



Revista Brasileira de História

ISSN: 0102-0188

rbh@edu.usp.br

Associação Nacional de História

Brasil

Busetto, Áureo

Em busca da caixa mágica: o Estado Novo e a televisão

Revista Brasileira de História, vol. 27, núm. 54, dezembro, 2007, pp. 177-196

Associação Nacional de História

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26305412>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Em busca da caixa mágica: o Estado Novo e a televisão

*Searching for the magic box:
the Estado Novo and the television*

Áureo Busetto*

RESUMO

A análise histórica sobre a Exposição de Televisão (Rio de Janeiro, 1939), evento promovido pelo Estado Novo em parceria com o Terceiro Reich alemão, permite trazer, além de dados sobre a história da TV no Brasil, elementos de compreensão sobre as primeiras relações entre poder político e esse meio de comunicação no país. Pois, a demonstração pública da TV aos brasileiros foi utilizada como peça de propaganda do Estado Novo, servindo-lhe para reforçar a sua propalada superioridade sobre outras formas de governo, legitimar o regime entre os vários segmentos sociais e compor o rol de argumentações favoráveis ao alinhamento Brasil-Alemanha. Ademais, o artigo pretende jogar novas luzes sobre as pretensões da ditadura varguista com relação à propaganda política e sobre a ação da imprensa frente ao controle estadonovista no período anterior ao funcionamento do DIP.

Palavras-chave: televisão; Estado Novo; propaganda política.

ABSTRACT

The historical analysis of the Television Exhibition (Rio de Janeiro, 1939), an event promoted by the Estado Novo in partnership with the Third German Reich, lets us examine, in addition to data on the history of TV in Brazil, some elements in the understanding of the first relationships between political power and this means of communication in the country. The public demonstration of television to the Brazilians was used as part of the propaganda of the Estado Novo, serving to underscore its alleged superiority over other forms of government, legitimize the régime among various social segments and make up the list of arguments favorable to a Brazil-Germany alignment. In addition, the article aims at throwing new light on the pretensions of the Getulio Vargas dictatorship in relation to political propaganda and on the activities of the press in relation to the control of the Estado Novo in the period prior to the functioning of the DIP.

Keywords: television; Estado Novo; political propaganda.

* Departamento de História – Unesp/Assis, Doutor em História Social (USP). Av. Dom Antonio, 2100, Jd. Universitário. 19806-900 Assis – SP – Brasil. aureohis@assis.unesp.br.

ENTRE FLERTES IDEOLÓGICOS E RELAÇÕES COMERCIAIS: A EXPOSIÇÃO DE TELEVISÃO

No final da tarde do domingo 4 de junho de 1939, e por mais quinze outros dias, a população brasileira, e em especial a carioca, pôde conhecer pela primeira vez a televisão. Tal acontecimento foi possível graças à Exposição de Televisão, evento realizado durante a Feira de Amostras do Rio de Janeiro. Ao ser apresentada pela primeira vez aos brasileiros, a TV já era operada regularmente na Alemanha, Inglaterra, França, União Soviética e nos Estados Unidos. Esses países se destacavam, desde meados da década de 1920, pela qualidade, diversidade e vitalidade de suas experiências com a TV. Experimentos que tinham sido, e continuavam a ser, conduzidos, quase sempre, a pequena distância pelo poder político.

A aparelhagem necessária à Exposição de Televisão fora trazida da Alemanha, e o evento ocorreu sob o patrocínio do Departamento Nacional de Propaganda e Difusão Cultural, órgão que, criado em 1934 e vinculado ao Ministério da Justiça, seria substituído pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em dezembro de 1939. A condução técnica do evento ficou a cargo de uma equipe composta por integrantes do Ministério dos Correios da Alemanha e da indústria de aparelhos Telefunken. A equipe alemã era chefiada pelo conselheiro do Instituto de Pesquisas Científicas dos Correios do Terceiro Reich, Hans Pressler, o qual obtivera, no ano de 1939, bons resultados nos seus experimentos com imagem televisiva em cores. Dedicada à fabricação de gramofones, aparelhos de rádio e televisores, a Telefunken fora a responsável por introduzir na Alemanha, em 1934, a TV eletrônica, suplantando, dessa maneira, a sua concorrente interna Fernseh, subsidiária dos fabricantes de câmeras Zeiss Ikon e Bosch Ag, e se posicionando ao lado das mais avançadas indústrias de receptores de TV atuantes na Europa, como a britânica EMI-Marconi e a holandesa Phillips, e as existentes nos Estados Unidos, como RCA-Victor e Philco.¹

A realização da Exposição de Televisão no Rio de Janeiro foi possível em virtude de vários fatores de ordem tecnológica e política, nos âmbitos nacional e internacional.

Desde 1925, a Alemanha, assim como a Inglaterra e os Estados Unidos, ocupava destacado papel no âmbito dos avanços científicos com relação à fotoeletricidade, fenômeno que aplicado em pesquisas e inventos tinha possibilitado a existência da TV, ao varrimento, um dos maiores obstáculos técnicos à efetivação do meio no período, e à substituição do sistema televisivo mecâ-

nico pelo eletrônico. Entretanto, as primeiras emissões experimentais de TV na Alemanha, operadas com 30 linhas, ocorreram em 1929, um ano após as realizadas pelos Estados Unidos, com 45 linhas, mas precedendo em três anos as da Inglaterra e da França, com iguais 30 linhas. Durante a segunda metade dos anos 30, as inovações na área da tecnologia televisiva se concentrariam, mais significativamente, na Alemanha e na Grã-Bretanha.

A partir de março de 1935, o governo alemão oferecia um serviço regular de TV pública pelo Centro Paul Nipkow. Segundo critérios da época, a TV alemã funcionava com um padrão de média definição, isto é, 180 linhas e 25 quadros por segundo. Padrão, no entanto, obtido desde 1933 e superado somente três anos depois pela TV britânica. Assim, em novembro de 1936 o governo britânico iniciava seu serviço de emissão regular pela emissora da *British Broadcasting Corporation* (BBC), operando com 240 linhas. E o avanço da BBC não cessaria. Em fevereiro de 1937, passava a operar com 405 linhas, padrão considerado pelos técnicos do período como de “alta definição”, uma vez que garantia boa qualidade e nitidez da imagem. No início de 1939, já transmitia 24 horas semanais de programação para 20 mil televisores existentes na região londrina. Avanço considerável para a TV que já conseguira o marco de transmitir ao vivo, em 1937, a cerimônia de coroação de George VI para cerca de 50 mil telespectadores, embora estes não fossem assim denominados à época.

