



David Manoel Alves da Silva Junior

O DEPARTAMENTO DE IMPRENSA E PROPAGANDA: censura e propaganda como estratégias políticas durante o Estado Novo (1937-1945)

Rio de Janeiro

2018

David Manoel Alves da Silva Junior

O DEPARTAMENTO DE IMPRENSA E PROPAGANDA: censura e propaganda como estratégias políticas durante o Estado Novo (1937-1945)

Monografia apresentada à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – Fundação Oswaldo Cruz (EPSJV/Fiocruz) como requisito parcial para aprovação no Curso Técnico em Gerência em Saúde.

Orientador(a): Muza Clara Chaves Velasques

Rio de Janeiro

2018

*Dedico este trabalho
aos meus pais, Davi e Luci;
à minha irmã, Ailla;
à EPSJV e seu corpo docente.*

AGRADECIMENTOS

A Deus por me preencher de saúde e força para superar os percalços da vida.

A minha família e amigos por compartilharem os momentos de felicidade e tensão ao longo da minha formação.

A Muza, minha orientadora, que participou e contribuiu de forma ativa na construção deste trabalho, por ter desempenhado um papel fundamental em todas as fases dessa pesquisa sempre indicando os melhores passos para se obter uma pesquisa acadêmica. Obrigado por compartilhar seus conhecimentos de vida e de saberes históricos.

Agradeço à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – Fundação Oswaldo Cruz (EPSJV/Fiocruz) pelo apoio institucional e por transformar a minha maneira de enxergar as relações existentes no mundo. Meu agradecimento se estende a todos os professores e funcionários que propiciaram uma jornada de enormes desafios.

Agradeço aos professores da banca, pela participação, leitura e valiosas contribuições.

Agradeço por durante esta caminhada ter contado com o fomento do CNPQ (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), fundamental para o desenvolvimento da pesquisa.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

*“Lembrar o Estado
Novo pode ser uma
forma de fazer dele
não um exemplo, mas
uma lição”
(Lúcia Lippi Oliveira)*

RESUMO

Este estudo tem como objetivo identificar, descrever e analisar a relação entre as produções do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP, 1939-1945) como instrumento de propaganda ideológica e de censura durante o Estado Novo (1937-1945) com a construção da imagem do presidente Getúlio Vargas. O DIP assumiu ao longo do primeiro governo Vargas o papel de principal ferramenta na consolidação de um projeto de sociedade que alimentava uma ideia de nação, efetivada pelo Estado Novo, através do controle dos seus diferentes campos de atuação. A atuação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) estava associada a dois campos de ação principais. O primeiro era de exercício de censura e controle sobre todos os meios de comunicação, o segundo de propaganda política do regime, ambos relacionados à construção da imagem de Getúlio Vargas. Neste sentido, as diretrizes de atuação e mecanismos de propaganda política do DIP são materiais fundamentais de estudo, principalmente no que se refere às marcas geradas pelo órgão e seu contexto socio-histórico.

Palavras-chave: Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP); Censura; Estado Novo; Propaganda Política.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Cartaz do MMDC convocando o povo paulista às armas.....	12
FIGURA 2 - Recorte do Jornal Correio da Manhã, Plano Cohen.....	13
FIGURA 3 - Placa instalada nas dependências do Palácio Tiradentes	21
FIGURA 4 - Jornal Correio da Manhã, publicação do Decreto-Lei nº 1.915.....	22
FIGURA 5 - Revista Cultura Política, nº39 e nº37	25
FIGURA 6 - Cartilha Vargas para crianças	26
FIGURA 7 - Revista <i>Travel in Brazil</i> , Divisão de Turismo do DIP	27
FIGURA 8 - Homenagem a Tiradentes na sede do DIP	28
FIGURA 9 - Cartaz elaborado pelo DIP para o Dia do Trabalhador	29
FIGURA 10 - Concentração trabalhista com a presença do presidente Getúlio.....	30
FIGURA 11 - Cartaz elaborado pelo DIP com as ações do dia 10 de novembro	34
FIGURA 12 - Cartão postal elaborado pelo DIP	34
FIGURA 13 – Painel com projetos do DIP no Palácio Tiradentes	34
FIGURA 14 - Cinegrafista do DIP	35
FIGURA 15 - “Anuário da Imprensa Brasileira”.....	35
FIGURA 16 - Frota de veículos do DIP localizados na entrada doPalácio Tiradentes	35
FIGURA 17 - Cartilha “Getúlio Vargas o amigos das crianças” produzida pelo DIP.....	36
FIGURA 18 - Cartaz do DIP de 1943	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
2 A PLATEIA E O ESPETÁCULO NOVO.....	12
3 APARELHO E ESTADO	18
CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	32
ANEXO.....	34

1 INTRODUÇÃO

A proposta deste estudo é a análise das diferentes produções do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e seu poder de controle e influência na relação com a sociedade e Estado, a partir de estratégias políticas utilizadas no governo de Getúlio Vargas (1930-1945) durante o Estado Novo (1937-1945) na construção ideológica, visando a manutenção do poder no projeto de nação. Desta forma, propor um olhar para importância do DIP e de seu maquinário de propagação através dos meios de comunicação vigentes à época.

A abordagem estará interligada com outros temas políticos centrais, como: economia, relação entre Estado e trabalhadores, a sociedade civil, os ideais da construção do Estado Novo e suas fontes de inspiração, o projeto de cultura e de educação para a Nação. Entretanto, a pesquisa evidenciará o uso da propaganda como estratégia política e o controle dos meios de comunicação em massa até então disponíveis. Dentre os meios de comunicação as observações se atentam para a imprensa, apresentando e investigando as publicações efetiva e comprovadamente elaboradas pelo DIP: folhetos, cartilhas e imagens.

O Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) funcionou durante a permanência do Estado Novo como modelo político, e tinha a finalidade de promoção e manutenção do ideário estado-novista. O órgão governamental foi constituído pelo Decreto-Lei nº 1.915 de 27 de dezembro de 1939.

A formação do DIP foi antecedida por outros três órgãos que tinham o mesmo direcionamento ideológico para a propaganda e divulgação dos projetos governamentais. Os órgãos que precederam o DIP foram o Departamento Oficial de Publicidade (DOP), o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC) e o Departamento Nacional de Propaganda (DNP). A criação do DIP – considerado porta-voz oficial do Estado Novo – significou a intensificação da propaganda que lançava luz à figura de Getúlio, às instituições, à vida em sociedade, à cultura, à educação e ao trabalho. Também significou o aumento do controle e da repressão de todos os mecanismos de comunicação do país, como imprensa, rádio jornais e revistas. A intenção da intensificação era de afastar os conteúdos que seriam nocivos ao projeto societário de Getúlio (GOMES, 2004).

O DIP marcou o início de uma nova fase, pois centralizou e regulamentou as ações e serviços de propaganda e comunicação governamental do Estado Novo, tornando-se o porta-voz

autorizado do regime, com autonomia e legitimidade. Para tal, o departamento possuía inúmeras atribuições: cabia ao órgão coordenar, orientar e centralizar as propagandas internas e externas, controlar as produções artísticas, dirigir o programa de radiodifusão oficial do governo e organizar manifestações cívicas, festas patrióticas, exposições e concertos, entre outras. As tarefas, ações e serviços do DIP envolviam múltiplas repartições públicas e todos os serviços de propaganda e publicidade dos institutos, entidades autárquicas e ministérios passaram a ser de responsabilidade exclusiva do órgão (ARAÚJO, 2010; SANTOS, 2004).

Além da estruturação e formulação da propaganda das instituições federais, o DIP também tinha a importante função de comandar e organizar as homenagens a Getúlio, transformando-se em um instrumento Estatal de promoção e perpetuação da imagem de Vargas. A propaganda pessoal do presidente era constituída de uma imagem positiva. Para tanto, eram elaboradas e realizadas cerimônias públicas voltadas aos trabalhadores e aos mais jovens, matérias de jornais favoráveis às medidas do governo, distribuição de retratos oficiais, produção de cartilhas cívicas e cartazes com Getúlio Vargas em primeiro plano (ARAÚJO, 2010; SANTOS, 2004). A utilização da propaganda ideológica como estratégia política é um mecanismo que pode significar em alguns governos a finalidade de controle da sociedade, fazendo com que a liberdade de expressão deixe de se configurar como um direito fundamental. São essas características que estão presentes no DIP e no Estado Novo. Logo, o estudo tem como objetivo identificar essas relações e explorar outros fatos determinantes que marcaram o período, principalmente no tocante ao uso do aparato propagandístico estatal e da censura dos meios de comunicação em massa.

