



O Carnaval na Era de Ouro do Rádio: análises de textos carnavalescos na coluna O Rádio da Revista Vida Capichaba (1949) ¹

Ana Carolina Cometti OLIOZI²

Gabriela Santos ALVES³

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Resumo

A Revista Vida Capichaba, publicação que mais tempo circulou no estado do Espírito Santo, a Rádio Espírito Santo e o Carnaval Capixaba carecem de estudos sobre sua história e seu papel na formação do imaginário popular. Essa pesquisa surge dentro da proposta de documentação e divulgação dos canais detentores da memória capixaba e busca definir a ligação existente entre a radiodifusão e as comemorações carnavalescas do estado na primeira metade do século XX, pautadas por artigos tratantes dos dois assuntos retirados dos exemplares do ano de 1949 da Revista Vida Capichaba.

Palavras-chave

Revista, Rádio, Carnaval, Vida Capichaba.

A Revista

Considerada a 10ª publicação mais conhecida do estado (VALLE, 1971) na década de 70 e sendo a revista de maior longevidade no Espírito Santo até hoje, a revista Vida Capichaba foi a maior representante do movimento modernista no estado. Publicada entre abril de 1923 e fevereiro de 1957, tinha como público-alvo principal membros da alta sociedade, que repercutiam conceitos e atitudes propostos pela revista que, ao mesmo tempo, os publicava (PACHECO, 1998).

Produzida e direcionada para a elite, a revista refletia um caráter conservador e provinciano, típico da sociedade capixaba da época, o que espelhava o modelo oligárquico-agrário-exportador. Como instrumento determinante de tendências, além de representante oficial do cotidiano, a Vida Capichaba perpetuou uma mentalidade elitista que foi aos poucos se tornando mais sutil. (BISSI [et al.], 2005)

¹ Trabalho apresentado no Intercom – XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Ouro Preto - MG – 28 a 30/06/2012

² Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo – UFES; anycometti@gmail.com

³ Professora do Departamento de Comunicação Social (UFES), Doutora em Comunicação e Cultura (Eco/UFRJ); gabrielaalves@terra.com.br



A revista teve 751 exemplares publicados, tem acervo completo disponível para consulta na Biblioteca Pública Estadual Levy Cúrcio da Rocha (BPES) – Vitória/ES e reunia o que havia de melhor na sociedade do Espírito Santo tanto no campo das letras como no jornalismo – muitas vezes mesclando-os, seguindo uma tendência da época. Além disso, era um veículo forte de divulgação e produção do que havia de melhor no campo capixaba das letras e do jornalismo, inclusive promovendo a maior participação feminina, e foi um importante meio de propagação das ideias modernistas no estado. Possuía espaços para publicações de opinião, feitas por intelectuais ou membros da elite, e colunas fixas, como *O Rádio*, em que se aproveitou para promover programas da então estação PRI 9 que, posteriormente, veio a transformar-se na Rádio Club Espírito Santo. Uma vez que o jornalismo compromete-se a relatar os fatos tais como são, interpreta-se que a *Vida Capichaba* é um acervo rico de informações e relatos sobre o cotidiano, as tradições e os valores do povo espírito-santense no início do século XX.

Era revista ilustrada e bem feita. A sua coleção constitui hoje fonte preciosa de indicações e informes sobre o passado social, intelectual e recreativo do Estado, nas décadas de 1922-32 e 42. Nela colaborava o que havia de melhor no jornalismo e nas letras espírito-santenses. Muitos dos grandes nomes de hoje se iniciaram nela, na sua “Página de Estímulo”. (VALLE, 1971)

Produzida e endereçada a um segmento muito específico da sociedade capixaba – a elite -, *Vida Capichaba* inovou ao destinar grande parte de seu conteúdo ao público feminino e, mais do que isso, ao incentivar a produção literária e jornalística das mulheres das camadas sociais superiores. Não é à toa que, em seu primeiro editorial, a revista dedica a edição às mulheres, por serem “a mais ardente protetora da arte e a mais requintada amiga do sonho”. Mas, apesar disso, a revista reforçava seu caráter conservador ao atrelar à imagem da mulher o status quo de mãe e esposa ‘moralmente correta’. Seu surgimento próximo ao acontecimento da Semana de Arte Moderna de 1922, fez com que *Vida Capichaba* fosse uma das várias revistas de vanguarda que circulavam numa época em que a imprensa e a literatura se confundiam (BISI [et al.], 2005).

