

AVISO AO USUÁRIO

A digitalização e submissão deste trabalho monográfico ao *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia* foi realizada no âmbito do Projeto *Historiografia e pesquisa discente: as monografias dos graduandos em História da UFU*, referente ao EDITAL N° 001/2016 PROGRAD/DIREN/UFU (<https://monografiashistoriaufu.wordpress.com>).

O projeto visa à digitalização, catalogação e disponibilização online das monografias dos discentes do Curso de História da UFU que fazem parte do acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia (CDHIS/INHIS/UFU).

O conteúdo das obras é de responsabilidade exclusiva dos seus autores, a quem pertencem os direitos autorais. Reserva-se ao autor (ou detentor dos direitos), a prerrogativa de solicitar, a qualquer tempo, a retirada de seu trabalho monográfico do *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia*. Para tanto, o autor deverá entrar em contato com o responsável pelo repositório através do e-mail recursoscontinuos@dirbi.ufu.br.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE HISTÓRIA

**Estado Novo e imprensa ilustrada:
propaganda política na revista
Ilustração Brasileira (1935 - 1944)**

GEANNE PAULA DE OLIVEIRA SILVA

Estado Novo e imprensa ilustrada: propaganda política na revista *Ilustração Brasileira* (1935 - 1944)

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em História, do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em História, sob a orientação da Professora Dra. Luciene Lehmkuhl.

Uberlândia, Dezembro de 2008.

SILVA, Geanne Paula de Oliveira, (1986)

Estado Novo e imprensa ilustrada: propaganda política na revista *Ilustração Brasileira* (1935 - 1944)

Geanne Paula de Oliveira Silva – Uberlândia, 2008

76 fls

Orientadora: Luciene Lehmkuhl

Monografia (Bacharelado) - Universidade Federal de Uberlândia, Curso de Graduação em História.

Inclui Bibliografia

Revista *Ilustração Brasileira* (1935-1944); Estado Novo; Propaganda política.

GEANNE PAULA DE OLIVEIRA SILVA

Estado Novo e imprensa ilustrada:
propaganda política na revista *Ilustração*
Brasileira (1935 - 1944)

BANCA EXAMINADORA

Professora Dra. Luciene Lehmkuhl – Orientadora

Professora Dra. Christina da Silva Roquette Lopreato

Professor Dr. Adalberto Paranhos

*Ao meu irmão Jean, que um dia
plantou a sementinha em meu coração e
que, até aqui, continuou a regá-la...*

Agradecimentos (muito especiais!)

À Deus, porque até aqui Ele tem me ajudado.

À minha professora orientadora Luciene, quem primeiro acreditou em mim e no potencial dessa pesquisa. Serei para sempre grata por isso. Elegância não é só uma característica pessoal dela, foi também de sua postura para comigo durante todo o tempo de orientação.

À professora Christina Lopreato por participar da Banca Examinadora e por ter me ensinado tanto. Muito mais que lições de História do Brasil, ensinou-me lições para a vida, quando fui sua aluna. Ela tem a simplicidade apurada, privilégio de raros, como fala Marc Bloch, sabe falar, no mesmo tom, aos doutos e aos escolares.

Ao professor Adalberto Paranhos também por participar da Banca Examinadora e - certa estou disso - pela leitura rigorosa e contribuições.

Aos funcionários do CDHIS - Máucia, Dulcina, Velloso e Ivanilda (esta, especialmente, sempre carinhosa e prestativa comigo) - pelo “tempero” que deram à minha pesquisa e por facilitarem meus estudos nas dependências do CDHIS.

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) pelo financiamento imprescindível a esta pesquisa.

Aos amigos, porque compartilhar a vida é torná-la melhor. Ao Neander - o Cidão, ou “Gênio”: assim o chamo, não por acaso. Ao Lucas, que tanto me ensina só de estar ao meu lado. À Luciana, que dividiu comigo alegrias e também angústias. Ao Diogo e à Carol, que talvez por acaso surgiram na minha vida, mas não por acaso têm o meu carinho. Ao Tadeu, pelas palavras sábias nas horas mais oportunas. Ao Roberto, que viveu experiências semelhantes às minhas e que me trouxe a Lígia. À Roberta, que sempre esteve por perto, mas que cada dia mais tem se tornado uma amiga muito especial. À Renia, companheira nas aulas e fora delas. À Poliana, que aos poucos e à sua maneira conquistou seu espaço e minha amizade. À Lígia, que a princípio não soube eu que ia tão longe comigo, mas que logo fincou raízes fundas no meu coração. À Andrea, que me fez feliz só por ter cruzado o meu caminho e que, sem explicações, tornou-se uma amiga mais que especial.

Ao Gustavo (my big love!), sempre presente e um presente na minha vida.

Ao meu irmão Jean, por ter me inspirado um dia e por possibilitar tudo isso hoje.

E à minha mãe Maria, minha amiga - a melhor! - que sempre acreditou em mim, mesmo quando eu mesma desacreditava. Pretensiosamente, quis eu, com isso tudo, dar a ela um pouquinho de orgulho de mim...

Resumo:

A partir de uma breve análise da propaganda política do Estado Novo veiculada nas páginas da revista *Ilustração Brasileira* na sua coleção de maio de 1935 a janeiro de 1944, pretende-se evidenciar o esforço e investimento do Estado Novo numa propaganda de si mesmo e de seu governante, nas funções de seu aparelho propagandístico, o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP - em atingir, tanto quanto as classes subalternas, também as classes hegemônicas.

Sumário:

Introdução.....	9
 Capítulo 1 - Revistando <i>Ilustração Brasileira</i>	
1.1 - “Bela época” na imprensa brasileira.....	15
1.2 – <i>Ilustração Brasileira</i> : “No limiar”	19
 Capítulo 2 – O Estado Novo nas páginas de <i>Ilustração Brasileira</i>	
2.1 - Propaganda política <i>na</i> revista.....	40
2.2 - Propaganda política <i>em</i> revista.....	57
 Considerações finais.....	71
 Referências Bibliográficas.....	73

Introdução

*A vida inventa! A gente principia as coisas, no não saber por que, e desde aí perde o poder de continuação, porque a vida é mutirão de todos, por todos remexida e temperada.*¹

Tudo começou com um convite que, certamente, “a vida inventou” para mim. A professora Luciene Lehmkuhl soube através de uma aluna da existência da coleção da revista *Ilustração Brasileira* (1935-1944) no acervo do Centro de Documentação Pesquisa em História, o CDHIS, e logo viu nela enorme potencial e vasto campo para pesquisa tão diretamente ligada aos seus estudos e trabalhos acadêmicos já feitos e/ou em andamento.

A revista mostrou-se como uma nova fonte de pesquisa importante no estudo da construção da visualidade na modernidade brasileira, uma das principais questões dos estudos da professora, ao permitir o contato com obras de arte que circulavam entre os leitores do período estudado. A partir de então, a proposta era conseguir fomento para uma pesquisa centrada na revista *Ilustração Brasileira*. Foi nesse momento que o convite veio a mim que, depois de muito hesitar, acabei aceitando, pois só tinha a ganhar.

O projeto encaminhado à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG, em outubro de 2005, a princípio não fora aprovado. Mas, era para mim mesma que a vida havia inventado! Exatamente naquele ano a FAPEMIG havia aumentado o número de bolsas e a aprovação veio na segunda chamada. Desde então meus estudos se concentraram na revista *Ilustração Brasileira*, especificamente nas suas edições de maio de 1935 a janeiro de 1944, integrantes do acervo do CDHIS.

O título do meu Plano de Trabalho - “Artistas em revista: obras de arte publicadas na revista *Ilustração Brasileira*” - já transparecia a direção inicial pretendida: a coleção da revista *Ilustração Brasileira* seria o documento privilegiado durante todo o desenvolvimento da pesquisa, com foco na publicação das obras de arte. A intenção era identificar e catalogar as obras e artistas publicados na revista entre os anos de 1935 e 1944, buscando refletir acerca da visualidade em construção de um Brasil que havia ingressado na modernidade, dialogando, dessa forma, com os projetos concluídos e/ou em andamento da Professora Lehmkuhl. Incluía-se também nas

¹ ROSA, João Guimarães. **Grande sertão**: Veredas. v. II. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1994, p. 658.

intenções iniciais a digitalização e arquivamento das imagens das obras de arte para a composição de um Banco de Imagens que ficaria à disposição de outros pesquisadores.

Mas, logo no seu início a pesquisa desdobrou-se, ou como diria Guimarães Rosa, foi “remexida e temperada”. Tendo em vista que a coleção de *Ilustração Brasileira* havia sido recentemente recebida e ainda não estava catalogada, a direção do CDHIS propôs que fosse realizada uma catalogação minuciosa, capaz de abarcar a variedade de conteúdos própria de periódicos como as revistas ilustradas, para que o acesso de pesquisadores a esse tipo de documento se tornasse mais amplo e ágil. Vale lembrar que organizar a catalogação para o arquivamento no CDHIS era também um propósito da pesquisa, já que boa parte dela seria realizada nas dependências daquele Centro de Documentação, mas não era previsto que tal atividade constituiria algo tão detalhado, extenso e, por isso, exigente de um maior tempo de dedicação.

A proposta feita pelo CDHIS não foi recusada. Embora não previsto aquele modelo de catalogação de alguma forma traria acréscimos e contribuições à própria pesquisa e à minha formação. Tão logo, pois, parti para a execução do minucioso processo. Todos os cento e quatro exemplares de *Ilustração Brasileira* foram manuseados um a um: o sumário de cada edição indicava os principais textos a serem lidos e sintetizados. A identificação e catalogação das obras e artistas publicados na revista e a constituição do Banco de Imagens, principais objetivos do plano inicial, também foram concluídos. Todas as obras reproduzidas nas páginas de *Ilustração Brasileira* foram digitalizadas, arquivadas e agora reunidas compõem o Banco de Imagens criado com duzentas e catorze imagens e mais as Referências Iconográficas. Todo o material catalogado encontra-se à disposição no CDHIS/UFU.

Esse minucioso processo de catalogação levou, aproximadamente, seis meses para sua conclusão, entre leituras, sintetizações e digitalizações, ou seja, metade do primeiro ano de pesquisa. Para a finalização desse primeiro ano, no segundo semestre procurei uma bibliografia que me fizesse saber um pouco mais especificamente sobre imprensa ilustrada e, por fim, esforcei-me para, de alguma forma, fazer uma exposição da revista, uma apresentação de seu conteúdo de maneira geral, já que, depois do processo de catalogação, quando eu havia “revistado” todos os exemplares de *Ilustração Brasileira*, me sentia um tanto segura para isso. Minha intenção era que, no desenrolar dessa apresentação fossem evidenciadas as muitas possibilidades de pesquisas que a referida revista oferece. Isso é o que faço no capítulo 1 desse trabalho,

fruto dessa fase específica de minha pesquisa e de minhas primeiras reflexões.

Se, a princípio hesitei e até “principei as coisas no não saber por que”, agora já não era mais assim. Para a renovação da pesquisa era eu quem tinha um convite para fazer à minha professora/orientadora. Durante o processo de catalogação pude manusear, ler, ter um contato mais direto com cada um dos cento e quatro exemplares da revista, o que me possibilitou conhecê-la de uma forma um pouco mais profunda. Isso, certamente, não teria acontecido se a catalogação se desse de forma simplificada como inicialmente era planejado. Esse foi o “tempero” que a direção do CDHIS deu à minha pesquisa, que não só contribuiu com o desenvolvimento dela, mas definiu sua direção futura.

Ao lidar com cada um dos exemplares me chamou a atenção a presença abundante de uma figura que já há muito, desde os tempos do Ensino Médio, me despertava interesse - Getulio Vargas. Eram muitos textos, fotografias, desenhos, e até algumas das obras de artes publicadas com impressão colorida, enfim, muito conteúdo de exaltação ao governo e à figura de Getulio Vargas. O interesse pelo tema e a curiosidade aguçada através do contato com aquele documento histórico, me levaram a buscar leituras sobre o assunto. Comecei a perceber que todo aquele conteúdo de divulgação dos atos governamentais e exaltação à Vargas tratava-se de uma importante estratégia do governo Vargas: a propaganda política. Agora com o olhar atento à essa propaganda política, fui percebendo que ela aparecia na revista desde as primeiras edições da coleção trabalhada, mas, a partir de 1937, o ano de instauração oficial do Estado Novo brasileiro, torna-se freqüente e abundante.

Minha proposta, então, para o segundo ano de pesquisa era continuar tendo a revista *Ilustração Brasileira* como documento principal, mas com um novo foco: a propaganda política do Estado Novo. A intenção era explorar a construção escrita e visual dessa propaganda com vistas a investigar como se materializou num meio impresso toda a ideologia estadonovista, como foram utilizados os recursos da imprensa para construir a pretendida boa imagem de Vargas e de seu regime, enfim, como se traduziram em textos escritos e imagéticos todas as idéias e conceitos que o Estado Novo pretendia divulgar. Dessa vez, no lugar da hesitação havia ansiedade quanto à renovação do projeto, que, para a minha felicidade, foi aprovado pela FAPEMIG. E eu não tinha começado “no não saber por que”, sabia exatamente o que queria e estava cheia de ânimo.

Inicialmente, identifiquei e selecionei as edições e matérias da revista a serem utilizadas. Paralelamente buscava um bibliografia referente ao período que compreende o Estado Novo na história brasileira e mais especificamente sobre a propaganda política desenvolvida por esse regime. Como dito, minha intenção era analisar o conteúdo escrito e visual da propaganda estadonovista veiculada na revista *Ilustração Brasileira* estabelecendo diálogos com o projeto político-ideológico do Estado Novo. Havia, inclusive, um interesse de abordar com mais ênfase os textos visuais, já que, por ser uma entre as muitas publicações da imprensa ilustrada brasileira, *Ilustração Brasileira* tinha como característica essencial a presença abundante de imagens - ^{sejam} elas ilustrações, caricaturas, reproduções de obras de arte ou fotografias. Também porque o próprio Estado Novo utilizou as imagens com a finalidade de propagar sua ideologia e construir uma boa imagem do governo e do governante. Logo, as possibilidades de reflexões a partir desta visualidade eram bastante amplas.

Eu parecia ter retomado “o poder de continuação” de minha pesquisa, mas isso não duraria muito, mais uma vez ela ganharia um outro “tempero”. À medida que lia a bibliografia para subsidiar minhas reflexões, notava que a maioria dela abordava mais a relação de Vargas com os trabalhadores, a construção de sua imagem como “pai dos pobres”, além, é claro, do caráter autoritário dessa propaganda. Talvez porque o governo Vargas esteja inserido no amplo conceito do populismo essas abordagens tenham sido privilegiadas. Mas, algo me inquietava pois, àquela altura, eu já tinha percebido que o documento que eu tinha em mãos não era endereçado aos trabalhadores, por exemplo, que, não raro, nem sabiam ler.

O que me parecia, até aquele momento, era que a propaganda política do Estado Novo havia sido elaborada fundamentalmente para atingir aos trabalhadores, a população pobre, enfim, as massas. Na continuação de minhas leituras encontrei, enfim, o que queria ler: a confirmação do que até ali tinha percebido, que a historiografia havia privilegiado a abordagem da propaganda dirigida às massas. Ora, então porque esta propaganda aparecia na revista *Ilustração Brasileira*? Pelo que até ali eu tinha visto e lido, inclusive registrado no relatório final do primeiro ano de minha pesquisa, *Ilustração Brasileira* era uma revista consumida por uma elite e, mais que isso, seu conteúdo também era essa elite. Algumas coisas não se “encaixavam”.

Eu havia gostado desse novo “tempero” que veio, talvez, do próprio documento com o qual eu lidava, porque, como diria Marc Bloch, eu o deixei falar. Eu também

havia encontrado a problemática de minha pesquisa, da qual falava minha orientadora e outros tantos professores.

A inquietação foi tanta que, além de conduzir as reflexões finais do segundo ano de minha pesquisa financiada pela FAPEMIG, originou também esse trabalho. E pelo que parece, por haver ainda algumas coisas a se “encaixar”, vai gerar outros frutos. Isso se não vier de fora um “temperinho” especial, se alguém não der uma “remexida”... se a vida não inventar mais para mim!

Capítulo 1

Revistando

Ilustração Brasileira



1 - Revistando *Ilustração Brasileira*

1.1 - “Bela época” na imprensa brasileira

A “bela época” do Brasil iniciou-se, talvez, mais rápido do que imaginavam os militares positivistas proclamadores da República. E era isso mesmo e muito mais o que queriam as elites brasileiras: queriam uma industrialização imediata e a modernização “a qualquer custo”, mesmo que o preço a pagar fosse uma crise, a do “Encilhamento”. Assim, o país, independente em 1822, não mais escravagista em 1888, republicano em 1889, entra no compasso mundial e acerta seus ponteiros com o relógio da modernidade.²

Desde de o “15 de novembro de 1889” - que até viria com cara de revolução, talvez “sem classe” para alguns ingleses, mas que logo mostraria sua essência de conservadorismo, pois, era como se os próprios militares fundadores da República se confessassem, de início, “revolucionários conservadores”, que “ao desejo de progresso, antepusessem o de conservação da ordem”³ -, o cenário brasileiro e os comportamentos começam a se transformar, principalmente nas grandes cidades. O avanço científico, o desenvolvimento tecnológico, o turbilhão de transformações e invenções, que aconteciam uma após a outra, ou quase simultaneamente, alteraram de forma significativa o cotidiano das pessoas, seus valores, comportamentos, hábitos e relações sociais. Inaugurou-se uma outra sensibilidade e percepção do tempo e do espaço. A experiência diária daqueles sujeitos que se queriam modernos, acompanhando seu tempo, passa a ser “marcada pelo ritmo apressado, impaciente e nervoso das metrópoles nascentes”.⁴

A sociedade passa a ter um caráter urbano-industrial. O fluxo intenso de transformações conseguia atingir todos os níveis de experiência social. Assim como os cidadãos do mundo, os brasileiros viram as inovações daqueles tempos invadirem o seu cotidiano. As novas técnicas vinham para transformar a arte, o lazer, os comportamentos, os hábitos, a circulação nos grandes centros, o trabalho, o modo de

² Cf. SEVCENKO, Nicolau. O Prelúdio Republicano: astúcias da ordem e ilusões do progresso. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.) e SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da Vida Privada no Brasil**, v. 3 - República: da *Belle Époque* à Era do Rádio. São Paulo. Companhia das Letras, 1998, p. 15.

³ FREYRE, Gilberto. O 15 de novembro no seu aspecto político: considerações em torno da reação de um passado ao desafio do futuro. In: **Ordem e Progresso**. Rio de Janeiro: Record, 4 ed., 1990, p. 15.

⁴ LUCA, Tânia Regina de. **A Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação**. São Paulo: Editora da UNESP, 1999, p. 25.

vida e a própria visão de mundo daqueles sujeitos.

O efervescente contexto interno significou também uma “bela época” para a imprensa brasileira que, com a ascensão dos presidentes civis, passou para uma nova fase. A imprensa também sentiu e se favoreceu com todo o arsenal de ícones dessa modernidade, possivelmente tornou-se um deles. As novas técnicas possibilitaram o aperfeiçoamento tipográfico, o avanço na ilustração e o alcance de velocidades jamais vistas nas máquinas impressoras. Segundo as historiadoras Ana Luíza Martins e Tânia Regina de Luca

No compasso da virada do século, regido pelo capitalismo dos países de economia hegemônica – então Inglaterra e França – e, internacionalmente, aberto às conquistas da ciência e da técnica, também o Brasil, inaugurando a nova ordem republicana, de inspiração positivista, buscava seu lugar na modernidade do mundo. A imprensa foi o espaço no qual esse embate aconteceu com mais visibilidade. Em ritmo acelerado, das gráficas artesanais do Império passava-se à imprensa com foros de indústria, da República.⁵

Com seu universo gráfico bem mais ampliado a imprensa tornou-se um segmento de grande influência para o desenvolvimento dos outros segmentos. Acompanhando minuciosamente as transformações da vida nas cidades, a imprensa também desempenhou o papel de divulgadora da modernidade e, concomitantemente, foi integrante dela. As maravilhas da “bela época” podiam, então, ser estampadas e veiculadas graças à polivalência da imprensa.

