

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

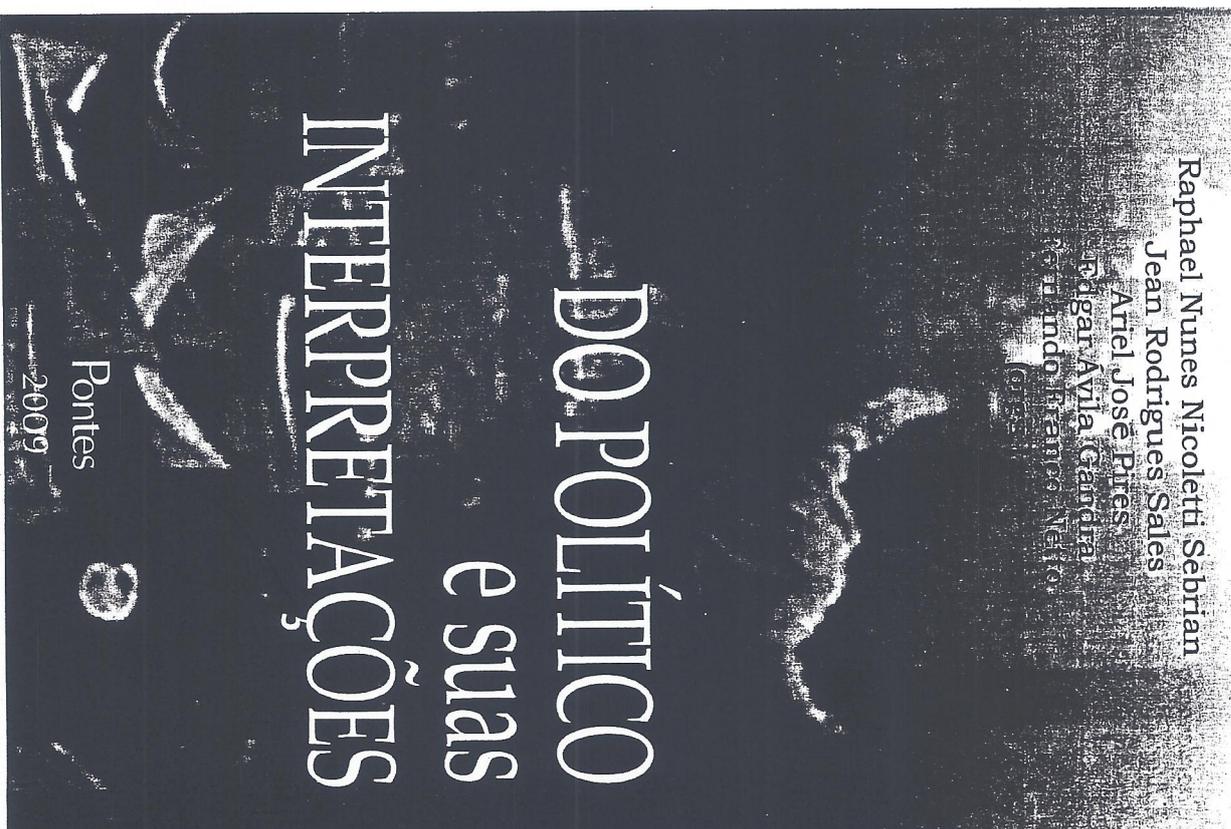
Sebrian, Raphael Nunes Nicoletti, (org.)
Do Político e suas interpretações - Raphael Nunes Nicoletti Sebrian (org.)
Campinas, SP: Pontes Editores, 2009.

Bibliografia.
ISBN 978-85-7113-292-4

I. Ciência política 2. História 3. Sociologia
4. Teorias políticas - ideologias I. Título
II. Raphael Nunes Nicoletti Sebrian, Jean Rodrigues Sales,
Ariel José Pires, Fernando Franco Netto, Edgar Ávila Gandra.

Índices para catálogo sistemático:

1. Ciência política 320
2. História 981
3. Sociologia 301
4. Teorias políticas - ideologias - 320.5



de estabelecer outros “focos de iluminação” para o movimento em tela, gostaríamos de convidar o leitor a se imiscuir nas fontes do movimento mineiro de 1788-1789. Para uma tentativa de reavaliação crítica de alguns temas caros aos seus protagonistas é preciso tentar perceber algumas sutilezas que se deixam entrever tanto no interior do discurso oficial e repressivo, quanto nas urdiduras da memória nacional. É preciso tentar investigar outras possibilidades interpretativas a partir de fragmentos, testemunhos, propostas e imagens que, embora presentes no universo sócio-econômico-cultural do século XVIII, foram esquecidas ou obscuridas no momento mesmo da repressão ao movimento.

O ESPETÁCULO DO PODER: POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA NOS FASCISMOS EUROPEUS E NOS POPULISMOS LATINO-AMERICANOS (1922 - 1955)¹

Wagner Pinheiro Pereira²

*“Sim, claro que é um melodrama!
Tudo na vida dos humildes
É melodrama... Melodrama de mau gosto, barato
e ridículo para os homens medíocres e egoístas.
Porque os pobres não inventam a dor –
Eles a suportam”.
Eva Perón*

O estudo da propaganda política e do controle dos meios de comunicação realizados pelos governos de Benito Mussolini (1922 - 1945), na Itália; de Adolf Hitler (1933 - 1945), na Alemanha; de Getúlio Vargas (1930 - 1945), no Brasil; e de Juan Domingo Perón (1946 - 1955), na Argentina, torna-se indispensável para delinear um quadro de referência da política de comunicação e dos órgãos estatais de propaganda dos fascismos europeus e dos populismos latino-americanos.

Neste sentido, privilegia-se analisar de que forma estes governos criaram sofisticados mecanismos estatais de propaganda e utilizaram-

¹ O presente texto é baseado nas pesquisas de minha autoria: “*Guerra das Imagens: Cinema e Política nos Governos de Adolf Hitler e de Franklin D. Roosevelt (1933 - 1945)*” (São Paulo: Dissertação de Mestrado - Depto. de História - FFLCH-USP, Orient: Profa. Dra. Maria Helena Rolim Capelato, CAPES, 2003. No prelo.) e “*O Império das Imagens de Hitler: O Projeto de Expansão Internacional do Modelo de Cinema Nazi-Fascista na Europa e na América Latina (1933-1955)*” (São Paulo: Tese de Doutorado em História Social - FFLCH-USP, Orient. Profa. Dra. Maria Helena Rolim Capelato, CNPq, 2008. No prelo).
² Doutor em História Social (FFLCH-USP). Professor da Coordenadoria Geral de Especialização, Aperfeiçoamento e Extensão da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (COGEAE/PUC-SP).

se da produção cultural, da educação e dos meios de comunicação para conquistar a adesão da sociedade em torno de um projeto político-pedagógico nacionalista, que visava "educar" as massas segundo os princípios ideológicos dos regimes fascista, nazista, varguista e peronista.

Tendo-se em vista que um governo de caráter totalitário e/ou autoritário precisa multiplicar esforços no campo da repressão e da informação para se apresentar como a melhor opção para seu país, os regimes fascistas e populistas utilizaram-se de diversos recursos para conseguir uma base popular extensa com uma intervenção ideológica decisiva, que visava conquistar os corações e as mentes das massas ao novo tipo de poder instaurado.

O exemplo dado pela Alemanha nazista, com a criação do *Ministerio Nacional para Informação Pública e Propaganda (Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda)*, foi assimilado pelos regimes populistas da América Latina, em especial o varguista e o peronista, onde Getúlio Vargas e Juan Domingo Perón se apresentavam como porta-vozes e guias dos interesses da "Nação". Procurando silenciar e reprimir quaisquer conflitos e manifestações de oposição, esses regimes negaram os princípios de liberdade de expressão e pluralidade da vida social, características das experiências democráticas, substituindo-os pela proposta de construção fictícia de uma sociedade unida e harmônica.

Os regimes fascistas e populistas buscaram, assim, mobilizar a sociedade através de uma política agressiva de comunicação, que almejava a homogeneização ideológica e subordinava a informação ao poder autoritário do Estado.

