou durante a entrevista que seu voto não seria direcionado a Getúlio Vargas, apesar de o líder populista ter merecido seu apoio anteriormente. O locutor da *Rádio Nacional*, Manuel Barcelos, que concorria a deputado federal pelo PSD, declarou que apoiava o candidato Cristiano Machado. Urbano Lopes também afirmou que estava a favor do PSB. O médico Castro Menezes, conhecido como “Antonio Conselheiro”, mencionou que seu apoio era para o candidato Getúlio.

Os repórteres encontraram obstáculos durante a realização da enquete com diversos artistas da *Rádio Nacional*, por ser emissora do governo e pessedista. Acreditavam que a revelação provocaria efeitos desagradáveis, já que alguns artistas mostravam-se a favor de Getúlio e outros do Brigadeiro Eduardo Gomes. A favor do Brigadeiro, o rádio-jornalista J. M. Campos indicou que o candidato era o único capaz de moralizar o governo brasileiro, tão desmoralizado pelas bandalheiras e negociatas de Getúlio e Dutra. Outro entrevistado, o advogado e produtor radiofônico Edgar G. Alves, também manifestou sua preferência pelo candidato da UDN, salientando que foi ele quem deu o primeiro grito contra o Estado Novo. Na *Rádio Nacional*, apoiaram o líder udenista o radialista Paulo Roberto, César Ladeira e José Mauro.

Na *Rádio Guanabara*, Getúlio foi o candidato escolhido, conforme declarou Marion: “Sou getulista! Para senador, Ademar de Barros”. Dantas Ruas acrescentou: “Ademar é o senador do Brasil”. Whahyta Brasil, Raul Longras, Braga Filho, Rui de Almeida e Elizete Cardoso também apoiaram o candidato do PTB: “Getúlio ou nada. Vale insistir?”. Na *Rádio Continental*, Gagliano Neto manifestou seu apoio a Ademar de Barros e Getúlio Vargas: “Voto em Getúlio Vargas! Isto porque ele também é o candidato de Ademar de Barros. E eu estou com Ademar, em qualquer ocasião.”

Como getulistas, as cantoras Linda e Dircinha Batista responderam em coro: “Para presidente, o solitário de Itu”. Roberto Mendes e Luz Lua Cheia Gonzaga também indicaram o candidato: “Getúlio e nada mais”. Entre outros getulistas que deram a sua opinião, escolhendo Ademar para senador, Manuel Braga, Wilma Faria, Jimmy Lester e sua esposa Carmélia Alves, além de Silvino Neto, o “Pimpinella” e Elvira Pagã. No final da enquete, a atriz e cantora Zezé Fonseca declarou seu apoio a Getúlio Vargas: “Voto no candidato do Ademar”.

No mês seguinte, em agosto de 1950, a edição 51 da *Revista do Rádio* apresentou que alguns artistas do rádio, a exemplo de Eladir Pôrto, seguiam em campanha pela vitória de Getúlio nas urnas (imagem 4).



Fonte: Biblioteca Nacional do Brasil

A reportagem mencionava que a estrela Eladir Pôrto dedicava-se de corpo e alma à campanha getulista, com a presença em todos os movimentos populares dos adeptos ao candidato. A reportagem apresentou uma fotografia que mostrava um flagrante na Associação Brasileira de Imprensa (ABI), no momento em que o candidato Ademar de Barros discursava. Na foto, à esquerda de Ademar, o sr. Lutero Vargas e atrás Eladir Pôrto e o locutor Ari Vizeu.

Oficializada a vitória de Getúlio nas urnas, a *Revista do Rádio* publicou na edição 86, de dezembro de 1950, a coluna “Feira de Amostras” (imagem 5), em que explicou a relação dos artistas com Getúlio Vargas. A matéria apontava já no parágrafo inicial: “Dizem que Getúlio Vargas, dentre todos os presidentes, é o maior amigo dos artistas brasileiros. E é verdade. Verdade é também que os artistas são os maiores amigos de Vargas. Tanto que está provado que fomos nós que demos a vitória”.