Um exemplo da dissolução dessa linha ideológica foi a inclusão das minorias sociais em seu conteúdo e ilustrações. Entre figuras que ganharam espaço ao longo de sua existência, estão o negro e o operário, que ganharam espaço no ano de 1930 em comemoração, respectivamente, ao Dia Mundial do Trabalho e à Abolição da Escravatura; e a mulher, que não só passou a ser parte considerável do público-alvo, como fez com que a revista fosse considerada pioneira ao incentivar a produção literária



feminina e, além disso, convidar jovens intelectuais capixabas para publicar suas letras. O carnaval também era tema de relevância, sobretudo nas décadas de 30 e 40 (BISI [et al]. 2005).

O Rádio

O desenvolvimento da indústria fabril e a revolução industrial no Rio de Janeiro, então capital federal do Brasil, ditaram um novo ritmo à vida urbana no início do século XX. O movimento já havia iniciado na Europa no final do século XIX e nenhum outro meio de comunicação representa tanto o imediatismo e a nova velocidade do mundo e das pessoas como o rádio. As primeiras estações de rádio abertas haviam começado a funcionar na Europa e nos Estados Unidos após o final da Primeira Guerra Mundial. No Brasil, uma primeira experiência foi realizada em 1919 na cidade de Recife, por meio da Rádio Club de Pernambuco.

Em sete de setembro de 1922, foi feita a primeira transmissão radiofônica oficial brasileira, na abertura da Exposição Internacional do Rio de Janeiro, preparada para comemorar o Centenário da Independência do Brasil. Essa transmissão foi realizada do Corcovado – onde o então presidente Epitácio Pessoa fez o discurso de abertura do evento – e do Teatro Municipal – de onde, logo depois, transmitiu-se a ópera *O Guarany*, de Carlos Gomes – e pode ser ouvida de Petrópolis e de São Paulo, por meio de aparelhos trazidos pela própria companhia americana que cuidou das instalações, a Westinghouse Internacional Company.

Em 1923, Roquette Pinto, um dos principais fomentadores da radiodifusão no país, fundou a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Ele defendia “a inserção do rádio em um projeto educativo-cultural que se encaixasse na busca do progresso e da modernidade para o Brasil” (SOUSA, 2004, p. 111). Apesar da grade de programação da Rádio Sociedade ser composta de cursos, conferências, programas infantis, conselhos de higiene e uma série de outros programas educativos, um fator que complicava essa relação educativa em todo o território nacional eram os custos – de compra e de manutenção, além dos impostos pagos ao governo – de se ter um aparelho de rádio em casa.



Podemos conjecturar que o desenvolvimento do rádio brasileiro, no período anterior à década de 1930, foi freado não apenas por razões de ordem técnica, mas também pela turbulenta conjuntura política. Foi um tempo de instabilidade, com as revoltas tenentistas, as constantes declarações de Estado de Sítio; nesse contexto, o rádio poderia vir a se tornar um perigoso veículo de comunicação, de divulgação dos acontecimentos e de propaganda contra o poder estabelecido.. (CALABRE, 2004, p. 15/16)

Seu caráter oratório acelerava a propagação de ideais num país onde mais de 57% da população era analfabeta – segundo o Censo de 1950. Essa característica do veículo foi muito bem aproveitada pelo presidente Getúlio Vargas. Além de criar o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e cercar toda a produção cultural e jornalística da época, Vargas era presença constante nos intervalos das radionovelas e dos programas musicais, usando a tática – também muito utilizada por Hitler – de aproveitar-se do rádio como veículo da comunicação oral para aproximar-se do povo e conquistar a empatia da nação. O presidente estava sempre na casa dos brasileiros, falando diretamente com o povo e, por estar presente em um ambiente íntimo e privado, criava vínculos e proximidade com cada cidadão.