Contudo, a TV alemã é que alcançou o invejável feito de transmitir para seis cidades do território germânico e um público de quase 160 mil telespectadores a Olimpíada de Berlim, realizada em 1936 e considerada o primeiro grande acontecimento televisivo. Feito obtido graças a investimentos do governo nazista para cobrir o território alemão com cabos transmissores e criar centros coletivos de recepção de TV.² Empenho resultante, provavelmente, do interesse do Terceiro Reich em obter um veículo de propaganda política mais eficaz do que o rádio, além da sua expectativa de que a tecnologia televisiva pudesse ser empregada num futuro conflito bélico.

Mas a TV não tinha sido colocada apenas a serviço da política interna do Terceiro Reich, pois serviu, também, à sua propaganda internacional. Desde 1934, o governo alemão enviava aparelhagem e equipe técnica para realizar demonstrações públicas de televisão em diversos países, notadamente naqueles em que o Terceiro Reich pretendia estabelecer ou ampliar sua influência ideológica e comercial (Espada, 1982, p.121). Dentro dessa estratégia de propaganda, a Alemanha decidiu contemplar o Brasil e a Argentina com o envio de recursos necessários à realização de exposições de TV. Semanas antes do início da Exposição de Televisão no Rio de Janeiro, a equipe alemã chefiada

por Hans Pressler comandara a demonstração pública de TV durante a Exposição de Telecomunicação de Buenos Aires,³ evento organizado pelo governo argentino, o qual, então, se encontrava nas mãos de forças políticas nacionalistas integradas também por grupos fascistas. Entretanto, no caso brasileiro, o Terceiro Reich tinha todo o interesse em promover a demonstração da TV o mais rápido possível.

Embora o Estado Novo tivesse sido bem acolhido pelo Terceiro Reich, assim como pelo governo de Mussolini, contasse com membros favoráveis ao nazi-fascismo e realizasse significativas trocas comerciais com a Alemanha, Vargas protelava o alinhamento do seu regime discricionário às potências do Eixo, apesar de o chefe máximo do Estado Novo nutrir admiração pelos regimes totalitários europeus. Ao manter uma política externa de orientação pragmática, arquitetada e colocada em prática desde meados dos anos 30, Vargas imprimiu às relações exteriores estadonovistas um “jogo duplo” em relação aos Estados Unidos e à Alemanha, objetivando, dessa forma, barganhar com ambos. Estratégia que, entre 1936 a 1938, resultou no crescimento das importações e exportações alemãs, até mesmo com a compra de material bélico germânico por parte do governo brasileiro, em certa redução das trocas comerciais com os norte-americanos e no sensível arrefecimento das realizadas com a Grã-Bretanha. Toda essa movimentação era vista com certa apreensão e acompanhada de protestos por parte do governo norte-americano, então temeroso por um alinhamento do Estado Novo com o Terceiro Reich, dada certa afinidade ideológica entre os dois regimes.

Porém, ações políticas internas contribuíam para atenuar, de certa maneira, as apreensões norte-americanas e complicar parcialmente as relações diplomáticas entre a Alemanha e o Brasil. Vargas nomeou, em março de 1938, Osvaldo Aranha para a pasta das Relações Exteriores. Notório defensor das relações Brasil–Estados Unidos, Aranha funcionava no interior do Estado Novo como uma espécie de contrapeso às pressões favoráveis ao alinhamento do Brasil com a Alemanha, o qual era defendido tanto por integrantes do regime que eram simpatizantes do nazi-fascismo – como Francisco Campos, Lourival Fontes e Filinto Müller – quanto por chefes militares que vislumbravam oportunidades ao re-aparelhamento das Forças Armadas brasileiras, como era o caso dos chefes militares Góis Monteiro e Eurico Gaspar Dutra. Ademais, Vargas, interessado no controle total do espectro político nacional, aniquilara a única força que, após o Golpe de 1937, fugia ao seu controle, a Ação Integralista Brasileira (AIB), bem como se voltou contra seções nazistas existentes no Brasil, até mesmo prendendo um agente alemão do Partido Nazista no Rio

Grande do Sul. Tal medida, entretanto, foi contestada pelo embaixador alemão no Brasil, Karl Ritter, cujo empenho em sustar a campanha oficial contra os nazistas levou-o a instar pessoalmente junto a Vargas, chegando mesmo a querer associar essa questão às relações comerciais entre os dois países.

A insolência do embaixador germânico instalou uma momentânea crise diplomática entre Rio de Janeiro e Berlim. Embora as relações comerciais entre Brasil e Alemanha não tivessem sido essencialmente afetadas, o Terceiro Reich logo tratou de rever sua política para a América do Sul, pois, além de ter de suplantar a pontual crise diplomática com o governo brasileiro, deveria enfrentar o acirramento da concorrência dos Estados Unidos pela influência junto a países sul-americanos estratégicos, dentre os quais se destacava o Brasil.⁴

O flerte ideológico dos governos norte-americano e alemão com o governo Vargas se identificaria na primeira metade de 1939, momento em que o cenário internacional já era marcado pela antevição do conflito bélico. Cada um dos competidores se esforçava para oferecer mimos ao governo brasileiro, o qual não mostrava nenhum recato em deixar transparecer seu desejo por um agrado mais significativo: a construção de uma usina siderúrgica no Brasil. E, se possível, a siderúrgica deveria vir acompanhada do re-aparelhamento das Forças Armadas. Item que era tomado por Vargas como um míimo a ser oferecido aos militares brasileiros, obtendo-se, assim, a consolidação do apoio deles ao regime.

O governo dos Estados Unidos saíra à frente na oferta de mimos. Ao seu convite, Osvaldo Aranha realizou, em fevereiro, viagem aos Estados Unidos para tratar de itens relativos às relações políticas, comerciais e financeiras. Todavia, a Missão Aranha colheu resultados aquém do esperado, uma vez que apenas foram assinados contratos bilaterais de crédito e cooperação econômica, ainda assim, de difícil efetivação. Entre os últimos dias de maio e os primeiros de junho, o Brasil recebeu a Missão Militar norte-americana que, chefiada pelo general George Marshall, visitou unidades militares cariocas, paulistas e gaúchas. Em 8 de junho, o general Góis Monteiro seguiria, a convite do governo norte-americano e acompanhando da missão visitante, em viagem aos Estados Unidos para conhecer as instalações militares daquele país.⁵ Entretanto, tais visitas tiveram caráter mais político do que militar, pois foram utilizadas pelos Estados Unidos para atrair as simpatias de integrantes do Estado Novo favoráveis às potências do Eixo, além de constituírem uma antecipação ao convite idêntico que a Alemanha formularia a Góis Monteiro.