Propaganda política na Itália fascista (1922 - 1945)

"Pode-se conseguir sucesso com noventa e sete por cento de aplauso público e três por cento de realizações sólidas".

Benito Mussolini

A política de massas consolidada com a ascensão dos regimes fascistas, nas décadas de 1920 e 1930, empregou amplamente a propaganda para legitimar e reforçar seus ideais políticos. Sendo um dos pilares do poder nesse tipo de regime, a propaganda política ganhou importância no período entre guerras, momento marcado pelo avanço tecnológico dos meios de comunicação.

Na Itália, a fase inicial de implantação do regime fascista foi caracterizada pela utilização desordenada dos meios de comunicação. Em virtude desse despreparo inicial, o regime centrou sua ação em um

dos mais importantes aparelhos de propaganda de Estado: o sistema de ensino.

Desde 1922 o *Ministerio de Educação*, chefiado por Giovanni Gentile, passou a coordenar o afastamento de docentes contrários ao regime, a reformulação dos currículos escolares e a introdução das organizações da juventude fascista no cotidiano escolar. Os programas escolares tornaram-se veículos da doutrinação fascista. A guerra era glorificada e as crianças aprendiam que Mussolini tornara a Itália "a primeira nação do mundo". A educação visava gerar lealdade a Mussolini e à ordem fascista, e incutir o hábito da obediência cega. Para assegurar constantes legiões de jovens fascistas profundamente devotos, todas as crianças e adolescentes tinham de participar de uma série de organizações juvenis militaristas³. Para os adultos foram criadas instituições como as *Associações Corporativas* e o *Dopolavoro*⁴.

Em um nível mais elevado, os intelectuais também tiveram de aderir à ideologia do fascismo, que considerava a independência de pensamento como ameaça ao Estado. Para "curar" os intelectuais independentes e transformá-los em fascistas leais, Mussolini usou o seguinte critério: aqueles que seguiam a linha fascista recebiam títulos, privilégios, dinheiro; os que recusavam a fazê-lo freqüentemente eram presos ou exilados. Para os artistas, arquitetos e escritores, o Estado fascista preservou os estilos artísticos aceitáveis que deveriam promover o novo regime.

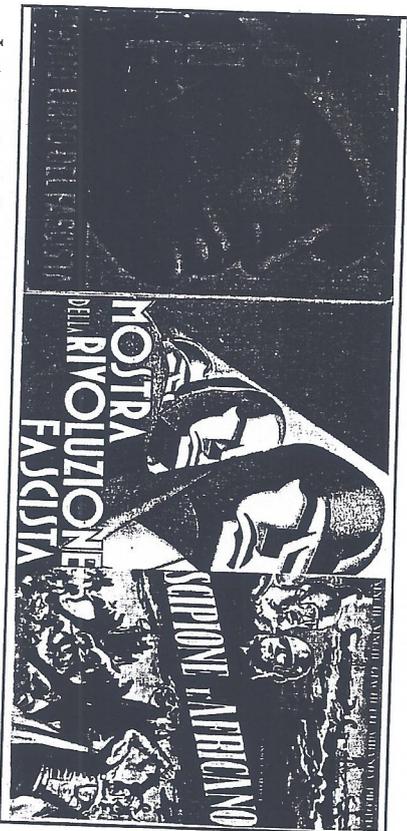
No âmbito da produção ideológica, enquanto os propagandistas mais tradicionais do fascismo pregavam o culto à história romana, às normas do corporativismo e do Estado Corporativo, incentivando a ação do *Instituto Nacional Fascista de Cultura (Istituto Nazionale Fascista di Cultura)*, criado em 1925 por Giovanni Gentile, os jovens idealizadores do regime criavam a "mistica fascista", onde a tônica reside no culto a Mussolini e na exaltação do espírito bélico da raça italiana, na violência e na convocação para a guerra. Dessa forma, a história italiana foi reescrita para servir ao Estado fascista. Ao comparar a Itália fascista com

3 Nas escolas as práticas fascistas iniciavam-se desde cedo: aos 4 anos, o menino era levado a participar do grupo *Filhos da Loba (Figli della Lupa)*, nome mitológico de clara alusão à mística da fundação de Roma. Aos 8 anos transformava-se num *Balilla*, designação retirada do nome de um jovem genovês, Giovanni Batista Perasso, de alcunha Balilla, que em 1746 dera o sinal para a revolta contra os austríacos que ocupavam o território. Aos 14 anos os jovens eram convertidos em *Avanguardisti*, e aos 18 anos, em membros da Juventude Fascista, os *Giovanni Fascisti*; e na universidade eram levados a participar dos *Grupos Universitários Fascistas (Gruppi Universitari Fascisti)*. No meio feminino havia uma hierarquia idêntica: *Figlie della Lupa*, *Piccole Italiane* e *Giovani Italiane*.

4 Instituição que controlava as atividades de lazer do povo e buscava congregar os trabalhadores em torno do ideal de vida fascista.

a Roma Antiga e Mussolini com Júlio César, as autoridades ditatoriais procuravam convencer os italianos de que restabeleciam a grandeza e a glória dos Césares. Um dos meios de difundir essas idéias e imagens foi através da realização de exposições, dentre as quais destacou-se a *Mostra da Revolução Fascista*, comemorativa do décimo aniversário da tomada de poder pelos fascistas em 1922. Esta exposição, aberta ao público de 1932 a 1934, destinava-se a demonstrar plasticamente “a formação fascista segundo a vontade e o espírito do *Duce* (*Lider*)”.

Com a consolidação do regime fascista, a máquina de propaganda foi gradativamente organizando-se e tomando-se presente no cotidiano da sociedade italiana, seja pelo uso da censura e do controle da informação, ou pela divulgação da sua ideologia.



Instrumentos do Poder: cartilha escolar “Il Primo Libro Del Fascista”, cartaz de divulgação da “Mostra da Revolução Fascista” e cartaz do filme “Cipião, o Africano” (1937) disseminando o culto ao Duce e a obediência ao regime fascista.

A imprensa foi um meio de comunicação vital para os fascistas. O próprio Mussolini havia sido jornalista⁵ e muitos outros jornalistas trabalharam como propagandistas e funcionários do *Partido Nacional Fascista* (PNF). No regime fascista a imprensa tornou-se uma poderosa arma de propaganda do Estado: notícia e informação deveriam servir como instrumentos de desenvolvimento e modelagem da consciência nacional. A imprensa italiana tornou-se, assim, um privilegiado canal, através do qual o regime transmitia às massas as linhas de sua política interna e externa, conforme pode ser atestado no discurso proferido por Mussolini em 10 de outubro de 1928:

5 Foi editor do jornal *Avanti!*, órgão oficial do Partido Socialista Italiano, e proprietário do *Il Popolo d'Italia*.

O jornalismo, mais do que uma profissão, tornou-se uma missão de grande importância porque na época contemporânea, depois da escola que instrui as novas gerações, é o jornalismo que circula entre as massas encarregando-se de sua informação e formação.

Em 1924 foi instituído o decreto sobre a imprensa que deu aos presidentes das câmaras das províncias italianas o poder de confiscarem jornais que publicassem notícias contrárias à ideologia vigente e aos interesses do regime. Dois anos mais tarde, com a promulgação das “Leis de Defesa do Estado”, conhecidas por “Leis Fascistíssimas”, nenhum jornal conseguiu circular sem possuir uma licença própria fornecida pelo Estado, e a *Federação da Imprensa Italiana*, até então um poderoso organismo que congregava os principais diretores de jornais da Itália, passou para o controle do Sindicato Nacional Fascista de Periódicos.