Um exemplo disso foi o programa Hora do Brasil, atualmente chamado Voz do Brasil. Em 1932, a Rádio Record de São Paulo foi uma poderosa arma de oposição ao Governo Vargas, propagando os ideais da Revolução Constitucionalista, que exigia a convocação de eleições para formação de uma Assembleia Constituinte para elaboração de uma nova constituição para o país. Apesar da cidade ter sido cercada pelas tropas do governo e, posteriormente, derrotada, mesmo durante os conflitos a Rádio Record conseguiu propagar notícias sobre os conflitos e a revolução.

No mesmo ano, foi aprovado o decreto 21.111, que regulamentava os serviços de telecomunicações. Entre eles, regularizava a publicidade e garantia em todas as estações de rádio brasileiras a reserva de uma hora diária para o programa oficial do governo. Entretanto, a Hora do Brasil só foi posta em prática no ano de 1939, formada por quadros de notícias gerais, informes políticos e espaços de entretenimento que contavam com a participação de artistas famosos para chamar a atenção do público ouvinte. Desse processo, participaram vários artistas que, graças às gravações radiofônicas eternizaram suas canções no imaginário popular, como Carmem Miranda e Emilinha Borba.

Na década de 40, o rádio se consolidou como veículo de comunicação de massa no Rio de Janeiro e isso impulsionou a comercialização da música carnavalesca e, sobretudo, a criação de uma cultura popular de massa (FARIAS, 2003, p.200). Essa massificação era



amplamente incentivada pelo poder público - não à toa se submete toda a produção carnavalesca ao Departamento Administrativo do Serviço Público, o DASP, num governo extremamente nacionalista como o do presidente Getúlio Vargas – e pelos investimentos da iniciativa privada. Não é à toa que a década de 1940 representou o início da chamada Era de Ouro do Rádio.

Nesse ano, completava-se quatro anos do surgimento e do sucesso explosivo da Rádio Nacional e o governo incorporou-a a seu patrimônio, mantendo mesmo depois disso a administração privada original. No ano seguinte, estreou a primeira radionovela do país: *Em Busca da Felicidade*.

Entre os anos de 40 e 46, a Rádio Nacional tornou-se uma campeã de audiência e captadora de altos investimentos publicitários, como foi o caso da chegada da Coca-Cola ao mercado brasileiro: a empresa investiu uma quantia significativa na época para colocar no ar “Um milhão de melodias”, programa criado exclusivamente para o lançamento do produto. (CÉSAR, 2005, p. 185/186)

Outro programa jornalístico de destaque surgido no mesmo ano era o Repórter Esso que, numa alusão feita no próprio nome, era patrocinado pela petrolífera Esso Standard Oil. Além da petrolífera, uma agência de notícias e uma de publicidade, todas americanas, estavam por trás da produção do jornal, que representava simbolicamente os novos rumos que as rádios brasileiras tomavam nesse início de século: era a política da boa vizinhança americana aplicada na América Latina. (SOUSA, 2004, p. 117)

Nessa época, as notícias e valores veiculados no rádio pautavam a maioria das conversas e ditavam comportamentos das classes mais altas da sociedade brasileira. É importante ressaltar que, apesar da grande popularização do aparelho, grande parte do país – ainda sem acesso a energia elétrica e sem recursos para poder disfrutar da programação, além do baixo alcance dos transmissores da época – não compartilhava da posse desse veículo que conquistou rapidamente o público. Apesar de ser um meio fácil e abrangente, o público consumidor de tal mercadoria ainda era limitado.