Analisando um dos objetos de reflexão da historiografia, temos um dos alicerces da História como ponto fundamental na construção da influência simbólica do Estado Novo e de seus atores. A memória é um dos pontos que compõem o objetivo desse estudo, que busca entender o poder representativo do projeto de Estado, isto é, o que foi o Estado Novo e sua representatividade para com o contexto socio-histórico. A memória pode ser estudada tendo como marco inicial a divisão entre memória individual ou memória coletiva, dentro dos parâmetros do estudo analisaremos umas das formas de percepção da memória que age na compreensão de uma formação social acerca do passado e presente. Para isso é inevitável a articulação com os saberes da memória coletiva, e no que tange ao Estado Novo a assimilação da sociedade ao ideário de nação projetada.

Outra distinção entre História e memória está no fato de a História trabalhar com o acontecimento colocado para e pela sociedade, enquanto para a memória o principal é a reação que o fato causa no indivíduo. A memória recupera o que está submerso, seja do indivíduo, seja do grupo, e a História trabalha com o que a sociedade trouxe a público. (SILVA, 2009, p.276).

Sigmund Freud iniciou e fundamentou o caráter seletivo da memória, seja na relação com o passado ou com o presente. Para o criador da psicanálise, o caráter seletivo se baseia no fato de que nos lembramos das coisas de forma parcial, a partir de estímulos externos, e escolhemos lembranças (SILVA, 2009). Contribuindo para as proposições de Freud podemos compreender que é incontestável que a atitude de lembrar ou esquecer de algum fato histórico não são atos inocentes ou aleatórios, e que as intenções são materiais de estudo não só da memória e da história. A justificativa para a existência desse estudo é evidenciar os motivos que estão por trás de práticas e posicionamentos no Estado Novo, este é o fato fundamental para a existência desse trabalho, o não esquecimento do que representou o DIP para o Estado Novo e suas possíveis relações com atuais conjuturas.

Entre o Governo Provisório (1930-1937) e o Estado Novo (1937-1945) estão inseridas grandes mudanças no desenvolvimento histórico do país, por este motivo temos divisões em capítulos que buscam apresentar tais mudanças e apontar os impactos gerados na relação com a sociedade. À vista disso, o capítulo 2 busca apresentar e verificar a conjuntura para pensar: a sociedade brasileira, o país, o Estado Novo, a criação do DIP e os acontecimentos anteriores. Paralelamente, neste capítulo analisaremos a instauração do Estado Novo por meio do golpe de 1937, buscando investigar se de fato existe um novo Estado. No capítulo 3, as discussões se atentam para a instalação e funcionamento do DIP, como se materializavam as ações e serviços do órgão. Contudo, algumas proposições acerca da propaganda política estão presentes e se originam da revisão da literatura. O ponto de fundamento deste capítulo é analisar quem transmite e como transmite as ações do Estado Novo, e além disso, identificar quem recebe e como recebe.

A metodologia deste trabalho se desenvolveu a partir da consulta e revisão da literatura especializada, tendo como foco a propaganda política iniciada no Estado Novo. No decorrer do trabalho, foram realizadas consultas ao acervo do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas (CPDOC-FGV), a outros documentos como as normativas do DIP e a Constituição de 1937, a fontes iconográficas

(folhetos, cartilhas e periódicos) inseridas em outros trabalhos acadêmicos, que foram utilizadas para complementar a pesquisa.

Ao longo do estudo a questão que apontou o direcionamento foi: Qual a importância do DIP para a construção e consolidação do Estado Novo e a consolidação da imagem de Vargas para a nação que se queria construir naquele momento histórico?

Para construirmos a resposta essa indagação foi preciso aprofundar o olhar para questões que vão além do estudo dos mecanismos de ação do DIP, ou seja, como se materializavam suas ações na censura e propaganda em relação às críticas e manifestações de todos os tipos e que contrariavam, inclusive, o Estado Novo. O estudo do ambiente, isto é, do contexto social foi fundamental, tendo em vista que relações existentes no Estado Novo estavam em curso muito antes da consolidação do golpe de 1937.

2 A PLATEIA E O ESPETÁCULO NOVO

Uma das questões que transpassa este capítulo parte do processo de preparação para a implementação do regime e, principalmente, de como a sociedade assimilou o processo político iniciado em 1930, que teve como encadeamento o novo regime de 1937-1945. Assim sendo, o foco deste capítulo permeia a relação entre Estado e sociedade. Isto posto, pretendemos ter como base de pesquisa a captação do contexto e ambiente de criação do DIP.

Antes mesmo de assumir o Governo Federal, Vargas já indicava que em sua concepção os mecanismos vigentes precisavam de uma nova organização. Após ser derrotado nas eleições em que disputou com Júlio Prestes, Vargas lançou no dia 30 de maio um manifesto em que afirmou que acreditava em mudanças necessárias no sistema eleitoral para que vigorasse “dentro da ordem e do regime”. Posteriormente constatamos que essa afirmação se amplia para outros campos para além das “fraudes e compressões” praticadas pelo sistema e legislação eleitoral (SKIDMORE, 1982). A iniciativa de formulação e organização de uma propaganda oficial que incorporasse de forma sistêmica diversos veículos de comunicação em massa surgiu do próprio chefe do executivo federal, Getúlio Vargas. Ao assumir o poder em um Governo Provisório (1930-1934), Getúlio Vargas começou a implementar processos políticos centralizadores, assim comandava os poderes Executivo e Legislativo, governando por intermédio de Decretos-Lei (ARAÚJO, 2010).

Em 1932 teve início a Revolução Constitucionalista, devido às tensões entre o Governo Provisório e políticos Paulistas. Mesmo que a Revolução não tenha atingido todos os seus objetivos, a mobilização e a intensa campanha de propaganda com cartazes de convocação popular entrou para a história (FIGURA 1). Esse exemplo serviu para reforçar a potência dos meios de comunicação na relação com a sociedade civil. Posteriormente, como presidente eleito pela Assembleia Constituinte para assumir o Governo Constitucional (1934-1937), Getúlio Vargas dinamizou e intensificou as iniciativas governamentais envolvendo a propaganda (ARAÚJO, 2010).



FIGURA 1 – Cartaz do MMDC convocando o povo paulista às armas.

Fonte: Samurai no Outono, 2016

Com a instauração da Constituição de 1934 a história brasileira aparentava caminhar para os trilhos da democracia. Porém, esta concepção se distancia se ampliarmos a análise para o momento político nacional e internacional. A Grande Depressão de 1929 serviu para derrubar os requíscios de legitimidade da democracia liberal, o descontentamento social com o regime democrático ineficaz, ou seja, a prerrogativa do poder atribuído ao povo caía em deslegitimação. Nesse mesmo instante, após o fim da Primeira Guerra Mundial, temos a ascensão de poderes autoritários em diferentes partes do mundo: na Itália, Mussolini assume o poder absoluto; na Alemanha, Adolf Hitler é nomeado Chanceler pelo presidente Hindenburg e Stálin chega ao poder na antiga União das Repúblicas Socialistas Soviéticas. No cenário nacional, mais precisamente no final de 1936, evidenciamos o início das articulações para candidatura às eleições que se vislumbravam no ano de 1938.

A disputa política caminhava em seu curso eleitoral, entretanto, nenhum dos nomes confirmados para a concorrência recebeu a apreciação do então presidente do Brasil. Em última instância, Getúlio não acolheu nenhuma das candidaturas, assumiu uma posição de neutralidade. Este parece se configurar como um dos indícios que não era sua intenção deixar o poder. Com a chegada do fim do mandato de 4 anos estabelecido pela Constituição de 1934, Vargas começou a empenhar-se de forma sorrateira em articulações políticas para permanecer no poder, utilizando

em sua propaganda a denúncia do suposto plano de implementação de um golpe comunista no Brasil, visando gerar um clima de insegurança.

O gatilho para a permanência de Vargas no poder foi um documento divulgado à nação através do rádio em 30 de setembro 1937, pelo então chefe do Estado-Maior do Exército brasileiro. Com os fragmentos recentes da Intentona de 1935, o Plano Cohen serviu como uma forma de neutralizar forças, dominar o poder e, por conseguinte, garantir a permanência de Vargas no poder. Em junho de 1937, ocorre o término do prazo de 90 dias de estado de guerra que vinha sendo prorrogado. Assim, medidas estáveis foram tomadas, por exemplo, a liberdade consagrada para os presos políticos que não estavam com o processo deferido. No mês de setembro, as articulações internas de Vargas com os seus íntimos começam a ser mais recorrentes. Cabe destacar que o Plano Cohen foi revelado como uma fraude só após o fim do Estado Novo, o suposto plano não passou de uma armadilha, concebido e propagado em plena corrida eleitoral e que serviu como base para a solicitação ao Congresso para a instauração do estado de guerra (BRANDI, 2001).