Contudo, naquela temporada de ofertas de mimos, o Terceiro Reich, pa-

ra contentamento dos simpatizantes brasileiros do nazi-fascismo, ofereceria o mais interessante agrado ao Estado Novo: a Exposição de Televisão. Nada como um governo totalitário para reconhecer os mais íntimos anseios de um governo discricionário e acertar com precisão na escolha do agrado a ser feito. O governo nazista, amplo usuário das técnicas de comunicação a serviço da propaganda política, tinha claro que para o governo estadonovista, então ocupado com a efetivação de um esquema de propaganda oficial, a Exposição de Televisão poderia, de um lado, contribuir na campanha de legitimação de Vargas e do Estado Novo – afinal seriam eles os agentes que possibilitariam ao povo brasileiro conhecer o que havia de mais moderno na área da tecnologia de comunicação –, e, de outro, permitir que os dirigentes estado-novistas aquilatassem as possibilidades que o novo meio traria à propaganda do regime. Além disso, esses dirigentes nutriam expectativas positivas quanto à instalação da TV no país, o que poderia vir a ocorrer mediante a colaboração alemã.

Propaganda, conhecimento e expectativas positivas proporcionados, entretanto, pelo competidor totalitário e não pelo competidor da boa vizinhança. Naquele momento, caso autoridades do Estado Novo e demais brasileiros dependessem do governo norte-americano para conhecer a TV, teriam de visitar a Feira Mundial de Nova York. Além de contar com pavilhões de vários países, inclusive do Brasil, a feira nova-iorquina tinha sido inaugurada, em abril de 1939, com o lançamento da primeira TV comercial do mundo, a *National Broadcasting Company* (NBC), uma subsidiária da RCA-Victor cujo estúdio televisivo permaneceria em exposição na Feira Mundial por vários meses.

Para brasileiros afortunados a Feira Mundial de Nova York figurava como mais uma opção turística na temporada de verão no Hemisfério Norte, como, aliás, anunciam agências brasileiras de viagens, as quais ofereciam roteiros turísticos que destacavam, entre outras atrações, a visita ao *television studio* da NBC.⁶ Para a grande maioria dos brasileiros a Exposição de Televisão no Rio de Janeiro surgiu como a novidade mais quente do inverno de 1939.

UMA ESTRELA ALEMÃ A SERVIÇO DO ESTADO NOVO: A TELEVISÃO

Em meados de 1939, aparelhos e serviços do mundo da eletricidade e da comunicação eram fartamente anunciados na imprensa. A Westinghouse publicava anúncios que, além de mostrar seus diversos tipos de eletrodomésticos e equipamentos industriais, continham curtos textos explicativos sobre o

elétron, o watt e outros temas ligados à produção e aos benefícios da eletricidade. Ao leitor desejoso de mais informações, a empresa norte-americana indicava em seus anúncios publicados nos jornais: “Sintonize para a estação Westinghouse Internacional W8XK”. A Liga Brasileira de Eletricidade promovia também um programa radiofônico para tratar sobre os benefícios da eletricidade à vida humana. Transmitido pela Rádio Tupi, o programa da Liga era voltado, tal qual o da Westinghouse, ao incentivo do consumo de eletricidade, objetivo, aliás, explícito no seu *slogan*: “Sirva-se da eletricidade”.

O rádio de válvulas já era uma realidade havia alguns anos, fator que contribuía para o barateamento dos aparelhos receptores e, consequentemente, para a difusão mais ampla do rádio entre os brasileiros. Indústrias estrangeiras e revendedores nacionais de diversas marcas de aparelhos de rádio anunciam intensamente uma gama diversificada de modelos dos seus produtos. Propagandeada como “o nome universal do rádio sem rival”, a General Electric chegou ao requinte de lançar, em maio de 1939, o seu modelo de aparelho de rádio para o ano de 1940, o qual tinha sido, segundo anuncia a empresa, “especialmente construído para o Brasil”. A Companhia Radiotelegráfica Brasileira S/A (RadioBras) inaugurava seus serviços de radiotelegrafia e radiotelefonia internacionais e os anunciam como as formas mais diretas e rápidas de comunicação do Brasil com as mais distantes partes do mundo.⁷

Contudo, a maior atração do universo elétrico e do comunicacional encontrava-se exposta na Feira de Amostras do Rio de Janeiro: a televisão. E o Estado Novo não deixou passar a oportunidade de transformar a TV na estrela principal de mais uma peça de sua propaganda política. Tudo se organizou e desdobrou para que assim ocorresse.

A Exposição de Televisão foi instalada no pavilhão de entrada da Feira de Amostras, evento montado nas proximidades do aeroporto Santos Dumont, onde atualmente se encontra a Avenida Beira Mar. Na parte esquerda do pavilhão se encontrava a aparelhagem de gravação da imagem, com um microfone, um grande projetor de luz e uma tela branca que se estendia do teto ao chão. Era a versão simplificada de um estúdio de TV. Do lado direito do pavilhão foram colocados onze aparelhos receptores, em distância regular do estúdio. Ambas as partes constituíam um circuito fechado de TV. Mais adiante, foram instalados um iconoscópio e duas cabines de viseotelefone, isto é, telefone com imagens elaborado com base no princípio da televisão a cabo. A localização espacial da Exposição de Televisão permitia ao visitante que, tão logo adentrasse o pavilhão da Feira, tivesse saciado o seu desejo de conhecer “a maravilha do século”, “o milagre da comunicação”, “a caixa mágica”.

ca”, epítetos atribuídos à TV pela imprensa e que despertavam, ainda mais, a curiosidade da população em conhecer o novo meio. O acesso à Feira era gratuito. Ingressos eram fartamente distribuídos na sede do Ministério da Justiça.⁸ A entrada franca garantiria a popularidade à Exposição de Televisão e, consequentemente, aos promotores do evento.

A cerimônia de abertura da Feira de Amostras foi realizada por Getúlio Vargas, o qual compareceu acompanhado por seus ministros Francisco Campos e Mendonça Lima e pelo diretor do Departamento Nacional de Propaganda, Lourival Fontes, além de Von Lebetzow, encarregado de negócios da Alemanha no Rio de Janeiro, Hans Pressler e os engenheiros Perchermeier e Jahmlich, integrantes da equipe alemã. Vargas permaneceu por 50 minutos no recinto da Feira. Assistiu a cenas do estúdio televisivo com artistas do rádio e as viu transmitidas nos televisores. Experimentou, com Francisco Campos, o viseotelefone. E, por fim, acompanhou pelos televisores a transmissão de um pequeno filme que, produzido pelo Departamento Nacional de Propaganda em dezembro de 1938, o apresentava discursando em saudação ao povo brasileiro.⁹ As demais partes da Feira de Amostras não foram visitadas por Vargas, ato presidencial que confirmava a TV como a maior curiosidade da Feira e jogava mais luzes sobre a estrela da temporada.