Apesar do rádio, como meio de comunicação, ter sido implantado pela primeira vez no Brasil na década de 20, a novidade só chegou a Vitória duas décadas depois. No dia 14 de janeiro de 1940, surgiu a Rádio Club do Espírito Santo. Em 1949, o Decreto n° 187 incorporou o acervo da estação ao patrimônio do Governo do Estado, e a Rádio Club passou a ter o nome de Rádio Espírito Santo, levado até hoje pela emissora governamental. A Rádio seguiu várias das práticas realizadas em outros lugares do país, como a diversificação do conteúdo – sobretudo o musical – e a apropriação das cartas



como principal canal de correspondência entre locutor e ouvintes, chegando a ser uma das rádios mais ouvidas no interior do país.

O declínio do rádio começou nos anos 50, sobretudo na metade da década, quando a televisão tirou do rádio os comerciais e os artistas que antes eram a principal fonte de renda e de audiência do veículo.

No entanto, é importante ressaltar que a transmissão televisiva brasileira, apesar de ter tido início nos anos de 1950, só alcançou um número significativo de receptores na década de 1960. Ou seja, entre os anos de 1920 e 1960, o rádio foi o principal veículo de comunicação de massa no Brasil. (CÉSAR, 2005, p. 200)

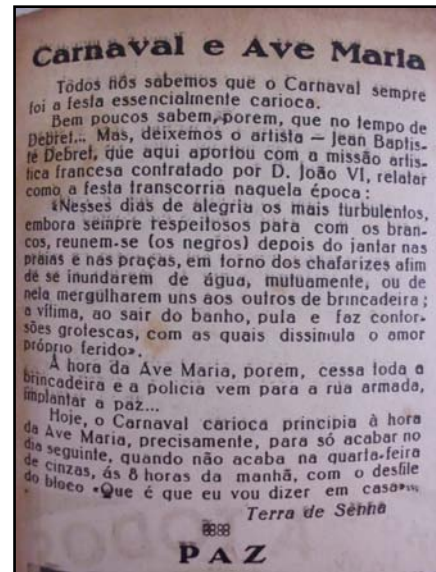
Mas a Era de Ouro do Rádio só chegou ao fim na década de 1960, quando o aparelho de rádio diminuiu de tamanho e passou a ser portátil, acompanhando as pessoas para onde quer que elas fossem. O rádio deixou de ser um instrumento de união social, envolta do qual muitas pessoas se reuniam para compartilhar de uma mesma vivência, para se tornar uma mercadoria de consumo individual. Surgem as rádios musicais, as rádios ecléticas e a prestação de serviços. Também houve uma grande popularização do aparelho, que se tornou tão básico e constante nos lares brasileiros ao ponto de não entrar como indicador de renda em uma pesquisa do Instituto Brasileiro de Opinião Pública – Ibope no ano de 1960, sobre o potencial efetivo dos mercados carioca e paulista para as atividades domésticas.

Felizmente, grande parte da Época de Ouro do Rádio coincide com os tempos áureos, também, do carnaval. Talvez as apresentações nos palcos das rádios e até mesmo a comunicação via áudio tenham impulsionado o sucesso das marchinhas e músicas carnavalescas numa era de novidades nas comunicações e de sucesso dos programas de auditório.

O Carnaval

Nas primeiras décadas do século XX, a comemoração do Carnaval, sobretudo no Espírito Santo, era bem diferente dos festejos de misturas étnicas que existem hoje. Os carnavais nos clubes do Moscoso, Vitória, Saldanha da Gama e Álvares Cabral, dentre outros, com os tradicionais bailes de máscaras, eram extremamente comuns entre as classes mais elitizadas, tendo um espaço menor, também, para as classes médias.

Já nas ruas, o que se via tradicionalmente era o Entrudo, uma manifestação popular introduzida no Brasil pelos portugueses. Nos entrudos familiares, mantidos nas famílias conservadoras, os jovens jogavam bolas perfumadas, chamadas de limões-de-cheiro (que logo foram substituídos pelo agora proibido lança-perfumes), como representação de união e fraternidade. O costume é destacado em um breve texto publicado na edição de 30 de Julho de 1942 da Vida Capichaba, ao citar uma brincadeira dos negros no chafariz. No entrudo dos escravos,



esses se divertiam jogando-se água e dançando como em sua terra natal. Essas danças, caracterizadas pelo autor como “contorções grotescas, com as quais dissimula o amor próprio ferido”, podem representar o início da dança do samba, trazido da África e aqui misturado com heranças europeias e tradições indígenas, tornando-se assim parte inevitável e indissociável do carnaval brasileiro.