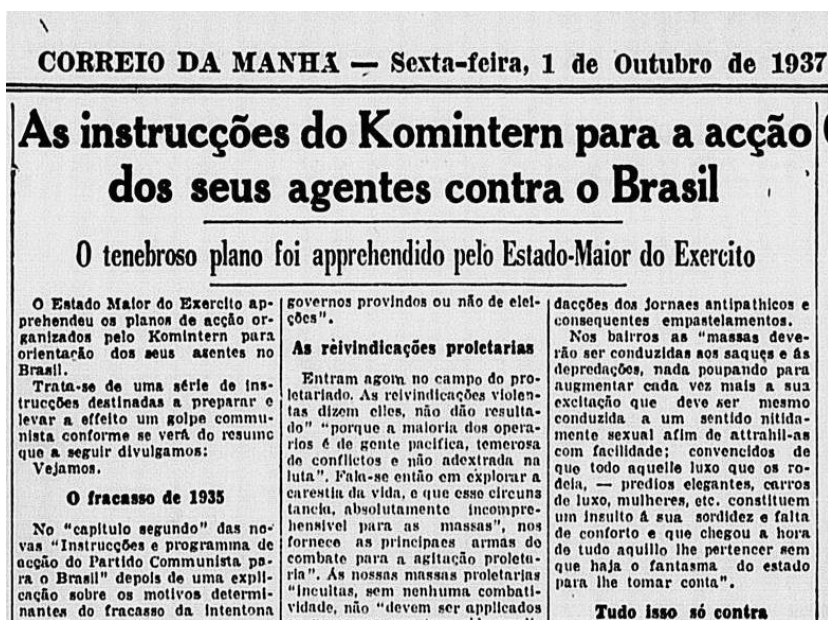


FIGURA 2 –Recorte do Jornal Correio da Manhã, publicação do Plano Cohen.

Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, 01/10/1937.

Nesse instante, o somatório de pretextos estava formado a favor de Getúlio Vargas, e isso garantiu um acontecimento decisório na história brasileira, a chegada ao poder a partir de um golpe sem qualquer manifestação contrária e de oposição, considerando-se que a esquerda estava neutralizada pelos fatos que antecederam e as classes sociais aceitavam o golpe temendo desdobramentos incertos. Logo, todo o ambiente necessário para a perpetuação de Getúlio Vargas no poder foi alcançado. Com o pretexto de impedir o avanço dos levantes comunistas e combater a “ameaça vermelha”, Vargas, no dia 10 de novembro de 1937, anunciou pelo rádio a implementação do Estado Novo. O apoio governamental era composto por militares e vários políticos influentes. Neste momento, tem início o governo autoritário que ficou marcado e conhecido como Estado Novo (FAUSTO, 1994).

Pelas ondas do rádio, em 1937 é anunciado a implementação regime denominado Estado Novo. Logo após o golpe, Getúlio Vargas outorgou uma nova constituição, a carta magna de 1937. Com relação a constituição promulgada em 1937, pode-se destacar como algumas de suas principais disposições a garantia legal de um governo centralizador e baseado em um caráter autoritário. Segundo a Constituição Federal 1937, “O Presidente da República, autoridade suprema do Estado, coordena a atividade dos órgãos representativos, de grau superior, dirige a política interna e externa, promove ou orienta a política legislativa de interesse nacional, e superintende a administração do País” (BRASIL, 1937, art. 73). Com o fechamento do Parlamento Nacional, atribui-se o poder a um ditador ao concentrar o poder nas mãos de Vargas. Do mesmo modo, evidenciamos a carga simbólica que o texto constitucional abrange, é o nascimento de um novo tempo.

Ademais, a carta constitucional assinalou as primeiras medidas que visavam o desmonte das possíveis vozes dissonantes ao governo que poderiam iniciar novas mobilizações na sociedade, até então inerte. Com o Congresso Nacional dissolvido, o poder atribuído ao Legislativo foi utilizado para o governo por intermédio de decretos-lei. Desta forma, extinguiu-se Justiça Eleitoral, aboliu-se o sufrágio universal e suspendeu-se os direitos constitucionais individuais. O sistema Federativo foi substituído pela crescente tendência da intervenção Estatal: o sistema de interventoria foi instituído após a revolução de 1930 e aperfeiçoado para funcionar em prol do processo de centralização do Estado Novo. Os interventores possuíam poder que se assemelha ao de um governador e tinham como objetivo manter o controle nos governos estaduais (CHACON, 2001).

Nas palavras da Constituição Federal (BRASIL, 1937, art. 176):

O mandato dos atuais Governadores dos Estados, uma vez confirmado pelo Presidente da República dentro de trinta dias da data desta Constituição, se entende prorrogado para o primeiro período de governo a ser fixado nas Constituições estaduais. Esse período se contará da data desta Constituição, não podendo em caso algum exceder o aqui fixado ao Presidente da República.

Parágrafo único - O Presidente da República, decretará a intervenção nos Estados cujos Governadores não tiverem o seu mandato confirmado. A intervenção durará até a posse dos Governadores eleitos, que terminarão o primeiro período de governo, fixado nas Constituições estaduais (CF, art. 176, 1937).

Desse modo, os Estados ficaram submetidos à tutela administrativa do DASP (Departamento Administrativo do Serviço Público) e de interventores nomeados pelo poder central de Getúlio Vargas. Ao passo que o poder estava subordinado à responsabilidade federal, a lentidão burocrática foi materializada institucionalizada pelo DASP que exerceu alto controle por meio da censura. A estrutura remodelada para controle e intervenção não se restringiu apenas a esses órgãos e sistemas da administração geral: o arcabouço do Estado contava com outros sistemas, órgãos, conselhos e comissões (SKIDMORE, 1982).

A instauração do Estado Novo representou uma não ruptura no modelo político, pois meramente retomou o processo que se derivava do Governo Provisório ou até mesmo anteriormente a revolução de 1930. Algumas questões já estavam em discussão no cenário nacional desde o início da república, como questões sobre a identidade nacional e participação política. No conteúdo de cunho cultural, temos a proposta de revalorização do trabalho e do trabalhador e a necessidade da reconstrução de significados do trabalho manual. Em termos políticos e econômicos, temos o progresso associado ao desenvolvimento industrial, que por consequência permeia a questão do trabalho. O papel da valorização do trabalho está atrelado ao discurso do período de que o trabalho era uma ferramenta capaz de retirar os homens da degradação e da miséria, então o trabalho propiciava o afastamento de vícios. Essa questão respaldou a máxima de quem tem ofício, tem benefício (GOMES, 2005). Assim, é errôneo acreditar nas inaugurações representativas de um novo modelo político. Entretanto, o Estado Novo significou o fortalecimento e a recomposição da figura do Estado centralizado e fortificado, e representou na mesma medida, o fortalecimento das instituições que serviram ao poder estatal.

O novo governo pautou-se em um processo que visava o início de um crescimento econômico e ao mesmo tempo a desmobilização de forças políticas dissonantes. Assim, estruturou-se em dois pilares para construção da figura de Estado pretendida. O primeiro seria na reorganização da sociedade para garantir o equilíbrio e neutralidade das forças sociais, mais precisamente, com o único objetivo de abafar futuros opositores. Para este fim, os mecanismos foram divididos para se alcançar os diversos estratos sociais. Deste modo, os opositores reconhecidos e assumidos viram o poder de repressão por meio da censura ser intensificado. Os trabalhadores operários tiveram algumas de suas antigas reivindicações atendidas até certa medida. A classe média era dependente do Estado, uma pequena parcela fazia parte do governo e a outra parte vislumbrava o crescimento do poder econômico por meio do nascimento de novos investimentos, principalmente, no setor secundário da economia (GARCIA, 1999).

O segundo pilar organizou-se na mesma proporção das mudanças nos processos industriais e econômicos em curso na história: tem início o capitalismo brasileiro por meio da acumulação de riquezas. Essa nova ordem econômica trouxe mudanças de grande impacto social no Brasil. Dentre as diversas intervenções Estatais no plano econômico, podemos assinalar a regulamentação da relação entre capital e trabalhador como a maior transformação na relação Estado-sociedade.

3 APARELHO E ESTADO

A proposta desse capítulo é lançar luz para novos horizontes de estudo que envolvem o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). O estudo da propaganda política durante o Estado Novo está marcado por prismas e visões consolidados em pesquisas desenvolvidas ao longo dos anos, ou seja, as mesmas formas de se entender e apresentar a atuação do projeto idealizado pela figura do Estado a partir de 1937. Assim, esta divisão busca apresentar o DIP a partir de sua via de fato, partindo do seu idealizador (produtor) e percorrendo seus canais de transmissão até chegar ao destinatário (receptor) das ações propagadas.