O controle sobre a imprensa foi intensificado com a criação do *Ministério para Imprensa e Propaganda* (*Ministero per la Stampa e la Propaganda*) e a partir da década de 1930 não existiu mais imprensa assunidamente de oposição na Itália. As informações sobre crimes, atos de oposição, regimes estrangeiros contrários ao fascista, posturas religiosas contrárias à Igreja de Roma ou notícias sobre atentados sexuais, homossexualismo, foram alvos de corte sumário. Ao mesmo tempo, Mussolini tinha especial cuidado com as informações sobre sua vida pessoal. Seu gabinete enviava diariamente instruções para a imprensa. Devido a seu fetiche pela juventude, era proibida qualquer menção à sua idade, aos seus netos ou ao seu aniversário. Nada podia ser dito sobre suas úlceras ou sobre o fato de que enxergava mal. Os jornais eram informados se podiam ou não comentar seus discursos e, se pudessem, o que deveriam dizer. Entre 1937 e 1938 foram expedidas mais de 4.000 ordens de censura e postas em prática 400 sanções contra jornais que não haviam obedecido a estas ordens. Apesar disto, nem os jornais do partido, como *Il Popolo d'Italia*, conseguiram aumentar suas tiragens, e alguns periódicos como o *Corriere della Sera*, tentavam manter, na medida do possível, uma linha de não veneração absoluta da obra do *Duce*.

O rádio converteu-se em um dos principais meios de comunicação de massas da Itália na década de 1930. O número de aparelhos de rádio era em 1932 de 305.120, em 1935 de 530.000 e em 1938 de 1.000.000. Em 1928, o regime fascista outorgou a E.I.A.R. (*Ente Italiano Aziazione Radiofoniche*), uma corporação pública controlada pelo Estado, o monopólio sobre todas as transmissões radiofônicas na Península Itálica. Em 1930, todas as grandes cidades tinham sua emissora e, em 1933, todos os programas importantes eram transmitidos pela rede nacional. Além disso,

o Partido Nacional Fascista criou um departamento radiofônico para as zonas rurais, a *Ente Radio Rurale*, e fez um esforço para proporcionar mais aparelhos de rádio às zonas rurais.

A variada programação radiofônica incluía emissões dedicadas às canções populares, música clássica, ópera, drama, séries de comédias populares, o *Giornale Rádio*, noticiário diário que contava entre os seus locutores, colaboradores como o intelectual Filippo Tommaso Marinetti, e toda uma série de programas voltada para doutrinar e "integrar" o público infantil como *Avó e Tia Rádio* (*Nomo y Zia Radio*) e *Mago Azul* (*Mago Bini*), que contavam histórias de cunho fascista para as crianças, e *O Amigo Balilla* (*Il amico Balilla*), programa de vinte minutos em que crianças de sete e oito anos compartilhavam suas aventuras e esperanças com os ouvintes. Para o público adulto, o programa de rádio mais influente era "Crônicas do Regime", o noticiário noturno de quinze minutos sobre os acontecimentos do dia⁶.

O Estado fascista demonstrou ainda um interesse especial pelo cinema. O projeto de organização da indústria cinematográfica italiana para fins educacionais e propagandísticos começou a ser planejada bem cedo: *A União Cinematográfica Educativa* (*L'Unione Cinematografica Educativa*), a L.U.C.E., foi instituída em 1924; a *Federação Fascista das Indústrias de Espetáculos*, em 1925, e a *Lei de Ajuda da Produção Cinematográfica*, em 1931. Mussolini potencializou o Festival de Veneza, criado em 1932; apropriou-se da produtora L.U.C.E.; fundou em 1935 o *Centro Experimental de Cinematografia* (*Centro Sperimentale de Cinematografia*); instituiu também a *Entidade Nacional de Indústria Cinematográfica* (*L'Ente Nazionale Industrie Cinematografiche - ENIC*), uma iniciativa do Estado fascista de outorgar créditos, subsídios e prêmios aos produtores e distribuidores de filmes; e, finalmente, em 1937, inaugurou os estúdios da *Cinecittà* (*Cidade do Cinema*), a versão italiana de *Hollywood*, declarando ser "o cinema a arma mais forte do regime fascista".

Em 24 de setembro de 1934, o regime fascista criou a *Direção Geral para Cinematografia* (*Direzione Generale per la Cinematografia*), nomeando o jornalista Luigi Preddi seu diretor. Esta ficou sob os auspícios do *Ministério para Imprensa e Propaganda*, dirigido pelo cunhado de Mussolini, Galeazzo Ciano. Este *Ministério* objetivava a maior centralização e coordenação da autoridade estatal nos assuntos culturais. Embora o jor-

nalismo fosse a sua arma fundamental, ele supervisionou a administração de mais de dezesseis instituições culturais. Em 1936, o *Ministério* passou a ser dirigido por Dino Alfieri, um fascista fervoroso que valorizava o papel da propaganda. No ano seguinte, sofreu uma alteração no nome e na orientação, passando a ser chamado *Ministério de Cultura Popular* (*Ministero della Cultura Popolare*), mais conhecido como *Miniculpop*.⁸ Este órgão tinha como finalidade exercer um importante papel na vida cotidiana dos cidadãos italianos. Enquanto seu maior foco de atenção, até aquele ponto, havia sido a censura, a partir de então operaria mais como um coordenador da cultura popular. Esta mudança assinalou uma substituição na política cultural fascista: ao invés de focalizar a atenção somente na representação estática dos desvios culturais, a nova agenda enfatizava a construção dinâmica de uma nova cultura fascista, na qual o cinema desempenharia um papel central.

Um exemplo de como o cinema tornou-se uma ferramenta através da qual o regime promulgou sua política foi o idioma. A padronização da linguagem, comandada por Achille Starace, tornou-se um componente integral da unificação nacional. A tentativa de eliminar o uso regional de dialetos em favor do italiano "padrão", descontinuando o "padrão" dos barbarismos e substituindo, nas situações formais, o pronome pessoal "Voi" no lugar do "Lei" (abominado pelo regime por ser considerado um pronome ambíguo, servil e de origem espanhola); tudo isso objetivava purificar o espírito italiano e abolir as diferenças. Essas iniciativas afetaram diretamente o cinema: a pronúncia toscana, de acordo com o uso do florentino como italiano, tornou-se a forma regular. A *Direção Geral para Cinematografia* proibiu o uso de dialetos nos filmes em 1934, e *Voi* tornou-se o pronome de preferência em 1937⁹.

O momento de maior presença do Estado fascista no cinema ocorreu com a criação do *Instituto Nacional L.U.C.E.* (*Istituto Nazionale L.U.C.E.*), uma entidade destinada à produção oficial do *Cinegiornali* (*Cinejornal*) e de alguns documentários marcadamente ideológicos.

Em linhas gerais, os cinejornais semanais eram estruturados da seguinte forma: o primeiro acontecimento que se apresentava era geralmente alguma informação internacional, seguida por assuntos esportivos, ou um esportivo e outro sobre algum assunto tipicamente italiano; havia sempre algum acontecimento relacionado ao *Duce*, ao secretário do

6 Cf. TANNENBAUM, Edward R. *La experiencia fascista. Sociedad y cultura em Itália (1922 - 1945)*. Madrid: Alianza, 1975. pp.305-306.

7 Apud. GILL, Jean. *L'Italie de Mussolini et son cinéma*. Paris: Henri Veyrier, 1985. p.103.

8 O *Ministério para Imprensa e Propaganda* / *Ministério de Cultura Popular* foi dirigido por Gaetano Polverelli (1932 e após 1943), Galeazzo Ciano (1933 - 1936), Dino Alfieri (1936 - 1939) e Alessandro Pavolini (1939 - 1943).

9 Sobre o emprego dos dialetos no cinema ver: FABRIS, Mariarosaria. *O neo-realismo italiano: uma leitura*. São Paulo: Edusp-Fapesp, 1996. pp.71-73 e 98-100.

Partido Nacional Fascista ou uma cerimônia pública em que aparecia um deles ou a família real; as últimas imagens apresentavam a beleza de certos animais ou crianças, ou alguma cena do mundo do espetáculo. Havia também a presença da voz de um narrador, com estilo de radialista, sempre muito cortante e militar, à maneira dos cinejornais norte-americanos *The March of Time (A Marcha do Tempo)*¹⁰.

Mussolini buscou obter também um poderoso cinema de entretenimento popular que rivalizasse com *Hollywood* em termos de narrativa e sofisticação estilística. Como a discussão de assuntos contemporâneos foi acompanhada de uma vigilante censura, o resultado foi a proliferação de entretenimentos escapistas, os chamados filmes de “*telefone branco*” (*telefoni bianchi*)¹¹.