Naquele contexto tiveram destaque especial as revistas, modalidade já existente, expressiva e de sucesso no Império, principalmente as ilustradas de caricaturas que retratavam o cotidiano do país através do humor, no contexto da Primeira República no Brasil. As revistas figuram como “gênero privilegiado em relação ao jornal pela melhor resolução gráfica dos então ultramodernos recursos visuais recém-apropriados como a zincografia e a fotografia.”⁶

As revistas vinham se consagrando na Europa durante o século XIX como espaço alternativo para a publicação de textos literários e/ou científicos. Para as citadas autoras Ana Luíza Martins e Tânia Regina de Luca, a introdução do gênero no Brasil, bem como o do recurso da ilustração periódica, ocorreu por um modismo, ou seja, por uma tentativa de trazer para o Brasil aquilo que era e ditava moda na Europa.

⁵ MARTINS, Ana Luíza; LUCA, Tânia Regina de. **Imprensa e Cidade**. São Paulo: Editora UNESP, 2006, p. 37.

⁶ *Idem, ibidem*, p. 39.

Especialmente no período denominado de Primeira República da história brasileira, compreendido entre a Proclamação da República em 1889 até a Revolução de 1930, as revistas vinham obtendo notável êxito perante os demais gêneros impressos no país. A compreensão dessa situação não é nada complicada: uma só publicação que conseguia reunir texto e imagem, que possibilitava “documentar” o passado – e o presente – “através de registro múltiplo do textual ao iconográfico, do extratextual – reclame ou propaganda – à segmentação, do perfil de seus proprietários àquele de seus consumidores”⁷, era de se esperar que alcançasse sucesso. Se relacionarmos todas essas características das revistas ilustradas ao contexto de modernidade em que circulavam, veremos com clareza que elas atendiam às exigências da vida moderna e, por isso, fizeram sucesso.

Como já apontado, o tempo eufórico do progresso, quando o Brasil busca um lugar ao sol na modernidade mundial, é marcado por um ritmo de vida apressado e impaciente. A estas circunstâncias correspondia uma leitura ligeira, sucinta, como a encontrada nas revistas. O homem moderno letrado, agora com uma nova percepção do tempo e do espaço, identificava-se com um gênero impresso dinâmico, assim como ele e seu tempo, ou seja, uma modalidade específica de impresso ligeiro também adequava-se à ligeireza com que aconteciam as transformações da cidade, as novas descobertas científicas e as muitas invenções tecnológicas, todas a serem divulgadas.

Enquanto um novo segmento econômico, as revistas atendiam também às regras do mercado capitalista em expansão, num período em que o próprio jornalismo transformou-se em grande empresa. As publicações periódicas, especificamente as revistas, considerando a ampla variedade de tipos e temáticas feitas para atender a todos os gostos, foram criadas também para serem vendidas e gerarem lucros. Nesse sentido, dentro da lógica do mercado, as revistas, ou os donos das revistas, tinham como objetivo a maior circulação e consumo possíveis por parte da população, e, para que isso acontecesse, empenhavam-se no que se refere basicamente ao conteúdo, à “cara” da revista, a escrever e mostrar o que o público queria ler. Essa era também um brecha para a publicidade e a propaganda, uma vez que as revistas dispunham dos recursos da ilustração, os quais o capitalismo soube muito bem reconhecer e utilizar a seu favor como mais um instrumento no mercado. Assim, vista como mais uma mercadoria e oferecendo possibilidades para a propaganda e a publicidade, no interior de um

⁷ MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista**: imprensa e práticas culturais em tempos de República. São Paulo: Edusp, 2001, p. 21.

capitalismo que quer, sobretudo, lucrar e se fortalecer, as revistas tiveram seu lugar garantido.

O recurso da ilustração também contribuiu para que as revistas se impusessem como gênero de sucesso. Num país que dispunha de um grande contingente de pessoas recém-libertas da escravidão (analfabetas) e uma enorme maioria da população que não possuía tradição de leitura, a imagem – caricatura, fotografia, ilustração, reprodução de obras de arte – tinha um alcance maior, apresentava-se como um meio um tanto mais democrático, no qual a mensagem era transmitida com rapidez e precisão.

As revistas também desempenharam o papel de espaço alternativo aos literatos, feitos profissionais através do jornalismo, excluídos da imprensa política. Enquanto modalidade de periódico expressiva na imprensa, as revistas passaram a ser disputadas por escritores reconhecidos que desejavam esse espaço alternativo para a divulgação de seus escritos. Desse modo, os homens de letras, que agora tinham seu ofício transformado em profissão remunerada, viam-se, gradativamente, dependentes da imprensa periódica como fonte de renda. Por outro lado, os donos das revistas ilustradas e os intelectuais a elas ligados, segundo afirma Ana Maria Mauad, controlavam um capital simbólico que os habilitava a participar da vida política do país. Eram, pois, empresários da comunicação e tinham interesse tanto em manter, quanto em ampliar esse capital simbólico e, conseqüentemente, seu prestígio, para que tivessem garantidos seus lugares na dinâmica social⁸. Por isso, as revistas eram disputadas por escritores já renomados e também por aqueles de alguma forma excluídos, mas desejosos de recuperar seu lugar na vida social e política do país. Se a revista lhes proporcionava “liberdade”, o mercado se encarregava de impor-lhes as regras do quê e como escrever.

No contexto de um Brasil que queria ser e se mostrar moderno ao mundo todo, às revistas ilustradas coube especialmente

[...] a função de suporte adequado para a veiculação da imagem de um novo Brasil. Imagem tradutora das conquistas técnicas com as quais a imprensa periódica se defrontava, construída a serviço de um ideário inovador e não raro também a serviço da defesa das tradições. Não seria abusivo admitir para aqueles idos que – tanto quanto o jornal porém mais que o livro –, a revista era o instrumento eficaz de propagação de valores culturais, dado seu caráter de impresso no momento, condensado, ligeiro e de fácil consumo. Acrescente-se a isso, por vezes, uma aparência luxuosa, divulgando, através da ilustração, propaganda e mensagens aliciadoras e pronto! Assim estava configurado o produto que subjugava corações e

⁸ Cf. MAUAD, Ana Maria. **Janelas que se abrem para o mundo:** fotografia de imprensa e distinção social no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX. Disponível em: <http://www.tau.ac.il/eial/X_2/mauad.html>_. Acesso em 07 ago. 2006.

*mentes, atingindo com presteza uma gama expressiva e diferenciada de leitores. Cada número publicado transformava-se em símbolo emblemático da transição vivida, expressando os conflitos do período e apresentando-se como porta-voz de múltiplas gerações.*⁹

Como afirma Ana Maria Mauad, as revistas ilustradas contribuíram decisivamente para a criação de um novo padrão de sociabilidade na medida em que possibilitaram a divulgação de imagens, pessoas, objetos, lugares e eventos. A autora afirma, nesta perspectiva, que as revistas ilustradas, mais que divulgar produtos e idéias, criavam e impunham moda, veiculavam comportamentos-modelos a serem copiados e exemplos a serem seguidos para que o leitor pudesse se tornar um bom cidadão. Dessa forma, já que a maior parte do conteúdo das revistas e do seu consumo eram direcionados à burguesia, as revistas contribuíram também para a coesão interna desse grupo social em ascensão.¹⁰

Enfim, beneficiando-se das circunstâncias literárias, técnicas e mercadológicas, as revistas ilustradas se firmaram como gênero impresso de êxito, inclusive com representantes que perduraram para além dos anos 1960. Se considerarmos as revistas atuais como semelhantes ou até como continuações das revistas ilustradas do início do século XX, podemos afirmar que elas sobrevivem com êxito ainda hoje.

1.2 - Ilustração Brasileira: “No limiar”¹¹

Fonte principal e documento privilegiado desta pesquisa, a revista *Ilustração Brasileira* é uma entre as muitas publicações da imprensa ilustrada brasileira da primeira metade do século XX, cuja coleção de maio de 1935 a janeiro de 1944 pertence ao acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História da Universidade Federal de Uberlândia – CDHIS/UFU.¹²

Mensário editado pela *Sociedade Anônima O Malho*, no Rio de Janeiro, a revista *Ilustração Brasileira* apresenta grande formato - 36 x 27 cm -, impressa em “papel

⁹ *Idem, ibidem.*

¹⁰ *Idem, ibidem.*

¹¹ Título do texto de Affonso Celso publicado na edição de maio de 1935 que aborda a trajetória da revista e anuncia sua terceira fase de publicação; exatamente a coleção estudada: maio de 1935 a janeiro de 1944.

¹² A coleção pertencia a um senhor residente em Uberlândia, hoje já falecido, e foi doada ao CDHIS, juntamente com outros documentos, pelo seu filho, o médico Melicégenes Ribeiro Ambrósio, no primeiro semestre de 1993.

selecto”¹³, de boa qualidade, espesso e resistente, com “impressão caprichosa”¹⁴, de quarenta a sessenta páginas (salvo edições especiais, que passavam de cem páginas), sendo o custo da edição avulsa 3\$000 (três mil réis) e da assinatura anual 35\$000 (trinta e cinco mil réis). Quando o Cruzeiro é instituído como moeda oficial do Brasil, em outubro de 1942, o preço torna-se Cr\$5.00 (cinco cruzeiros) o número avulso e Cr\$60.00 (sessenta cruzeiros) a assinatura anual.

O menu de *Ilustração Brasileira* compunha-se de muitas “crônicas”¹⁵, poesias, alguns contos, muitas “reportagens fotográficas” - como eram denominadas as seções em que notavelmente a imagem fotográfica sobrepunha-se ao texto escrito - e abundantes ilustrações. O conteúdo versava sobre artes, letras, doutrinação política e religiosa, exaltação a personalidades da história brasileira, questões econômicas, críticas literárias e de arte, comportamento, moda, festas e recepções da alta sociedade, acontecimentos nacionais e internacionais, entre outros. A própria revista anunciava que:

*Mensalmente registrará o ocorrido em artes, letras, ciências, política, religião, economia pública, movimento social em artigos sintéticos escritos por nomes já consagrados, ou por jovens vocações em que se pronunciem as promessas divinas da esperança.*¹⁶

Ilustração Brasileira foi utilizada como “Órgão Oficial da Comissão Organizadora dos Festejos Nacionais”, segundo indica sua capa de agosto de 1942. Descrevendo-se a si mesma e justificando o título recebido em maio de 1935, a revista publica:

*Formato imponente, impressão acurada, papel selecto, impressão caprichosa, e os demais requisitos que a tornaram o órgão preferido para as magnas comemorações promovidas pelo 'Instituto Histórico' (centenários do Brasil, da Confederação do Equador, do nascimento de D. Pedro II, do 2 de julho baiano, da plantação do café em nosso sólo) – não desmentirão o seu passado de intuítos culturais e escrupulosa execução, de modo a reconquistar-lhe a influência entre as mentalidades de genuína elegância mental e moral.*¹⁷

A capa, sua firmada identidade visual, já impressiona logo de início pela

¹³ Revista *Ilustração Brasileira*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 1, maio 1935, p. 05.

¹⁴ *Idem, ibidem.*

¹⁵ Eram assim identificados a maioria dos textos presentes na revista. Mais adiante, abordarei especificamente esse assunto.

¹⁶ Revista *Ilustração Brasileira*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 1, maio 1935, p. 05.

¹⁷ *Idem, ibidem.*

qualidade técnica: a maior parte das edições tinha uma capa com fundo na cor bege, verde claro ou, às vezes, marrom claro, com o desenho de uma mão segurando uma tocha dourada de onde saía um fogo desenhado com traços em linhas curvas na cor vermelha, e algumas estrelas também douradas e em suave relevo em torno da mão. O nome da revista aparecia logo abaixo da mão que segura a tocha, escrito com uma fonte muito detalhada lembrando o desenho das fontes “góticas” (Figura 1). As edições que não apresentavam esta imagem na capa - geralmente as edições especiais dedicadas a um só tema ou as que homenageavam uma determinada personalidade, ou referentes a uma data comemorativa - exibiam uma ilustração adequada ao tema proposto na edição, conservando geralmente a cor do fundo e sempre a fonte usada para grafar o nome da revista.



Figura 1: Capa da edição n. 6, outubro de 1935: identidade visual de *Ilustração Brasileira*.

O sumário, quando apresentado, indicava o principal conteúdo da edição, o que, geralmente, tornava impossível abarcar tudo o que era publicado no interior da revista. Entre os títulos elencados estão as principais e freqüentes seções, que, entre outras, são: *De mez a mez*, *Artes e artistas*, *O Rio de hoje e de há 30 annos*, *Instantâneos de todo o mundo*, *Mundanismo*, *Trichromias*. Os diversos números da revista seguiam este mesmo padrão de sumário e distribuição dos conteúdos, com exceção dos cinco números especiais. Estes, ao contrário dos demais, não abordavam uma variedade de temas e assuntos, tratavam de um único tema especificamente, com vários textos de autores diversos.

As edições especiais foram as seguintes: novembro de 1939 - *Edição Comemorativa do Cincoentenário da República* (Figura 2); junho de 1941 - *Edição Especial sobre Turismo no Brasil* (Figura 3); janeiro de 1942 - *Panorama Educacional do Brasil* (Figura 4); agosto de 1942 - *Edição Comemorativa do Centenário da Pacificação do Movimento de 1842* (Figura 5); e dezembro de 1943 - *São Paulo e o Estado Nacional* (Figura 6). Acrescentam-se a estas, aquelas que não se limitavam a um único assunto, mas por se tratar de um mês com data comemorativa como dezembro e o Natal ou porque trazem um texto em especial, uma seqüência de matérias sobre um dado tema, apresentavam uma capa diferenciada, assim como as edições especiais (Figura 7).



Figura 2: capa da edição n.55, ano XVII, novembro de 1939.



Figura 3: Capa da edição n. 74, ano XIX, junho de 1941.



Figura 4: Capa da edição n.81, ano XX, janeiro de 1942.



Figura 5: Capa da edição n.88, ano XX, agosto de 1942.



Figura 6: Capa da edição n.104, ano XXI, dezembro de 1943.



Figura 7: Capa da edição n.96, ano XXI, abril de 1943.

Nas mais antigas edições da coleção estudada, mais precisamente de 1935 a 1941, o nome da revista aparecia grafado com dois “éles” (LL): *Ilustração Brasileira*. A partir do ano de 1941 já aparece com um único “éle”, como utilizado neste trabalho. Ao que tudo indica, a razão disso teria sido a reforma da Língua Portuguesa ocorrida por aqueles tempos. No texto de Julio Nogueira, que já vinha abordando uma série de textos intitulados *Em defesa da língua*, publicado em maio de 1941, ele se diz alegre

com o ato do governo que, finalmente, havia tornado obrigatório à imprensa o emprego da “grafia simplificada”.

A revista *Ilustração Brasileira* passou por três fases de publicação: a primeira iniciou-se em junho de 1909 e foi até 1915, havendo aí uma interrupção; a segunda fase, iniciada em 1920, que foi até 1930 e novamente interrompeu-se¹⁸. Em maio de 1935 as publicações retornam à circulação e, baseado em um estudo coordenado pela historiadora Ana Maria Mauad¹⁹, da Universidade Federal Fluminense, é possível afirmar que tenham ido até 1958.

Na primeira edição dessa terceira fase de publicações, maio de 1935, assim anuncia Affonso Celso o trajeto e o retorno da revista, numa “crônica”, como denominava a revista – que poderíamos chamar hoje de editorial daquela edição - intitulada “No limiar”:

*Apareceu há mais de um quarto de século em Junho de 1909, fundada por Luiz Bartolomeu de Souza e Silva e Antônio Azeredo, então diretores da Sociedade Anônima O MALHO, que editava várias publicações (...). Chefiava-lhe a redação Medeiros e Albuquerque, com exímios colaboradores: Olavo Bilac, Eduardo Salomonde, Paulo Barreto, Euclides da Cunha, D. Júlia Lopes de Almeida, Luiz Delfino, Agenor de Roure, Manuel Bonfim, Coelho Netto e outros. Do estrangeiro vinha-lhes assídua cooperação igualmente brilhante. Durou esta primeira phase seis anos, parando em 1915. Voltou a ILLUSTRACÃO a circular em 1920, mas, em 1930 viu-se coagida a de novo fechar-se. Volve agora, animada da confiança de que o público legente e culto a acolherá com a benevolente simpatia dos períodos anteriores.*²⁰

Ilustração Brasileira não apresenta editorial, nos moldes como hoje conhecemos. Não havia um texto introdutório logo na(s) primeira(s) página(s), escrito pelo(s) editor(es), que revelasse a posição ou opinião da revista ou que apresentasse determinada edição. Na primeira página, quando não ocupada inteiramente por anúncios de publicidade, aparecia apenas um “Sumário” listando os textos ou o conteúdo daquele número, nunca abarcando a totalidade da revista. Percebe-se que alguns textos ou seções eram escolhidos para serem listados no sumário. Vale ressaltar, ainda, que isso não era seguido com muito rigor, pois nem todas as edições apresentavam esse sumário.

¹⁸ No CDHIS existem alguns poucos exemplares referentes a esta segunda fase de publicações.

¹⁹ MAUAD, Ana Maria. **Seleção de dados para o Estudo da Imprensa Ilustrada Brasileira (1930-1960)**. Disponível em: <www.historia.uff.br/labhoi/pdf/ofic2.pdf>. Acesso em 07 ago. 2006.

²⁰ Revista *Ilustração Brasileira*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 1, maio 1935.

Mas, especialmente na edição de maio de 1935, quando *Ilustração Brasileira* “volve” à circulação, aparece o referido texto de Affonso Celso, “No limiar”, abordando a trajetória e o retorno da revista, configurando-se, assim, como um editorial. Como dito, a revista identifica o texto de Affonso Celso como uma “crônica”, e muitos outros textos da coleção estudada eram assim identificados, seguramente, em sua maioria. Segundo nos esclarece Ana Luíza Martins, assim acontecia porque:

Definida a partir de amplo conceito, a crônica exerceu vários papéis, ocupando o lugar do artigo de fundo, fazendo as vezes do que hoje se denomina editorial ou lançada no interior da revista, em seção exclusiva. Aproximava-se do artigo, sobretudo na característica comum de voltar-se para as ocorrências contemporâneas, no seu fazer imediato. Marcada pela reflexão despretensiva, redundou na forma ideal do trato literário de eventos cotidianos, driblando seu caráter efêmero”.²¹

No trecho da “crônica” de Affonso Celso transcrito acima podemos ver a afirmação de que a revista *Ilustração Brasileira* foi fundada por Luiz Bartolomeu de Souza e Silva e Antônio Azeredo no Rio de Janeiro. Mas, em julho de 1936 é publicado um texto, que não seria o único, de Max Fleiuss intitulado “O Rio de Janeiro de 1860”, em que o autor fala um pouco sobre a vida de seu pai, Henrique Fleiuss, e sobre um quadro de autoria do mesmo pintado em 1860, retratando a cidade do Rio de Janeiro. Nesse texto, contradizendo a informação de que Luiz Bartolomeu de Souza e Silva e Antônio Azeredo teriam sido os fundadores de *Ilustração Brasileira*, Max sugere que seu pai teria sido o verdadeiro criador da revista, em 1860. Seguramente Henrique Fleiuss é merecedor desse mérito por seu papel de pioneiro na imprensa ilustrada, enquanto fundador e desenhista da revista *Semana Ilustrada* em 1860²², e não exatamente por ter sido o fundador da *Ilustração Brasileira*.

Ao que tudo indica, a direção da revista continuaria por mais algum tempo nas mãos da família Souza e Silva. No período de maio de 1935 a setembro de 1939 a direção é de Antônio A. de Souza e Silva, e a partir de outubro de 1939, Antônio A. Souza e Silva divide a direção com Oswaldo de Souza e Silva.