Para o desenvolvimento do estudo da propaganda política se faz necessária a construção de alguns saberes iniciais. Investigações acerca da propaganda política propõem um olhar para dois campos distintos: O primeiro campo buscaria a definição do agente transmissor, entendendo a forma pela qual suas propostas são veiculadas, transmitidas. O segundo examinaria quem recebe e como recebe tais proposições. Algo apontado pelo escritor Néelson Jahr Garcia (1999) é a “perplexidade” do estudo da propaganda política, principalmente no tocante ao seu papel estratégico, dominante, modulador e transformador em todo o século XX. Primordialmente, o conceito de propaganda política configura uma série de discussões e proposições acerca de seu real significado. A palavra “propaganda” neste trabalho é destinada apenas à transmissão de ideias para fins políticos, e em outro momento, também, acrescenta-se o papel para propagar práticas religiosas. Estudiosos apontam que é necessário diferenciar a “propaganda” da “publicidade”. Propaganda comercial ou publicidade é realizada por empresas que utilizam técnicas visando a exposição de produtos ou serviços. Igualmente, a propaganda tem desde sua origem classes metodológicas, conjuntos de técnicas e ferramentas que propiciam sua possível efetividade. Por consequência, o agente transmissor tem que possuir a capacidade de simplificar ideias, compactar e combiná-las para atrair de forma imagética. Logo, a propaganda política deve conter um alto poder de adaptação, principalmente quando é direcionada para uma grande formação social.

Uma das questões que se inserem na problemática do estudo da propaganda política durante a vigência do Estado Novo é, se somente a dualidade e alternância entre censura e difusão da propaganda suscitariam nas camadas sociais essa “brasilidade” pretendida. Acrescenta-se outras ações que se desenvolveram no núcleo ideológico do DIP.

Cabe ressaltar que “A sobrestimação do papel da propaganda no processo social fez com que ela fosse considerada um poderoso instrumento de manipulação suscetível de, por si só, produzir as mais diversas consequências” (GARCIA, 1999, p.10). A propaganda ideológica é sem dúvida uma ferramenta enérgica e em certa medida eficaz, mas a carga a ela atribuída pode afastar e confundir-se com outros mecanismos estratégicos empenhados. Destacamos, a utilização da censura como um sistema de controle capaz de reformular juízos, neutralizar e obstar pensamentos contrários. A censura orienta o modo de prosseguimento, sem qualquer alteração, da difusão ideológica e a manutenção da ordem vigente, impedindo a formação de novas ideologias que colocariam em ameaça os interesses do Estado. Desta maneira, constitui-se a produção de práticas de censura como uma estratégia indispensável no controle ideológico.

Partindo das proposições estabelecidas, a censura pode ser um resultado ou uma estratégia previamente estudada, colocada em ação para concomitantemente com a difusão ideológica representar um sistema de repressão e controle. Garcia expõe uma formulação para o estudo da difusão ideológica que contribuirá para futuras discussões neste estudo. O conceito de difusão ideológica pode ser dividido a partir da forma pela qual a ideologia elaborada pelo Estado é propagada. A forma direta de difusão ideológica realiza-se na “transmissão sistemática de seus componentes, através dos meios de comunicação, aos agentes que vivem em uma formação social”. A difusão indireta é realizada através da elaboração de um plano que orienta limites a serem seguidos pelas instituições que propagam a ideologia para o conjunto social (GARCIA, 1999; DOMENACH, 2001).

As iniciativas envolvendo a propaganda política institucionalizada através do Estado têm início em 2 de julho de 1931, quando nasce o Departamento Oficial de Propaganda (DOP). Esta divisão governamental foi instituída após a vitória da revolução de 1930. Neste momento, o DOP integrava-se ao plano de organização de propaganda política de Vargas e basicamente suas principais funções eram a ráiodifusão e fornecimento das propostas e informações sobre o Governo Provisório à imprensa e aos demais setores de comunicação. Entretanto, existiam algumas limitações, por exemplo, a direta vinculação ao Ministério da Justiça e Negócios Interiores, e o funcionamento como uma subdivisão da Agência Nacional. O governo de Vargas percebeu o poder dos mecanismos de comunicação, então estipulou um plano experimental com novos meios de comunicação que abrangesse setores que estariam ligados à cultura nacional. Após a conclusão e os resultados positivos do experimento, em 1934 foi criado o Departamento de

Propaganda e Difusão Cultural (DPDC). O novo departamento continuou sob a tutela do Ministério da Justiça e Negócios Interiores mas a sua direção foi confiada a Lorival Fontes (ARAÚJO, 2010).

Com a instalação do Estado Novo em 10 de novembro de 1937, os aparelhos precisaram se integrar ao novo modelo político. Neste momento, o aparelho estatal de propaganda ganhou novas formas, pois as atribuições do DPDC de 1934 já não estavam alinhadas com as necessidades do Estado Novo. Assim, em 1938, o DPDC transformou-se no Departamento Nacional de Propaganda (DNP) que iniciou o conceito de que era necessário manter o clima de estabilidade nacional, por este motivo tem início a educação e da censura . O DNP manteve-se sob a direção do sergipano Lorival Fontes e diretamente vinculado ao Ministério da Justiça e Negócios Interiores. O DOP, DPDC e DNP serviram como base experimental para se avaliar as potências desses veículos e se havia a necessidade desses aparelhos serem reforçados e integrados à aparelhagem estatal, passando a integrar a um plano nacional de propaganda em prol da figura do Estado.

Partindo legalmente da Constituição de 1937, o Presidente da República , Getúlio Vargas, instituiu por intermédio do Decreto-lei nº 1.915 de 27 de dezembro de 1939 a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). As inovações produzidas pelo DIP estão assinaladas nas áreas da propaganda política e do início de um marketing cultural. Assim, tem início a fusão total entre o Estado e seu aparelho propagandístico: “a cultura foi entendida como suporte da política e, nessa perspectiva, cultura, política e propaganda se mesclam”. As inovações instituídas a partir da criação do DIP foram além das intenções expressas em seus estatutos, ultrapassaram as barreiras de seus objetivos iniciais de “difundir a ideologia estado-novista e promover pessoal e politicamente o chefe do governo”(ANJOS, 2009).

O Departamento de Imprensa e Propaganda atuou como editor e financiador de todo conteúdo que envolvia propaganda e imprensa durante os anos em que estava na ativa, era encarregado de exercer censura e propaganda do regime, tornando-se um dos poderosos aparelhos estatais. Representou um dos órgãos mais atuantes durante o Estado Novo, cuja atuação estava ligada a produções culturais, imprensa, rádio, celebrações, comícios. No plano de produção cultural, suas ações estavam direcionadas ao teatro e cinema, principalmente os famosos cinejornais do DIP; no âmbito da imprensa, buscou alimentar a produção de livros, periódicos, revistas e direcionar de forma seletiva incentivos financeiros a editoras privadas; as

iniciativas envolvendo o rádio estavam na consolidação e expansão deste meio de comunicação e também na manutenção de programas e ampliação da participação de figuras públicas.

O diretor geral, Lorival Fontes, figura que esteve à frente de três departamentos (DPDC, DNP e DIP), comandou todas as matérias que estavam ligadas à propaganda do regime e foi responsável pelo período mais intenso na produção editorial do DIP. Essas características peculiares, somadas ao fator do jornalista sergipano ser manifesto admirador do nazi-fascismo, rendeu a alcunha de Goebbels Tupiniquim, uma alusão à proximidade de suas ideias às de Paul Joseph Goebbels, ministro da Propaganda do Nazismo alemão (PINHEIRO, 2008; SANTANA, 2010). Cabia ao diretor geral reportar a Getúlio Vargas todas as ações voltadas em prol do Estado. O envio do Relatório de Atividades do DIP do ano de 1941 é uma das provas concretas da apresentação e interlocução das ações realizadas pelo Departamento de Imprensa e Propaganda.

Um das funções do Departamento de Imprensa e Propaganda era de construir e projetar uma imagem positiva para Vargas frente à sociedade, apresentando-o como único representante político dotado de uma extraordinária capacidade para gerir a nação. Assim, a proposta era de dar existência e sentidos à imagem personificada de Getúlio Vargas junto às camadas sociais, como se o presidente fizesse parte da família. Desta forma, atribuía-se à Getúlio Vargas os títulos de: “O chefe da nação”, “o nosso chefe” e “pai dos pobres”. Mesmo que os epítetos atribuídos ao presidente tenham sido utilizados ao mesmo tempo pela sociedade, eles têm origens e dimensões opostas. A designação de “chefe” estava mais diretamente relacionada com as questões sindicais e trabalhistas. De outro modo, a designação de “pai” estabelecia relações com os anseios populares, tendo em vista que a população idealizava que no governo também existiria espaço para resolução da grande parcela dos problemas sociais. As construções sociais estão de acordo na forma como o presidente surge como defensor dos interesses da família brasileira e do trabalhador sindicalizado. As alcunhas eram utilizadas nos comícios realizados em indústrias, empresas e espaços públicos.

A propaganda política de Vargas foi responsável por implementar em nossa cultura as ações de troca entre políticos e povo, quando os representantes do Estado oferecem vantagem e esperam a fidelidade da população, com isso, a sociedade recebeu a lógica “dar, receber e retribuir”, que foi propagada pelo governo estado-novista (PASCHOAL, 2009). Na imagem

abaixo (FIGURA 3) está explícito que o governo promovia essa lógica e esperava receber da sociedade “disciplina, aplicação, discrição e união”.