Durante todo o período de funcionamento da Feira de Amostras, a imprensa divulgou somente notícias relacionadas à Exposição de Televisão, nada comentando sobre as demais mostras presentes na Feira. Os artigos e as notas jornalísticas se ocupavam, geralmente, com explicações simplificadas sobre o funcionamento da TV e a descrição do aparelho receptor. As páginas do *Correio da Manhã* informavam que o televisor tinha “a forma de uma vitrola grande, cuja tampa suspensa apresenta ao fundo uma placa ou espelho onde se refletem imagens”. Já os leitores da revista *Carioca* ficavam sabendo que o aparelho era “semelhante a uma eletrola, porém com uma diferença, no lugar do disco há um pequeno quadro de vidro fosco pelo qual se vê imagens”.¹⁰ Para os que não pudessem ir à Feira, a *Revista da Semana* e o jornal *O Globo* reproduziam fotografias em suas matérias sobre a Exposição de Televisão, com destaque para as fotos dos televisores expostos no evento.¹¹

Alguns órgãos da imprensa cumpriam mais que fielmente a condição de “serviço de utilidade pública” imposta pela autoritária Constituição de 1937, pois foram além das exigências oficiais de noticiar a Exposição de Televisão. Dessa maneira, empenharam-se em promover, com o Departamento Nacional de Propaganda, apresentações de populares artistas e cantores do rádio, cujas imagens eram filmadas no estúdio de TV e transmitidas ao vivo aos te-

levisores instalados no recinto da Feira. Os promotores de atrações artísticas eram o jornal *O Globo* e as rádios Tupi e Nacional, cujos proprietários mantinham, ou procuravam manter, boas relações com o Estado Novo. Dois deles, curiosamente, se destacariam décadas depois na história da TV brasileira.

Proprietário do jornal *O Globo*, Roberto Marinho desfrutava de bom trânsito junto aos altos escalões estadonovistas e mantinha relações pessoais, ainda que por vezes tensas, com Lourival Fontes.¹² Dono da Rádio Tupi, a qual já contava com duas emissoras, uma instalada no Rio de Janeiro e outra em São Paulo, Assis Chateaubriand, notável pela propriedade do seu condomínio jornalístico, decidira apoiar fielmente o Estado Novo, embora tivesse desempenhado, anteriormente ao Golpe de 1937, certa oposição a Vargas.¹³ Por fim, Geraldo Rocha, proprietário da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, criada por ele, em 1936, mediante compra da Rádio Phillips do Brasil, e dono do grupo editorial formado pelo jornal *A Noite* e pelas revistas *Noite Ilustrada*, *Carioca* e *Vamos Ler*, colaborou com a Exposição de Televisão, movido, muito provavelmente, pelo interesse em conquistar a simpatia do chefe máximo e de outras autoridades do Estado Novo, e, dessa forma, conseguir, ao mesmo tempo, suplantar um breve passado de oposição a Vargas e obter auxílios oficiais para sanear o enorme endividamento de suas empresas. Entretanto, Rocha conheceria, num curto espaço de tempo, os limites daquela sua iniciativa, pois, em março de 1940, Vargas incorporaria ao Patrimônio da União o jornal *A Noite* e a Rádio Nacional.¹⁴

As apresentações de astros e cantores do rádio, programadas para ocorrerem todos os dias na Exposição de Televisão, eram amplamente noticiadas por aqueles três órgãos da imprensa. Alguns dos seus congêneres noticiavam com certa parcimônia a agenda das atrações artísticas. Dentre as várias e diversas apresentações artísticas realizadas na Exposição ganharia relevância as participações dos humoristas Genésio Arruda e Heloísa Vasconcelos, do compositor e radialista Ary Barroso – conduzindo o seu popular programa de calouros –, dos cantores Francisco Alves, Canhoto, Dalva de Oliveira, Herivelto Martins, Silvio Caldas, Marília Baptista e Henrique Baptista, Silvinha Melo, da dupla caipira Alvarenga e Ranchinho, do Conjunto Regional Benedito Lacerda, do grupo vocal Anjos do Inferno e da Orquestra de Salão Carlos Vianna; além de Josefina Baker, dançarina norte-americana radicada na França e que, naquele período, apresentava-se no Cassino da Urca.¹⁵ A possibilidade de os fãs verem gratuitamente seus ídolos do rádio e, ainda por cima, poderem acompanhar as transmissões das imagens dos artistas

pelo mais moderno meio de comunicação reforçavam o estrelato da TV promovido pelo Estado Novo.

Como esperavam os promotores da Exposição de Televisão, o público compareceu em massa ao evento. Num misto de curiosidade e assombro, formavam-se, diariamente, longas filas. Espremiam-se nas partes do pavilhão onde se encontravam o estúdio de TV e os televisores à espera de poder apreciar a caixa mágica em funcionamento, bem como para poderem testar o visetelefone. Dados que serviram à redação do jornal de Roberto Marinho para noticiar efusivamente: “Confirmando a intensa expectativa pública que se formara, obteve estrondoso êxito a demonstração de televisão”, pois “o público, cuja curiosidade já se manifestara intensa, correspondeu plenamente à iniciativa do Departamento de Propaganda e do *Globo*, afluindo em grande massa ao recinto em que teve lugar a demonstração”.¹⁶

Mas o Estado Novo não deixou a Exposição de Televisão restrita apenas à dimensão do entretenimento, dado que a ela imprimiu uma face educacional. Assim, o Departamento Nacional de Educação, órgão do Ministério da Educação e Saúde, cujo titular era Gustavo Capanema, reservou duas horas diariamente para a visita de estudantes secundaristas à Exposição de Televisão. Mediante convocação de professores e alunos, a Divisão de Ensino Secundário preparou uma agenda de visitas para o período de 8 a 15 de junho e colocou lado a lado os nomes de estabelecimentos escolares da elite – como Colégio Notre Dame de Sion e Colégio Sacré-Coeur de Marie –, e os de diversos colégios e ginásios, tanto públicos como privados, e os de algumas escolas técnicas.¹⁷ As visitas dos estudantes serviam ao Estado Novo para propagandear, mais uma vez, a sua preocupação com o ensino e a formação dos jovens, segmento etário, então, contemplado no projeto do Ministério da Justiça com vistas a constituir uma organização paramilitar, proposta que, entretanto, não prosperaria. E a mensagem estadonovista à população era clara: graças ao interesse de Vargas e ao empenho do Estado Novo pelo progresso brasileiro e pela constituição de uma sólida nacionalidade, o futuro da nação – a juventude – poderia conhecer a futura forma de comunicação.