Além do entrudo, haviam as batucadas, movimentos populares que vieram a se transformar nas escolas de samba capixabas na década de 1950. É interessante lembrar que as batucadas surgiram nas periferias das cidades, formadas por uma maioria negra e/ou pobre. No Espírito Santo, por exemplo, as batucadas surgiram no Morro da Fonte Grande. Inicialmente eram duas, que na época do carnaval se encontravam na rua 7 de setembro para brigar. No mesmo morro, surgiram várias outras que, nos anos 50, juntaram-se e formaram a União das Batucadas do Espírito Santo – Ubes, e posteriormente a escola de samba Unidos da Piedade, a mais antiga e mais premiada do carnaval capixaba. A princípio, os desfiles eram realizados na Praça Costa Pereira, sendo transferidos para o Sambão do Povo somente em 1987, e chegaram a contar com 40 escolas participantes – na atualidade são 14 agremiações.

Já no Rio de Janeiro, as batucadas deram origem às escolas de samba com mais de 30 anos de antecedência. Em 1928, surgia a primeira escola de samba, a Deixa Falar, que teve apenas três anos de existência e se localizava na região do Estácio de Sá. No mesmo ano, nasceu a Estação Primeira de Mangueira, considerada a escola de samba mais antiga do Rio de Janeiro, já que está ativa desde seu surgimento. A Mangueira é uma das raras escolas de samba que nunca saíram da primeira divisão do carnaval carioca e foi campeã do primeiro concurso carnavalesco de escolas de samba da cidade



do Rio de Janeiro, realizado no ano de 1932, na antiga Praça Onze. Em 1945, demoliu-se grande parte da praça para construção da Avenida Presidente Vargas e os desfiles das escolas de samba foram remanejados para o sambódromo da Marquês de Sapucaí.

Apesar do formato do festejo do carnaval ter mudado ao longo dos anos, uma característica permanece semelhante ao que significava no passado: as fantasias. Para Roberto Da Matta, em seu artigo intitulado O Carnaval como um Rito de Passagem, o uso de fantasias remete ao imaginário popular, com referências nem sempre verídicas da realidade de personagens como médicos, enfermeiras, bailarinas e soldados.

“Em termos sociológicos, pode-se dizer que uma fantasia é uma máscara social conscientemente assumida e marcada por um sinal exterior visível, com frequência delimitada culturalmente e, de modo consequente, estereotipado”.
(DaMatta, 1973)

O uso de fantasias e também das máscaras proporciona uma inversão de valores que permite ao folião extrapolar a barreira do socialmente aceito e, pelo período que durar a folia, poder fazer tudo aquilo que, em outras épocas do ano, a moral pública não permite.

É interessante destacar que os registros do carnaval, festa dotada de alegria segundo a própria revista, não são feitos no ano de 1943, mesma época em que a Segunda Guerra Mundial começa na Europa. As edições de Vida Capixaba desse ano possuem grande quantidade de material – sobretudo fotográfico – em uma ampla cobertura sobre os acontecimentos.

“Em 1944, com o país em guerra, havia tristeza generalizada, racionamento de gasolina, blecaute em algumas capitais. Os organizadores do carnaval carioca previam o fracasso do festejo popular e apelaram para a indústria fonográfica e a imprensa.” (SOUSA, 2007)

A Revista, o Carnaval e a Rádio

A ligação do carnaval capixaba com o Rádio era evidente na década de 40 devido ao surgimento da Rádio Club Espírito Santo que, como veículo de massa, popularizou não só o carnaval, bem como toda uma cultura anteriormente restrita à elite. Entretanto, as informações veiculadas na Vida Capixaba eram de alcance e acesso restrito, uma vez que só as classes mais altas da sociedade podiam lê-la e compra-la. Por essa razão, é

extremamente raro encontrarmos fotos e textos que tratem de um público diferente daquele que é almejado pela revista. Apesar disso, o clima de festa na cidade era comumente retratado com imagens. Além de ilustrações, é comum ver fotografias, mesmo na capa, de membros da alta sociedade capixaba com fantasias típicas do carnaval.