FIGURA 3 – Placa instalada nas dependências do Palácio Tiradentes, Rio de Janeiro.

Fonte: Acervo do Arquivo Nacional, [194?]

A criação do DIP envolveu uma pluralidade de decretos-lei que foram utilizados para assinalar de forma objetiva as intenções do departamento. A regulamentação da Constituição de 1937 – conhecida na historiografia como Polaca, fazendo referência à inspiração no modelo constitucional polonês – entregou os poderes necessários na mão de Getúlio Vargas. A estratégia de utilização de leis congrega mecanismos que visam a auto-justificação, tendo em vista que o caráter legal tende a transmitir um maior grau de legitimidade. Regular os meios de comunicação com a elaboração de leis estava dentro do projeto estado-novista. O decreto-lei nº 1.915 diz em seu enunciado que “Cria o Departamento de Imprensa e Propaganda e dá outras providências”, a frase subsequente expressa de forma clara que estava respaldada pelo artigo 180 da constituição vigente. A atribuição do artigo 180 da constituição diz que: “Enquanto não se reunir o Parlamento nacional, o Presidente da República terá o poder de expedir decretos-leis sobre todas as matérias da competência legislativa da União” (BRASIL, 1937). A lista de atividades do DIP é vasta e envolve múltiplas frentes de atuação. Dentre suas atribuições cabia-lhe centralizar, coordenar, orientar e superintender a propaganda nacional, interna ou externa; ser responsável por serviços de turismos internos ou externos; fazer censura ao teatro, cinema e funções

esportivas e recreativas; estimular a produção de filmes e classificar filmes educativos nacionais visando concessão de favores fiscais e/ou financeiros; organizar manifestações cívicas, festas patrióticas, exposições, concertos musicais, conferências e mostras de artes; organizar e dirigir o programa de radiodifusão oficial do Governo¹.

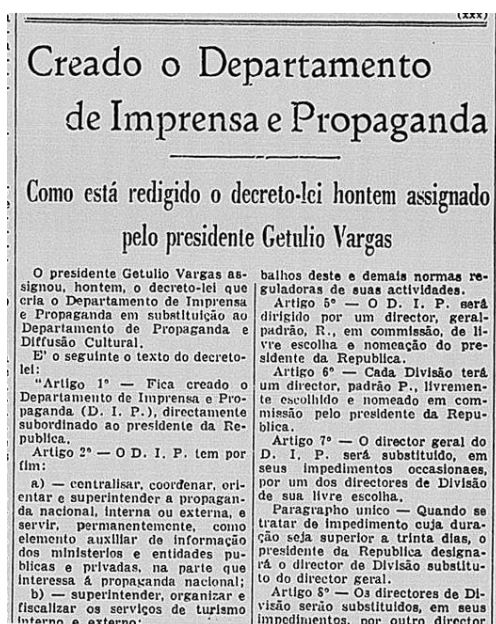


FIGURA 4 – Jornal Correio da Manhã, publicação do Decreto-Lei nº 1.915

Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional , 28/12/1939

Os setores que faziam parte do DIP são: Divisão de divulgação, radiodifusão, cinema e teatro, turismo e imprensa. Para se direcionar as atribuições específicas de cada divisão é publicado o regimento interno do DIP por meio do Decreto-Lei nº 5.077 de 29 de dezembro de 1939, em que expõe a competência de cada divisão e elucida outras questões que dizem a respeito das atribuições dos funcionários e o funcionamento do burocrático do órgão. Não obstante, no dia 30 de dezembro de 1939, é publicado o Decreto-Lei nº 1.949 de dezembro de 1939, expedido apenas um dia após a publicação do texto relativo ao regimento do DIP. O Decreto-Lei nº 1.949 tem em seu caput a seguinte orientação “Dispõe sobre o exercício de atividade de imprensa e propaganda no território nacional e dá outras providências”. Desta forma, este tem em seu texto

¹ Conteúdo na íntegra: Decreto-Lei nº 1.915 de 27/12/1939, Art.2º Alínea a) até q). Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-1915-27-dezembro-1939-411881-publicacaooriginal-1-pe.html>.

indicações mais extensas e aborda de forma incisiva a questão da censura e controle, estipulando até a aplicação de penalidades. A análise das normativas do DIP (Decretos-Leis: nº 1.915, nº 5.077, nº 1.949) esclarecem que era objetivo do Estado repassar as instruções pertinentes aos seus comandados, não apenas repassar entre as entidades burocráticas do Estado, mas também aos populares, anunciando mais um dos feitos realizados pelo Governo: a criação de um magnífico aparelho a serviço do Estado Novo. Dentro da política autoritária implementada com Estado Novo, temos a política de descentralização dos estados que passaram a ser controlados pelos interventores. Na mesma proporção, o DIP instituiu departamentos afiliados em vários estados, o Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda – DEIP² tinha como objetivo promover o Estado Novo divulgando com maior ênfase as notícias vindas das principais capitais nacionais, deixando as informações de âmbito estadual em segundo plano, principalmente as notícias que tratavam dos problemas sociais e culturais (PASCHOAL, 2009; ANANIAS, 2012).

A partir de suas atribuições expressas nos decretos-lei é indiscutível a relação do DIP com as ações relacionadas à censura dos meios de comunicação, ou à publicidade do projeto de governo e de Vargas. Entretanto, os bons resultados atribuídos ao DIP não são frutos apenas da sua ação como órgão responsável pelo controle e censura ou com a figura de superministério propagador do autoritarismo e populismo de Vargas. Temos que considerar os seguintes fatores: as estratégias de divulgação elaboradas desde o início do ciclo de produção até a distribuição; os intelectuais e profissionais que contribuíram para produção cultural em grande escala; o fortalecimento das inovações que envolviam a radiodifusão, cinema (cinejornais), patrimônio histórico nacional e mercado artístico nacional; e há de se pôr em equação as manifestações e os anseios populares. Quando ignoramos os fatores citados, estamos reduzindo as transformações ocorridas na esfera cultural nacional (ANJOS, 2009).

A propaganda política do Governo estado-novista estava inserida na política nacionalista de Getúlio Vargas, que visava o desenvolvimento nacional, o progresso e unidade nacional. Para atender a essa política nacionalista o conteúdo produzido pelo DIP foi moldado a atender tais referências teóricas e práticas. O departamento deveria aumentar consideravelmente seu campo de atuação pois agora era o responsável pela cobertura da área cultural nacional, não era apenas produtor de imagens, fornecedor de imagens oficiais ou responsável pela radiodifusão das

² Sobre o desenvolvimento do DEIP nos estados e sua relação com o DIP, ver: ANANIAS. Bruno Vinicius de Holanda. A propaganda estado-novista no Rio Grande do Norte: a construção da imagem de um ídolo. Monografia (Graduação em História). Curso de História da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Mossoró, 2012.

propostas e planos governamentais. Assim, o DIP utilizou diversos meios de comunicação: Rádio, imprensa (cartazes, folhetos, livros, revistas, cartões postais, fotografias), cinema (cinejornais). Também foi responsável por organizar dezenas de homenagens, conferências, exposições e concursos de monografias.

Juntamente com o DIP a Agência Nacional fomentou nos jornais as notícias que estavam habilitadas a circular. A Agência Nacional assumiu o papel de protagonismo ao lado do DIP, deixou de ser um apêndice do departamento e começou a ser uma grande redação jornalística a serviço do Estado, passou a estar alinhada não só com o projeto político nacional, mas esteve atrelada à Divisão de Divulgação, lançando uma série de periódicos editados pelo DIP. Um dos periódicos oficiais que ganhou destaque foi a revista Cultura Política – Revista Mensal de Estudos Brasileiros - que circulou nas bancas de jornais das capitais brasileiras. A revista era dirigida por Almir de Andrade e reunia em seu corpo de escritores e colaboradores as elites de intelectuais que escreviam sobre diversos temas como: teatro, cinema, história brasileira e temas que reproduzissem a “cor local” (Folclore, Música Popular Brasileira e a Cultura Regional). Desse modo, em grande parte, os artigos tratavam da política nacional. A revista contava com nomes como Francisco Campos, Azevedo de Amaral, Lourival Fontes e Cassiano Ricardo, entre outros colaboradores eventuais como Néelson Werneck Sodré, Graciliano Ramos e Gilberto Freire, que estavam inclinados a escrever sobre assuntos relacionados ao conhecimento da área de atuação de cada um. A revista Cultura Política ficou marcada como uma das grandes produções do DIP pela suas inovações e constantes atualizações nos temas que urgiam da vida nacional, além da qualidade editorial e o alto nível de divisão e organização. Alguns exemplares contavam com cerca de 100 a 170 páginas divididas em seções com pequenos prefácios³(ANJOS,2009; ARAÚJO, 2010).