No caso dos filmes de propaganda explícita podem ser distinguidos cinco temas principais e recorrentes nos seus enredos: 1) a exaltação do fascismo; 2) o nacionalismo; 3) o militarismo; 4) o colonialismo e o imperialismo; 5) o anticomunismo.

A partir da década de 1930 foram produzidos inúmeros filmes de propaganda, tais como: *1860 (1860)*, dir. Alessandro Blasetti, 1933), que transportou para as telas de cinema a epopéia garibaldiana, mostrando-a como antecedente da revolução dos fascistas; *Camicia Nera (Camicia nera)*, dir. Giovacchino Forzano, 1933), uma produção comemorativa dos dez anos da “Marcha sobre Roma”, que tinha o propósito de apresentar uma síntese histórica da ascensão dos fascistas; e *Velha Guarda (Vecchia guardia)*, dir. Alessandro Blasetti, 1934), que exaltava o *squadristo* numa pequena cidade contra o “perigo vermelho”, antes da chegada dos fascistas ao poder.

No entanto, os filmes de propaganda não agradaram o público italiano, o que acabou levando o governo a evitar a produção de novas “epopéias fascistas”. Assim, buscou-se relacionar as conquistas fascistas com os grandes feitos da Roma Antiga. Essa temática encaixava-se com os projetos imperialistas de Mussolini que conseguiram arrastar o país

10 Informações extraídas de: TANNENBAUM, Op.cit., pp.309-310.

11 Os filmes de “*telefone branco*” eram inspirados, sobretudo, no cinema alemão daquela época, que retomava, em chave moderna, as fórmulas das operetas. Ambientados em terras distantes e exóticas para o público italiano – como a Hungria, por exemplo, –, com seus luxuosos cenários e personagens sempre bem vestidos, com seus inevitáveis quiprocús, foram assim chamados porque o telefone, pintado de branco, era o meio escolhido pelos protagonistas para se comunicarem entre si. São típicos dessa produção: *A Secretaria Privada (La Segretaria Privata)*, dir. Goffredo Alessandrini, 1931); *A Telefonista (La Telefonista)*, dir. Nunzio Malasomma, 1932); *O Senhor Max (Il Signor Max)*, dir. Mario Camerini, 1937); *A Amante Secreta (L'amante segreta)*, dir. Carmine Gallone, 1941), etc. Apud. FABRIS, Op.cit., pp.87-88.

a uma série de lutas sem grandes benefícios. Um filme exemplar desse imperialismo colonial foi: *Cipião, o Africano (Scipione l'Africano)*, dir. Carmine Gallone, 1937), que procurava traçar um paralelo histórico entre as conquistas fascistas na África com a incursão da Roma Antiga nas Guerras Púnicas.

Durante a Segunda Guerra Mundial foram produzidos diversos filmes dedicados à glorificação do soldado e à exaltação da preparação bélica das forças armadas: *Esquadrão Branco (Squadrone bianco)*, dir. Augusto Genina, 1936) tinha como protagonistas os soldados italianos que lutavam na Líbia; *Luciano Serra, piloto (Luciano Serra, pilota)*, dir. Goffredo Alessandrini e Vittorio Mussolini, 1938) exaltava o heroísmo dos aviadores italianos através das aventuras do piloto Luciano que, após a Primeira Guerra Mundial, decidiu atuar em números aéreos circenses na América do Sul. No entanto, mais maduro, o herói egoísta é redimido pelo seu patriotismo e decide retornar à Itália e marchar como soldado voluntário para a Guerra da Etiópia, e; *O Homem da Cruz (L'Uomo della Croce)*, dir. Roberto Rossellini, 1942) contava a história de um padre italiano que na frente russa pegou em armas para combater ao lado dos fascistas. Tais filmes são reveladores do esforço do Estado para que os italianos acompanhasssem, adormecidos em um falso sentimento de segurança e de orgulho nacional, a chamada em prol do ideário e da ação do fascismo.

Propaganda política na Alemanha nazista (1933 - 1945)

“O primeiro fundamento para a formação do princípio da autoridade consiste sempre na popularidade”. [...]“Assim, como logo cedo tornei-me revolucionário, também tornei-me artista”.

Adolf Hitler

A propaganda exerceu um papel fundamental no processo de consolidação política do *Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães (Nationalsozialistische Deutsche Arbeiter Partei – NSDAP)*, mais conhecido como *Partido Nazista*, na Alemanha. Para Adolf Hitler, em sua obra autobiográfica “*Mein Kampf*”, a propaganda deveria ser simples, emotiva e popular, elaborada de modo a levar em conta o limite das faculdades de assimilação do mais limitado dentre aqueles a quem ela deveria se dirigir. Afinal, segundo ele, a faculdade de assimilação das massas é muito limitada, sua compreensão muito modesta e grande a sua falta de memória. Dessa forma, toda propaganda deveria restringir-se a pouquíssimos pontos, repetidos incessantemente pela ação de formas estereotipadas, até que o último dos ouvintes estivesse em

condições de assimilar a ideia. O essencial da propaganda era atingir o coração das massas, compreender seu mundo maniqueísta e representar seus sentimentos. Essa seria uma das razões do êxito da propaganda nazista em relação às massas alemãs: predomínio da imagem sobre a explicação, do sensível sobre o racional¹². Neste aspecto, os nazistas elaboraram uma síntese de todas as técnicas de manipulação da opinião até então existentes — incluindo desde elementos da mitologia germânica e da liturgia católica até as técnicas modernas de agitação comunista e do estudo da psicologia de massas —, que somada ao controle estatal dos meios de comunicação, possibilitou condicionar homens e mulheres, de modo a transformá-los em autómatos do Estado.

Em 13 de março de 1933, Adolf Hitler criou o mais sofisticado órgão estatal de propaganda, o *Ministério Nacional para Informação Pública e Propaganda*, que ficou sob o comando do Dr. Joseph Goebbels, o responsável pela “direção espiritual da nação”. Neste cargo, Goebbels centralizou e assumiu o controle dos principais meios de comunicação capazes de influenciar a opinião pública, passando a dominar não somente a propaganda do Estado, mas a forma com que todas as informações chegavam à população e todas as manifestações ligadas à vida cultural da Alemanha nazista, através das sete câmaras — cinema, literatura, teatro, música, artes plásticas, imprensa e rádio — vinculadas a *Câmara Nacional de Cultura (Reichskulturkammer)* e chefiadas por dirigentes de sua confiança e a ele hierarquicamente submetidos.

A partir de então, a propaganda nazista tornou-se onipresente em toda Alemanha, tendo a “missão” de difundir a ideologia oficial do Estado através de vastos recursos: imprensa, rádio, cinema, literatura, teatro, música, arquitetura, artes plásticas, revistas, livros educacionais, cartazes, exposições¹³, concentrações públicas, etc. Através desses

- 12 HITLER, Adolf. *Minha Luta / Mein Kampf*. São Paulo: Editora Moraes, 1983. p.121.
- 13 Dentre as exposições mais importantes realizadas pelo regime nazista cabe destacar a exposição “Entartete Kunst” (“Arte Degenerada”) inaugurada em 19 de Julho de 1937, como “complemento de contraste” da exposição “Große Deutsche Kunst” (“Grande Arte Alemã”). Essa exposição continha 650 pinturas, esculturas, gravuras e livros que, anteriormente, encontravam-se em 32 museus públicos da Alemanha. Ela foi organizada em sete salas compostas dos seguintes temas: “desonra da religiosidade”, “expressões da alma judaica”, “arte abstrata”, “primitivos”, “desonra da mulher alemã”, “o ideal: cretino e prostituta” e “loucura como método/louco a qualquer preço”. Durante os quatro meses que durou a exposição, calcula-se que ela foi visitada por 2 milhões de pessoas. Depois ela percorreu, durante três anos, treze cidades alemãs e austríacas, sendo então vista para mais um milhão de pessoas até 1941. Nenhuma outra exposição de arte moderna teve tanto sucesso. Por fim, grande parte das suas obras foi destruída ou leiloadas no exterior. Continuamos, no entanto, sem saber o que realmente pensava a maioria dos visitantes sobre a arte de vanguarda exposta.

aparatos culturais, o Estado nazista difundiu as seguintes mensagens: o culto ao líder Adolf Hitler; a ideia de pureza da raça superior; a substituição do individualismo pelo coletivismo; a valorização da Nação como bem supremo; a exaltação do trabalho; a eliminação dos conflitos sociais pela cooperação entre as classes; a organização da família como esteio da ordem social; a preparação da mulher para reprodução da raça; a formação do “homem novo” e da sociedade perfeita: ordeira, harmônica e coesa; a criação de estereótipos dos inimigos da nação, que apontavam o comunismo como o mal ameaçador dos ideais da civilização ocidental e acusavam os judeus de terem planos de dominação mundial.