Imagem 5. *Revista do Rádio*. Edição 68, dez. 1950, p. 5



Fonte: Biblioteca Nacional do Brasil

Para provar que os artistas foram os responsáveis pela vitória do candidato, o texto apresentou as últimas estatísticas, que apontavam o resultado da votação total de Getúlio, conforme aponta Tabela 1.

Tabela 1. Resultado total da votação em Getúlio, segundo *Revista do Rádio*

Eleitores	Votos
Compositores (falsos e verdadeiros)	1.253.063
Artistas de circo (escondidos de alguns empresários)	802.141
Ditos de rádio (contra a vontade de alguns diretores)	917.234
Ditos de cassino (já vi tudo)	723.149
Ditos de retrato (sindicalizados pelo velhinho)	807.702
	5.284.803

Fonte: *Revista do Rádio*

O texto também apontava que um milhão dos votos anulados correspondia aos falsos artistas, autores e discotecários que deram preferência às músicas estrangeiras.

Considerações Finais

Apoiado na imagem de líder carismático e defensor dos interesses populares, caminho consolidado durante o período do Estado Novo (1930-1945), Getúlio encontrou um cenário ideal para retornar à presidência da República em 1950.

Contrariando os interesses da grande imprensa, o então candidato soube capitanear importantes lideranças populares e sindicais e negociar com Ademar de Barros, possível candidato à eleição naquele ano, uma aliança política. Pouco explorado nas temáticas que retratam o líder populista, o apoio à campanha de Getúlio contou com forte contingente dos artistas e profissionais do rádio.

Esse artigo buscou demonstrar como a *Revista do Rádio*, veículo de comunicação de forte repercussão no segmento do entretenimento, concedeu voz à preferência política das principais celebridades do meio, contribuindo para ampliar a base eleitoral e o resultado das urnas.

Referências

CHAGAS, Genira. **Rádiodifusão no Brasil: poder, política, prestígio e influência**. São Paulo: Atlas, 2012.

COUTO, Ronaldo Costa. **Juscelino Kubitschek**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2011.

CPDOC-FGV. **A Era Vargas: dos anos 20 a 1945**. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/apresentacao>>. Acesso em: 21 jun. 2014.

- D'ÂNGELO, Newton. **Intelectuais, revistas radiofônicas e música popular no Brasil: o rádio por escrito – 1924-1954**. Anais do XXVII Simpósio Nacional de História. Natal, 22- 26 jul. 2013.
- DULLES, John W.F. **Carlos Lacerda: a vida de um lutador**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1992.
- FAOUR, R. **Revista do Rádio**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.
- HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e política: tempos de Vargas e Perón**. Tese apresentada ao Departamento de Artes da ECA-USP. São Paulo, 1992.
- _____.; BACCHI, Camila. **A Revista do Rádio através de seus editoriais (década de 50)**. Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação: a mídia impressa, o livro e o desafio das novas tecnologias. Campo Grande: Intercom, 2001.
- RAIMUNDO, Helder F. **Como fazer análise documental**. Porto: Universidade de Algarve, 2006.
- JAMBEIRO, O. *et all.* **Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação**. Salvador: EDUFBA, 2004.
- LACERDA, Carlos. **Depoimento**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.
- NETO, Lira. **Getúlio: Da volta pela consagração popular ao suicídio (1945-1954)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.
- POMAR, Pedro Estevam da Rocha. **Dutra, Adhemar e repressão ao PCB: o incidente de Ribeirão Preto (1949)**. Mestrado em História. Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita, Franca, 2000. 247p.
- SKIDMORE, Thomas E. **Brasil: De Getúlio a Castello (1930-1964)**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1979.
- SODRÉ, Nelson Werneck. **Do Tenentismo ao Estado Novo – Memórias de um Soldado**. Petrópolis: Vozes, 1986.
- SOUZA, Maria do Carmo Carvalho Campello de. **Estado e partidos políticos no Brasil (1930-1964)**. São Paulo: Alfa-Ômega, 1976.