Contudo, os dirigentes estadonovistas envolvidos diretamente na organização da Exposição de Televisão tinham consciência de que para que a propaganda em torno da TV surtisse amplo efeito havia a necessidade de não restringi-la ao evento promovido para a massa. Era preciso também cuidar que a TV fosse tratada de maneira objetiva e científica entre homens da cultura e setores socioeconômicos dominantes. Expediente que, antes de servir para convencer os setores da elite brasileira sobre a importância da TV ao desen-

volvimento nacional, se constituía em mais um recurso na tentativa de legitimar, ainda que pontualmente, a ditadura varguista entre aqueles segmentos sociais e de levar água ao moinho das manifestações favoráveis ao alinhamento Brasil–Alemanha. Tratava-se de dar provas tanto sobre a preocupação do Estado Novo com a construção e o avanço da nação brasileira como sobre o poderio tecnológico alcançado pela Alemanha nazista.

Nesta direção, o Ministério da Justiça promoveu uma conferência sobre a TV, evento, então, realizado no Palácio Tiradentes. A presidência da mesa ficou a cargo de Francisco Negrão de Lima, chefe de gabinete daquele Ministério e um dos ativos participantes da organização do Golpe de 1937. A conferência foi proferida pelo médico sanitarista e colaborador estadonovista Arthur Neiva, à época, delegado da pasta da Justiça. A mesa era também composta por Hans Pressler, o qual auxiliaria Neiva durante a sua explanação, e pelos professores João Felipe, presidente do Clube de Engenharia, e José Castanheira, diretor da Escola Politécnica. Para um público composto de figuras expressivas dos meios culturais e sociais, como registraria a imprensa, Neiva explanou sobre os princípios técnicos da TV e todas as etapas de seu funcionamento. Discorreu sobre os modos de operar vários aparelhos receptores distribuídos em um grande território, sempre exemplificando com o caso da TV alemã e salientando os avanços germânicos obtidos na área da tecnologia televisiva. Exibiu significativa quantidade de imagens por meio de um projetor de *slides*, procedimento que permitira ao conferencista ilustrar e melhor tratar os dados técnicos e as informações científicas apresentados, além de causar impacto positivo entre o público presente à conferência, segundo nota da imprensa. Ao encerrar o evento, Negrão de Lima cumprimentou Neiva pelo “brilho de sua conferência e com a qual havia permitido aos mais leigos desvendar os mistérios da televisão e, assim, tomarem conhecimento de deta- lhes de ordem prática dessa criação do gênero humano”.¹⁸

Entretanto, é lícito considerar que os promotores da conferência estivessem muito mais interessados em conhecer os mistérios e as práticas relacionados ao uso político da TV do que os propriamente ligados ao funcionamento técnico do meio. Eles sabiam que o Terceiro Reich já testara, ainda que de forma limitada, os efeitos da caixa mágica a serviço de um poder monolítico. Efeitos e poder que eles, talvez, sonhassem ver alcançados pelo regime discricionário que integravam e promoviam.

Sonhos à parte, a Exposição da Televisão serviu ao Estado Novo para reforçar, publicamente, a sua suposta superioridade a outras formas de governo, uma vez que o regime a utilizou como mais uma prova do seu propagado

apreço ao povo brasileiro e da sua declarada atenção ao progresso nacional. Além disso, foi utilizada, mais restritamente, para compor o conjunto de argumentações em prol do alinhamento Brasil–Alemanha, posicionamento defendido amplamente por autoridades estadonovistas envolvidas diretamente na promoção daquele evento.

SOB O SIGNO DA CENSURA: IMPRESSÕES E CRÍTICAS SOBRE A TV

O fato extraordinário tem o poder de despertar interesse e debate sobre questões direta ou indiretamente relacionadas a ele. Impressões e críticas sobre um acontecimento extraordinário invadem e ganham proporções na ordem do cotidiano e há muito costumam ser, em regra, um ótimo combustível à imprensa. Sem dúvida, a Exposição de Televisão foi um fato extraordinário, ainda mais que naquele momento em matéria de comunicação social o país se encontrava às voltas com o início do processo de difusão do rádio. Porém, a ordem discricionária vigente impedia que a imprensa divulgasse livres considerações sobre os possíveis usos políticos dos meios de comunicação social. E, obviamente, vetava qualquer menção sobre os reais e velados interesses que o regime tinha em relação à demonstração pública de TV.

Dessa forma, a imprensa ao tratar da Exposição de Televisão expressava, geralmente, certo alumbramento e orgulho pelo fato de o Brasil poder conhecer o novo meio de comunicação. Sobre o meio propriamente, ela reforçava, de um lado, a imagem da TV como uma grande conquista da ciência para o avanço da comunicação humana, e, de outro, a caracterizava como um dos símbolos do progresso de uma nação. Tudo bem ao gosto do Estado Novo.

O jornal *O Globo* se destacava na tarefa de enaltecer a Exposição de Televisão e a própria TV, sem, contudo, descuidar de fazer a apologia à iniciativa do Estado Novo e à colaboração do jornal em relação ao evento. Assim, as páginas do jornal de Roberto Marinho afirmavam que a Exposição de Televisão “abria uma nova fase de desenvolvimento cultural para o Brasil”, chegando mesmo a defini-la como um marco do progresso brasileiro: “Promovemos [o Departamento Nacional de Propaganda e *O Globo*] uma apresentação que marcará o início de uma nova fase do nosso progresso, com a primeira demonstração pública de televisão”; o povo brasileiro conheceu “o milagre do século XX”. Logo depois, em matéria de primeira página, publicava-se o juízo do jornal sobre o evento: “tecnicamente, a experiência [com a televisão no

Brasil] alcançou os seus objetivos, evidenciando as grandes possibilidades que se abrem à televisão”,¹⁹ sem declinar ao menos um objetivo esperado com a demonstração da TV ou uma oportunidade que se abria ao novo meio de comunicação. Contudo, tais matérias do *Globo* se encaixavam perfeitamente no esquema de propaganda do Estado Novo, mas se prestavam, também, a uma dupla divulgação do jornal, dado que lhe serviam tanto para conquistar a preferência de mais leitores como para obter a simpatia e as benesses da ditadura varguista.