Instrumentos do Poder: Livro “Minha Luta” (“Mein Kampf”), catálogo da exposição “O Judeu Eterno” e cartaz do filme “Hans Westmar” (1933), materiais propagandísticos que exaltavam o culto ao Führer e os ideais do regime nazista.

Desde a formação do movimento nazista, Hitler considerava que a imprensa alemã seria uma das principais armas na batalha para a conquista e manutenção de poder na Alemanha. Por isso, juntamente com rádio, cinema, música, teatro, esportes, arte, educação e literatura, toda a imprensa do III Reich foi inserida no processo de “alinhamento” (*gleichschaltung*), através do qual era realizada a nazificação das instituições do Estado e da sociedade alemã. No entanto, a imprensa constituía-se num dos múltiplos campos de ação privilegiados por Goebbels, cujo poder se chocava na dupla rivalidade de Otto Dietrich, o chefe de imprensa do *Partido Nazista*, e de Max Amann, diretor do grupo de imprensa nazista *Eher*, que contavam com o apoio do *Führer*.

A imprensa foi controlada por um conjunto de leis, de medidas e de iniciativas financeiras. O primeiro passo foi a interdição e o confisco quase imediato dos jornais comunistas e socialistas. Logo em seguida a *Associação Nacional de Imprensa* foi submetida à presidência de Otto Dietrich. Já a criação da *Câmara Nacional de Imprensa*, presidida por Max Amann — aqui subordinado a Goebbels —, possibilitou controlar o conjunto da profissão, desde o tipógrafo até os redatores chefes e os editores de jornais.

As leis e decretos asseguraram a legalidade do sistema: a *Lei sobre a Imprensa Nacional*, de 4 de outubro de 1933, afirmava que a imprensa era missão pública cujos direitos e deveres deviam ser regulamentados pelo Estado e chamava para uma “limpeza racial” no jornalismo. Os jornais foram expurgados de todos os jornalistas “não-arianos”. Os jornalistas que permaneceram tiveram de passar por uma série de testes para provar a cidadania alemã e que não possuíam laços matrimoniais com judeus. Esperava-se ainda deles que fossem simpáticos à causa nazista. Por fim, os nazistas realizaram a apropriação das próprias fontes de informação e da maioria dos jornais alemães. No processo de expurgo empreendido, esta ação representou também a expropriação de jornais pertencentes aos judeus. A pressão imposta obrigou os proprietários judeus a venderem tudo. Se eles se recusassem a ceder o controle, seus jornais eram banidos por algum tempo, até que eles fossem levados à ruína. Neste sentido é notório o fato de Max Amann ter comprado por um preço irrisório os jornais da Casa Judia Allstein e constituído em volta da Eher, a editora do *Partido Nazista*, um dos maiores impérios editoriais da época.

Três medidas, em particular, permitiram a Goebbels submeter à imprensa alemã ao controle direto do governo nazista. Em primeiro lugar, fundiu as várias agências noticiosas alemãs num único departamento oficial, o *Bureau Alemão de Notícias* (*Deutsches Nachrichtenbüro* — DNB), estabelecendo, assim, o monopólio das notícias. Em segundo lugar, a promulgação da *Lei sobre a Imprensa Nacional* (1933), afirmava que os jornalistas alemães passavam a ser diretamente responsáveis perante o Estado e não mais aos seus diretores. O artigo 22 introduzia o princípio da responsabilidade coletiva na imprensa, ou seja, o conjunto dos redatores deveria cuidar para que cada colega cumprisse seu dever: era a melhor maneira de instituir a autocensura. A terceira medida, introduzida no verão de 1933, consistia nas “conferências para a imprensa”, que Goebbels concedia diariamente aos editores alemães no *Ministério da Propaganda*. Essas conferências eram precedidas por outras, departamentais, nas quais Goebbels determinava, precisamente, os tópicos e a atitude a serem adotadas em cada questão. Eventuais contravenções

às diretrizes do *Ministério da Propaganda* podiam ser submetidas a processos, os quais, com auxílio de um bloco de parágrafos da legislação criminal alemã, culminavam numa acusação de traição.

O resultado de todas essas iniciativas foi o desenvolvimento espetacular da imprensa nazista e o colapso da imprensa independente. Devido ao monopólio do Estado sobre a imprensa, os jornais controlados pelos nazistas, no início, renderam financeiramente. O *Völkischer Beobachter* (*Observador Popular*), que havia sido adquirido pelo *Partido* no início da formação do movimento, tomou-se, a partir de então, o jornal oficial mais importante do III Reich. Editado por Alfred Rosenberg, o principal ideólogo e filósofo do *Partido Nazista*, ele surgiu em Munique como um jornal matutino e foi distribuído por todo o país em várias edições. Já o jornal *Der Angriff* (*O Ataque*), fundado por Goebbels, era uma publicação vespertina de Berlim. Capitalizando o alto nível que a imprensa alemã havia alcançado previamente nos países estrangeiros, Goebbels manteve o nome, o formato e a aparência geral de alguns dos jornais mais antigos. Ao mesmo tempo, estava atento para que suas colunas editoriais refletissem a política nazista.

Houve nessa época uma proliferação de jornais pornográficos, dentre os quais *Der Stürmer* (*A Tempestade*), editado pelo anti-semita Julius Streicher, era o mais notório desses folhetos de escândalo. Este jornal, apesar das críticas de Goebbels, contou com o apoio de Hitler, que lia cada edição, devido principalmente ao persistente ataque fanático do jornal aos judeus e a suas caricaturas de “tipos judaicos”. Em 26 de maio de 1940, Goebbels fundou *Das Reich* (*O Império*), uma publicação semanal para a qual ele escreveu apenas dois artigos principais.

Apesar da perspicácia de Goebbels em relação à imprensa, a política nazista levou a uma diminuição considerável de jornais durante o III Reich, devido à censura, homogeneização dos conteúdos e também devido à lei que restringia aos cidadãos a condução de órgãos de imprensa. Nos primeiros anos do nazismo, cerca de mil jornais alemães foram retirados de circulação. O número total de jornais caiu de 4.700, em 1933, para 1.000, em 1944; o dos jornais nazistas cresceu de 436 a 800¹⁴. Não obstante, a imprensa perdeu todo o interesse, e a tiragem caiu abruptamente. O público leitor gradualmente percebeu que não havia jornais independentes na Alemanha e que teria de aceitar a “dieta” de propaganda nazista.

Enquanto no setor de imprensa, o controle de Goebbels era limitado pela existência de Dietrich e de Amann, no domínio da radiofusão, era o único mestre e diretor, comprovando os seus amplos talentos de

14 Cf. HALE, O. I. *The Captive Press in the Third Reich*. Princeton, NJ, 1964.

propagandista. Visto que as transmissões radiofônicas na Alemanha sempre estiveram sujeitas a algum grau de controle governamental, Goebbels passou a colocar, sistematicamente, as estações transmissoras sob o controle nazista, expurgando aqueles que se recusavam obedecer a suas diretrizes, e substituindo-os por seus comparsas. Além disso, tendo descoberto a utilidade política do rádio, provou ser um soberbo profissional da radiofusão política. Se, pessoalmente, a oratória de Hitler era contagiante, a projeção de sua mensagem messiânica pelo rádio não alcançava o mesmo resultado. Goebbels, ao contrário, fascinava os ouvintes com seu estilo brilhante, de tal simplicidade que tornava sua mensagem compreensível a todos. Além disso, possuía um senso de humor que faltava a Hitler.