Na edição de maio de 1935, a revista *Ilustração Brasileira* publica o seguinte texto, talvez seu primeiro e definitivo editorial, que por diversas vezes apareceria em suas páginas ainda que ocupando um pequeno e marginal espaço:

²¹ MARTINS, Ana Luíza. Op. cit., p. 154.

²² Ver: GUIMARÃES, Lúcia Maria Paschoal. Henrique Fleiuss: vida e obra de um artista prussiano na Corte (1859-1882). *ArtCultura*, v. 8, n. 12, Uberlândia, jan.-jun., 2006, p. 85-95.

*Sendo um órgão de difusão cultural e o espelho do nosso momento literário, a “Ilustração Brasileira” não tem partidarismos de escolas nem impõe restrições aos seus colaboradores, dando lhes ampla liberdade, que se estende ainda ao uso da forma de graphar que mais lhes agrade.*²³

Os então colaboradores que desfrutavam dessa tal “liberdade” de escrita na revista *Ilustração Brasileira* eram: Cláudio de Souza, Affonso de E. Taunay, Olegário Marianno, Gustavo Barroso, Afrânio Peixoto, D. Aquino Correa, Flexa Ribeiro, Martins Fontes, Major José Faustino Filho, Antônio Austregésilo, Rodrigo Octavio, Oswaldo Orico, Pedro Calmon, Alcydes Maia, José Maria Bello, Josué Montello, entre outros, quase todos, com raríssimas exceções, ligados à Academia Brasileira de Letras. São escritores, feitos profissionais das letras pela expansão e mercantilização da imprensa, que se adéquam ao que denominou Sergio Miceli de “polígrafos anatolianos” por representar Anatole France “[...] o modelo intelectual ao que se referem de modo mais insistente tais letrados [...]”²⁴. O grupo dos “anatolianos” trabalha bem mais regularmente nas revistas ilustradas que nos jornais e sua produção responde às demandas e encomendas das instâncias dominantes da vida cultural. Miceli exemplifica com Olegário Marianno, aliás, um dos nomes que aparece na lista acima dos colaboradores mais freqüentes da revista *Ilustração Brasileira*, afirmando que ele

*[...] encarna o tipo-ideal do polígrafo anatoliano: cronista, poeta, declamador, letrista, escritor de revistas de music hall, eminência parda na concessão dos prêmios de viagens do Salão de Artes Plásticas, astro dos salões mundanos, conferencista, acadêmico, dramaturgo, (...), assíduo colaborador das revistas ilustradas e colunista social do Correio da Manhã[...].*²⁵

Profissionalizados e dentro da lógica do mercado, os escritores eram, praticamente, forçados a se ajustarem aos gêneros importados da França: a reportagem, o inquérito literário, a entrevista e, principalmente, a crônica. A crônica foi, então, o que tais escritores mais escreveram nas revistas ilustradas, já que, como dito, esse foi o gênero “ecclético” mais apreciado pelo periodismo.

A respeito de *Ilustração Brasileira* assim “pensavam”, ou assim elaboravam uma representação²⁶ dela, alguns membros da Academia Brasileira de Letras, muitos

²³ Revista *Ilustração Brasileira*, Rio de Janeiro, ano XII, n. 1, maio 1935.

²⁴ MICELI, Sérgio. *Intelectuais à Brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001, p. 60.

²⁵ *Idem*, *ibidem*, p. 57.

²⁶ Baseio-me aqui nas proposições de representação de Roger Chartier, o qual jamais desconsidera o lugar social e os interesses dos que elaboram qualquer representação de si mesmos ou dos outros. Ver:

deles “colaboradores” da revista, como se pode ver num texto intitulado *O que pensam de 'Ilustração Brasileira' os grandes nomes da cultura nacional*, publicado na edição de dezembro de 1938:

A “Ilustração” é o melhor cartão de visitas da cultura brasileira.
Gustavo Barroso

Uma ilustração enfeita um livro. A “Ilustração Brasileira” já é adorno do Brasil.
Afrânio Peixoto

A civilização de um povo conhece-se pela cultura artística e científica. A “Ilustração Brasileira” é vivo atestado do nosso progresso intelectual.
A. Austregesilo

Emitir juízo acerca da “Ilustração Brasileira” é julgar causa definitivamente julgada, e sem mais instância, pois não há quem a veja sem lhe proclamar os primores do texto, das ilustrações e da arte graphica.
Cláudio de Souza

“Ilustração Brasileira” realizou um belo programa de cultura. É uma revista de esplendor literário e sonora brasilidade. E é um florão heráldico das nossas artes graphicas.
Pedro Calmon²⁷

Em meio aos elogios e engradecimentos à *Ilustração Brasileira* como “adorno do Brasil” ou como “vivo atestado do nosso progresso intelectual”, podemos perceber nos dois últimos depoimentos transcritos, de Cláudio de Souza e Pedro Calmon, uma referência ao aspecto gráfico de *Ilustração Brasileira*, com as seguintes palavras, respectivamente: “primores do texto, das ilustrações e da arte graphica”; “florão heráldico das nossas artes graphicas”. Talvez essa seja, de fato, uma característica fundamental de *Ilustração Brasileira*: o primor gráfico que realmente impressiona logo à primeira vista pela qualidade técnica desde o papel utilizado até a impressão apurada. Esta característica já se firmara desde sua segunda fase de publicações, na década de 1920, quando, segundo Nelson Werneck Sodré, [...] em meio a tantas revistas ilustradas, dos mais diversos tipos, o “primor gráfico estaria, porém, com a *Ilustração Brasileira*, revista de luxo, cujos números de setembro a dezembro de 1922 foram copiosamente

CHARTIER, Roger. **A História Cultural** – entre práticas e representações. Trad. Maria Manuela Galhardo. Lisboa: DIFEL, 1990.

²⁷ Revista *Ilustração Brasileira*, Rio de Janeiro, ano XVI, n. 44, dez. 1938.

ilustrados por J. Carlos [...]”²⁸

Mas, não podemos deixar de questionar também se a publicação desses depoimentos não seria uma espécie de “via de mão dupla”. A revista se utilizaria do renome dos escritores que a ela teciam elogios e, ao mesmo tempo, os escritores se utilizariam do espaço a eles fornecido, mesmo que para escrever palavras de exaltação à revista, para promoverem a si próprios e, assim, garantirem seu prestígio e lugar no cenário social e político do país. Afinal, elogiaram a revista, mas, em contrapartida garantiram seu lugar e, ainda, lisonjeadamente, foram chamados de “os grandes nomes da cultura nacional”.

Ilustração Brasileira, especialmente em sua terceira fase de publicação, circulava no contexto de um Brasil que se dizia ou se queria moderno. Embora o debate acerca dessa “modernidade”, visto que há várias vertentes e expressões do “ser moderno”, se prolongue em todo o decorrer da história do Brasil - e talvez esteja posta ainda hoje -, o período no qual foram publicadas as edições da coleção estudada - 1935 a 1944 - é um período em que essa dita modernidade já estava um tanto mais encaminhada se consideradas as muitas ações políticas já desenvolvidas na direção de fazer do Brasil um país moderno. A remodelação da cidade do Rio de Janeiro é um exemplo. A consciência de modernidade no Ocidente parecia nascer, como propôs Jacques Le Goff, de um sentimento de ojeriza e ruptura com o passado²⁹. A capital republicana, então, não deveria ter mais aspectos que lembrassem a feliz e orgulhosamente ultrapassada Monarquia. Era preciso reformar a capital tropical e moldá-la conforme as cidades temperadas, transformá-la no “cartão-postal” da modernidade brasileira.

A política urbanista de remodelação do Rio de Janeiro inicia-se em 1902 com a parceria do então presidente da República Rodrigues Alves e o prefeito carioca Francisco Pereira Passos. Entre as obras realizadas encontram-se a ampliação do cais do porto, o alargamento das ruas centrais, a construção de edifícios públicos como a Biblioteca Nacional, o Teatro Municipal e a derrubada de dezenas de cortiços, ação denominada “Bota abaixo”, uma vez que os casebres e cortiços não se adequavam à nova configuração que se queria para a cidade do Rio de Janeiro. A capital moderna

²⁸ SODRÉ, Nelson Werneck. A grande imprensa. In: **História da imprensa no Brasil**. 4 ed. (atualizada) - Rio de Janeiro, Mauad, 1999, p. 348.

²⁹ LE GOFF, J. Apud. VELLOSO, Mônica Pimenta. O modernismo e a questão nacional. In: FERREIRA, Jorge. DELGADO, Lucilia de Almeida Neves (Org.). **O Brasil Republicano**. v.I. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p. 353.

precisou esconder suas mazelas.

Logo, em 1935, quando retorna a revista *Ilustração Brasileira* à circulação, muita coisa já se tinha para contar. Para tal assunto, *Ilustração Brasileira* dedica uma seção especial: *O Rio de hoje e de há 30 [35, 50] anos* (Figura 8). Esta seção permanece freqüente em todas as edições de maio de 1935 a janeiro de 1944. Compunha-se sempre de duas ou até quatro fotografias de um mesmo local da cidade do Rio de Janeiro: uma (ou duas) contemporânea à revista (1935-1944) e a(s) outra(s) de trinta (trinta e cinco ou cinquenta) anos atrás (1905, 1910...). É o espaço adequado para a publicação de muitas fotografias de Augusto Malta, o renomado fotógrafo oficial da cidade, incumbido de registrar a modernização do Rio de Janeiro. As legendas ou os pequenos textos - já que esses encolhiam perante a imperiosa presença da imagem fotográfica que, supunha-se, falava por si só - que acompanhavam as fotografias evidenciavam a idéia de que devido a uma política urbanista especialmente desenvolvida para tal fim, o Rio de Janeiro havia se modernizado, e isso era sinal de progresso e motivo de orgulho, ao menos para os editores da revista.

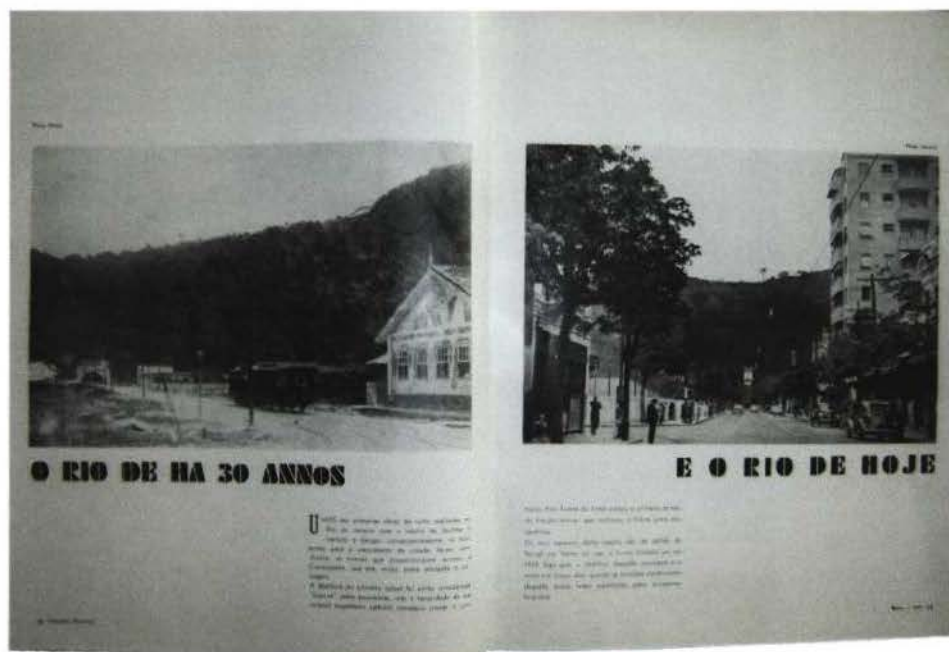


Figura 8: Dois aspectos do “Túnel do Leme”, no Rio de Janeiro: um em 1903 e outro em 1941, publicados na seção *O Rio de hoje e de há 30 anos* da edição n. 71, março de 1941, da revista *Ilustração Brasileira*. Segundo o texto que acompanhava a fotografia, as “humildes construções” foram substituídas pelos “arrogantes fura-céus”.

O Rio de hoje e de há 30 annos não era o único lugar na revista em que a cidade do Rio de Janeiro tinha destaque. Também através de fotografias, o Rio era lembrado pela moderna arquitetura de suas residências, pelos seus muitos pontos turísticos como as belas praias, o Pão de Açúcar e, principalmente, o Passeio Público, uma grande atração na época. Tais “reportagens fotográficas”, como eram nomeadas na revista, que conferiam destaque à cidade do Rio de Janeiro, vinham, segundo as palavras de Ana Maria Mauad, “[...] ora reforçando-lhe seu caráter cosmopolita, ora atribuindo-lhe determinadas funções que podiam ser turísticas, políticas ou propriamente de palco para o desfile de personagens da classe em ascensão, a burguesia [...]”³⁰.

A propósito, esse desfile da burguesia do qual fala Mauad, numa outra seção de *Ilustração Brasileira* aconteceu literalmente. A seção intitulada *Mundanismo* configurava-se como um espaço reservado à alta sociedade carioca, às suas festas e eventos de riqueza ostensiva – um momento culminante para uma família de prestígio – e, principalmente, ao desfile dos vestidos luxuosos das senhoras burguesas, as quais eram desenhadas por Gilberto Trompowski trajando seus respectivos modelos.

As tardes de lazer também dessa elite, no famoso *Jockey Club*, tinham outro espaço para a publicação de fotografias dos homens jogando *golf* - “esporte da aristocracia”, segundo o caracterizava *Ilustração Brasileira* - e das mulheres dando exemplo de bom gosto e de atualidade com a moda. Segundo as análises de Ana Maria Mauad específicas sobre essas fotografias

[...] a imagem feminina foi associada à vida dos artistas e de pessoas famosas do *high society* internacional e, principalmente, à moda. (...) É justamente através da imagem da moda nacional que a especialização entre o espaço feminino e masculino evidencia-se mais claramente, posto que, tal temática está representada nas fotografias do *Jockey Club*, onde as mulheres são retratadas como o público elegante, destacando-se a sua indumentária bem cuidada e o seu estilo elegante. Até mesmo quando a figura masculina incluída neste âmbito aparece em segundo plano e em pequeno número. Assim, em tais representações, o espaço masculino associa-se ao esporte e à ação e o feminino à moda e ao papel de assistente.³¹

Também abundante da novidade do recurso fotográfico impresso era a seção *Instantâneos de todo o mundo* (Figura 9). Esta seção surgiu em maio de 1936, um ano,

³⁰ MAUAD, Ana Maria. **Janelas que se abrem para o mundo**, op. cit..

³¹ *Idem*, *ibidem*.

portanto, após o início da terceira fase das publicações da *Ilustração Brasileira*, com a proposta de registrar os principais fatos internacionais, deixando à antiga seção *De mez a mez*, que até então dedicava-se ao registro dos acontecimentos nacionais e internacionais, apenas os fatos ocorridos no país. A partir de então, as duas seções agora distintas, exibem fartura de fotografias e evidenciam a existência da parceria que começava a se delinear entre fotógrafo e repórter e, principalmente, entre texto escrito e texto visual, recurso bastante utilizado nas reportagens fotográficas a partir de fins da década de 1930.



Figura 9: Na seção *Instantâneos de todo o mundo* o texto escrito encolhe e dá lugar às fotografias, evidenciando a nova relação entre texto escrito e texto visual.

Tanto quanto possível, outras fotografias tinham espaço na *Ilustração Brasileira*, embora não dentro de uma seção específica. Podemos citar, por exemplo, uma série de fotografias publicadas na revista, exibindo uma figura feminina de renome na época – atrizes, modelos, cantoras, em sua maioria hollywoodianas e, portanto, também ícones da modernidade, ligadas ao poderoso cinema de Hollywood – com um cigarro na mão sugerindo o ato de fumar e em bela pose (Figura 10). A legenda vinha esclarecer que aquela modelo dava o exemplo do que era ser uma mulher ousada, elegante e sensual. Era um novo hábito sendo divulgado pela imprensa, afinal, não bastava mudar o regime

de governo e remodelar a capital, era preciso também modernizar os habitantes e seus hábitos, interferindo sobre seus corpos. Isso não significa que o cigarro não era consumido, pois, os “fumos de pitar” já eram hábitos tradicionais relacionados principalmente à vida rural. Mas os cigarros e/ou os charutos eram industrializados e se tornaram presença recente na vida urbana. “Outra associação imperativa do cigarro é com a moda, a atualidade e o frescor aliciante do que é novo”.³² Eram, portanto, considerados agora “delícias da vida”, “encantos novos”, “hábitos da gente de hoje”, segundo definições das legendas da referida série de fotografias.



Figura 10: A modelo mostra o que é “saber ser bela” na edição de novembro de 1938 de *Ilustração Brasileira*

Todas as seções citadas nos remetem à discussão da presença abundante de ilustrações ou imagens nas revistas ilustradas. Afinal, a imprensa também sentiu e se favoreceu com as transformações, invenções e inovações trazidas pela modernidade: agilizaram suas máquinas impressoras, aperfeiçoaram sua tipografia e avançaram nos recursos de ilustração. Imagens fotográficas impressas - as “fotografias de paisagem”, as “reportagens fotográficas” ou os chamados “flagrantes” ou “instantâneos” - eram

³² SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.) e SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da Vida Privada no Brasil**, v. 3 - República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo. Companhia das Letras, 1998, p. 528.

uma novidade e tinham nas revistas ilustradas o seu principal meio de divulgação. Conforme visto na seção *O Rio de hoje e de há 30 annos da Ilustração Brasileira*, “fotografia e cidade são temas associados desde os primeiros momentos da nova técnica”.³³

A fotografia foi o destaque. À ela

[...] coube a dimensão mais abrangente como recurso de ilustração, invadindo progressivamente o periodismo. Era o recurso ideal para documentar a transformação das cidades, as cerimônias de impacto nos âmbitos político e social, a serviço da nova modalidade jornalística: a reportagem fotográfica.³⁴

Mas a ilustração ou, como chamou a revista *Ilustração Brasileira*, os *doublés*, também preenchiam as páginas das revistas ilustradas. Ilustradores talentosos ganharam espaço também, entre eles o expressivo J. Carlos. Até mesmo os artistas plásticos aderiram ao novo mercado impresso, como Tarsila do Amaral e seu desenho do Abaporu na *Revista de Antropofagia*, de 1928.

Seja através de fotografias, caricaturas, ilustrações, o que for, a marca registrada das revistas era a presença de textos visuais. Os novos recursos gráficos, agora com a possibilidade de serem coloridos, seduziam os leitores republicanos. O Capitalismo, numa fase de expansão, desejando cada vez mais e mais consumidores, mais que depressa, percebeu o enorme potencial desses recursos imagéticos e os trouxe para o seu lado: era a brecha para a publicidade e a propaganda.

A revista *Ilustração Brasileira*, não fugindo à regra, exibia páginas inteiras de propaganda. As preocupações com a beleza e a eterna juventude tornam-se alvo da publicidade, daí as muitas propagandas de cosméticos, higiene pessoal e produtos de beleza, entre tantos outros. Esses produtos são imprescindíveis e, mais que isso, são parte integrante da construção da individualidade. Também há muita propaganda de sapatos já que, no contexto da modernidade, o acesso ao calçado constitui o símbolo da entrada para a sociedade civilizada e o circuito dos bens de consumo. Nada mais coerente que veicular a propaganda destes produtos numa publicação endereçada, essencialmente, à alta sociedade, com poder aquisitivo para investir em sua própria aparência.

Pelo que até aqui foi descrito de *Ilustração Brasileira*, pode-se perceber que ela

³³ MENDES, Ricardo. **A revista S. PAULO: a cidade nas bancas.** Disponível em <<http://www.fotoplus.com/rico/ricotxt/wrsp.htm>>. Acesso em 07 ago. 2006.