³ Todas as edições da revista Cultura Política estão disponíveis para consulta na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>

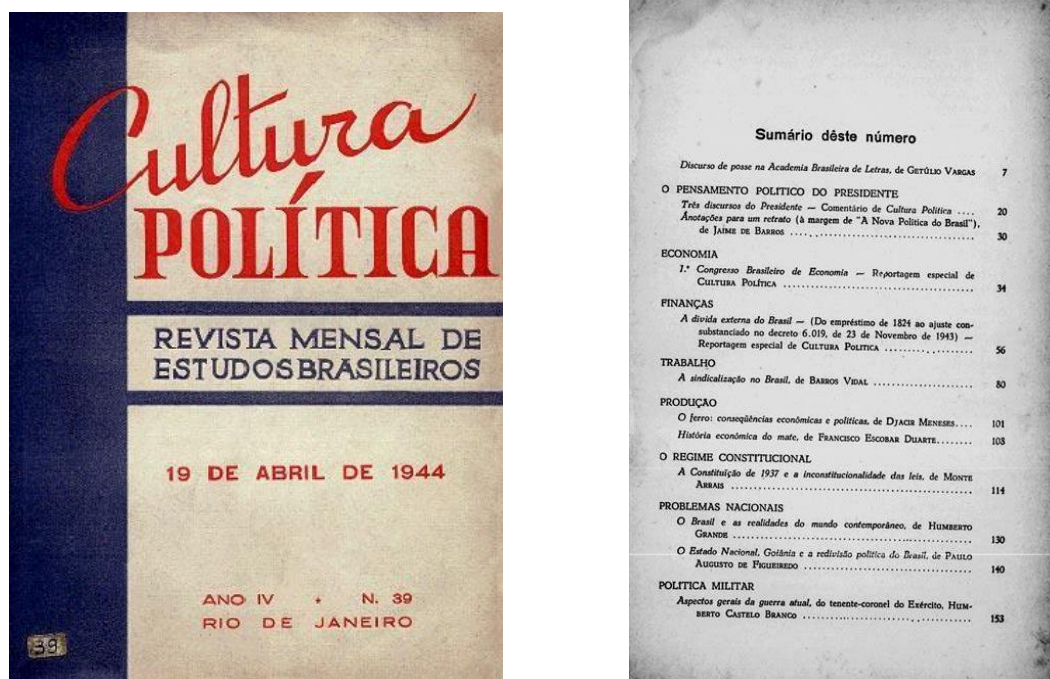


FIGURA 5 –Revista Cultura Política, nº39 e nº37

Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional , 1944

Ainda no âmbito dos periódicos, temos as revistas Estudos e Conferências, Dos Jornais e Ciência Política; entre os jornais produzidos pelo DIP estão o Planalto e Brasil Novo, sob a intervenção estavam os jornais o Estado de S. Paulo, A Manhã e A Noite (ARAÚJO, 2010). Uma das produções elaboradas pelo DIP que comprova que o departamento estava quase que onipresente em todas as camadas sociais são as cartilhas escolares, uma forma de repassar a ideologia legitimadora do regime estado-novista aos jovens e crianças. As cartilhas evocavam símbolos produtores de valores que estavam ligados ao ideal de cidadania presente na ideologia da produção cultural. Vargas continua quase que como um ser imaculado, dotado de características de um político habilidoso, gentil, honesto e preocupado com a verdade absoluta. As cartilhas tentam transmitir que o Governo estava disposto a contribuir com o futuro promissor para as crianças. Existe nas cartilhas uma das experiências já assinaladas nesse estudo: Vargas oferece as melhores condições que um Estado poderia ofertar, em troca as crianças deveriam se atentar para as ações dos “sem-pátria” que tinham ideais estranhos e nocivos. Marcadamente,

existe a relação de troca estabelecida do Estado (produtor/idealizador) das imagens para com as crianças (receptoras/destinatárias) das propostas.

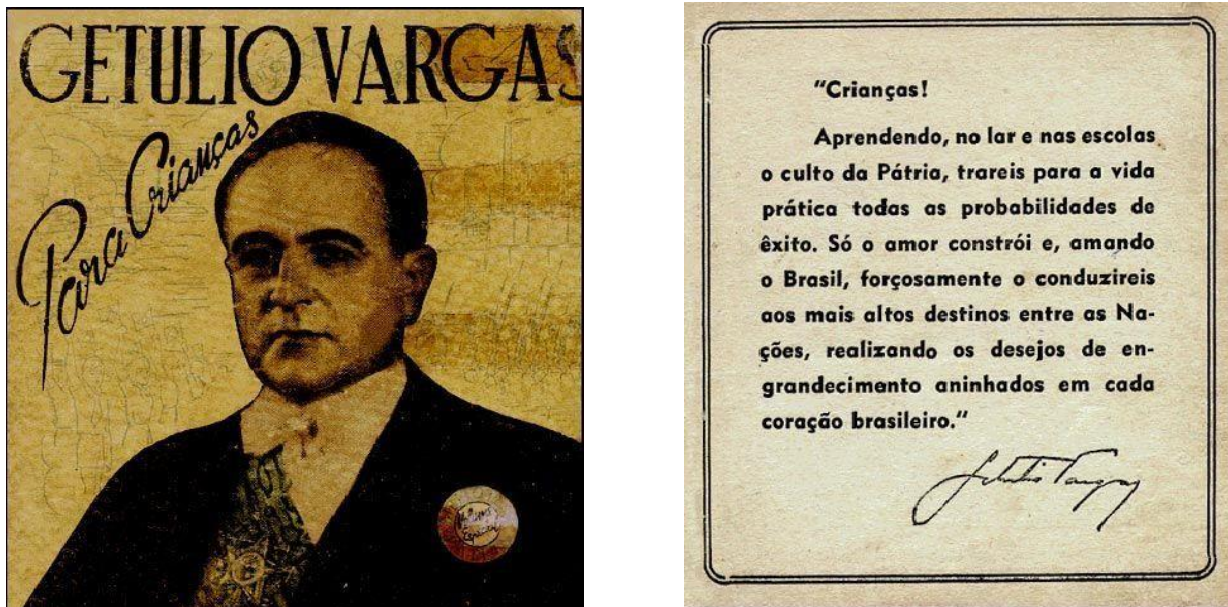


FIGURA 6 – Cartilha Vargas para crianças.

Fonte: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil/FGV

A Divisão de turismo era encarregada por publicar a revista *Travel in Brazil* (FIGURA 7), que tinha como destino as agências norte-americanas e era distribuída com o objetivo de elucidar e incentivar os viajantes a conhecerem o Brasil. Deste modo, a divulgação realizada pelo DIP contemplava a divulgação externa, com o objetivo de incentivar o turismo no Brasil. A revista era escrita em inglês e organizada de forma a atrair pela qualidade de seu projeto gráfico.



FIGURA 7 – Revista *Travel in Brazil*, Divisão de Turismo do DIP, RJ
 Fonte: Acervo do Arquivo Nacional.

O Estado Novo elevou consideravelmente o número de periódicos impressos e distribuídos pelo DIP. O projeto político cultural estava atrelado às inovações produzidas pelo departamento, o controle estava consolidado com o controle do poder do Governo Federal e dos Estados Federativos e a política estava em cena para fazer a memória dos trabalhadores estar sempre atenta às mudanças ocorridas com a implementação do Governo estado-novista. Os temas que envolviam a economia interna e externa, educação, cultura, as relações estabelecidas com governos internacionais e principalmente a segurança nacional estavam sob o poder do Governo. Deste modo, nem sempre as informações veiculadas condiziam com a realidade dos fatos vividos pelos brasileiros.

O uso do cinema e do rádio não foi deixado de lado. Mesmo com a intensa produção editorial do DIP para se obter a adesão da população o departamento explorou também essas duas áreas para a propaganda do Estado Novo. A divisão de Cinema e Teatro não se limitou apenas a classificar e censurar os filmes nacionais, passou a promover a cultura da sociedade de olhos no palco, cenário e na tela. Além de garantir a maior abertura ao cinema nacional no país, passou a promover através de concessão de benefícios para produtoras nacionais que cooperaram e obtiveram a prévia aprovação do departamento. O governo utilizou o cinema com o objetivo de levar a educação e cultura para a sociedade, o que iniciou o Cine-jornal brasileiro, distribuído por todo o Brasil. A divisão de radiodifusão também realizou suas atribuições que estavam voltadas para o controle dos programas radiofônicos e letras de músicas, o programa “Hora do Brasil” que ocupava um dos horários nobres, veiculando as notícias e os principais acontecimentos políticos e

passou a lançar luz à cultura. Uma das semelhanças do Rádio e do cinema é o alto poder de congregar as massas em uma única direção, uma outra contribuição é devido ao grande número de analfabetos existentes e o alcance das ondas do rádio que chegava aos confins do Brasil (PASCHOAL, 2009)

As realizações do DIP na produção cultural estavam ligadas à necessidade de resgate de uma série de sentimentos e de celebrações nacionais que o departamento julgou como necessárias para a criação de uma identidade nacional. Com isso, temos uma longa listas de datas e que passaram a ser reconhecidas como eventos nacionais, para que desta forma fossem realizadas as devidas homenagens. Foi criado um calendário de comemorações de datas cívicas, com o único objetivo de celebrar os heróis nacionais. Se comemora o Dia do Soldado, tem-se início as celebrações a diversas personalidades políticas (Floriano Peixoto, Deodoro da Fonseca, Almirante Barroso). Uma das personalidades que entrou para o quadro de símbolo nacional foi Tiradentes, as comemorações eram realizadas na data de seu enforcamento, 21 de abril.