Porém, mesmo proprietários de órgãos da imprensa que procuravam manter-se distantes do esquema de cooptação estadonovista não tinham como não cumprir, de uma forma ou de outra, a imposição oficial de dar publicidade aos atos oficiais, o que naquele momento significava noticiar a Exposição de Televisão. É dentro desse quadro que se entende o fato de o *Diário de Notícias*, de propriedade do insuspeito Orlando Ribeiro Dantas, ter publicado uma nota sobre o “grande êxito” alcançando pela Exposição de Televisão, sem deixar, entretanto, de declinar o nome do órgão responsável em organizá-la (“Repartição de Correios do III Reich”) e o do patrocinador do evento (“Departamento Nacional de Propaganda”). Já a revista *Careta*, cujas edições do período defendiam discretamente o alinhamento Brasil–Estados Unidos, procederia de maneira diferente. A revista não publicaria sequer uma nota sobre a Exposição de Televisão durante o período em que ela foi realizada. Entretanto, noticiaria o evento na semana posterior ao seu término. Mesmo assim, a matéria da revista apenas reproduzia três instantâneos da Exposição, acompanhados de texto de duas linhas acentuando o fato de o evento ter sido “muito concorrido”, porém sem trazer nenhuma referência ao organizador e ao patrocinador da demonstração pública de TV.²⁰

Contudo, a censura estadonovista não foi totalmente eficaz em sua vigência com relação aos comentários da imprensa escrita sobre a TV e a Exposição de Televisão. Reportagens e artigos do *Correio da Manhã* conseguiram emitir pequenas e discretas considerações sobre a Exposição e indiretas ressalvas e reflexões acerca das aplicações da comunicação televisiva, rompendo, assim, o cerco vigilante e punitivo da ditadura varguista e, de certa forma, se constituindo em tênues notas dissonantes ao coro da imprensa regido pelo Departamento Nacional de Propaganda. Discreta dissonância percebida, de certo, tão-somente por alguns leitores, mas corajosa, posto que emitida em tempos de imposição do arbitrário uníssono estadonovista. Embora Paulo Bittencourt, proprietário do *Correio da Manhã*, tivesse publicado, em período anterior ao advento do Estado Novo, editoriais com críticas ao governo de

Vargas,²¹ ele sabia que o sinistro momento político impunha cautela na edição de seu diário, como de resto aos demais donos de jornais, revistas e emissoras de rádios. Mas a necessária prudência não faria Bittencourt ceifar a sensibilidade jornalística da equipe do seu diário, então dirigida por Costa Rego, dado que o proprietário do jornal não vetava, e talvez até incentivasse, o uso da única arma que restara à imprensa escrita contra o autoritarismo varguista: a criatividade da pena.

Em reportagem, ocupada em noticiar a apresentação da TV dirigida à imprensa e publicada na véspera da abertura oficial da Exposição de Televisão, a redação do *Correio da Manhã* emitia uma tímida impressão negativa sobre a qualidade das imagens exibidas pelos televisores, deixando, assim, entrever a sua tênue denúncia de que “o maquinismo que produzia a televisão” e fora enviado ao Brasil era defasado ou incompleto:

A reprodução dos cânticos ou discursos é feita de forma alta, estridente mesmo. Há certa desproporção do volume das vozes com as figuras dos cantores, pequenas, reduzidas, como se fossem de lanterna mágica. Fizemos sentir nossa impressão. O técnico nos adianta: – Bem, mas o que se vê ali naquele espelho pode ser reproduzido numa grande tela, como as de cinema. É questão de um dispositivo. Na Alemanha e em outros países é assim.²²

Noutro artigo, intitulado “Ver e ouvir”, a redação do *Correio da Manhã*, além de ironizar o termo viseotelefone, chamando-o de “viseotele-qualquer coisa”, apresentava pequenas considerações sobre os benefícios da inclusão da TV no cotidiano humano e expressava uma curiosa expectativa quanto às futuras capacidades tecnológicas do meio: “no futuro e mediante avanços científicos, a televisão poderá conjugar à distância todos os sentidos humanos”. Mas a redação não deixara de emitir, em duas partes daquele artigo e de maneira indireta, a sua apreensão sobre os usos do novo meio. No segundo parágrafo do artigo, ao comparar a TV com a radiofotografia, curiosamente lançava mão de um exemplo que, envolvendo a visita que o rei George VI realizava ao Canadá,²³ remetia à relação entre governantes e governados mediada pelo uso de tecnologias da comunicação:

É certo que já conhecíamos a fotografia transmitida através do morse. O rei da Inglaterra chega ao Canadá, o fotógrafo *bate-lhe* uma chapa, e esta, com as indicações fielmente carregadas pelas ondas hertzianas de uma oficina a outra oficina fotográfica, é a mesma que surge em Londres, reproduzindo digamos,

Sua Majestade a receber a saudação dalgum vago algonquino, especialmente catedo em qualquer aldeia e apressadamente desbrunido da crosta da civilização para aquela cena tocante aos aloengos da América. Mas isso era a simples transmissão da imagem em seu estado – chamamo-lo assim – fotográfico. Os novos progressos da televisão permitem mais: permitem que duas pessoas se escutem e, ao mesmo tempo, se vejam – conjugam, enfim, dois sentidos no mesmo ato.²⁴

Calcado em acontecimento duplamente real e vazado sob o signo da ambigüidade, o exemplo permitia que a redação tratasse indiretamente sobre a utilização política da TV e, por extensão, dos demais meios de comunicação, notadamente sobre os seus usos para fins de manipulação das populações incultas e incautas. E possibilitava que a mensagem da redação do jornal fosse compreendida pelo leitor mais atento e reflexivo. Afinal, dentro do clima de divulgação da Exposição de Televisão, aquele leitor não teria dificuldade em substituir, durante a sua leitura do artigo, o título de rei da Inglaterra por *Führer*, Hitler, chefe máximo, presidente Vargas e a condição de súdito do povo canadense e do inglês por “gloriosa raça germânica”, “raça ariana”, povo brasileiro, trabalhadores do Brasil. Ademais, havia ainda a possibilidade de o leitor encontrar em uma ou outra *charge* referências discretas ao uso político dos meios de comunicação de massa pelo nazi-fascismo, uma vez que, em razão da censura oficial, aos chargistas e caricaturistas restavam, naquele momento, os fatos e autoridades do contexto político internacional como matéria para os seus traços e humor. Dentro desse quadro, pode-se citar como exemplo lapidar uma *charge* de autoria de Théo. Intitulada “Micorofone” e publicada na revista *Careta*, a *charge* apresentava as caricaturas de Napoleão, Hitler e Mussolini. O imperador francês observava o *Führer* e o *Duce* discursando diante de microfones de rádio, e, assim, comentava: “Se no meu tempo houvesse essa arma, eu teria conquistado o mundo”.²⁵