³⁴ MARTINS, Ana Luíza; LUCA, Tania Regina de. Op. cit., 2006, p. 46.

foi uma (das) revista(s) ilustrada(s) que usou e abusou da utilização de imagens, nada mais coerente. Mas, o que é marcante e talvez uma das características que singulariza esta revista, ainda no que se refere aos recursos imagéticos, é a publicação de obras de arte. Em todas as edições, com o título de *Trichromias* anunciado no sumário, uma, ou, em sua maioria, duas páginas inteiras - sempre as páginas de número 21 e 31, com raras exceções - eram dedicadas à publicação, com impressão colorida de excelente qualidade, de obras de artistas ligados à Escola Nacional de Belas Artes. Na maioria dos casos eram artistas atuantes durante o final do século XIX e primeira metade do século XX, com obras incluídas no acervo do Museu Nacional de Belas Artes e presentes nas principais exposições ocorridas durante o período citado³⁵. São artistas que, em sua maioria, por estarem ligados à Escola, acabaram por ser vistos, ao longo do tempo, como o “outro” que deveria ser combatido para que o modernismo conquistasse um espaço e se estabelecesse.³⁶

Por mais longo que seja tal exercício, é pertinente listar aqui os nomes de todos os noventa e um artistas que tiveram ao menos uma obra reproduzida nas páginas da revista *Ilustração Brasileira*, no período referente a este estudo. Vale lembrar que muitos artistas tiveram mais de uma obra publicada, e houve casos de uma mesma obra ser publicada mais de uma vez, como a obra *Sapucaeiros engalanados* de João Batista da Costa (Figura 11). Segue a lista: Rodolfo Amoêdo, Henrique Cavalleiro, Manoel Santiago, Belmiro de Almeida, Marques Junior, João Baptista da Costa, Edgard Parreira, Georgina de Albuquerque, E. Visconti, Haydêa Santiago, Estevão Silva, Luiz F. de Almeida Junior, C. Oswald, Alfredo Galvão, Henrique Bernardelli, Georges Wambach, M. Constantino, Lucílio de Albuquerque, Pedro Américo, A. Vianna, H. Bracet, Di Cavalcanti, Arthur Timotheo, Ismailovitch, Hugo Adami, C. Portinari, Jordão de Oliveira, Olga Mary, Vicente Leite, Osvaldo Teixeira, Elza Santos, Leopoldo Gotuzzo, Velasquez, W. Heintinger, Paulo Valle Junior, Freitas Pereira, Julieta de Almeida, Yvonne Visconti, J. Santos, José Pancetti, Gilbeto Trompowski, Raphael Frederico da Veiga Guignard, Albrecht Dürer, Guttman, Sarah Vilela de Figueiredo, Oscar Pereira da Silva, A. Norfini, Aurelio Figueiredo, Funchal Garcia, J. B. de Paula Fonseca, G. Osorio, Lucilia Fraga, Ozorio Belem, Euclides da Fonseca, Mario C.

³⁵ A maioria era composta por artistas nacionais, como descrito, mas havia uma minoria internacional.

³⁶ Cf. LEHMKUHL, Luciene. **Entre a Tradição e a Modernidade: o Café e a imagem do Brasil na Exposição do Mundo Português**. Tese (Doutorado em História) - Universidade Federal de Santa Catarina, 2002, p. 111.

Pacheco, Barros, Heitor de Pinho, Carlos Chambelland, Alexandre d'Almeida, Jean Baptiste Debret, Orthof, Filippino Lippi, F. Meisan, J. Carvalho, João Batista Pagani, Mario Nunes, Seigneurgens, Aseredo Coutinho, Agricola de Braz Torre, Renoir, Cadmo Fausto. Manoel Faria, Henri Matin, Pedro Weintinger, F. Aquarone, Souza Carneiro, Augusto R. Lucente, Franz Poste, Victor Meireles, Loudwing Valebta, Coelho Magalhães, Garcia Bento, Cymbelino Freitas, Leopoldino Celli, Odete Barcellos, Renato de Lima, Guido Reni, Paulo Guimarães, Levino Fanzeres, Camilo Michalka. Acrescente-se a esta lista alguns dos ilustradores: Paulo Amaral, J. Carlos, Calmon, Helmut, Leopoldo, Fragusto, Vand, Cortez, Oswaldo Storni, Belmonte.



Figura 11: *Sapucaieiros Engalanados*, de João Batista da Costa: publicada três vezes na *Ilustração Brasileira* (jul. 1935, fev.1938 e dez. 1941). Alta qualidade de impressão para a época, celebrando uma estética passadista.

Segundo o crítico de artes da revista, Flexa Ribeiro, num texto intitulado “Os pintores da hora da República”, publicado em novembro de 1936, “o período alto da arte brasileira está no fim do II Império e começo da República”³⁷. Segundo Flexa Ribeiro, a metamorfose artística começou a acontecer em 1810 com Agostinho da Motta, Victor Meirelles, Zeferino da Costa, Pedro Américo. Com os “pintores da hora da República”, que seriam Almeida Junior, Aurélio Figueiredo, Decio Villares, Rodolpho Amoêdo, Henrique Bernardelli, João Batista da Costa, Eliseu Visconti e

³⁷ RIBEIRO, Flexa. Os pintores da hora da República. *Ilustração Brasileira*, Rio de Janeiro, ano XIV, n. 19, nov. 1936, p. 16.

Oscar Pereira da Silva, a pintura brasileira chegou à sua curva mais ascendente. Observe-se, que se trata do período de atuação dos artistas listados acima, que tiveram suas obras publicadas ao menos uma vez na revista *Ilustração Brasileira*. Percebe-se, assim, que de alguma forma, a revista *Ilustração Brasileira* celebrava uma estética baseada em nomes oriundos da Academia e, posteriormente, Escola Nacional de Belas Artes.

Para Ana Maria Mauad, *Ilustração Brasileira* tinha uma tendência mais refinada e artística.³⁸ Pela publicação das *Trichromias* já se vê que a afirmação da autora é bastante coerente. Perceberemos que *Ilustração Brasileira* realmente parecia dar atenção e importância aos assuntos relacionados às artes plásticas, especialmente se for lembrado o “Prêmio Ilustração Brasileira” - um deles correspondia a cinco anos de assinatura grátis - que a revista oferecia ao vencedor do Salão Nacional de Belas Artes, que acontecia anualmente³⁹. Mais ainda, se considerarmos outras duas seções: a seção *Artes e Artistas* e o sempre presente texto de Flexa Ribeiro, ambos presentes em todas as edições da coleção estudada – maio de 1935 a janeiro de 1944.

A seção *Artes e artistas* (Figura 12), a princípio, dedicava-se a registrar os acontecimentos musicais do mês anterior. A partir de 1937, começou a abordar também assuntos referentes ao campo das artes plásticas. Subdividida, então, esta seção se encarregava de publicar o ocorrido na área da Música - concertos, concursos musicais etc., em que muito teve destaque, entre outros, Villa Lobos - e das “Belas Artes”, como nomeava a revista - exposições, premiações a artistas etc.

Quanto à participação de Flexa Ribeiro, o professor de Arte Decorativa da Escola Nacional de Belas Artes era o único autor que escrevia em todos os números da revista, sem exceção, entre maio de 1935 e janeiro de 1944, sempre tratando de assuntos relacionados às artes plásticas: grandes pintores e obras, grandes escultores, movimentos artísticos, exposições, etc. A propósito, vale citar um interessante texto seu publicado em maio de 1935, que parecia expressar aquele momento de vivência da modernidade na Latino-América:

*O homem da América do Sul não acredita muito nelle mesmo: em arte só quer ver o que se faz na Europa, e desde o vestuário até o sentimento, para então, poder agir naquella segura conformidade.*⁴⁰

³⁸ Cf. MAUAD, Ana Maria. **Janelas que se abrem para o mundo**, op. cit..

³⁹ No Salão de 1938, por exemplo, a revista ofereceu o prêmio de cinco anos de assinatura grátis ao ganhador. Ver: Revista **Ilustração Brasileira**, Rio de Janeiro, ano XVI, n. 44, dez. 1938, p. 20.

⁴⁰ Revista **Ilustração Brasileira**, Rio de Janeiro, ano XII, n. 1, maio 1935.

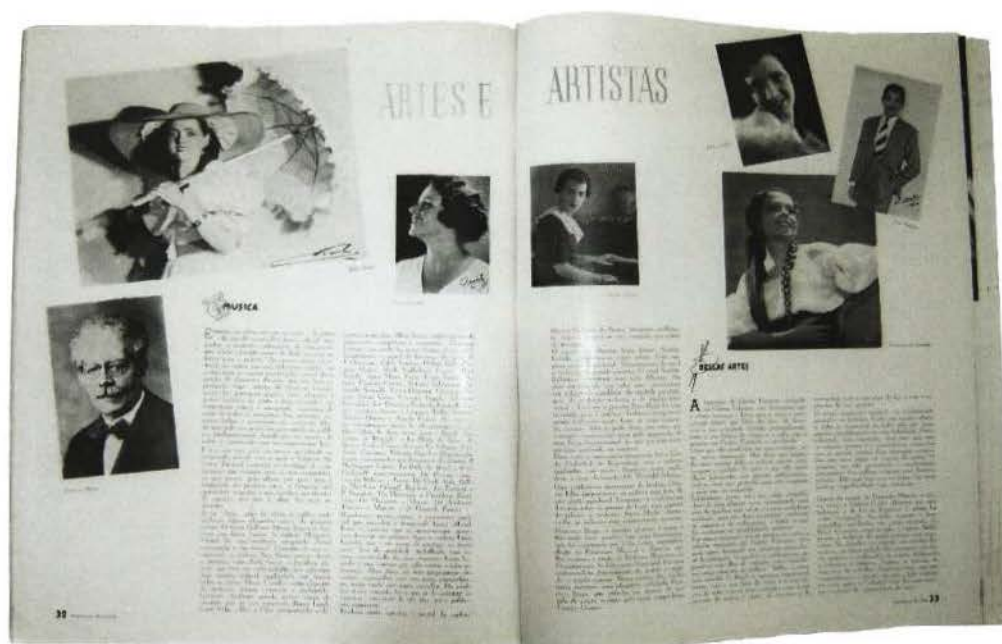


Figura 12: A seção Artes e Artistas dava total destaque à Música e às Artes Plásticas.

Enfim, depois de algum tempo revistando *Ilustração Brasileira*, algumas questões podem saltar aos olhos. Negar as marcas da modernidade nas páginas dessa revista é impossível. É evidente a presença da dita modernidade e a veiculação de uma determinada noção de moderno, desde as técnicas gráficas utilizadas até o próprio conteúdo dos textos e fotografias. Mas, parece *Ilustração Brasileira* celebrar uma estética passadista? Parece ela ser uma consagradora dos pintores e literatos ligados à Academia? Afinal, variadas manifestações modernistas já haviam acontecido e revelado outros nomes que pouco aparecem na revista. Em meio a tantos artistas, Portinari, por exemplo, aparece por três vezes apenas e Di Cavalcanti somente uma vez. Por que outros artistas envolvidos com a Semana de 1922 e com o Salão de 1931 não aparecem na revista? Seria tal atitude considerada pela opinião pública e pela crítica uma mistura de mau gosto ou, pode-se dizer que a revista estaria entre a modernidade e a tradição? Qual é, afinal, o perfil editorial da revista? Que lugar ocupa na modernidade brasileira?

Foi quase impossível não me inquietar com todas essas questões, que pareciam saltar aos olhos quando do meu contato com a revista. Mas, a mim outras perguntas, que surgiram também no decorrer do contato com a revista, pareciam mais atraentes e acabaram me fisgando. Referem-se a um outro tema que a revista *Ilustração Brasileira*

também permite investigar. “Cenas” dos próximos capítulos. Ficam estas questões, portanto, à espera de seu pesquisador. No mais, *Ilustração Brasileira* está a postos, esperando algum pesquisador puxar conversa.

2 - O Estado Novo nas páginas de *Ilustração Brasileira*

2.1 - Propaganda política na revista

Não constava nos Sumários de *Ilustração Brasileira*, mas certamente fazia parte de seu *menu* o vasto conteúdo de propaganda política do Estado Novo. Quando *Ilustração Brasileira* iniciou sua terceira fase de publicações, em maio de 1935, já estava no poder desde o movimento de 1930⁴¹, completando cinco anos de governo, o gaúcho Getúlio Vargas, que permaneceria por mais uma década no poder.

A propaganda política do Estado aparece na revista desde as primeiras edições da coleção estudada, mas a partir de 1937, ano de instauração oficial do Estado Novo, ela intensifica-se, torna-se freqüente e abundante. *Ilustração Brasileira* veiculou a imagem de um Getúlio Vargas “amigo da juventude”⁴², divulgou as inúmeras inaugurações e exposições do governo⁴³, reproduziu os discursos oficiais⁴⁴, noticiou com ênfase os atos do governo através de reportagens, por exemplo, com o título *O que Vargas anda fazendo pelo Brasil em fora*⁴⁵, contribuiu para a institucionalização do “19 de abril”, aniversário de Vargas, em data nacional⁴⁶, entre tantos outros. Mais que inúmeros textos de engrandecimento ao governo e à figura de Vargas, nas páginas de *Ilustração Brasileira*, imprimia-se também a íntima relação entre censura e propaganda, característica marcante do regime estadonovista, e a intenção de não somente persuadir o público ante as propostas do Estado, legitimar e construir uma imagem positiva do regime, das instituições e do chefe do governo, como também de impedir qualquer tipo de oposição e contestação.

A coleção estudada da revista *Ilustração Brasileira*, na qual se verifica a presença abundante de propaganda política estadonovista, circulou majoritariamente sob a vigência da Constituição de 1937, a qual estabelecia que a imprensa era um serviço de utilidade pública e que, portanto, não poderiam os mais diversos periódicos se

⁴¹ De “revolução” a “golpe”, 1930 foi e continua sendo tema de grandes debates e investigações historiográficas. Uma reflexão importante sobre o assunto pode ser vista em: DE DECCA, Edgar Salvadori. **1930, o silêncio dos vencidos**: memória, história e revolução. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 2004. Ver também: VESENTINI, Carlos A. DE DECCA, Edgar S. A revolução do vencedor. **Ciência e Cultura**, v.29, p. 25-32, jan. 1977. TRONCA, Ítalo. **Revolução de 30**: memória, história e revolução. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 2004.

⁴² Ver Revista *Ilustração Brasileira*, ano XIX, n.72, Rio de Janeiro, abr. 1941, p. 05.

⁴³ Ver Revista *Ilustração Brasileira*, ano XVII, n.45, Rio de Janeiro, jan. 1939, p. 36.

⁴⁴ Ver Revista *Ilustração Brasileira*, ano XVII, n.55, Rio de Janeiro, nov. 1939, p. 19.

⁴⁵ Ver Revista *Ilustração Brasileira*, ano XVIII, n.66, Rio de Janeiro, out. 1940, p. 42.

⁴⁶ Ver Revista *Ilustração Brasileira*, ano XIX, n.73, Rio de Janeiro, maio. 1941, p. 15.

recusarem a publicar os comunicados do governo. Por isso mesmo *Ilustração Brasileira* tinha sua “função de utilidade pública” e, logo, não deveria recusar as encomendas de publicações do governo ou, caso contrário, teria sua circulação ameaçada. E pelo que se percebe, não se recusou *Ilustração Brasileira* a cumprir os ditames do Estado Novo. O que se vê é a presença de um discurso de proximidade, de concordância, de aprovação ao regime estadonovista, de exaltação ao governo Vargas, senão de concordância, no mínimo de sujeição à censura e controle do Estado Novo.⁴⁷

Além das restrições, correções e imposições relativas ao conteúdo, o Estado Novo utilizou um outro instrumento de controle, esse de ordem econômica: trata-se do fornecimento de papel. Até então o papel era importado pelo governo e vendido aos jornais, o que, de uma forma ou de outra, tornava os jornais dependentes do Estado. Acrescente-se ainda as elevadas taxas alfandegárias, das quais só se isentavam os jornais submetidos ao controle do Estado. Assim, obtinham com facilidade o papel para impressão apenas os jornais “colaboradores” do governo.

As importações do papel foram ainda mais dificultadas por ocasião da II Guerra Mundial. A esse respeito podemos citar o número 63/64 da revista *Ilustração Brasileira* excepcionalmente referente a dois meses - Julho/Agosto de 1940. A referida edição dupla trazia o seguinte texto:

*Devido a falta de papel, em consequência da guerra que perturbou completamente o comercio e a navegação no mundo inteiro a “Ilustração Brasileira” foi obrigada a interromper a sua circulação no mês passado reiniciando-a, entretanto, neste mez. O presente número corresponde, assim, aos mezes de Julho e Agosto*⁴⁸.

Vale lembrar que na edição anterior, Junho de 1940, a partir da página 22, quase a metade da revista, o papel utilizado é consideravelmente pior em termos de qualidade se comparado ao de costume: muito menos espesso e resistente, bastante amarelado e frágil.

Em muitos casos, como pode ser o de *Ilustração Brasileira*, o autoritarismo explica a significativa submissão da imprensa e o silêncio de muitos jornalistas. A gosto ou a contragosto, talvez somente pelo interesse de continuar em circulação ou de obter

⁴⁷ Esta é a “pergunta que não quer calar” e que não pôde ser respondida dentro dos limites dessa pesquisa: qual era, afinal o perfil editorial da revista? Apoiava, de fato, o regime estadonovista e estava à serviço dele ou apenas se submetia pelo interesse de continuar em circulação? Em que lugar social estavam seus diretores? Ocorre que os nomes dos diretores da revista, Antônio A. de Souza e Silva e Oswaldo de Souza e Silva, continuam envoltos de silêncio, ficando essas questões para a continuação dessa pesquisa.

⁴⁸ Revista *Ilustração Brasileira*, ano XVIII, n.63/64, Rio de Janeiro, jul./ago. 1940, p. 01.

com mais facilidade o papel que precisava, grande parte da imprensa se submeteu à ditadura. Mas, também “não se pode deixar de considerar que a política conciliatória de Getúlio Vargas, aliada à “troca de favores”, surtiu efeito entre os homens de imprensa”⁴⁹. Conta-nos Nelson Werneck Sodré que o DIP distribuía verbas a jornais e emissoras. Por conta dessas verbas, muitos jornais e jornalistas enriqueceram e, por fim, se corromperam⁵⁰. Vale lembrar, ainda, que foi justamente no governo Vargas que se estabeleceu uma série de medidas relativas à profissão de jornalista que garantiram direitos aos trabalhadores da área.

Nas próprias páginas de *Ilustração Brasileira*, especificamente na edição de agosto de 1941, encontramos um texto escrito por Herbert Moses, então presidente da Associação Brasileira de Imprensa, que trata da relação de Vargas com a imprensa:

*(...) Aqui, por exemplo, nas ilustrações em torno, os instantes fotográficos valem como afirmações prolongadas da existência das relações do Sr. Getúlio Vargas com a imprensa do país e do estrangeiro (...). Cada flagrante dêesses, cada um dêesses aspétos, tem por certo o seu valor próprio, como documento enriquecedor da crônica do govêrno do Sr. Getúlio Vargas e dos benefícios prestados à vida institucional e da classe como atestado do carinho e compreensão com que S. Ex. sempre se acercou dos nossos jornalistas e deu acolhimento aos do estrangeiro.*⁵¹

O texto é de autoria de uma figura significativa dentro da imprensa brasileira, o presidente da Associação Brasileira de Imprensa. Assim sendo, o simples fato de ter sido publicado na revista *Ilustração Brasileira* e o seu conteúdo de maneira geral, independente, se era um daqueles que a Agência Nacional enviava prontos às redações dos periódicos, já nos dão evidências da possibilidade efetiva de existência da política conciliatória de Vargas para com os homens de imprensa. Afinal, ninguém menos que o presidente da Associação Brasileira de Imprensa fala de uma relação extremamente amigável entre o presidente e a imprensa e, mais que isso, não economiza belas palavras e elogios na caracterização dessa relação – *carinho e compreensão com que S. Ex. sempre se acercou dos nossos jornalistas*. As belas palavras originadas, talvez, de uma “troca de favores”, como uma “dívida de gratidão” dos homens de imprensa para com os *benefícios prestados por Vargas à vida institucional e da classe* de jornalistas, sem

⁴⁹ CAPELATO, Maria Helena Rolin. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 175.