De qualquer forma, Hitler estava consciente da importância do rádio para fins políticos. Em suas conversas com Herman Rausching, o ditador afirmou:

Há um meio mais eficaz que o terror: é a transformação metódica da mentalidade e da sensibilidade das multidões. É uma espécie de propaganda mais fácil na nossa época porque dispomos do rádio¹⁵.

Em outra ocasião confessou:

Sem alto-falantes não teríamos conseguido conquistar a Alemanha¹⁶.

O conhecimento do poder de persuasão do rádio foi dominado por Goebbels, que declarou:

O rádio será algum dia o grande educador dos povos [...] temos a convicção de que necessariamente o rádio deva acolher uma tendência, uma vontade; a este motor acústico, há que dar impulso moral, ao serviço da causa e não tratar de esconder-se detrás dela¹⁷.

Era necessário, porém, que os aparelhos de transmissão radiofônica fossem acessíveis ao consumidor. Para isso, o *Ministério da Propaganda* incentivou ao máximo a distribuição de aparelhos de rádio, promovendo doações ou venda a preços reduzidos e subsidiando a sua compra através do *Volksempfänger (rádio do povo)*, um receptor popular cuja produção alcançou seis milhões de unidades em 1936. Através dessa política de

fabricação maciça de rádios baratos, a audiência radiofônica quadruplicou entre 1933 e 1939.

A partir de 1933 foi introduzida a instalação compulsória de rádios com alto-falantes em restaurantes, fábricas e na maioria dos locais públicos, e a instauração da figura do "Guarda do Rádio", cuja função era fiscalizar se isso estava sendo cumprido. O rádio difundia os discursos dos líderes nazistas, repetindo lemas e ordens do *Partido*, que eram programados no horário de trabalho, obrigando as empresas e fábricas a suspenderem as atividades para que os trabalhadores pudessem ouvi-los. O rádio foi ainda uma arma de propaganda de guerra, através das transmissões radiofônicas destinadas às populações de língua alemã em outros países. Em 1933 havia uma estação de ondas curtas transmitindo para fora do país. Dez anos mais tarde, o número delas aumentara para 130 estações, que transmitiam, diariamente, 279 boletins de notícias em 53 línguas.

Além disso, sob o nazismo, ocorreu a fusão das agências noticiosas numa só, oficial, também controlada pelo governo em suas várias instâncias. Isto marcou o fim da autonomia das pequenas rádios locais e a concentração de todas as emissões a partir do *Centro de Emissões de Ordens (Belehsszentrale)*. O *Ministério da Propaganda* controlava a organização e a seleção dos locutores radiofônicos; exigia ainda um exame para fornecer certificados de competência e era necessário pertencer ao *Partido Nazista* para poder trabalhar nas emissoras. A programação de rádio, habilmente concebida por Goebbels, incluía, além da reprodução de discursos e informações sobre atos e realizações políticas, música clássica ou popular, programas culturais e de entretenimento e um noticiário noturno. Alitava-se, assim, propaganda e diversão.

O regime nazista agiu de forma ainda mais significativa no campo das produções cinematográficas. Antes mesmo de 1933, Hitler e Goebbels, percebendo a dimensão do impacto do cinema na veiculação das mensagens nazistas, incentivaram a produção dos primeiros filmes de propaganda: *O Congresso do NSDAP em Nuremberg (Parteiag der NSDAP in Nürnberg, 1927)*, *Chegam os Soldados Marrons de Hitler (Hitlers Braune Soldaten Kommen, 1930)*, *A Juventude Hitlerista nas Montanhas (Hitlerjugend in den Bergen, 1932)*, *Hitler sobre a Alemanha (Hitler über Deutschland, 1932)*, *Alemanha Desperta! (Deutschland erwacht!, 1933)*, entre outros.

A partir de 1933, aprofundando as perseguições e os expurgos ocorridos em toda a Alemanha, o *Partido Nazista* iniciou uma caça às bruxas no meio cinematográfico. Foram obrigados a deixar o país, entre outros, Fritz Lang, Karl Freund, Carl Meyer, Billy Wilder, Erich Pommer,

15 RAUSCHING, Herman. *Hitler me dijo*. Buenos Aires: Hachette, 1940. p.234.

16 Apud. GUERIN, Daniel. *Fascisme et grand capital*. Paris: Gallimard, 1936. p.58.

17 KRISS, Ernest. "The Danger of Propaganda". In: *The American Imago*. Vol. II, n.º1. Boston: Hans Sachs, 1941. p.45.

Peter Lorre, Max Ophüls, Slatan Dudow, Max Reinhardt, Anatole Litvak e Detlef Sierck. Além disso, a política cinematográfica do III Reich baseou-se na progressiva estatização da indústria, que começou em 1933 e culminou em 1942, momento em que após um contínuo processo de absorção das companhias e estúdios cinematográficos, o Estado assumiu o controle total da produção cinematográfica na Alemanha. No entanto, é importante destacar que, submetido às leis de mercado e seguindo a orientação de Goebbels, a maior parte da produção cinematográfica alemã foi dedicada ao entretenimento, sendo filmes aparentemente neutros e desprovidos de ideologia, mesmo quando diluíam em seus enredos alguma mensagem nazista.

As três primeiras produções cinematográficas nazistas – *O Jovem Hitlerista Quer* (Hilferjunge Quex, dir. Hans Steinhoff, 1933), *O SA Brand* (SA-Mann Brand, dir. Franz Seitz, 1933) e *Hans Westmar – Um dentre muitos* (Hans Westmar – Einer von Vielen, dir. Franz Wenzler, 1933) – foram filmes partidários e patrióticos, apresentando os comunistas e os judeus como os seus maiores inimigos. O “bem” e o “mal” eram ordenados de modo a provocar violentas emoções e não deixavam dúvidas no espectador sobre qual lado escolher. Esses filmes exaltavam, a partir da história dos primeiros mártires do nazismo (o jovem hitlerista Herbert Norkus e o SA Horst Wessel), a camaradagem, o heroísmo e o espírito de entrega e sacrifício em nome da Alemanha, do *Führer* e do *Partido Nazista*.

O regime nazista buscou produzir seu “auto-retrato” no grandioso documentário *O Triunfo da Vontade* (*Triumph des Willens*, dir. Leni Riefenstahl, 1935), sobre o Congresso do *Partido Nazista* em Nuremberg, realizado em 1934. Encomendado diretamente por Hitler, esse documentário mítico e mistificador foi em grande parte “encenado”, pois as cenas de espetáculos de massa ocorreram de forma previamente organizada para a realização da imagem cinematográfica. Nesse documentário, a propaganda revelou-se aplicada com tanta perfeição à realidade que é difícil distinguir onde termina a realidade e começa a encenação. Não é mais possível perceber se a câmera filmou uma parada militar real ou se tudo foi encenado para ela.

A concepção da política como espetáculo foi novamente trabalhada em *Olimpia* (*Olympia*, dir. Leni Riefenstahl, 1938), documentário dividido em duas partes – “Festival das Nações” e “Festival da Beleza” – sobre os XI Jogos Olímpicos realizados em Berlim. Mais do que um simples documentário das Olimpíadas de 1936 é um hino de exaltação à Alemanha nazista, através da glorificação da força física, da saúde e da pureza racial, míticamente retratadas.

Um filme que levou até os extremos a temática da exaltação da perfeição da raça ariana foi *Eu Acuso!* (*Ich Klage An!*, dir. Wolfgang Liebeneiner, 1941), um drama que explora nobres sentimentos para justificar a eutanásia: o marido, desesperado com a doença incurável da esposa, decide matá-la para evitar que sua amada continuasse sofrendo inutilmente, sem a mínima chance de viver. Esse filme foi realizado para justificar a série de assassinatos cometidos em nome da pureza da raça ariana e da grandeza da Alemanha.

