

CHE - CÂMARA DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E EDUCAÇÃO (PÔSTER)

NOME: GABRIEL HENRIQUE SILVA GOMES

TÍTULO: A VOZ DO BRASIL: ABORDAGENS DE MARKETING POLÍTICO NO GOVERNO VARGAS

AUTORES: EDWALDO COSTA, GABRIEL HENRIQUE SILVA GOMES

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): CNPq

PALAVRA CHAVE: Rádio, Vargas, Política

RESUMO

Introdução

O rádio foi o potencial político que Getúlio Vargas conseguiu dominar com maestria. Prova disso são as quantidades de jingles, marchinhas e programas radiofônicos que marcaram seus governos. Vargas por meio deste aparelho de comunicação conseguiu criar sua imagem como o de "Pai dos Pobres" e "Salvador da Pátria".

A pesquisa objetivou apresentar a abordagem política nos programas radiofônicos, como forma de marketing político no governo de Getúlio Vargas e o culto a personalidade de Getúlio Vargas dentro do Programa a Voz do Brasil.

Autores como Ortriwano, Amaral, Faria, Pandolfi, Murce, Nascimento, Paschoal, Sampaio, Salgado, Miriani, Silva, Capelato, Daher e outros serviram como base para a pesquisa.

O primeiro governo do presidente Getúlio Vargas (1930-1945) é um tema que suscita discussões por ter provocado mudanças na sociedade brasileira. O país passou por um processo de modernização com leis trabalhistas, desenvolvimento do rádio e política de estímulo à industrialização nacional. Assim, toda e qualquer pesquisa que revise o governo Vargas e suas estratégias já é importante em si.

Metodologia

A metodologia está baseada em pesquisa bibliográfica e na análise do discurso.

Resultados Finais

Conclui-se com esta pesquisa que o rádio teve um importante papel no governo Vargas. O veículo conseguiu transmitir/criar para a "massa" Vargas como o "Pai dos Pobres" e "Salvador da Pátria".

Percebeu-se que o marketing político é uma estratégia já utilizada em 1954.