⁵⁰ Cf. SODRÉ, Nelson Werneck. Op. cit., p. 382.

⁵¹ Revista **Ilustração Brasileira**, ano XIX, n.76, Rio de Janeiro, ago. 1941, p. 15.

dúvida, só tinham a acrescentar na tão almejada construção da boa imagem de Vargas.

Tanto quanto legitimar seu governo, Vargas estava interessado em construir positivamente sua própria imagem perante o povo brasileiro e fomentar um verdadeiro “culto” à sua personalidade através da propaganda. A partir do golpe de 1937 - para não falar de 1930 - sem participação popular, Getúlio busca legitimação e apoio da sociedade e, por isso, investe intensamente e se sustenta através da propaganda política, sempre aliada à censura. A partir da instauração do Estado Novo a figura de Vargas “começou a ser projetada como a de um grande e indiscutível líder nacional”⁵². Dar destaque à figura do líder num Estado que se quer forte é fundamental para que as massas se sintam quase que seduzidas por ele e, conseqüentemente, o sigam, o obedeçam e legitimem o seu poder. Construir uma imagem de “pai dos pobres”, de *guia*, de *amigo*, de generosidade, simplicidade, bondade e equilíbrio para Vargas era de total interesse e função do aparelho propagandístico do Estado Novo para que ele continuasse forte. Nesse sentido, podemos ver construída textualmente toda essa ideologia estadonovista na edição de abril de 1943, num texto intitulado *O guia da juventude brasileira*:

*A Nação Brasileira admira, da mesma forma, ao homem simples e afável que é o Sr. Getúlio Vargas, e bem diz a sua tolerância, o claro equilíbrio do seu espírito, a bondade natural do seu coração. Foram essas virtudes principalmente que conquistaram a juventude do Brasil que hoje vê no Presidente da República um guia e um amigo.*⁵³

Atentos a esse mesmo objetivo da propaganda política do Estado Novo, de “cultuar” a figura de Vargas, não nos parece “coincidência” o fato de este texto ter sido publicado no mês de abril, o mês de aniversário de Getúlio Vargas. A celebração do aniversário de Vargas e a importância dada pelo Estado Novo a todas as datas cívicas continuam na perspectiva de destacar cada vez mais a figura do estadista, promover uma aproximação personalizada dos trabalhadores com Vargas e também de criar a imagem de uma sociedade em festa e feliz. Mais uma vez a ideologia estadonovista mostra-se evidentemente presente e materializada no discurso dos diretores da revista *Ilustração Brasileira*. Basta que nos atentemos para o trecho a seguir do mesmo texto citado:

Por isso mesmo, a data de seu aniversário natalício, que transcorre

⁵² GOMES, Ângela Maria Castro. **A invenção do trabalhismo**. 3 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005, p. 219.

⁵³ Revista **Ilustração Brasileira**, ano XXI, n.96, Rio de Janeiro, abr. 1943, p. 05.

*este mês, deixou de ser um fato de sua vida privada, para tornar-se um acontecimento nacional [...]*⁵⁴.

E de forma ainda mais evidente, o discurso de legitimação e de “culto” a Vargas aparece a seguir, como podemos ver:

*O Sr. Getulio Vargas merece esse culto, não somente pelo que tem feito, mas também pelo que tem sabido ser - um homem que não se deixou perverter pela sedução do Poder e soube fazer da Força que tomou nas mãos um instrumento do bem legal, abrindo o caminho da reconciliação e da unidade da Nação Brasileira*⁵⁵

A propósito, o aniversário de Vargas é um tema muito presente na revista *Ilustração Brasileira*. As edições dos meses de abril e maio, em sua maioria, sempre continham algum conteúdo de referência ao aniversário do presidente: textos com elogios e exaltação a Getulio Vargas pela passagem de seu aniversário e por sua postura como “estadista”, como na edição de abril de 1943 (Figura 13); ilustrações com a figura imponente de Vargas que ocupavam uma página inteira, como a página 4 da edição de abril de 1942 (Figura 14); “reportagens fotográficas”, como denominava a revista, que combinavam fotografias e pequenos textos informando o que fez Vargas no dia do seu aniversário (Figura 15); por vezes o destaque da seção *De mez a mez* era o aniversário de Vargas (Figura 16); e até mesmo uma capa foi dedicada à Vargas, a do número 96, de abril de 1943, desenhada pelo pintor Armando Vianna, que teve Vargas como destaque ao lado da bandeira nacional (Figura 17).⁵⁶

⁵⁴ *Idem, ibidem*, p. 05.

⁵⁵ *Idem, ibidem*, p. 05.

⁵⁶ Acredito que muito desse conteúdo pode ter sido enviado pela Agência Nacional. Conforme percebido durante o processo de catalogação da revista *Ilustração Brasileira*, o sumário indicava o título dos principais textos e o nome de seu autor. Assim, quando o texto era escrito pela redação da revista, no lugar onde se apontava o autor aparecia “Redação”. As poucas vezes em que não havia sumário, o nome do autor vinha junto do texto. No entanto, mais frequentemente nas últimas edições da coleção trabalhada, alguns textos já não continham indicação de autoria. Como eram apenas alguns, suponho, então, que estes podem ser os enviados pela Agência Nacional para serem publicados.



Figura 13: Edição n. 96, ano XXI, abril de 1943.



Figura 14: Edição n. 84, Ano XX, abril de 1942.



Figura 15: Edição n. 73, Ano XIV, maio de 1941.



Figura 16: Edição n. 73, Ano XIV, maio de 1941.

A referida capa nos remete para reflexões acerca do fim do sistema federativo da Primeira República e da intenção do regime Vargas de sobrepôr os interesses da “nação” a qualquer força ou interesse regional. O Estado Novo caracterizou-se pela demasiada concentração sobre o Executivo, que, por conta da abolição do legislativo, da dissolução dos partidos políticos e dos direitos políticos, tinha agora, propositalmente, funções triplicadas. A intenção era sobrepôr os interesses da “nação”, representados pelo Estado naquela situação, em detrimento de toda e qualquer força ou interesse regional. O governo federal garantiria sua ação nos estados através dos interventores,

peessoas da confiança de Getulio Vargas, escolhidas e nomeadas por ele mesmo, que reproduziriam nos estados a orientação política vinda de Vargas. “A vontade política do chefe de Estado funcionaria, então, como elemento de ‘uniformidade política’ e centro de coesão da ‘unidade nacional’”⁵⁷. Era o fim do antigo sistema federativo da Primeira República, simbolicamente representado numa cerimônia cívica no Rio de Janeiro onde foram queimadas todas as bandeiras estaduais. A nova configuração política era de um único comando, uma só vontade, uma única ideologia - a do Estado Novo -, um único chefe - Getulio Vargas.



Figura 17: Capa da edição abril de 1943: uma única bandeira, um único chefe – Getulio Vargas.

Não só a comemoração do aniversário de Vargas ganhava páginas inteiras na revista *Ilustração Brasileira*, como também as comemorações das datas cívicas são muito destacadas. As edições de maio, setembro e novembro traziam diversos textos e inúmeras fotografias, distribuídas numa grande quantidade de páginas, com referências às comemorações do “15 de Novembro”, “Dia do Trabalho”, “Sete de Setembro”,

⁵⁷ PARANHOS, Adalberto. **O roubo da fala**: origens da ideologia do trabalhismo no Brasil. São Paulo: Boitempo, 1999, p. 71.

“Aniversário do Estado Novo”. O número 55, edição de novembro de 1939, por exemplo, foi uma *Edição Comemorativa do Cincoentenário da República* e trazia textos sobre a proclamação da República, Deodoro da Fonseca e, claro, muitos outros que ajudavam a inserir Vargas nessa linha evolutiva da história brasileira com vistas a engrandecê-lo. As fotografias das manifestações e desfiles da “Semana da Pátria” ocupavam páginas inteiras da revista. Os pequenos textos que as acompanhavam, já que esses encolhiam perante a imperiosa presença da imagem fotográfica impressa, novidade da época, não moderavam no destaque à presença do presidente Vargas.

A esse respeito Ângela de Castro Gomes afirma que se iniciou no Estado Novo uma série de comemorações oficiais, o que denominou a autora de “criação do tempo festivo”. A celebração do aniversário de Vargas e a importância dada pelo Estado Novo a todas as datas cívicas têm a perspectiva de destacar a figura do estadista, de criar e difundir uma imagem positiva do regime e de seu chefe e também de promover uma aproximação personalizada das massas com Vargas.

*Estas três comemorações – o aniversário do presidente, o Dia do Trabalho e o aniversário do Estado Novo – constituíam três ocasiões-chave para a comunicação entre Vargas e a massa de trabalhadores. Diferenciadas e com destaque para o 1º de maio, elas se reforçavam mutuamente e criavam um calendário de encontros significativos. (...) Ou seja, elas estruturaram uma aproximação significativa e personalizada entre autoridades e o público trabalhador*⁵⁸.

Na edição de maio de 1943 este aspecto aparece de forma evidente em um texto sob o título *O Dia do Trabalho*:

*Como nos anos anteriores, as comemorações do “Dia do Trabalho” ofereceram ensejo às massas trabalhistas para prestar ao presidente Getúlio Vargas, homenagens excepcionais, tendo o Chefe do Governo Nacional, por sua vez, aproveitado a oportunidade para entrar em contacto directo com elas...*⁵⁹

Especificamente sobre as comemorações do 1º de Maio, Adalberto Paranhos nos esclarece que

O 1º de maio passava, assim, por uma radical descaracterização como dia de luta. Nessas concentrações populares havia muito “povo encomendado”, como anotou em seu diário-romance o cáustico escritor Marques Rebelo. Vargas, identificado como o “trabalhador no 1” do país, roubava a cena e atraía as atenções gerais. Ele era exaltado como o principal ator político de

⁵⁸ GOMES, Ângela Maria Castro. Op. cit., 2005, p. 216-217.

⁵⁹ Revista *Ilustração Brasileira*, ano XXI, n.97, Rio de Janeiro, maio 1943, p. 38. Grifos meus.

um evento que anteriormente tinha nos trabalhadores sua expressão simbólica. Uma radionovela cívica que o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) mandava para os ares ilustra bem tal procedimento. Nela se dizia que "o 1o de maio não é um dia de reclamações e de lutas, mas de agradecimentos (a Getúlio Vargas) e de festa"⁶⁰

Tanto quanto aproximá-lo das massas, agradecer e dar destaque à figura de Vargas, a comemoração das datas cívicas pretendia também criar a imagem de uma sociedade em festa e feliz. Intencionava-se difundir a idéia de que a "sociedade feliz" concretizara-se no Estado Novo, a 'felicidade brasileira oficial' era comemorada em todas as datas cívicas por meio de festas promovidas pelo Estado para celebrar as realizações do governo"⁶¹. O DIP e o Ministério da Educação e Saúde – MES – encarregavam-se de realizar os festejos que contavam com ampla participação popular, claro que relevando o fato de ser obrigatória a presença de alguns setores como escolas, Forças Armadas, Corpo de Bombeiros, Polícia Militar, entre outros.

Entre as festas oficiais e a utopia da sociedade feliz há uma forte relação, como pontua Maria Helena Capelato, ao constatar que os jornais varguistas se responsabilizavam por firmar e divulgar esta relação. Relação que também pude constatar nas páginas da revista *Ilustração Brasileira*. Na edição de maio de 1942, é publicado o texto transcrito abaixo que, de forma evidente, mostra essa noção de "sociedade em festa, sociedade feliz":

Todo o Brasil vibrou de entusiasmo cívico por ocasião das comemorações da passagem do aniversário natalício do Presidente Getúlio Vargas, e nesta Capital, mais do que em qualquer outro ponto do país, o "Dia do Presidente" teve especial relevo, sendo inúmeras as manifestações com que se assinalou aquela efeméride tão grata aos corações dos brasileiros.⁶²

E mais:

Grandioso espetáculo cívico do Desfile da Juventude Brasileira. Quinze mil jovens desfilaram diante do Presidente da República, entusiastas, garbosos e confiantes. Foi uma festa de rara grandiosidade cívica.⁶³

⁶⁰ PARANHOS, Adalberto. Antídoto para a luta de classes. *História Viva*. n. 22, ago. 2005. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/antidoto_para_a_luta_de_classes_8.html>. Acesso em 20 dez. 2007.

⁶¹ CAPELATO, Maria Helena Rolin. *Multidões em cena* – propaganda política no varguismo e no peronismo. Campinas, SP: Papirus, 1998, p. 61.

⁶² Revista *Ilustração Brasileira*, ano XX, n.85, Rio de Janeiro, maio 1942, p. 17.

⁶³ Revista *Ilustração Brasileira*, ano XXI, n.101, Rio de Janeiro, set. 1943, p. 17.

Além de textos escritos, *Ilustração Brasileira* não poupou o uso dos recursos imagéticos na construção, afirmação e divulgação dessa noção de “sociedade em festa e feliz”. Páginas inteiras eram ocupadas por fotografias ou, “reportagens fotográficas”, (Figuras 18 e 19) que, como a própria revista anunciava, davam *uma idéia do esplendor que alcançaram as festividades cívicas de 10 de novembro na Capital Federal*⁶⁴, por exemplo. Quando das comemorações do “Cinqüentenário da República”, em 1939, *Ilustração Brasileira* afirma que

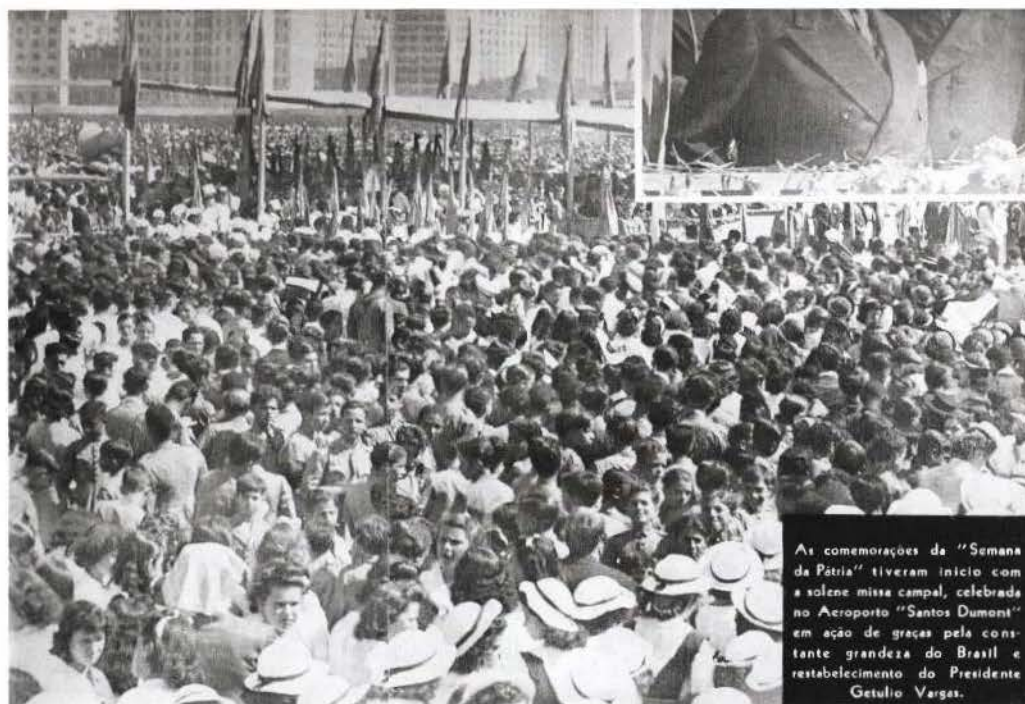
*[...] recolheu, desses bellos dias de culto civico, os aspectos photographicos que illustram este numero e que levarão a todo o paiz uma imagem duradoura das horas de exaltação que viveu a Capital da Republica [...]*⁶⁵.



Figura 18: Comemoração do terceiro aniversário do Estado Novo – dezembro de 1940.

⁶⁴ Revista *Ilustração Brasileira*, ano XX, n.92, Rio de Janeiro, dez. 1942, p. 23.

⁶⁵ Revista *Ilustração Brasileira*, ano XVII, n.56, Rio de Janeiro, dez. 1939, p. 42.



As comemorações da "Semana da Pátria" tiveram início com a solene missa campal, celebrada no Aeroporto "Santos Dumont" em ação de graças pela constante grandeza do Brasil e restabelecimento do Presidente Getúlio Vargas.

Figura 19: Comemorações da Semana da Pátria – setembro de 1942.

Um outro discurso construído e muito enfatizado pelo Estado Novo, o da homogeneidade social, também pode ser visto nas páginas de *Ilustração Brasileira*. Muito investiu na construção dessa unanimidade social o Estado Novo, porque homogeneizar o pensamento significava também diminuir os riscos de contestação. A pluralidade da vida social era negada na medida em que se pretendia construir uma sociedade una e harmônica. "A propaganda política enfatizava a busca de harmonia social e a eliminação de conflitos"⁶⁶. Na edição de setembro de 1943 aparece, inclusive, a expressão *homogeneidade de sentimentos*, como se vê no trecho transcrito:

*A exaltação patriótica, a vibração cívica, o calor de brasilidade, postos nas comemorações do Dia da Independência, revelam, acima de tudo, o grau de **homogeneidade de nossos sentimentos e das nossas disposições** de repetir e reafirmar o sentido heróico da nossa história e a inflexível decisão de vencer.*⁶⁷

Um outro trecho, publicado na edição de abril de 1943, vale ser citado:

Depois da grande obra de organização e de progresso que realizou no Brasil, já ninguém discute a figura do estadista que fundou o

⁶⁶ CAPELATO, Maria Helena. Op. cit., 1998, p. 58.

⁶⁷ Revista *Ilustração Brasileira*, ano XXI, n.101, Rio de Janeiro, set. 1943, p. 07. Grifos meus.

Através da afirmação *ninguém discute a figura do estadista* é possível perceber a idéia da sociedade homogênea, que não contesta o regime estadonovista, ao contrário, por inteiro apóia o governo de Vargas. Essa era a imagem que o Estado Novo pretendia construir.

Para a veiculação desses discursos, imagens ou, das representações modeladas de si mesmo, no exercício de sua função, o aparelho propagandístico do Estado Novo produziu muitos textos escritos como material de propaganda política, mas também não se esqueceu dos recursos imagéticos. Nas palavras de Maria Helena Capelato, “[...] a propaganda política vale-se de idéias e conceitos, mas os transforma em imagens e símbolos [...]”⁶⁹.

Os intelectuais que estavam a serviço de Vargas reconheceram e exploraram todo o potencial dos recursos imagéticos, pois eles “atendiam a uma finalidade imediata; por meio de imagens veiculava-se com rapidez e precisão o recado que se visava transmitir”⁷⁰. Num regime em que se busca impedir qualquer oposição ou contestação e, sobretudo, apoio e legitimação, a imagem será, então, um excelente meio para se conquistar as massas e fazê-las consentir e aderir ao regime. Cassiano Ricardo, um dos mais importantes intelectuais do Estado Novo, na sua citada obra *Marcha para Oeste* nos demonstra claramente como viam os recursos imagéticos os intelectuais ligados ao governo de Vargas. Tentando explicar porque o brasileiro tem predileção pela imagem, ele diz:

*Primeiro porque a imagem é um processo democrático de expressão. Segundo porque a imagem fala mais ao sentimento do que à razão e o Brasil é uma democracia sentimental (...). Só a imagem, pois, convence o povo, em nossa democracia sentimental. Uma imagem vale cem vezes mais do que um argumento.*⁷¹

De fato, o alcance da imagem podia ser amplo e atingir, inclusive, aos analfabetos que, naquele período no Brasil, formavam um contingente expressivo. E ainda é preciso relevar a tradição oral extremamente presente na cultura brasileira. Assim, já que uma das intenções do Estado Novo e de seu projeto político-pedagógico era alcançar o trabalhador, o analfabeto, a imagem será de grande utilidade. Para citar

⁶⁸ Revista *Ilustração Brasileira*, ano XXI, n.96, Rio de Janeiro, abr. 1943, p. 05.