Ao mesmo tempo em que eram produzidos filmes que exaltavam a superioridade da raça ariana havia também os filmes que enfatizavam a inferioridade de outras etnias. Os primeiros seres mostrados como inferiores pelo cinema foram os judeus. Todas as representações cinematográficas de judeus colocavam o espectador diante de personagens feias, maldosas, demoníacas e animalescas. Filmes anti-semitas como *Os Rothschilds* (*Die Rothschilds*, dir. Erich Waschneck, 1940), *Judeu Suís* (*Jud Süß*, dir. Veit Harlan, 1940) e o documentário *O Judeu Eterno* (*Der ewige Jude*, dir. Fritz Hippler, 1940) tinham o objetivo de incitar o ódio e o desprezo aos membros dessa etnia, ressaltando, assim, a necessidade de deportá-los e exterminá-los.

As etnias inferiores, contudo, não se restringiam aos judeus: os eslavos de nacionalidade polaca, tcheca e russa foram alvos de injúrias tão ou mais agressivas. Os filmes *Regresso à Pátria* (*Heimkehr*, dir. Gustav Ucicky, 1941) e *Inimigos* (*Feinde*, dir. Viktor Tourjansky, 1942), por exemplo, representavam os poloneses como torturadores de alemães. Já os russos, nos filmes *Frisios em Perigo* / *Cidade Atacada pelos Vermeiros* (*Friesenrot / Dorf im roten Sturm*, dir. Peter Hagen, 1935/1942) e *Terror Vermelho* (*G.P.U.*, dir. Karl Ritter, 1942) foram mostrados como hordas de bárbaros sobre os quais o comunismo exacerbava suas inatas tendências criminosas.

Os inimigos de guerra também apareceram no cinema. Os ingleses eram mostrados como capitalistas covardes e esnobes – em *Titanic* (dir. Herbert Selpin, 1942) – e como imperialistas opressores – em *Minha vida pela Irlanda* (*Mein Leben für Irland*, dir. Max Wilhelm Kimmich, 1941), *Tho Krüger* (*Ohm Krüger*, dir. Hans Steinhoff, 1941), *Carl Peters* (dir. Herbert Selpin, 1941) e *Germanin* (dir. Max W. Kimmisch, 1943). Os franceses foram ignorados pela propaganda nazista, pois a única referência mais explícita apareceu em *Vitória no Ocidente* (*Sieg im Westen*, dir. Svend Noldan, 1941), quando algumas imagens e comentários sugeriram que os franceses eram desorganizados e inferiores como soldados. No caso dos norte-americanos, os filmes *O Filho Pródigo* (*Der verlorene Sohn*, dir. Luis Trenker, 1934) e *O Imperador da Califórnia* (*Der Kaiser von Kalifornien*, dir. Luis Trenker,

1935) e o documentário *A Conversa do Sr. Roosevelt* (*Herr Roosevelt plünder*, 1942) procuraram mostrar como o regime democrático dos EUA impunha uma condição miserável de vida ao seu povo.

Com o início da Segunda Guerra Mundial foram produzidos quatro tipos de filmes de propaganda de guerra: 1) os cinejornais: *Anualidades Alemãs da Semana* (*Die Deutsche Wochenschau*); 2) os documentários de campanhas militares: *Campanha na Polónia* (*Feldzug in Polen*, dir. Fritz Hippler, 1939), *Batismo de Fogo* (*Feuertaufe*, dir. Hans Bertram, 1940) e *Vitória no Ocidente* (*Sieg im Westen*, dir. Svend Nolden, 1941); 3) os filmes ficcionais (musicais, romances, dramas, aventuras) de guerra: *Concerto a Pedidos* (*Wunschkonzert*, dir. Eduard von Borsody, 1940); *Stukas* (dir. Karl Ritter, 1941), *O Grande Amor* (*Die große Liebe*, dir. Rolf Hansen, 1942); e 4) os filmes históricos: *Bismarck* (dir. Wolfgang Liebenewer, 1940), *A Demissão* (*Die Entlassung*, dir. Wolfgang Liebenewer, 1942), *O Grande Rei* (*Der große König*, dir. Veit Harlan, 1942) e *Kolberg* (dir. Veit Harlan, 1945), última superprodução nazista que buscava reanimar a destrocada moral do povo alemão. Este objetivo não se concretizou, entretanto, ao menos no cinema os nazistas conseguiram ganhar a Segunda Guerra Mundial.

Propaganda Política no Brasil Varguista (1930 - 1945)

"É possível hoje, com efeito, transformar a tranqüila opinião pública do século passado em um estado de delírio ou de delucinação coletiva, mediante os instrumentos de propagação, de intensificação e de contágio das emoções, tornadas possíveis precisamente graças ao progresso que nos deu a imprensa de grande tiragem, a radiodifusão, o cinema, os recentes processos de comunicação que conferem ao homem o dom aproximado ao da ubiqüidade e, dentro em pouco, a televisão, tornando possível a nossa presença simultânea em diferentes pontos do espaço. Não é necessário contato físico para que haja multidão".

Francisco Campos

Desde o momento em que Getúlio Vargas viu consolidar-se a vitória da Revolução de 1930, mostrou-se bastante preocupado em estruturar seu governo ancorado em mecanismos de propaganda e controle da opinião pública, inspirados nas experiências político-culturais dos regimes nazi-fascistas, como meio de difundir as idéias e os ideais que norteariam sua atuação política. Neste aspecto, segundo Maria Helena Capelato, embora

o Varguismo não possa ser definido como um fenômeno fascista, é preciso levar em consideração a importância da inspiração das experiências alemãs

e italiana nesse regime, especialmente no que se refere à propaganda política. No Brasil, a organização e o funcionamento dos órgãos produtores da propaganda política e controladores dos meios de comunicação revelam a inspiração européia. Os organizadores da propaganda varguista, atentos observadores da política de propaganda nazi-fascista, procuraram adotar os métodos de controle dos meios de comunicação e persuasão usados na Alemanha e na Itália, adaptando-os à realidade brasileira¹⁸.

Os primeiros passos do governo Vargas em direção à organização da propaganda política no plano nacional foram traçados na criação, em 2 de julho de 1931, do *Departamento Oficial de Publicidade* (DOP), que, vinculado ao *Ministério da Justiça e Negócios Interiores*, passava a atuar no setor de radiodifusão e também fornecia informes oficiais à imprensa.

A iniciativa da organização de uma forma mais sistemática de propaganda oficial, que abrangesse outros veículos de comunicação de massa, coube ao próprio Presidente Getúlio Vargas, que criou, em 10 de julho de 1934, o *Departamento de Propaganda e Difusão Cultural* (DPDC). O novo órgão continuou subordinado ao *Ministério da Justiça* e sua direção geral foi entregue a Lourival Fontes, jornalista e escritor sergipano e manifesto admirador do fascismo italiano. O DPDC compreendia, além da *Imprensa Nacional* e do setor de radiodifusão, os setores de cultura e cinema, tendo estimulado a produção de filmes educativos por meio de prêmios e favores fiscais.

Com a instauração do Estado Novo, em 10 de novembro de 1937, e o fechamento do Congresso Nacional, o DPDC passou a ocupar as instalações do Palácio Tiradentes, antiga sede da Câmara dos Deputados, no Rio de Janeiro. No início de 1938, o DPDC foi transformado no *Departamento Nacional de Propaganda* (DNP), que ainda vinculado ao *Ministério da Justiça* e dirigido por Lourival Fontes, passava a atuar em todos os campos relacionados a "educação nacional" e a exercer a censura e o controle dos meios de comunicação.

Em 27 de dezembro de 1939, o DNP foi substituído pelo *Departamento de Imprensa e Propaganda* (DIP) que, diretamente subordinado a Presidência da República e dirigido por Lourival Fontes, atuou como o órgão coercitivo máximo da liberdade de pensamento e de expressão durante o Estado Novo e como o porta-voz autorizado do regime varguista. De acordo com o Decreto-Lei nº 1915, o DIP tinha como principais objetivos

18 CAPELATO, Maria Helena Rolim. "Propaganda política e controle dos meios de comunicação". In: PANNDOLFI, Dulce. (org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999. pp. 167 e 169.

coordenar, orientar e centralizar a propaganda nacional, interna e externa, e servir como elemento auxiliar de informação dos ministérios e entidades públicas e privadas; organizar os serviços de turismo, interno e externo; fazer a censura do teatro, do cinema, das funções recreativas e esportivas, da radiodifusão, da literatura social e política e da imprensa; estimular a produção de filmes educativos nacionais e classificá-los para a concessão de prêmios e favores; colaborar com a imprensa estrangeira para evitar a divulgação de informações nocivas ao país; promover, organizar, patrocinar ou auxiliar manifestações cívicas e festas populares, com intuito patriótico, educativo ou de propaganda turística, assim como exposições demonstrativas das atividades do governo, e organizar e dirigir o programa de radiodifusão oficial do governo¹⁹.