Para o leitor menos atento, a redação do *Correio da Manhã* expressaria sua apreensão com a TV no parágrafo conclusivo do artigo “Ver e Ouvir”. Entretanto, a mensagem vinha envolta em especulações filosóficas, isto é, mediante vago questionamento sobre as imprevisíveis consequências que os inventos científicos geravam à humanidade. Nessa direção, o artigo finalizava com a seguinte máxima: “De tudo se conclui – sendo necessário concluir para acabar – que a ciência também nada sabe: contra o júbilo de uma de suas aplicações vitoriosas não sabe, nem avalia, o número de inconvenientes, e mesmo de catástrofes que vai provocar”.²⁶

Num momento em que o termo ‘comunicação’ estava em voga no país,

o literato, crítico, historiador e jornalista Carlos Maul, na época redator do *Correio da Manhã*, publicou um longo artigo com o sugestivo título “Para a história das comunicações no Brasil”. Logo na primeira linha do seu artigo, Maul afirmava de maneira veemente: “Os caminhos foram, e serão, em todos os tempos os vanguardeiros da civilização”. E seguia defendendo a importância dos caminhos e estradas para o desenvolvimento humano e salientando sua função como vias de comunicação. Para argumentar sua tese, historiava o empenho de pessoas e grupos que, espalhados pelo interior do Brasil durante a Colônia e o Império, tinham investido na abertura e manutenção de caminhos e estradas, buscando, assim, diminuir o isolamento em que viviam suas comunidades. Sua narrativa não descuidava de enfatizar os obstáculos e o desasco que aqueles empreendedores de estradas e caminhos tinham colhido por parte dos seus governantes.²⁷ Com seu artigo, Maul redimensionava o tema da relação entre comunicação e progresso nacional, então, momentaneamente centrado na comunicação televisiva.

Conhecedor da História e do seu poder de explicação, Maul procurou expressar suas inquietações com relação ao presente tratando apenas de acontecimentos do passado. Assim, conseguiu, além de driblar a censura, emitir sua opinião sobre a questão, sem, contudo, perder o foco político. Para o jornalista, as estradas se constituíam na base do progresso do país, pois propiciavam a mais vital comunicação e a verdadeira integração nacional – como, aliás, ele demonstrara em seu artigo, já sabiam, havia muito tempo, as populações do interior brasileiro. Ao enfatizar o desasco com que governantes da Colônia e do Império tinham tratado o desejo dos súditos por estradas, expressava indiretamente sua opinião política: um governo, verdadeiramente interessado no desenvolvimento nacional e no bem-estar de todo o seu povo, deveria, ao contrário de governos do passado e antes de se ocupar com novas formas de comunicação, atender e efetivar o antigo e popular anseio por uma malha viária integradora. O recurso de valer-se da história brasileira mais remota para poder conseguir expressar sua opinião vetava a Maul o uso de qualquer referência a dados do seu tempo presente, o que pode explicar o fato de ele não ter mencionado a construção da rodovia Rio-Bahia, então iniciada em abril de 1939. Iniciativa oficial que certamente Maul queira ver multiplicada em detrimento de qualquer medida de ampliação dos meios eletrônicos de comunicação de massa.

Familiarizado com o mundo jornalístico, Maul sabia que para se tratar de um assunto tornado notícia não era necessário nomeá-lo. Pois, enquanto o assunto ocupasse páginas de jornais e revistas, fosse emitido pelas ondas do

rádio e reverberasse em conversas informais, os leitores podiam, com certa facilidade, associá-lo a uma série de termos e temas correlacionados ao assunto/notícia. Assim, sem mencionar a palavra ‘televisão’ e valendo-se apenas do termo ‘comunicação’, estrategicamente empregado no título do artigo, Maul conseguia se posicionar contra o momentâneo entusiasmo com relação às possibilidades da comunicação televisiva para o desenvolvimento brasileiro. Ademais, ao proceder dessa forma, Maul conseguia evitar atrair contra si próprio e o *Correio da Manhã* qualquer arbitrária punição oficial, ainda mais que, na órbita do poder estadonovista, os grandes entusiastas com relação à TV eram Francisco Campos e Lourival Fontes.

Porém, o entusiasmo com as possibilidades da implantação de um serviço regular de TV no Brasil não se restringia apenas à esfera das altas autoridades estadonovistas. O coronel Juan Ganzo Fernandes, antigo diretor da Companhia Telefônica do Rio Grande do Sul, notório pioneiro da radiodifusão gaúcha e um dos fundadores, em 1924, da Rádio Sociedade Rio-Grandense de Porto Alegre, fora o primeiro a divulgar na imprensa suas expectativas com relação à instalação da TV no país. Desta vez, o pioneirismo do coronel se devia ao fato de ele ter viajado até Buenos Aires para visitar a Exposição de Telecomunicações e em seu regresso ter podido relatar, em entrevista a jornais gaúchos e nota divulgada pela Agência Nacional, algumas curiosidades sobre a TV, adiantando, assim, o que poderia ser apreciado pelos brasileiros uma semana depois na Exposição de Televisão no Rio de Janeiro. Ademais, Ganzo Fernandes declarava que a cidade de Porto Alegre poderia vir a ser “dotada de uma potente estação transmissora de televisão”, e anuncjava: “Não faltam empresas que tratariam de empregar seus capitais nesse sentido. Trata-se de um empreendimento de grande vulto e que seria de extraordinário interesse para o comércio e economia do estado e do país”.²⁸

O financiamento privado e a finalidade comercial aventados por Ganzo Fernandes à instalação da TV remetiam à órbita das preocupações iniciais do Estado Novo com relação ao rádio. Ainda incipiente, o debate estadonovista sobre o rádio já oscilava entre opiniões que entendiam ser a radiodifusão livre prejudicial à construção da nacionalidade e as que compreendiam ser ainda cedo para a radiodifusão oficial, dadas as dificuldades financeiras e tecnológicas que impediam a efetivação de um sistema de radiodifusão estatal e suficientemente amplo, tal qual ocorria, por exemplo, na Alemanha nazista e em outros países da Europa. Apesar da censura estadonovista, Ganzo Fernandes pôde ter publicada a sua opinião sobre a instalação da TV em virtude da indefinição oficial com relação à radiodifusão. Ademais, a sua declaração se

ocupava somente com os possíveis caminhos abertos à instalação e ao funcionamento regular da TV, portanto nem de longe remetia à questão mais urgente daquele momento: o controle oficial dos meios de comunicação social. Questão que se tornaria fundamental quando, após a criação do DIP, o debate sobre o rádio ganharia certo vulto em algumas instâncias do regime. Debate que seria concluído com base na noção de que o Brasil necessitava rádios comerciais e estatais, cabendo ao regime controlá-las, quer pela via política, quer pela financeira.