⁶⁹ CAPELATO, Maria Helena Rolin. Op. cit., 1998, p.36.

⁷⁰ LENHARO, Alcir. *Sacralização da política*. Campinas: Papirus, 1986, p. 54.

⁷¹ RICARDO, Cassiano. Citado em: LENHARO, Op. cit., p. 55.

um exemplo, o cinema teve atenção especial devido o seu poder de alcance, à semelhança do rádio. Como declarou o próprio Getúlio Vargas, “o cine será o livro de imagens luminosas em que nossas populações praieiras e rurais aprenderão a amar o Brasil. Para a massa de analfabetos será a disciplina mais perfeita e fácil”⁷².

Muito serviram, pois, as artes plásticas ou os “doublés” de artistas renomados como J. Carlos para construir a boa imagem de Vargas, uma vez que a imprensa ilustrada também possibilitava a reprodução de pinturas, caricaturas etc. Inclusive desenhos de Armando Vianna, como a citada capa da edição de abril de 1943, e o *Retrato de Vargas*, óleo sobre tela de Portinari (Figura 20) executado após a instauração do Estado Novo a partir de uma fotografia, provavelmente executado no intervalo que vai da instauração do Estado Novo à inauguração da obra, em agosto de 1938⁷³, foram publicados na revista *Ilustração Brasileira*. Segundo Sérgio Miceli, esse retrato teria sido encomendado por Marques dos Reis, então presidente do Banco do Brasil, para ficar exposto em seu gabinete. Ainda segundo Miceli,

*Tratava-se de um cromo concebido para atender funções cerimoniais: em lugar da fotografia oficial emoldurada, uma tela a óleo assinada pelo retratista de maior prestígio nos círculos dirigentes do regime. Até mesmo um observador bastante desavisado se daria conta dos teores inequivocamente promocionais instilados nessa composição: uma imagem integralmente construída numa chave apologética e celebrativa, não destoando em nada dos chavões visuais com que inúmeros artistas sedimentaram a estampa de base da mais importante liderança política da história contemporânea do país.*⁷⁴

⁷² VARGAS, Getúlio. Apud. CAPELATO, Maria Helena Rolin. O Estado Novo: o que trouxe de novo? In: DELGADO, Lucília de Almeida Neves e FERREIRA, Jorge (org.). **O Brasil Republicano – O tempo do nacional-estatismo: do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo**. v.2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p. 127.

⁷³ MICELI, Sérgio. **Imagens negociadas: retratos da elite brasileira (1920 – 40)**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p. 115.

⁷⁴ *Idem*, *ibidem*, p. 115-116.

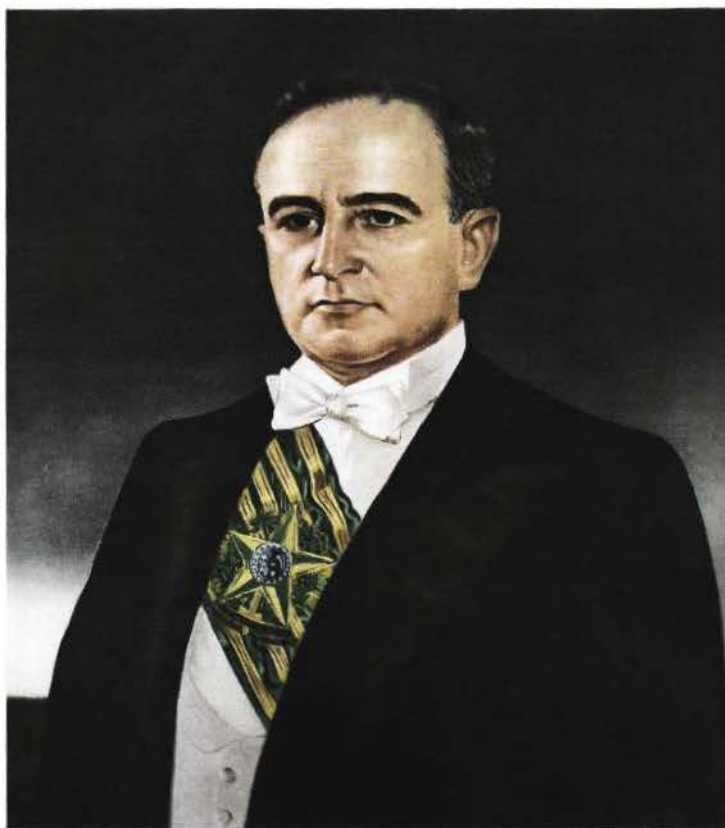


Figura 20: PORTINARI, C. **Retrato de Vargas**. 1938, óleo s/ tela, color. Revista *Ilustração Brasileira*, ano XVII, n. 55, Rio de Janeiro, nov. 1939, p.17.

Ainda no que se refere aos recursos imagéticos da propaganda política do Estado Novo, há que se ressaltar, como pude observar nas páginas da revista *Ilustração Brasileira*, o privilégio dado às imagens fotográficas, uma vez que a imprensa ilustrada já dispunha do recurso da fotografia impressa. Especificamente na *Ilustração Brasileira* pude perceber, quanto ao conteúdo das fotografias, um destaque ao presidente Vargas: quando presente nas referidas inúmeras comemorações e datas cívicas; por ocasião da passagem do seu aniversário, retratando o que fez “o presidente Vargas no dia do seu natalício”⁷⁵ (Figura 15); quando “em contato com as classes armadas”⁷⁶ (Figura 21); quando em visita às inúmeras exposições e Feiras do Estado Novo⁷⁷ (Figura 22); quando em visita ao Arraial de Canudos⁷⁸ (Figura 23); “nas actividades presidenciaes fora dos

⁷⁵ Ver: Revista **Ilustração Brasileira**, ano XIX, n. 73, Rio de Janeiro, maio 1941, p.13.

⁷⁶ Ver: Revista **Ilustração Brasileira**, ano XVIII, n. 60, Rio de Janeiro, abril 1940, p. 33.

⁷⁷ A presença de Vargas no pavilhão do DIP na XIII Feira Internacional de Amostras é retratada, por exemplo na edição de dezembro de 1940. Ver: Revista **Ilustração Brasileira**, ano XVIII, n. 68, Rio de Janeiro, dez. 1940, p.22.

⁷⁸ Ver: Revista **Ilustração Brasileira**, ano XVIII, n. 67, Rio de Janeiro, nov. 1940, p.22.

gabinetes”, quando o “chefe da nação mantém contacto com as diferentes camadas sociaes”⁷⁹ (Figura 24); nos momentos de lazer jogando “golf”⁸⁰ (Figura 25); e muitas fotografias e fotomontagens de Vargas rodeado por crianças e jovens⁸¹ (Figuras 26 e 27).



Figura 21: Edição n. 60, ano XVIII, abril de 1940.



Figura 22: Edição n. 68, ano XVIII, dezembro de 1940.



Figura 23: Edição n. 67, ano XVIII, novembro de 1940.

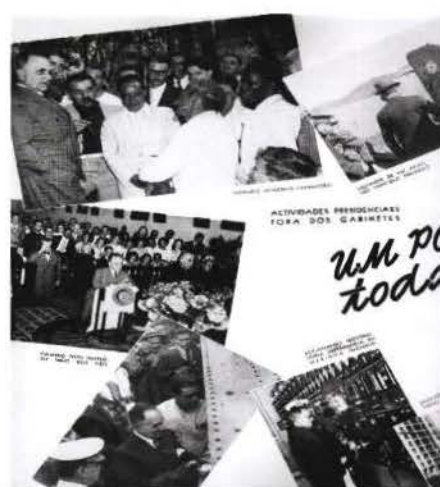


Figura 24: Edição n. 55, ano XVII, novembro de 1939.

⁷⁹ Ver: Revista **Ilustração Brasileira**, ano XVII, n. 55, Rio de Janeiro, nov. 1939, p. 62.

⁸⁰ Ver: Revista **Ilustração Brasileira**, ano XVII, n. 56, Rio de Janeiro, dez. 1939, p. 38.

⁸¹ Ver: Revista **Ilustração Brasileira**, ano XIX, n. 72, Rio de Janeiro, abr. 1941, p. 04. E, ainda: Revista **Ilustração Brasileira**, ano XX, n. 81, Rio de Janeiro, jan. 1942, p. 13.



Figura 25: Edição n. 56, ano XVII, dezembro de 1939.



Figura 26: Edição n. 81, ano XX, janeiro de 1942.

Percepção semelhante teve Aline Ramos Brandão em suas análises do acervo fotográfico da Agência Nacional, encontrado no Arquivo Nacional. Segundo a autora:

*[...] as fotografias tinham como objetivo mostrar que são várias classes interagindo com o presidente, do mendigo ao intelectual, e em diferentes momentos, do almoço no bandeirão ao jogo de golfe. Estas fotografias publicadas humanizam o presidente, retirando-o do seu Palácio e o pondo mais próximo do povo. Este foi o objetivo do DIP, criar esta figura carismática e heróica em Vargas [...]*⁸².

Podemos afirmar que o recurso fotográfico caracterizou e constituiu majoritariamente a propaganda imagética do Estado Novo. A esse respeito, mais uma vez Maria Helena Capelato nos ajuda nas reflexões:

*O uso privilegiado das imagens fotográficas no Brasil revela uma preferência pela representação mais objetiva da realidade, que talvez possa ser explicada como um traço da cultura política brasileira, fortemente marcada pelo positivismo. Cabe lembrar a presença desse ideário na formação do gaúcho Getúlio Vargas. Mas a explicação também pode ser buscada na ênfase que o Estado Novo atribuiu às realizações materiais, meta primeira do governo para concretização do progresso.*⁸³

⁸² BRANDÃO, Aline Ramos. **O poder das imagens no Estado Novo**. Anais Eletrônicos do I Encontro Nacional de Estudos da Imagem. Londrina, maio 2007.

⁸³ CAPELATO, Maria Helena Rolin. Op. cit, 1998, p. 51.



Figura 27: A modernidade da fotografia impressa não passou despercebida pelo Estado Novo.

Se a propaganda visual do Estado Novo privilegiou a imagem fotográfica, como dito, podemos afirmar que privilegiou também, como conteúdo, a figura de Getúlio Vargas. E vale ressaltar que a figura de Vargas foi destaque não apenas na propaganda governamental, mas também - não nos esqueçamos da existência e relevância delas - nas sátiras da época, como podemos ver nas palavras de Sérgio Miceli:

Tanto pelos quase vinte anos em que esteve à frente do Executivo Federal (1930-4, 1934-7, 1937-45, 1950-4), pelas dosagens e perfis distintos de legitimidade de cada um desses mandatos, como por força da centralidade de sua presença em relação aos círculos de artistas vinculados às políticas culturais do Estado Novo, Getúlio Vargas foi se convertendo em um dos ícones favoritos da produção visual para fins de sátira ou de propaganda: nos registros feitos por artistas populares (literatura de cordel, gravuras e bonecos em série etc.); nos gêneros mais apropriados aos veículos da nascente indústria cultural (caricaturas e ilustrações para revista e jornais, documentários cinematográficos etc.); em suportes prestigiosos cuja execução estava a cargo de artistas profissionais de formação culta (pinturas e esculturas).⁸⁴

Assim, ainda que os recursos visuais não tenham sido o núcleo forte da

⁸⁴ MICELI, Sérgio. Op. Cit., 1996, p. 110-111.

propaganda do Estado Novo, eles foram sim utilizados. “Não há dúvidas quanto ao rendimento simbólico dessas obras visuais em termos de sua contribuição para o trabalho de legitimação do poder ostentado pelo chefe do novo regime político”.⁸⁵

A modernidade da fotografia impressa associada à suposição de que a imagem fotográfica falava por si só de uma também “suposta” realidade, as representações plásticas que não ignoravam todo o repertório de obras da tradição figurativa especializada em construir imagens de ocupantes do poder, muito serviram ao governo Vargas e ao seu pretensioso aparelho propagandístico. Do mesmo modo serviu também à revista *Ilustração Brasileira* que, como a imprensa do período, esteve sob a censura e controle do governo e, com exceção da parcela que de alguma forma resistiu a esse controle, teve que se submeter ao caráter autoritário da propaganda estadonovista e veicular, através de seus textos escritos e imagéticos, a ideologia apregoada pelo regime em vigor.

2.2 - Propaganda política em revista

Por mais indefinida que fosse a situação ou, talvez, por conta dessa indefinição, de uma coisa Getúlio Vargas não se descuidou, desde o início de seu governo, do controle da informação e, na mesma medida, da propaganda governamental. Durante a longa permanência de Vargas no poder, por inúmeras vezes, o departamento criado especificamente para esta dupla tarefa – controlar a informação e elaborar a propaganda governamental – fora reformulado e até renomeado em nome de uma organização mais sistemática e eficaz. Retomemos, a propósito, a criação do DOP – Departamento Oficial de Publicidade - que culminou na criação do DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda.

O DOP, criado logo em 1931, foi substituído, em 1934, pelo DPDC – Departamento de Propaganda e Difusão Cultural - um pouco mais sistematicamente organizado na função de propagandear os atos do governo e colocar os meios de comunicação a serviço do Poder Executivo. Após 1937, o DPDC passa a exercer também a censura a todos os meios de comunicação. Ou seja, duas das mais importantes âncoras do Estado Novo, a propaganda e a censura, estavam sob responsabilidade de um único órgão. Em 1938, mais uma reformulação: o DPDC torna-se o DNP –

⁸⁵ *Idem, ibidem*, p. 113.

Departamento Nacional de Propaganda. Um ano depois, em 1939, surge o poderoso Departamento de Imprensa e Propaganda - DIP. Poderoso porque seu raio de ação era bem mais amplo que o dos seus antecessores. O DIP, ao contrário dos demais, subordinados ao Ministério da Justiça, vinculava-se diretamente ao presidente Vargas.

Nessa perspectiva salienta a historiadora Tânia Regina de Luca que “[...] é importante destacar a preocupação de estabelecer, ainda durante o governo provisório, uma estrutura destinada a dar publicidade e esclarecer os atos governamentais, num equilíbrio delicado entre informação e controle [...]”⁸⁶. Para Luca, “o DIP pode ser encarado como a culminância de um longo processo que se iniciou em julho de 1931 com a criação do Departamento Oficial de Publicidade (DOP); subordinado ao Ministério da Justiça”⁸⁷. Ou, como questionou certeira a referida autora, “teria o governo aguardado até 1939 para criar um órgão incumbido de desempenhar papel tão estratégico?”⁸⁸

Com a criação do DIP, em 27 de dezembro de 1939, “a censura às vozes destoantes da ideologia do regime foi exercida com redobrado vigor”⁸⁹ e, desse modo, as possibilidades de contestação ao regime estreitaram-se ainda mais. Para a intimidação dos opositores, o regime valeu-se da repressão policial, transformando a prática da violência num instrumento da política⁹⁰ e, porque percebia o papel significativo dos meios de comunicação, não se esqueceu da censura a estes.

Como se podia esperar, a ditadura trouxe no seu bojo uma implacável censura aos meios de comunicação. Havia chegado o tempo de intensificação tanto da utilização quanto de um maior controle sobre as mídias e sobre a produção artística de maneira geral. A própria estruturação do DIP – subdividido em : Divisão de Divulgação, Divisão de Radiodifusão, Divisão de Turismo, Divisão de Cinema e Teatro, Divisão de Imprensa e Serviços Auxiliares – revelava a intenção do governo de ampliar o alcance do seu controle sobre as mídias, em suma, de empreender uma política cultural a seu

⁸⁶ LUCA, Tânia Regina de. Coerção e persuasão no Estado Novo. **Br História**. São Paulo. Ano 1, n.5, 2007, p. 25. As palavras da referida autora parecem convergir com as teses que reforçam a proposição de que, em alguma medida, já existia um projeto autoritário para o Brasil por parte de Vargas desde o início dos anos 30. A esse respeito ver: PANDOLFI, Dulce. Apresentação. In: PANDOLFI, Dulce (Org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 9 – 14.

⁸⁷ *Idem, ibidem*

⁸⁸ *Idem, ibidem*.

⁸⁹ PARANHOS, Adalberto. **A historiografia e o “samba de uma nota só” do “Estado novo”**. Disponível em: <<http://2csh.clio.pro.br/adalberto%20paranhos.pdf>>. Acesso em 20 dez. 2007.

⁹⁰ A respeito da repressão policial ver as reflexões de CANCELLI, Elizabeth. Ação e repressão policial num circuito integrado internacionalmente. In: PANDOLFI, Dulce (org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 308-326.

gosto, uma vez que a cultura tinha agora uma tarefa política. Segundo as próprias palavras de Getúlio Vargas: “[...] a cultura intelectual sem objetivo claro e definido deve ser considerada, entretanto, luxo acessível a poucos indivíduos e de escasso proveito para a coletividade [...]”⁹¹.

O cerco à imprensa foi ferrenho. O DIP, que mantinha vínculos diretos com o presidente Vargas, era responsável por legar aos periódicos - como *Ilustração Brasileira* - uma série de obrigações e restrições para que continuassem em circulação. Havia, inclusive, a obrigatoriedade dos periódicos registrarem-se no DIP. Muitos jornais e revistas do país deixaram de circular por não conseguirem esse registro obrigatório. E mesmo os que conseguiam não se livravam do controle rígido e constante, eram obrigados a reproduzir os discursos oficiais, divulgar as realizações do governo, publicar as imagens de Vargas.

Ainda com relação à censura, a historiadora Silvana Goulart chama atenção para o fato de que, a atuação da censura não se restringia apenas ao veto às notícias, mas também impunha a elas limites e correções. Segundo a autora, esta censura era bastante sutil, muito menos perceptível e, “em particular na imprensa periódica, impunha critérios que direcionavam a visão dos fatos, mutilando aspectos, fornecendo versões oficiais, minimizando ou valorizando acontecimentos segundo o que lhes convinha”⁹².

Ainda segundo Silvana Goulart, “junto à Divisão de Imprensa atuava também a Agência Nacional, um dos setores mais importantes do DIP”⁹³. Como era o centro de todos os serviços jornalísticos e, por fim, atuava como um jornal, a Agência Nacional encarregava-se de distribuir pelas redações dos jornais e revistas reportagens, artigos, noticiários do governo, fotografias, enfim, um material abundante, preparado pela própria Agência, que deveria ser publicado. Cerca de 60% do conteúdo de um jornal era fornecido pela Agência Nacional. Era um verdadeiro equilíbrio entre censura e propaganda, “as atividades de controle, ao mesmo tempo que impediam a divulgação de determinados assuntos, impunham a difusão de outros na forma adequada aos interesses do Estado”.⁹⁴

A instabilidade dos momentos iniciais “foi um dos argumentos utilizados para

⁹¹ Vargas, Apud. CAPELATO, Maria Helena Rolin. Op. cit, 2003, p. 125.

⁹² GOULART, Silvana. **Sob a verdade oficial**. Ideologia, propaganda e censura no Estado Novo. São Paulo: Marco Zero, 1990, p. 22.

⁹³ *Idem, ibidem*, p. 67.

⁹⁴ CAPELATO, Maria Helena Rolin. Op. Cit., 1999, p. 175.

justificar a censura à imprensa”⁹⁵. Vargas estava no chamado Governo Provisório, compreendido entre os anos de 1930 e 1937, quando muitas eram as propostas e projetos para os rumos do país, desde os mais nacionalistas e intervencionistas até os favoráveis a um Estado liberal. A imprensa, como nunca, em uma fase de “ação”, segundo denominaram as autoras Ana Luíza Martins e Tânia de Luca⁹⁶, expressava essa tensão. Era como um conflito de interesses, uma luta entre os diversos setores da sociedade para que a sua proposta vigorasse, “travada à base da imprensa”⁹⁷. Assim, por perceber esse papel significativo da imprensa naquele momento e, já numa atitude autoritária, para tentar impedir a divulgação de notícias de oposição, não hesitou o governo em lançar mão, logo no início, da censura.