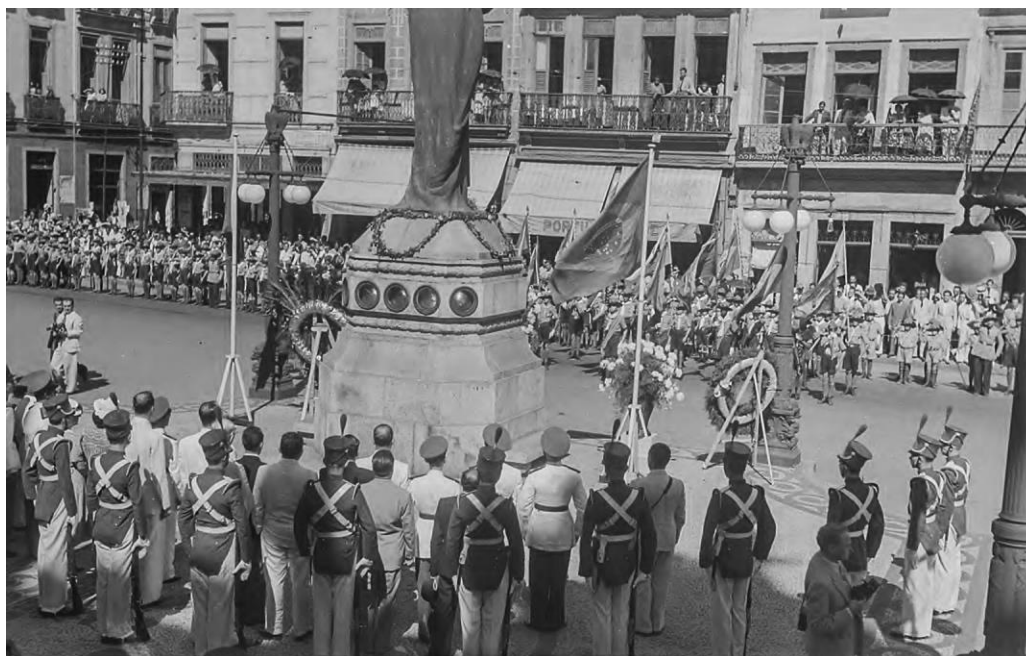


FIGURA 8 – Homenagem a Joaquim José da Silva Xavier, a estátua de Tiradentes está instalada entrada do Palácio que leva seu nome, sede do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), RJ.

Fonte Acervo do Arquivo Nacional, 21/04/1941

As comemorações não ficaram restritas apenas aos personagens nacionais. As iniciativas governamentais também receberam um espaço para a comemoração e celebração de pequenas conquistas que o Estado concedeu aos populares. O primeiro de Maio é comemorado reunindo os “Trabalhadores do Brasil” em busca dos discursos aclamados do presidente, que sempre reforça a necessidade de existir uma relação de troca entre Estado e Trabalhadores, enquanto a população comemora e já projeta quais serão as novas iniciativas do Estado em prol dos trabalhadores. No dia 1 de maio de 1939, Getúlio assina a criação da Justiça do Trabalho e a partir de novos decretos também cria escolas profissionalizantes e refeitórios. Vargas instituiu por meio do decreto-lei nº 2.162 de 1 de maio de 1940 o salário mínimo, que entrou em vigor dois meses depois. O salário mínimo era calculado de acordo com cada região e até sub-regiões. Um dos momentos marcantes na história se passa no estádio de São Januário, Vargas no comício do dia 1 de maio de 1943 promulga a CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) como parte integrante de sua política Estatal (GOMES,2005). Em seu discurso, o chefe do governo diz: “O trabalhador brasileiro possui hoje o seu código de direitos, a sua carta de emancipação econômica. E ele sabe perfeitamente o que isso vale”.



FIGURA 9 – Cartaz elaborado pelo DIP para o Dia do Trabalhador, RJ.

Fonte: Acervo Memorial da Democracia.

A propaganda política do presidente se utilizou das realizações do governo para fazer a promoção pessoal do presidente. Todas as ações estavam atreladas à figura de Vargas, o projeto e intenções visavam aproximar o governo da população. Os meios de comunicação receberam o encargo de transmitir a propaganda pró-governamental, as políticas estatais eram transmitidas com a sensação de criar um imaginário de conquista provida pelo Estado ou de evocar o clima de constante celebração, promovendo datas comemorativas: Dia do Trabalho, 1º de maio; Dia do índio, 19 de abril e aniversário do presidente (CAPELATO, 1999). Como resultado da intensa propaganda de convocação para os festejos e comícios temos as grandes concentrações populares, que provam que verdadeiramente existe um diálogo existente entre as produções do DIP com a população. Os anseios populares se uniram com o plano nacionalista do departamento, os símbolos, a música, festivais, concursos monográficos e exaltação da cor local expõem que o DIP esteve atento aos sentimentos da sociedade.



FIGURA 10 – Concentração trabalhista com a presença do presidente Getúlio Dornelles Vargas em frente ao Ministério Da Fazenda, Rio de Janeiro, RJ.

Fonte: Acervo do Arquivo Nacional, 10/11/1943

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As respostas às produções publicitárias e culturais do Departamento de Imprensa e Propaganda estão na maneira pela qual o órgão conseguiu moldar a cultura brasileira e difundir os ideários do Estado Novo, fazendo com que a sociedade se aproximasse rapidamente da pessoa do presidente e da construção da imagem idealizada do novo Estado. O estudo evidenciou que a adesão de intelectuais que estavam alinhados com a política nacionalista representou um dos avanços para se obter o apreço da população, a proposta desta análise foi indagar sobre a política editorial do DIP. O objetivo de estruturar um modelo político baseado em mecanismos de propaganda e controle da opinião pública ajudou a afirmação do Estado Novo e de Getúlio Vargas como uma grande figura pública frente às camadas da sociedade, o que foi alcançado também com o apoio das ações e materiais elaborados pelo DIP. Desse modo, o chefe do governo viu a consolidação de sua imagem, por exemplo, de pai dos pobres, e o Estado figurou como provedor do desenvolvimento e progresso.

A estrutura do DIP na atuação como financiador e criador de conteúdos propagandísticos durante o Estado Novo remontou símbolos nacionais; propagou uma imagem positiva de governo; promoveu o Brasil em nível internacional; transformou o cinema, rádio, teatro, concursos e espetáculos. Ainda assim, foi responsável por um dos maiores investimentos na área de impressos que se direcionavam e se articulavam com as diversas classes sociais. A censura foi praticada de forma a restringir o livre pensamento e posicionamento em relação ao Estado e seus atores, cerceou a classe artística, jornalistas e empresários que atuavam na área de imprensa. O DIP é apresentado nas construções que examinam o Estado Novo como superministério ou órgão do poder central do Estado Novo, um sustentáculo do populismo e do autoritarismo. Há de se questionar os pontos que transformaram o imaginário cultural e fundamentaram a cultura nacional, a forma pela qual as propostas foram veiculadas, transmitidas. O estado esteve atento em manter um canal direto de interlocução para se auto-justificar.