A noção de que o futuro da comunicação social pertenceria à televisão e as esperançosas expectativas que o meio pudesse ser implantado no Brasil devem ter servido de estímulo para alguns brasileiros buscarem conhecimentos sobre a TV. Era o caso dos professores e alunos que integrariam cursos técnicos de TV. Em São Paulo, o Instituto Rádio Técnico Brasileiro e o Instituto Rádio Técnico Monitor, ambos então conhecidos por seus cursos de rádio, cine sonoro e telegrafia morse, passavam a oferecer cursos práticos para formação de técnicos em TV, ministrados tanto em suas classes e laboratórios como por correspondência.²⁹ Sem dúvida, os integrantes daqueles cursos foram brasileiros que não se restringiram a sonhar com o futuro da caixa mágica no país, mas, também, decidiram antecipá-lo em seu cotidiano.

Com o início da Segunda Guerra Mundial, as experiências e os serviços ocupados com a TV sofreriam um significativo arrefecimento na Europa e nos Estados Unidos. A TV britânica cessaria o seu serviço de emissão já em setembro de 1939. Na Alemanha, o mesmo ocorreria no final de 1940. Nos Estados Unidos, as emissões televisivas continuariam, porém de maneira irregular e restrita. Elementos que associados à indefinição dos fabricantes em adotar um padrão na produção de aparelhos receptores tornavam a TV desinteressante para grande parcela da população. Na França, arrojados planos oficiais destinados à expansão do serviço estatal de TV foram abortados. Mas, curiosamente, Paris contaria com uma emissora de televisão entre 1943 a 1944, desafortunadamente instalada e mantida pelo invasor nazista, cujo objetivo era emitir programação voltada ao entretenimento dos feridos alemães hospitalizados na região parisiense (Jeanneney, 1996, p.223-224; Espada, 1982, p.122). Dessa forma, durante a Segunda Guerra Mundial o rádio continuaria a ser o meio rei, fato que permitiria ao Brasil se aproximar em matéria de comunicação social dos países que já haviam experimentado a novata TV.

Contudo, se o Estado Novo, de um lado, não conseguiu produzir imagens televisivas que fossem colocadas a serviço de sua propaganda ou projeto de construção da nacionalidade brasileira, por outro lado, o seu interesse pe-

la TV revela os primeiros sinais do encantamento que o meio exerceria sobre o poder político no país, assinalando, assim, um dos obstáculos interpostos à emancipação política da futura TV brasileira, tanto em tempos de ditadura como nos de democracia.

NOTAS

¹ *Correio da Manhã*, 03.06.1939; ESPADA, Luis Gutiérrez. *História de los medios audivisuales*. v.3. Madrid: Pirámide, 1982. p.122; BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004. p.181-182.

² JEANNENEY, Jean-Noël. *Uma história da comunicação social*. Lisboa: Terramar, 1996. p.222-223; ESPADA, Luis Gutiérrez, 1982, p.120-122.

³ *Correio da Manhã*, 28.05.1939.

⁴ BUENO, Clodoaldo. Transição do Período Vargas (1830-1945): nova percepção do interesse nacional. In CERVO, Amado Luiz e BUENO, Clodoaldo. *História da política exterior do Brasil*. 2^a ed., Brasília: Editora da UnB, 2002, p.245-246 e 253-257.

⁵ *O Estado de S. Paulo*, 28 e 31.05.1939, 08.06.1939; *Correio da Manhã*, 03 e 07.06.1939, 14.06.1939.

⁶ Viagens à Feira Mundial de Nova York eram vendidas pelas agências Brasiltur Exprinter. *O Estado de S. Paulo*, 04 e 08.06.1939.

⁷ *O Estado de S. Paulo*, 11, 18 e 31.05.1939, 04.06.1939; *Correio da Manhã*, 28.05.1939 e 11.06.1939, *O Globo*, 28.05.1939 e 11.06.1939.

⁸ *O Estado de S. Paulo*, 04.06.1939; *Correio da Manhã*, 02 e 03.06.1939; *O Globo*, 04.06.1939; *Diário de Notícias*, 03.06.1939.

⁹ *O Globo*, 05.06.1939; XAVIER, Ricardo; SACCHI, Rogério. *Almanaque da TV – 50 anos de memória e informação*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000. p.28.

¹⁰ *Correio da Manhã*, 03.06.1939; *Carioca*, 04.06.1939.

¹¹ *Revista da Semana*, 11.06.1939; *O Globo*, 10 e 12.06.1939.

¹² BIAL, Pedro. *Roberto Marinho*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004. p.146.

¹³ MORAIS, Fernando. *Chatô: o rei do Brasil*. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p.375.

¹⁴ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p.371, 386; BIAL, Pedro, 2004, p.146.

¹⁵ *Correio da Manhã*, 11.06.1939; MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política*. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p.169; XAVIER, Ricardo; SACCHI, Rogério, 2000, p.29.

Áureo Busetto

¹⁶ *O Globo*, 12.06.1939.

¹⁷ *Correio da Manhã*, 08.06.1939.

¹⁸ *Correio da Manhã*, 09.06.1939.

¹⁹ *O Globo*, 10 e 12.06.1939.

²⁰ *Diário de Notícias*, 15.06.1939; *Careta*, 24.06.1939.

²¹ ANDRADE, Jefferson de. *Um jornal assassinado – A última batalha do Correio da Manhã*. Rio de Janeiro: J. Olympio Ed., 1991. p.86.

²² *Correio da Manhã*, 03.06.1939.

²³ A visita de George VI ao Canadá e aos Estados Unidos era noticiada em vários jornais brasileiros, algumas das matérias eram ilustradas com radiofotos divulgadas por agências internacionais de notícia.

²⁴ *Correio da Manhã*, 04.06.1939.

²⁵ *Careta*, 22.04.1939.

²⁶ *Correio da Manhã*, 04.06.1939.

²⁷ *Correio da Manhã*, 08.06.1939.

²⁸ *Correio da Manhã*, 28.05.1939.

²⁹ *O Estado de S. Paulo*, 28.05.1939 e 04.06.1939.

Artigo recebido em outubro de 2007. Aprovado em dezembro de 2007.