Passados os momentos iniciais, de 1937 em diante, Vargas imperativamente parte para a execução de sua proposta política, impondo-se como líder maior e consolidando um Estado forte. Já na fase que corresponde à vigência do Estado Novo (1937-1945), de rumos um tanto mais delineados e de consolidação do autoritarismo⁹⁸ a argumentação quanto à censura à imprensa estabelece-se na Constituição de 1937. Nesta Constituição “a imprensa mereceu uma legislação especial que a investiu da função de caráter público”⁹⁹ e, por isso mesmo, não poderia se negar a publicar o que lhe enviava o governo.

Se a imprensa no contexto do Estado Novo era considerada serviço de utilidade pública, nada estranho era o intelectual daquele tempo ir “da torre de marfim à arena política” e responder “à chamada do regime, que o incumbe de uma missão: a de ser o representante da consciência nacional”¹⁰⁰. Como uma via de mão dupla, o DIP vigiava e censurava tudo o que era escrito nas redações de jornais e controlava toda a produção cultural do período e, paralelamente, buscava atrair intelectuais e artistas das mais

⁹⁵ MARTINS, Ana Luíza; LUCA, Tania Regina de. Op. Cit., 2006, p. 56.

⁹⁶ *Idem, ibidem*, p. 52.

⁹⁷ SODRÉ, Nelson Werneck, Op. Cit., 1999, p. 372.

⁹⁸ A partir de 1937 o país caminhava para uma definição maior de rumos, para a execução mais efetiva de um determinado projeto. No entanto, mesmo se tratando de uma ditadura, não se pode falar em homogeneidade no cenário político/cultural brasileiro, pois, assim como vinha acontecendo até aquele momento, os conflitos e disputas entre os grupos de interesses diferentes continuavam a existir nessa que foi denominada segunda fase do governo Vargas. Ver, por exemplo, as reflexões de LEHMKUHL, Luciene. A participação do Brasil na exposição do mundo português. In: RAMOS, Maria Bernadete; SERPA, Élio; PAULO, Heloísa (org.). **O beijo através do Atlântico: o lugar do Brasil no Panlusitanismo**. Chapecó: Argos, 2001, p. 63 – 88.

⁹⁹ GOULART, Silvana. Op. Cit., p. 47.

¹⁰⁰ VELLOSO, Mônica Pimenta. Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo. In: DELGADO, Lucília de A. N.; FERREIRA, Jorge (Org.) **O Brasil Republicano – O tempo do nacional-estatismo: do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo**. v.2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p. 153.

diversas áreas para mais próximo do governo, de preferência para participarem ativamente dele. “Quanto mais afinado com o regime, mais participação no poder”.¹⁰¹

Sob a mão de ferro da ditadura de Vargas, o DIP, é inegável que a imprensa do período muito sentiu e sofreu com toda a censura e controle e, por isso mesmo, esteve a mercê da submissão ao caráter autoritário do regime estadonovista. Porém, falar em controle absoluto do DIP dos meios de comunicação ou de uma onipotência da própria propaganda política é exagerar. Sem dúvidas, a importância da propaganda política para a legitimação e manutenção do regime oriundo de um golpe foi grande e em alguma medida bem sucedida, como nos mostra a ainda viva memória positiva em torno de Getúlio Vargas.

Para esta propaganda, imprescindíveis foram os meios de comunicação, sobretudo o controle deles. “Os esforços de eliminação de vozes discordantes e de penetração ideológica em todos os setores realizaram-se, antes de tudo, no campo da imprensa periódica, seguida pelo rádio”¹⁰², mas vale uma ressalva: como em qualquer regime autoritário, inúmeros exemplos, como muitos jornais, “se manifestavam como ‘vozes surdas’ que, nos porões da sociedade, sussurravam mensagens de luta alimentando os movimentos de resistência”¹⁰³ e desconstruindo a noção de sociedade homogênea. Assim, por mais que a idéia de uma sociedade una e harmônica tenha sido uma noção muito trabalhada pela propaganda política estadonovista, ela esteve longe de se efetuar na prática.

Bem como a sociedade una e harmônica, o total controle e a absoluta censura, que almejava o Estado Novo, também estiveram longe de se efetuar na prática. Apesar de estar sob uma ditadura, “como só restava para a imprensa livre um recurso, o da clandestinidade, foi este bastante usado”¹⁰⁴. Há ainda o exemplo da música popular nos tempos do Estado Novo, lembrado por Adalberto Paranhos:

*[...] se, de um lado, houve um elevado número de composições e compositores populares afinados com o regime e com a valorização do trabalho, de outro despontaram, como uma espécie de discurso alternativo, canções (sambas em sua maioria) que traçaram linhas de fuga em relação à ‘palavra estatal’ [...].*¹⁰⁵

¹⁰¹ VELLOSO, Mônica Pimenta. A cooptação dos intelectuais. **BrHistória**. São Paulo, ano 1, n.5, 2007, p. 33.

¹⁰² CAPELATO, Maria Helena Rolin. Op. cit., 1999, p. 73.

¹⁰³ CARNEIRO, Maria Luiza Tucci. O Estado Novo, o Dops e a ideologia da segurança nacional. In: PANDOLFI, Dulce (Org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 337.

¹⁰⁴ SODRÉ, Nelson Werneck. Op. cit, p. 382.

¹⁰⁵ PARANHOS, Adalberto. **A historiografia e o “samba de uma nota só” do “Estado novo”**.

Assim, é preciso delimitar a atuação e eficácia da propaganda política, impor-lhe limites para que os seus receptores não sejam vistos como agentes históricos meramente passivos. Como nas palavras esclarecedoras de Maria Helena Capelato, a propaganda política “é muito importante na conquista de apoio político, mas sua onipotência faz parte somente de um imaginário totalitário construído em torno dela. Os limites desse poder são definidos pelo movimento da história”.¹⁰⁶

Se é preciso cautela na abordagem da propaganda política do Estado Novo e/ou de qualquer outro assunto referente ao governo de Getúlio Vargas por se tratar de uma ditadura e, logo, porque corre-se o risco de, num só movimento, olhar com onipotência o Estado e com extrema passividade os receptores¹⁰⁷, é preciso rever também uma atual tendência historiográfica na abordagem das funções e atuações do DIP. A historiografia têm privilegiado muito mais a propaganda dirigida às classes subalternas, que poderia ser denominada de “comunicação populista”¹⁰⁸ - já que o governo de Getúlio Vargas é, por muitos autores, classificado dentro do amplo conceito do populismo. Como confirma a historiadora Silvana Goulart, é como se a atuação do DIP ficasse, assim, “restrita à divulgação e à propaganda do regime para as classes subalternas”.¹⁰⁹

Um trabalho emblemático dessa vertente historiográfica é o de Nelson Jahr Garcia: *Estado Novo - Ideologia e propaganda política*¹¹⁰. O objetivo inicial do trabalho de Garcia, segundo ele mesmo afirma, é pesquisar acerca da propaganda política no Brasil dentro de um contexto mais amplo, já que ele não vê a propaganda como uma simples coleção de fatos sem vida, destituídos de sentido. Ao contrário, sua proposta é de que não se pode considerar autônomo aquilo que se caracteriza pela reciprocidade de determinações. Como este escopo inicial apresentava-se bastante amplo, Garcia restringiu sua pesquisa ao período de 1937 a 1945 por se tratar de um período extremamente significativo para o tema de abordagem.

As reflexões principais desse autor referem-se, como o título do livro já anuncia,

Disponível em: <<http://2csh.clio.pro.br/adalberto%20paranhos.pdf>>. Acesso em 20 dez. 2007.

¹⁰⁶ CAPELATO, Maria Helena. Op. cit., 1998, p. 284.

¹⁰⁷ Proposições já bastante questionadas depois das muitas revisões historiográficas a respeito da desconstrução do par “produção/recepção”. Qualquer produção não é recebida de maneira passiva, logo, qualquer indivíduo não é um mero receptor. Ao contrário, ele se apropria e reelabora, de acordo com seu cotidiano, tudo o que lhe chega. Nessa perspectiva, a recepção torna-se também uma forma de produção, dispersa, silenciosa, quase invisível, mas uma produção porque há releitura, reelaboração. Ver, entre outros: CHARTIER, Roger. Op. Cit., p. 58 - 62.

¹⁰⁸ Silvana Goulart foi quem assim denominou a propaganda dirigida às classes subalternas em: GOULART, Silvana Op. cit, p. 45.

¹⁰⁹ *Idem, ibidem*, p. 45.

¹¹⁰ GARCIA, Nelson Jahr. *Estado Novo. Ideologia e propaganda política*. São Paulo, Loyola, 1982.

à relação entre ideologia e propaganda política no contexto do Estado Novo brasileiro. A primeira parte do livro aborda o contexto geral brasileiro, desde as transformações iniciais sofridas pela sociedade capitalista ainda no início do século XX até chegar ao movimento de 30, às tensões pós-revolucionárias e à instauração do Estado Novo. À medida que descreve o cenário da primeira metade do século XX, sempre procurando mostrar a situação de cada setor da sociedade naquele contexto – oligarquias cafeeiras, burguesia industrial, classes médias, operariado urbano, militares – o autor fala em “classe dominante”, “classe subalterna”, “consciência” e, obviamente, em “ideologia”, tentando mostrar que cada grupo ou classe, tendo “consciência” de sua existência concreta e querendo ou não manter a situação em que vive, tem, assim, sua “ideologia”. Posto que os outros grupos também têm sua ideologia própria, eles se apresentam como “perigo” uns aos outros, já que lutarão pelos seus interesses específicos. Logo, para garantir a concretização de seus interesses e conservar a situação como desejam, os grupos precisam fazer o que Nelson chama de “propaganda ideológica” para persuadirem as demais classes de que a sua “ideologia” (embora esta se apresente um tanto “disfarçada”) corresponde aos interesses da maioria, ao “bem” geral.

Formuladas estas questões referentes à propaganda ideológica, Nelson Garcia, agora tratando especificamente da propaganda estadonovista, afirma que o objetivo principal desta “era persuadir as classes subalternas de que a ideologia dominante, tal como era observada na organização e estruturação do Estado e nas diretrizes propostas e implementadas, correspondia aos seus interesses e mais aos interesses gerais da nação”¹¹¹. Havia nesta propaganda, portanto, uma ideologia que pretendia ser dominante, (que Garcia identifica como sendo a representante dos interesses do capital - oligarquias ligadas ao setor agrícola e à nascente burguesia industrial) e que, por isso, foi propagandeada como correspondente aos interesses gerais da nação para que houvesse aceitação e legitimação dela por parte dos outros grupos sociais e para neutralização das ações desses.

Nelson Garcia chega a falar em “coesão das classes dominantes”. Segundo suas próprias palavras, “o Estado Novo lograva assegurar a unidade da sociedade brasileira, garantindo a coesão das classes dominantes e a submissão das subalternas”¹¹². Mas, sem

¹¹¹ *Idem, ibidem*, p. 73.

¹¹² *Idem, ibidem*, p. 31.

deixar de reconhecer os méritos do trabalho de Garcia, podemos perceber a ênfase dada à “comunicação populista”, pois, para o autor, o objetivo principal da propaganda política estadonovista, como transcrito acima, era exatamente “persuadir as classes subalternas”¹¹³. Um grupo ou ideologia pretende ser dominante e para isso elabora sua propaganda ideológica direcionada aos outros grupos sociais para sua própria legitimação. Como no próprio subtítulo do trabalho de Garcia, trata-se da “legitimação do Estado perante as classes subalternas”.

Não pretendo afirmar que atingir e persuadir as classes subalternas não era um objetivo da propaganda política do Estado Novo e uma função do DIP, e muito menos que esse tipo de propaganda não tenha sido desenvolvida. Os ideólogos estadonovistas intencionavam sim atingir as classes subalternas: os trabalhadores, afim de “apaziguá-los”, de neutralizar a ação destes, ou, de acabar com a luta de classes com vistas a construir uma sociedade onde as classes coexistissem harmoniosamente¹¹⁴ e a grande massa analfabeta, contingente considerável naquele contexto, não ficasse “desintegrada” do projeto estadonovista. Para tanto, não dispensou o Estado Novo os recursos visuais, o “poder” da imagem e, principalmente, o longo alcance que possuía o rádio justamente para atingir as classes subalternas.

A propósito, desde a década de 1920 que a grande novidade da comunicação vinha sendo o rádio. Entre as mais diversas descobertas e invenções proporcionadas pelo avanço científico e o desenvolvimento tecnológico, lá estava ele. Era, sem dúvida, um “ícone da modernidade” ao lado do automóvel, do bonde, do telégrafo, do cinema... Logo se despertou o Estado Novo para a importância estratégica do rádio, que não necessariamente exigia alfabetização, tendo um alcance tão ou mais amplo que o cinema, por exemplo. Num país com elevado número de analfabetos e com uma tradição oral predominante em sua cultura, esse foi um aspecto extremamente significativo que se aplica tanto ao rádio quanto ao cinema. Por isso mesmo, por se identificar tão bem com seus interesses político-pedagógicos, o Estado Novo não se descuidou de utilizar o rádio a seu favor. Se era tão útil assim, não escapou,

¹¹³ *Idem, ibidem*, p. 73.

¹¹⁴ Adalberto Paranhos é um dos autores que segue essa perspectiva. Sua proposta, inclusive, é de que “a tese da concessão dos direitos sociais, propagandeada, na fala trabalhista, como obra da “generosidade” e da “capacidade de antevisão” de Vargas, cumpria, entre outras, a função de amortecedor do impacto dos conflitos de classe”. Ver: PARANHOS, Adalberto. Antídoto para a luta de classes. **História Viva**. n.22, ago. 2005. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/antidoto_para_a_luta_de_classes_8.html>. Acesso em 20 dez. 2007.

conseqüentemente, da censura. Segundo as palavras de Freitas Nobre citadas por Nelson Werneck Sodré:

*Cada estação tinha um censor responsável que acompanhava, nos seus três períodos de funcionamento, os vários programas, anotando o que de estranho se verificasse, transmitindo ao chefe do controle as irregularidades porventura apuradas.*¹¹⁵

A radiodifusão prestou-se para a propaganda política do regime, para a reprodução de discursos e notícias oficiais e divulgação dos atos governamentais, vertente muito defendida pelo DIP. A partir de 1942, quando insistentemente os discursos reforçavam a legislação trabalhista enquanto uma “concessão” do Estado, numa tentativa de maior aproximação entre Vargas e os trabalhadores através do anúncio de novas leis, era o próprio ministro do trabalho, Alexandre Marcondes Filho, quem falava aos “trabalhadores brasileiros” todas as quintas-feiras no programa “Hora do Brasil”. “Era a primeira vez no Brasil que uma autoridade do porte de um ministro de Estado se dirigia a tão grande público, usando sistematicamente, como instrumento divulgador da mensagem, o rádio”¹¹⁶. Daí o papel central da radiofonia dentro do Estado Novo.

A radiodifusão também serviu como uma luva ao caráter pedagógico do governo Vargas, chegando inclusive a ser chamada de “Radiodifusão Educativa” por aqueles que defendiam esta utilização específica do rádio, ou seja, seu uso com objetivos educacionais. O Ministério de Educação e Saúde - MES - , órgão dirigido por Gustavo Capanema, voltado mais para a cultura erudita e para a educação formal, era um dos defensores dessa função educacional do rádio. Segundo nos esclarece Newton Dângelo:

*[...] através do serviço de radiodifusão educativa, os intelectuais, os censores, os ministros e o presidente poderiam chegar mais próximos dos 'iletrados' – leia-se trabalhadores urbanos e rurais – e levar-lhes a nação da qual deveriam fazer parte [...].*¹¹⁷

Como visto, havia uma preocupação com os trabalhadores, com os analfabetos, com o habitante do interior. Pretendia-se alcançá-los, o que em grande medida foi possível, pois a disseminação de receptores na época “já permitia a inclusão da pobreza no circuito da comunicação radiofônica”¹¹⁸, tanto para informar a população das

¹¹⁵ NOBRE, Freitas. Citado em: SODRÉ, Nelson Werneck. Op. cit, p. 381-382.

¹¹⁶ GOMES, Angela de Castro. Op. cit, p. 212.

¹¹⁷ DÂNGELO, Newton. **Escolas sem professores**: o rádio educativo nas décadas de 1920/40. São Paulo: PUC, 1994. Dissertação (Mestrado em História), p. 82.

¹¹⁸ *Idem*, *ibidem*, p. 85.

notícias oficiais, dos atos do governo, da mais nova lei trabalhista “concedida” por Getúlio Vargas, quanto para “educar”, mostrar a “nação da qual deveriam fazer parte”, e até mesmo para preencher, a gosto do Estado Novo, seus momentos de lazer, enfim, criar uma homogeneidade cultural. Por fim, o rádio acabou atendendo aos interesses dos dois projetos diferentes para a radiodifusão, do DIP e também do MES: propagandeou e também “educou”.

Como dito, não é meu objetivo negar que houve um esforço por parte do Estado Novo em atingir as classes subalternas. Quero é mostrar que tanto quanto atingir a massa, havia também o interesse de alcançar a elite. Os trabalhadores, os analfabetos, os habitantes do interior, não eram alvo único do Estado Novo. Tanto quanto atingir a estes, a propaganda estadonovista queria atingir também as classes hegemônicas.

Para Adalberto Paranhos, mais que atingir as mais diferentes classes, o Estado Novo, mais precisamente sua ideologia do trabalhismo em formação desde os anos 1930 e reelaborada ao longo do tempo, tinha a expectativa da exterminação do antagonismo entre as classes, insistia numa conciliação e colaboração entre elas. Assim, segundo as palavras do autor,

Esse discurso, transformado em lugar-comum nos pronunciamentos dos governantes, tinha um alvo que não era exclusivamente a massa trabalhadora. Durante todo o primeiro Governo Vargas, em particular nos primeiros anos da década de 30, ele verbalizava também um esforço de convencimento da burguesia industrial e comercial quanto aos benefícios que ela colheria com a nova política social do Estado.¹¹⁹

Nessa mesma perspectiva parecem estar as proposições da historiadora Silvana Goulart, que fala mais especificamente da “comunicação social” durante o Estado Novo. Para Goulart,

[...] a comunicação social também visava, e com a mesma intensidade, o consenso das diferentes frações das classes dominantes e suas aliadas, que divergiram do regime em questões importantes. Era necessário garantir a coesão desses grupos, sua adesão à política do Estado ou, no mínimo, neutralizar sua possível posição [...].¹²⁰

Seguindo essa linha de pensamento, que é, aliás, a principal nesse trabalho, para a própria confirmação dela, atentemos para alguns aspectos da produção propagandística do Estado Novo. Maria Helena Capelato, em sua pesquisa sobre

¹¹⁹ PARANHOS, Adalberto. Op. cit, 1999, p. 87.

¹²⁰ GOULART, Silvana. Op. cit, p. 45.

propaganda política no Brasil e na Argentina¹²¹, observou que o Estado Novo foi fértil na produção de material escrito: biografias, memórias, discursos, escritos políticos, livros apologéticos ao regime, obras teóricas dos ideólogos, textos didáticos, revistas de cultura e de divulgação ideológica, jornais, livros didáticos de história, etc¹²². Um dos destaques nessa produção de material escrito era a revista *Cultura Política*, publicação oficial do DIP, lugar de produção das idéias, conceitos, de todo o projeto político-ideológico do Estado Novo, produzida por e direcionada para uma elite intelectual, sendo, inclusive, um pólo de atração desta. Também produzida pelo DIP, a revista *Ciência Política* reunia nomes de menor projeção e voltava-se mais especificamente para a difusão das idéias e conceitos elaborados pelos intelectuais da *Cultura Política*.¹²³

A constatação de Capelato é que, comparado à propaganda política do governo de Juan Domingo Perón, na Argentina, o “Varguismo”, segundo denominação da autora, produziu muito mais textos escritos que imagéticos. É nítido o contraste entre a propaganda “varguista” e a “peronista”: maior importância ao material escrito e ao material imagético, respectivamente. Isso não significa dizer que a propaganda no Brasil não utilizou recursos imagéticos. Significa sim dizer que, comparativamente, muito mais material escrito foi produzido, tanto em relação à sua própria produção de recursos imagéticos, quanto em relação à propaganda “peronista”. Ora, podemos questionar: quem produz mais material escrito, como a propaganda, quer atingir a quem? Analfabetos?