As colunas *O Rádio* de 1949, intituladas “O Carnaval” e “Mais Carinho!” retratavam não só a relação da radiofonia com o carnaval, mas tratavam de valorizar essa relação e



comemorar os festejos carnavalescos. A primeira, de Janeiro de 1949, destaca o espírito festivo e alegre do brasileiro – que se aflora no carnaval – como uma qualidade capaz de converter tristezas em alegrias, de acabar com os preconceitos, para ao final destacar novidades no cenário radiofônico capixaba: além de propagandear os próprios programas da Rádio Club do Espírito Santo, noticiar, especialmente nessa edição, os primeiros passos da conversão da Rádio Club em Rádio Espírito Santo: a decisão do então governador Carlos Lindenberg de adquirir uma nova e mais potente emissora, que daria a Vitória “uma estação à altura do seu progresso”; e a iniciativa do locutor Duarte Junior, que se dispôs a construir as novas dependências da Rádio em uma propriedade própria, na Avenida Jerônimo Monteiro. A ligação entre a radiofonia capixaba e o carnaval da mesma época também é clara.

“Pelo telefone foi o maior sucesso do Carnaval de 1917 e foi executado em diversas rádios da cidade (Rio de Janeiro). Pela primeira vez a indústria cultural da época se abriu à produção dos negros cariocas. Esse feito contribuiu para o fortalecimento das escolas de samba e de grupos teatrais negros na década de 1930”. (ALBUQUERQUE; FILHO, 2006)

Intitulada de “Mais Carinho!”, a coluna *O Rádio* de junho de 49 relata o sucesso da música brasileira nos Estados Unidos, sobretudo as marchinhas e canções surgidas durante o carnaval. O autor Luiz N. Paixão questiona a efemeridade das melodias surgidas no Brasil, que ao passar de um carnaval são renovadas, e explica que a música brasileira “jamais se estraga ou envelhece” e por isso faz tanto sucesso no exterior. O artigo não deixa de ser uma crítica à popularização das músicas originárias do carnaval



brasileiro, o que, segundo Guilherme Santos Neves, autor de outro editorial da edição de fevereiro de 1949, chamado “Carnaval e Folclore”, impede que o carnaval se torne parte do folclore capixaba. Alegando que esse só se forma com a perduração de anos e anos de uma mesma marchinha ou cantiga e dizendo, ainda, que a ascensão do rádio como veículo de comunicação contribuiu para a fácil propagação das cantigas, que substituem aos poucos as músicas e poesias do folclore capixaba, Neves escreve que a “influência prejudicial” - a

perduração das cantigas do carnaval por vários e vários meses após o fim das comemorações – “mais se acentua, devido à fácil propagação dos sambas de canções carnavalescas através das emissoras radiofônicas” que atingem também “todo o interior – onde até então se guardavam melhor as nossas tradições populares”.

Conclusão

No conjunto desses artigos, é possível notar que, embora a burguesia use várias manifestações populares, o foco sempre está em todo o território cultural que, naquela época, só as classes mais abastadas tinham acesso, como a relação com a política, as marchinhas que transpassavam a fronteira brasileira e se expandiam para o mundo, e os programas de rádio – por mais que fosse um veículo popular, a escassez de recursos energéticos e o alto preço dos equipamentos impossibilitavam sua chegada nas camadas mais baixas da população.