Esta breve exposição objetivou descrever e analisar o DIP por novos panoramas, tentando analisar como foi construída a memória nacional e as projeções que se mantêm ativas até os tempos de hoje. Por fim, como os mecanismos de propaganda são combinados e até como podem estar presentes em uma extensa lista de atividades e meios de comunicação, ou até mesmo serem atualizados e restaurados para se adequar a novas experiências.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANANIAS, Bruno Vinicius de Holanda. A propaganda estadonovista no Rio Grande do Norte: a construção da imagem de um ídolo. Monografia (Graduação em História). Curso de História da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Mossoró, 2012.
- ANJOS, Carlos Versiani dos. **Um novo olhar sobre o DIP**: uma revolução na arte da propaganda e do marketing cultural. 7º Encontro da Rede Alfredo de Carvalho (ALCAR), Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, Anais eletrônicos Rio Grande do Sul, Unesco, do, 2009.
- ARAÚJO, Rejane. **Departamento de imprensa e propaganda (DIP)**. Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro-pós-1930. Rio de Janeiro: CPDOC, 2010.
- BRANDI, Paulo. **Plano Cohen** (Verbete). Rio de Janeiro: FGV/CPDOC. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/plano-cohen>. Acesso em: 1 set. 2016
- BRASIL. Decreto-Lei nº 1.915, de 27 de dezembro de 1939. Cria o Departamento de Imprensa e Propaganda e dá outras providências. Rio de Janeiro, DF, 1939. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-1915-27-dezembro-1939-411881-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 18 de mar. de 2017.
- BRASIL. Decreto-Lei nº 5.077, de 29 de dezembro de 1939. Aprova o regimento do Departamento de Imprensa e Propaganda (D.I.P). Rio de Janeiro, DF, 1939. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-5077-29-dezembro-1939-345395-publicacaooriginal-1-pe.html> . Acesso em: 01 de ago. de 2017.
- BRASIL. Decreto-Lei nº 1.949, de 30 de dezembro de 1939. Dispõe sobre o exercício de atividades de imprensa e propaganda no território nacional e dá outras providências. Rio de Janeiro, DF, 1939. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-1949-30-dezembro-1939-412059-publicacaooriginal-1-pe.html> . Acesso em: 14 de mar. de 2017.
- CHACON, Vamireh. **Constituição de 1937** (Verbete). Rio de Janeiro: FGV/CPDOC. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/constituicao-de-1937> . Acesso em:1 set. 2016
- CAPELATO, Maria H. R. **Propaganda política e controle dos meios de comunicação**. In: Dulce Pandolfi. (Org.). Repensando o Estado Novo. Rio de Janeiro: FGV, 1999, v., p.167-178.
- CAPELATO, Maria Helena. **O Estado Novo**: O que trouxe de novo?. In: FERREIRA, Jorge e DELGADO, Lucília de A. Neves (Org.) O Brasil Republicano – O Tempo do Nacional Estatismo: do Início da Década de 1930 ao Apogeu do Estado Novo. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 2003.

DOMENACH, Jean-Marie. **A Propaganda Política**. Ebooks Brasil, 2001. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/proppol.pdf> Acesso em: 28 abr. 2017.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. 2ª Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1995.

GARCIA, Nelson J. **Estado Novo, Ideologia e Propaganda Política**. São Paulo: Loyola, 1982.

GOMES, Ângela de Castro. **O mito Vargas**. Rio de Janeiro: Portal do CPDOC –FGV, 2004. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br>. Acesso em: 10 de nov. de 2016.

_____. **A invenção do trabalhismo**. 3ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

PASCHOAL, Francisco José. **Getúlio Vargas e o DIP: a consolidação do “marketing político” e da propaganda no Brasil**. 1º Simpósio do Laboratório de História Política e Social, v. 70, 2009.

PINHEIRO, Roseane Arcanjo. **Marketing Político na Era Vargas: perfil e estratégias de Lourival Fontes, o “Goebbels” brasileiro**. São Paulo: UMESP, 2008.

SANTANA, Samantha Perez de. **Getúlio Vargas, do homem ao mito político: a desconstrução de uma imagem (1930-1945)**. 2010. 134 f. Dissertação (Mestrado em História) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

SANTOS, Marco Antônio Cabral dos. **DIP: máquina de propaganda que conquista corações e controla mentes**. História Viva: Grandes Temas. São Paulo: Duetto, n.4, s/d. Edição especial temática: Getúlio Vargas, 2004, p.42-44.

SKIDMORE, Thomas E. **Brasil: De Getúlio a Castelo 1930-1964**. 7ª Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982, p. 21-71.

SILVA, Maciel Henrique e SILVA, Kalina Vanderlei. **Dicionário de conceitos históricos**. 2. ed., 2. reimpressão. São Paulo:Contexto, 2009

ANEXO

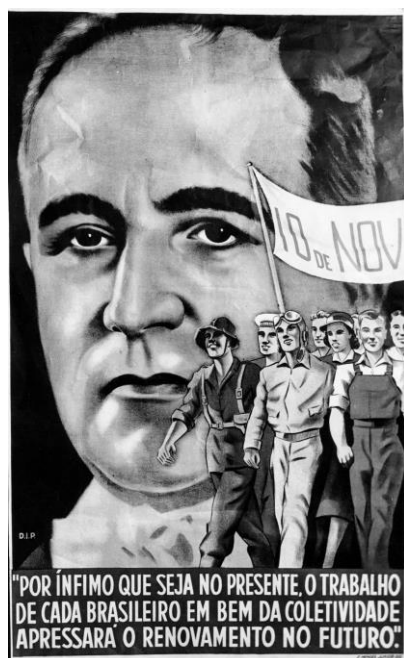


FIGURA 11 – Cartaz elaborado pelo DIP destacando as ações no dia comemorativo em 10 de novembro.

Fonte: Acervo do Arquivo Nacional.



FIGURA 12 – Cartão postal elaborado pelo DIP para ser distribuídos nos portos

Fonte: CPDOC/FGV.



FIGURA 13 – Painel com projetos do DIP localizado nas dependências do Palácio Tiradentes, RJ

Fonte: Acervo do Arquivo Nacional.

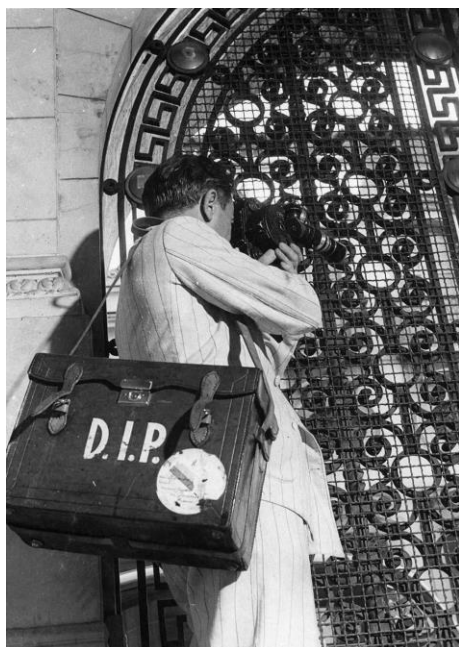


FIGURA 14 – Cinegrafista do DIP, RJ
Fonte: Acervo do Arquivo Nacional.



FIGURA 15 – "Anuário da Imprensa Brasileira",
Publicação em capa dura e ilustrada do DIP, 1941.
Fonte: Acervo Memorial da Democracia.



FIGURA 16 – Frota de veículos do DIP localizados na entrada Palácio Tiradentes, RJ
Fonte: Acervo do Arquivo Nacional.

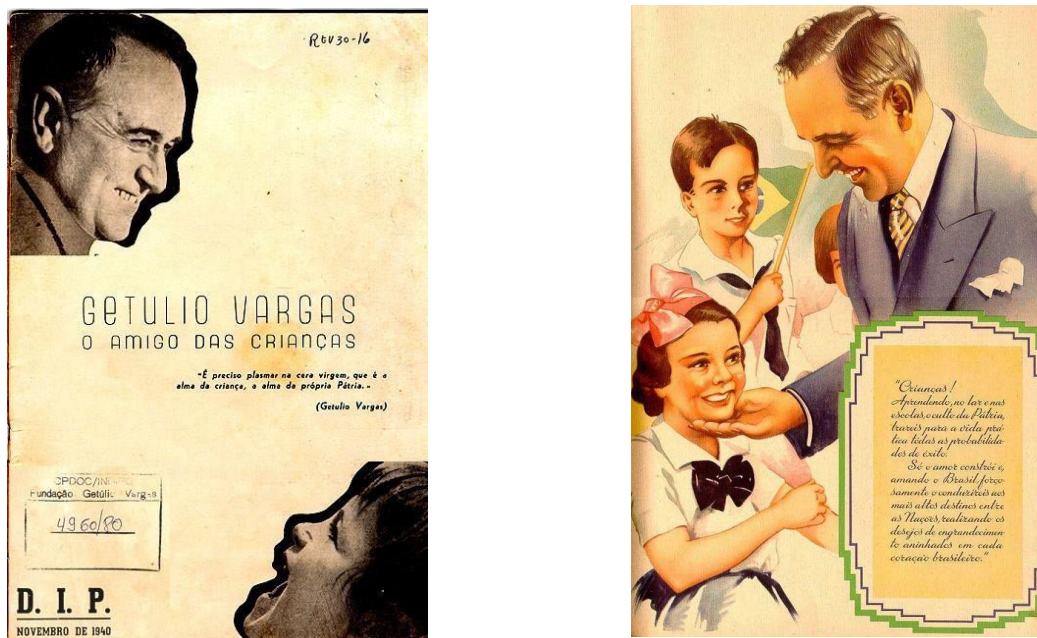


FIGURA 17 – Cartilha “Getúlio Vargas o amigos das crianças” produzida pelo DIP.

Fonte: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil/FGV



FIGURA 18 – Cartaz do DIP de 1943: os ataques dos submarinos alemães indignaram a população local.

Fonte: VILLA, Marco Antonio. O Brasil na II Guerra. foto: Agência Nacional.