Podemos pensar também na veiculação da propaganda política do Estado Novo. Obviamente, para a divulgação do material escrito à imprensa foi utilizada com destaque e, como já discutido, na mesma medida foi censurada. Quero destacar que o Estado Novo utilizou-se do que havia de mais moderno em termos de meios de comunicação. Naquele contexto, a imprensa era tão divulgadora da modernidade quanto integrante dela. Afinal, a imprensa sentiu e se favoreceu com o avanço científico e tecnológico que, no seu universo, foram traduzidos em avanços na reprodução de ilustração, na velocidade das máquinas impressoras, na qualidade da impressão etc. Assim, se o rádio era a novidade da comunicação, a imprensa escrita estava no páreo,

¹²¹ Ver: CAPELATO, Maria Helena Rolin. Op. cit., 1998.

¹²² *Idem, ibidem*, p. 41.

¹²³ Sobre as revistas *Cultura Política* e *Ciência Política* ver: GOULART, Silvana. Op. cit., p. 89-106; e VELLOSO, Mônica Pimenta. Cultura e poder político: uma configuração do campo intelectual. In: OLIVEIRA, Lúcia Lippi; VELLOSO, Mônica Pimenta; GOMES, Ângela Maria de Castro (org.). *Estado Novo: ideologia poder*. Rio Janeiro: Zahar Ed., 1982, p. 71-108.

inclusive com uma modalidade de impresso também muito moderna: as revistas ilustradas. Na categoria dos impressos, nada mais moderno que uma publicação que conseguia reunir textos escritos e imagens.

Como fez com o rádio, o Estado Novo não deixou escapar de sua mão de ferro a imprensa ilustrada. Afinal, ela possibilitaria a publicação dos recursos visuais, das caricaturas, das pinturas e das inúmeras fotografias que a Agência Nacional produzia e também distribuía. A imprensa ilustrada era quem detinha os meios para publicar imagens. Falar na novidade da fotografia e seu uso nas primeiras décadas do século XX, é, sem dúvida, falar de imprensa ilustrada.

Utilizava, a propaganda política do Estado Novo, o que havia de melhor e mais moderno em termos de meios comunicação, além de contar com os melhores nomes como idealizadores e produtores de suas campanhas propagandísticas. Os intelectuais que participavam ativamente do regime estadonovista, ajudando na sua organização político-ideológica, elaborando a propaganda governamental, eram de competência e destaque na época – Francisco Campos, Azevedo Amaral¹²⁴, Almir de Andrade, Gustavo Barroso, Cassiano Ricardo, Menotti Del Picchia, Cândido Motta Filho, entre outros. “As fotos e os textos eram da melhor qualidade, já que Lourival [Fontes, diretor do DIP] havia recrutado o que na época havia de melhor no nosso fotojornalismo”.¹²⁵

E por que não citar o famoso pintor Cândido Portinari? Vargas também foi pintado pelo retratista de maior prestígio do período, que, como já exposto anteriormente, o retratou fazendo uso da tradição figurativa oriunda da Academia, com toda sua apurada técnica. Não só Portinari, esclarece-nos Sérgio Miceli, “[...] os artistas responsáveis pelas representações plásticas de Vargas não podiam ignorar o repertório de obras produzidas na tradição figurativa especializada em construir imagens dos sucessivos ocupantes da Presidência da República”¹²⁶. É preciso relevar o fato de estarmos falando de encomendas, mas, mesmo para estas, seus mentores cuidaram de buscar entre os melhores, seus realizadores.

Já que falamos em imprensa e mais especificamente na moderna imprensa ilustrada, cabem as seguintes questões: que interesse tinha o Estado Novo em utilizar os recursos modernos da imprensa ilustrada para a divulgação de sua propaganda? A quem ele pretendia atingir? Os trabalhadores e a massa de analfabetos ou a elite brasileira,

¹²⁴ Mais sobre esses dois nomes ver: PARANHOS, Adalberto. Op. cit, 1999, cap. 1.

¹²⁵ SILVEIRA, Joel. Citado em: LUCA, Tania Regina de. Op. cit, 2007, p. 28.

¹²⁶ MICELI, Sergio. Op. cit, 1996, p. 111.

aqueles “modernos republicanos” acertados com o relógio da modernidade, encantados desde o século XIX com as revistas ilustradas? Logo, por que veicular propaganda política numa revista como *Ilustração Brasileira*, “revista de luxo”, como definiu Nelson Werneck Sodré¹²⁷, consumida por um público letrado e de nível econômico suficiente para pagar o alto preço da edição avulsa ou assinatura da revista?

Lembremos do conteúdo de *Ilustração Brasileira*, apresentado no primeiro capítulo: artes, letras, doutrinação política e religiosa, exaltação a personalidades da história brasileira, questões econômicas, acontecimentos nacionais e internacionais, críticas literárias e de arte, comportamento, moda, festas e recepções da alta sociedade, entre outros. Reitero, ainda, as características de *Ilustração Brasileira*: revista de notável primor técnico, papel de qualidade e impressão apurada, de tendência refinada e artística, como afirma Ana Maria Mauad¹²⁸.

Também já foi abordado o fato de, bem como outras tantas revistas ilustradas, *Ilustração Brasileira* ter servido como um palco para o desfile de personagens da classe em ascensão - a burguesia - afinal, grande parte de seu conteúdo e, conseqüentemente, seu consumo, eram voltados para este grupo social. Desfile que aconteceu quase que literalmente, como apresentado na seção *Mundanismo*, espaço reservado à alta sociedade carioca, à divulgação de suas festas e eventos. Não por acaso as revistas em geral e as ilustradas em particular, contribuíram para a coesão interna desse grupo social. E não por acaso a principal classe consumidora das revistas ilustradas era a burguesia, não só porque detinha o poder de compra, mas porque podia se ver representada nas páginas das revistas, era o próprio conteúdo delas. Seus comportamentos, hábitos e até os momentos de lazer eram estampados nas revistas ilustradas.

Como já apresentado, em meio ao diversificado conteúdo, lá estava a propaganda política do Estado Novo, ocupando não poucas páginas ou um espaço pequeno e marginal, ao contrário, ocupando elevado número de páginas inteiras da revista. Não só o Capitalismo, numa fase de expansão, desejoso de mais e mais consumidores, percebeu o potencial e a utilidade que teriam as revistas ilustradas - a publicidade de cosméticos, higiene pessoal, produtos de beleza, sapatos, entre tantos outros (já que as preocupações com a beleza e a eterna juventude fazem parte dos interesses do “homem moderno”), chegariam certamente ao seu alvo através de uma

¹²⁷ SODRÉ, Nelson Werneck. Op. cit, p. 348.

¹²⁸ Cf. MAUAD, Ana Maria. *Janelas que se abrem para o mundo*. Op. cit..

publicação endereçada essencialmente à alta sociedade, com poder aquisitivo suficiente para investir em sua própria aparência –, também o Estado Novo. Se os anunciantes perceberam que atingiriam seu público alvo através das revistas ilustradas, não teriam percebido a mesma coisa a equipe do DIP, a serviço do Estado Novo e, por isso mesmo, escolhido veicular nelas a propaganda do regime?

Para que se efetivasse o maior alcance possível de sua propaganda, de trabalhadores a burgueses, na tentativa de promover o desejado consenso entre diferentes classes ou, mais que isso, a colaboração entre elas, inteligentemente o Estado Novo elaborou seu material propagandístico e estrategicamente escolheu os meios para divulgá-lo. Para atingir a classe trabalhadora, os analfabetos e os habitantes do interior, o cinema e, principalmente, o rádio foram bastante utilizados e serviram como uma luva ao propósito estadonovista. Para alcançar os burgueses, os letrados e a elite, a imprensa, em especial a ilustrada, também serviria como uma luva.

Considerações Finais

Se o documento é monumento, é construção, resultado de uma montagem, produto das relações de forças, da história, da sociedade que o fabricou, como quer Jacques Le Goff¹²⁹, posso entender que a simples presença da propaganda política na revista *Ilustração Brasileira* já diz muito. Diz que o Estado Novo, nas funções de seu aparelho criado especificamente para este fim, o DIP, não se limitou a legitimar-se e a propagandear-se exclusivamente às classes subalternas, também esforçou-se, na mesma medida, para alcançar as classes hegemônicas, a elite brasileira ou, do contrário, não teria sentido veicular sua propaganda numa revista como *Ilustração Brasileira*, endereçada e consumida essencialmente por um público de elite.

Muito instigada e envolvida com uma pecinha que parecia não se “encaixar” no quebra-cabeça (literalmente!) que se apresentava a mim e que eu queria montar, acabei não indo muito além de uma análise superficial da propaganda política estadonovista na revista *Ilustração Brasileira*, porque, como dito, só a presença dela já me dizia muito. A própria revista ainda está envolta de silêncio quanto à algumas questões (claro que relevando minhas possibilidades e condições de pesquisa), e também não ultrapassei os limites de uma análise breve. Em meio às respostas obtidas, às ainda obscuras, às lacunas que ficaram, surgiram brechas e oportunidades de continuidade, de desdobramento e de ir além. Assim, talvez a pesquisa que culminou na escrita desta monografia foi, como nas palavras de Jacques Le Goff, não um ponto de chegada mas, um ponto de partida¹³⁰.

Se, com a pesquisa realizada, foi identificado o esforço por parte do governo Vargas em atingir com sua propaganda as classes hegemônicas brasileiras, agora é hora de aprofundar as reflexões com uma análise minuciosa desse discurso dirigido. Se *Ilustração Brasileira* era consumida por um público letrado, qual era, então, o discurso específico da propaganda estadonovista a este público? Qual era a leitura que Getúlio Vargas queria dar, ou impor, de si mesmo na revista *Ilustração Brasileira*? Em outras palavras, para utilizar uma categoria muito pertinente à História Cultural, qual representação do governo e do governante, pensando num público específico, está

¹²⁹ Cf. LE GOFF, Jacques. Documento Monumento. Trad. Suzana Ferreira Borges. In: **Enciclopédia Einaudi**. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985. v.5. p. 95-106.

¹³⁰ Cf. LE GOFF, Jacques. Prefácio. In: BLOCH, Marc. **Apologia da história**: ou o ofício do historiador. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001, p. 33.

veiculada na *Ilustração Brasileira*?

Mais que continuidade, a proposta de agora em diante é ir além, a começar pela postura metodológica. *Ilustração Brasileira* continuará sendo para mim o documento principal, mas será tanto quanto fonte, objeto. Ter a imprensa como fonte é uma opção totalmente possível - inclusive para esta pesquisa - e uma prática há muito utilizada entre historiadores. Mas, torná-la, simultaneamente, fonte e objeto, é outra postura teórico/metodológico, por vezes mais difícil, (porque requer conhecimentos específicos da materialidade do objeto estudado), escolhida, no entanto, para ser enfrentada. Nessa perspectiva, é preciso considerar mais que somente as informações trazidas nas páginas da revista. Como num estudo sincrônico, é preciso considerar também as capacidades gráficas da época, as condições políticas, sociais, culturais de produção, entre outros. Para além do “escrito” é que pretendo atentar e considerar a materialidade dos textos, para lembrar Chartier, e as relações estabelecidas entre o texto, suporte e a prática que dele se apodera¹³¹.

Desse modo, poderei alargar meu campo de pesquisa e leitura e estabelecer diálogos com o *Design Gráfico*, por exemplo, que muito poderá me auxiliar na análise minuciosa da materialidade, o suporte da propaganda política do Estado Novo, ou seja, a própria revista *Ilustração Brasileira*. Também será oportuno retomar antigas intenções, objetivos traçados logo no início da pesquisa que, por esse tempo, tornaram-se secundários por conta das “remexidas” da própria pesquisa. Retomar, por exemplo, a proposta de abordar os textos visuais mais que superficialmente, numa intertextualidade com os textos escritos. Mais que adentrar o campo das fontes visuais, a pesquisa buscará olhar para o campo da visualidade enquanto “objeto detentor, ele também, de historicidade”¹³².

Enfim, entre “remexidas”, “temperos” e “destemperos” este trabalho se fez. A continuidade dele não deve fugir dessa dinâmica, porque além de aprender a questionar, a deixar falar e a ouvir os documentos históricos, aprendi que “a vida é mutirão de todos, por todos remexida e temperada”¹³³. Assim também minha pesquisa.

¹³¹ CHARTIER, Roger. Op. cit, p. 127.

¹³² MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**. v.23, n.45, São Paulo, jul.2003. Disponível em: <www.scielo.br>. Acesso em 25 jun.2007.

¹³³ ROSA, Guimarães. Op. cit, p. 658.

Referências Bibliográficas

- BLOCH, Marc. **Apologia da história ou, o ofício do historiador**. Trad. André Telles. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BRANDÃO, Aline Ramos. **O poder das imagens no Estado Novo**. Anais Eletrônicos do I Encontro Nacional de Estudos da Imagem. Londrina, mai. 2007.
- CANCELLI, Elizabeth. Ação e repressão policial num circuito integrado internacionalmente. In: PANDOLFI, Dulce (org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 308-326.
- CAPELATO, Maria Helena Rolin. **Multidões em cena** – propaganda política no varguismo e no peronismo. Campinas, SP: Papirus, 1998. (Col. Textos do tempo).
- _____. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 167- 178.
- _____. O Estado Novo: o que trouxe de novo? In: DELGADO, Lucília de Almeida Neves e FERREIRA, Jorge (org.). **O Brasil Republicano** – O tempo do nacional-estatismo: do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo. v.2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p. 109-143.
- CARNEIRO, Maria Luiza Tucci. O Estado Novo, o Dops e a ideologia da segurança nacional. In: PANDOLFI, Dulce (org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 327 – 340.
- CHARTIER, Roger. **A História Cultural** – entre práticas e representações. Trad. Maria Manuela Galhardo. Lisboa: DIFEL, 1990.
- DÂNGELO, Newton. **Escolas sem professores**: o rádio educativo nas décadas de 1920/40. São Paulo: PUC, 1994. Dissertação (Mestrado em História).
- DE DECCA, Edgar Salvadori. **1930, o silêncio dos vencidos**: memória, história e revolução. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- DURAND, José Carlos. **Arte, privilégio e distinção**: artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1885/1985. São Paulo: Perspectiva/Editora da Universidade de São Paulo, 1989. (Estudos; 108).

FREYRE, Gilberto. O 15 de novembro no seu aspecto político: considerações em torno da reação de um passado ao desafio do futuro. In: **Ordem e Progresso**. Rio de Janeiro: Record, 4 ed., 1990, p.3-61.

GARCIA, Nelson Jahr. **Estado Novo**. Ideologia e propaganda política. São Paulo, Loyola, 1982.

GOMES, Ângela Maria Castro. **A invenção do trabalhismo**. 3 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

GOULART, Silvana. **Sob a verdade oficial**. Ideologia, propaganda e censura no Estado Novo. São Paulo: Marco Zero, 1990.

GUIMARÃES, Lúcia Maria Paschoal. Henrique Fleiüss: vida e obra de um artista prussiano na Corte (1859-1882). **ArtCultura**, v. 8, n. 12, Uberlândia, jan.-jun., 2006, p. 85-95.

LE GOFF, Jacques. Documento Monumento. Trad. Suzana Ferreira Borges. In: **Enciclopédia Einaudi**. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985. v.5. p.95-106.

LEHMKUHL, Luciene. **Entre a Tradição e a Modernidade: o Café e a imagem do Brasil na Exposição do Mundo Português**. Tese (Doutorado em História) -, Universidade Federal de Santa Catarina, 2002.

_____. A participação do Brasil na exposição do mundo português. In: RAMOS, Maria Bernardete; SERPA, Élio; PAULO, Heloísa (org.). **O beijo através do Atlântico: o lugar do Brasil no Panlusitanismo**. Chapecó: Argos, 2001, p. 63 – 88.

LENHARO, Alcir. **Sacralização da política**. Campinas: Papirus, 1986.

LUCA, Tania Regina de. **A Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação**. São Paulo: Editora da UNESP, 1999.

_____. Coerção e persuasão no Estado Novo. **BrHistória**. São Paulo. Ano1, n.5, 2007, p. 23-31.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República**. São Paulo: Edusp, 2001.

_____.; LUCA, Tania Regina de. **Imprensa e Cidade**. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

MAUAD, Ana Maria. **Janelas que se abrem para o mundo**: fotografia de imprensa e distinção social no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX. Disponível em <http://www.tau.ac.il/eial/X_2/mauad.html>. Acesso em 07 ago. 2006.

_____. **Seleção de dados para o Estudo da Imprensa Ilustrada Brasileira (1930-1960)**. Disponível em < www.historia.uff.br/labhoi/pdf/ofic2.pdf>. Acesso em 07 ago. 2006.

MENDES, Ricardo. **A revista S. PAULO**: a cidade nas bancas. Disponível em<<http://www.fotoplus.com/rico/ricotxt/wrsp.htm>> Acesso em 07 ago. 2006.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**. v.23, n.45, São Paulo, jul.2003. Disponível em: <www.scielo.br>. Acesso em 25 jun.2007.

MICELI, Sérgio. **Intelectuais à Brasileira**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

_____. **Imagens negociadas**: retratos da elite brasileira (1920 – 40). São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

PANDOLFI, Dulce. Apresentação. In: PANDOLFI, Dulce (org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 9 – 14.

PARANHOS, Adalberto. **O roubo da fala**: origens da ideologia do trabalhismo no Brasil. São Paulo: Boitempo, 1999.

_____. Antídoto para a luta de classes. **História Viva**. n.22, ago. 2005. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/antidoto_para_a_luta_de_classes_8.html>. Acesso em 20 dez. 2007.

_____. **A historiografia e o “samba de uma nota só” do “Estado novo”**. Disponível em: <<http://2csh.clio.pro.br/adalberto%20paranhos.pdf>>. Acesso em 20 dez. 2007.

RESENDE, Beatriz. **Modernização da arte e cultura**. Disponível em: <<http://www.pacc.ufrrj.br/page2/beatextos.htm>> . Acesso em 07 ago. 2006.

ROSA, João Guimarães. **Grande sertão**: Veredas. v. 2. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1994.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.) e SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da Vida Privada no Brasil**, v. 3 - República: da *Belle Époque* à Era do Rádio. São Paulo. Companhia das Letras, 1998, p. 513-619.

_____. O Prelúdio Republicano: astúcias da ordem e ilusões do progresso. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.) e SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da Vida Privada no Brasil**, v. 3 - República: da *Belle Époque* à Era do Rádio. São Paulo. Companhia das Letras, 1998, p. 7 – 48.

SODRÉ, Nelson Werneck. A grande imprensa. In: **História da imprensa no Brasil**. 4 ed (atualizada) - Rio de Janeiro, Mauad, 1999, p. 251 – 389.

TRONCA, Ítalo. **Revolução de 30**: memória, história e revolução. 6 ed.. São Paulo: Brasiliense, 2004.

VELLOSO, Mônica Pimenta. O modernismo e a questão nacional. In: FERREIRA, Jorge. DELGADO, Lucília de Almeida Neves (org.). **O Brasil Republicano**. v.1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p. 351-386.

_____. Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo. In: DELGADO, Lucília de A. N.; FERREIRA, Jorge (org.) **O Brasil Republicano** – O tempo do nacional-estatismo: do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo. v.2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, p. 145 – 179.

_____. A cooptação dos intelectuais. **BrHistória**. São Paulo, ano 1, n.5, 2007, p. 32-33.

_____. Cultura e poder político: uma configuração do campo intelectual. In: OLIVEIRA, Lúcia Lippi; VELLOSO, Mônica Pimenta; GOMES, Ângela Maria de Castro (org.). **Estado Novo**: ideologia poder. Rio Janeiro: Zahar Ed., 1982, p. 71-108.

VESENTINI, Carlos A. DE DECCA, Edgar S.. A revolução do vencedor. **Ciência e Cultura**, v.29, p. 25-32, jan. 1977.