Um ponto interessante de ser destacado é o apoio dado pela revista ao surgimento da rádio, sobretudo propagandeando seus programas, já que ambos os veículos compartilhavam da empatia e apoio ao Presidente Vargas. Além disso, apesar de comemorada a conquista de mais um meio de comunicação para a sociedade, a chegada do rádio, como toda a novidade, é cercada de dúvidas, ainda mais quando essa novidade ameaça popularizar uma mercadoria antes produzida e endereçada exclusivamente às elites – algo perturbador para a alta sociedade da época.



Mas o veículo encontra apoio da parte que defende a reprodução e popularização de conteúdos. Ainda que o carnaval fosse uma festa de mistura de ritmos, etnias e, sobretudo, de classes sociais, é curioso observar essa resistência da elite em disseminar sua cultura com outros públicos e poucas vezes se via na revista retratação além da visão burguesa, carregada de preconceitos. Na *Vida Capichaba*, a burguesia escrevia sobre si, para si.

Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE, Wlamyra R. de; FILHO, Walter Braga. Cultura negra e cultura nacional: Samba, carnaval, capoeira e candomblé. **Uma história do negro no Brasil** - Salvador: Centro de Estudos Afro-Orientais; Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2006. Cap. nº IX, pp. 225-252.

BORGES, Clério José. **Carnaval Capixaba**. Disponível em:
<<http://www.cleriorborges.com.br/carnavalcapixaba.html>>. Acesso em: 10 mai. 2012

BRITO, Sandra. O carnaval e o mundo burguês. **Revista da Faculdade de Letras**, Porto, Vol. 6, pp. 313-338, 2005.

CALABRE, Lia. **A era do rádio** – 2ª Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2004.

CÉSAR, Cyro. **Rádio: a mídia da emoção**. São Paulo: Summus, 2005.

DAMATTA, Roberto. **Ensaio de antropologia estrutural: o carnaval como um rito de passagem** (p. 19 a 66) -. 2ª Ed. Petrópolis: Vozes, 1977.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, Malandos e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro** – 6ª Ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

FARIAS, Edson. **Carnaval Carioca, a matriz do negócio do ócio brasileiro**. CADERNO CRH, Salvador, n. 38, p. 177-208. Jan./jun, 2003. Disponível em:
<http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:RN7yDSLUXpAJ:scholar.google.com/+carnaval+e+cultura+de+massa&hl=pt-BR&as_sdt=0>. Acesso em: 24 mar. 2012

MARTINUZZO, José Antônio (org). **Rádio Club do Espírito Santo: Memórias da Voz de Canaã** / organizado por José Antônio Martinuzzo ; colaboradores Almir Alves ... [et ai.]. — Vitória: Imprensa Oficial do Espírito Santo, 2004.

PACHECO, Renato José Costa. **Os Dias Antigos** / Renato Pacheco – Vitória: EDUFES: Secretaria Municipal de Cultura, 1998.

ROSTOLDO, Jadir Peçanha. **“Vida Capichaba”: O retrato de uma sociedade – 1930**. Vitória: Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo, 2007.



SOUSA, Marquilandes Borges de. **Rádio e propaganda política: Brasil e México sobre a mira norte-americana durante a Segunda Guerra.** São Paulo: Annablume, Fapesp, 2004.

SOUSA, Moacir Barbosa de. **Rádio e História – a indústria fonográfica e a música popular brasileira como fontes de estudos históricos.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: V Congresso Nacional de História da Mídia. Mai/Jun, 2007. Disponível em: < <http://paginas.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/5o-encontro-2007-1/Radio%20e%20Historia%20-%20a%20industria%20fonografica%20e%20a%20musica%20popular%20brasileira%20como%20fontes.pdf>>. Acesso em: 9 mai. 2012

VALLE, Euripedes Queiroz do. **O Estado do Espírito Santo e os espírito-santenses: dados, fatos e curiosidades: os 10 mais.** -. 3. ed. - s.l.: APEX, 1971

BUENO, Marcos. **Porque no carnaval as pessoas soltam as fantasias nas fantasias?** Instituto de Gestalt-Terapia e Atendimento Familiar. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.igt.psc.br/ojs/viewarticle.php?id=46&layout=html>>. Acesso em: 24 mar. 2012