Instrumentos do Poder: O *Departamento de Imprensa e Propaganda* (DIP) construiu a imagem do líder Getúlio Vargas e do Estado Novo na cartilha escolar “Getúlio Vargas: O Amigo das Crianças” e no cartaz de propaganda da concentração trabalhista para as festividades do 1º de Maio. Cartaz do filme “O Descobrimento do Brasil” (1937), uma produção do *Instituto do Cacau da Bahia*, que deveria servir de modelo ao cinema histórico e educativo do nascente Estado Novo.

Para a execução dessa grande e complexa tarefa, as atividades do DIP distribuíam-se entre cinco divisões específicas, dedicadas aos setores considerados estratégicos para a propagação do ideário do regime. A *Divisão de Radiodifusão* era uma das mais destacadas, por ter sob sua vigilância o mais importante meio de comunicação do país, assim como a *Divisão de Imprensa*, encarregada do controle do conteúdo que se veiculava por jornais, revistas e livros. A *Divisão de Cinema e Teatro*

19 Cf. “O conceito brasileiro da imprensa e a propaganda no Estado Novo”. *Anuário da Imprensa Brasileira*. Rio de Janeiro: DIP, s. d., pp. 29-32.

responsabilizava-se não só pelo conteúdo das produções brasileiras nesses setores como pelo incentivo de realizações que tivessem por objetivo a divulgação dos feitos de Vargas e de seu governo. Por último, havia ainda a *Divisão de Turismo*, que apesar de sua modesta atuação buscava “enaltecer as belezas naturais deste vasto país”, e a *Divisão de Divulgação*, responsável pela distribuição de publicações oficiais e por controlar e veicular os discursos governamentais. A gigantesca burocracia do DIP era composta ainda por filiais denominadas de DEIP (*Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda*), presentes em cada um dos estados brasileiros. Esta estrutura altamente centralizada era considerada como fator de modernidade, apelando-se para os princípios de sua eficácia e racionalidade.

No entanto, ao contrário do *Ministério Nacional para Informação Pública e Propaganda* que, dirigido por Goebbels, centralizava a política cultural da Alemanha nazista, o DIP não ocupava todos os espaços da atividade intelectual brasileira. A presença de Gustavo Capanema no *Ministério da Educação e Saúde* (MES) estabeleceu uma dualidade de orientação cultural. Entre este e o *Departamento de Imprensa e Propaganda* (DIP) surgiu uma divisão de trabalhos, pela qual o primeiro dirigia a cultura erudita, e o segundo controlava os meios de comunicação e a cultura popular. Capanema cercou-se de uma equipe de intelectuais ligados à vanguarda do Modernismo – Carlos Drummond de Andrade era seu chefe de gabinete – e deu inteira liberdade a Lúcio Costa, Oscar Niemeyer, Cândido Portinari e outros artistas que, a partir de 1936, trabalharam na construção e decoração da nova sede do Ministério.

Bem diverso era o grupo que auxiliava Lourival Fontes. Cercado de intelectuais de pensamento centralista, entre os quais Cassiano Ricardo e Cândido Mota Filho, o diretor do DIP imprimiu uma orientação autoritária à atividade editorial, que era seu principal campo de ação. Durante o Estado Novo surgiram inúmeros livros e cartilhas escolares exaltando a figura de Vargas, o “redentor dos brasileiros”. Por meio de suas cartilhas, o DIP transformou o aniversário de Vargas em efeméride escolar, de maneira que em centenas de escolas espalhadas pelo Brasil milhares de crianças lhe rendiam homenagens no dia 19 de abril. Ao mesmo tempo, o DIP estendia seus tentáculos sobre a imprensa, não só através da censura, como pela incorporação e lançamento de jornais e de revistas a serviço do governo.

Por um dos dispositivos da Constituição de 1937, a imprensa passou a ser subordinada ao poder público. Francisco Campos, um dos ideólogos de maior prestígio do regime e autor do texto constitucional, defendia a função pública da imprensa, argumentando que o controle

do Estado era o que garantiria a comunicação direta entre o governo e o conjunto da sociedade. Alegava que esta era a única maneira de eliminar os “intermediários nocivos ao progresso”. O autor também atribuía uma “vocalização legislativa” à imprensa, uma vez que esta consultaria cotidianamente os interesses do povo. A centralização da informação era apresentada como uma forma de agilizar o processo de consulta popular, descartando-se o Parlamento como uma instituição anacrônica e deficiente: O *Jornal A Manhã*, porta-voz oficial do regime, efetuava uma série de inquéritos populares sobre a política do governo, que eram publicados sob o sugestivo título: “A rua com a palavra”, um exemplo de como o governo erigiu a imprensa em órgão de consulta dos anseios populares.

Vargas, por seu lado, procurou sempre contar com o apoio da imprensa. Em várias oportunidades – discursos e entrevistas – destacou o papel do jornalismo. Em 1936, na Associação Brasileira de Imprensa, abordou o tema no discurso “A missão social do jornalismo brasileiro”, em que afirmava:

[...] por convicção e experiência, tornou-se para mim perfeitamente natural manter com os jornalistas relações de inalterável cordialidade, alheio a preferências de ordem política ou pessoal. Habituei-me a receber encômios e juízos críticos com a mesma serenidade. Se aqueles não me embriagam, estes jamais me fazem mal-humorado. Peso-os por igual, para ver o que há de verdade nuns e noutros, para apreciá-los com tranqüila razão. Coerente com essa conduta, procurei sempre prestigiar a Imprensa, ouvindo atentamente as suas sugestões e auxiliando as iniciativas de interesse de classe, em colaboração com o órgão que a defende e representa²⁰.

O presidente Vargas tinha, portanto, uma visão muito clara a respeito da importância da imprensa para o apoio e a divulgação das medidas do seu governo. Neste sentido, a cooperação dos jornalistas se deu através de pressões oficiais, mas também pela concordância ou silêncio de setores da imprensa com a política do governo. Assim, ao mesmo tempo em que incentivava a profissão jornalística através da legalização das conquistas e a evolução da categoria, que garantia direitos aos trabalhadores da área, utilizava-se do DIP para cercar o que não fosse do interesse do governo em matéria de divulgação.

Havia íntima relação entre censura e propaganda. As atividades de

20 VARGAS, Getúlio. “A missão social do jornalismo brasileiro”. Discurso proferido na ABI em 17/07/1936. *In: A Nova Política do Brasil*. Vol. IV. Rio de Janeiro: José Olympio, 1938.

controle, ao mesmo tempo, que impediam a divulgação de determinados assuntos e notícias proibidas (por exemplo, fatos que mostrassem ou sugerissem descontentamento ou oposição ao regime, temas relativos a problemas econômicos, ideologias políticas contrárias ao Estado Novo, crimes, corrupção, etc.), impunham a difusão de outros na forma adequada aos interesses do Estado. A uniformização das notícias era garantida pela *Agência Nacional*, tanto no que dizia respeito às matérias escritas quanto às imagens fotográficas. Era ela que produzia as fotos publicadas na imprensa nacional e estrangeira. O DIP distribuía as notícias gratuitamente ou como matéria subvencionada, dificultando assim o trabalho das empresas particulares. Além disso, as redações dos jornais passaram a conviver diariamente com a figura do censor do DIP, para quem a leitura de tudo o que se publicava era obrigatória. Em algumas publicações o controle mostrava-se mais efetivo, como foi o caso do jornal *O Estado de S. Paulo*, que em março de 1940 sofreu intervenção, sendo invadido pela polícia, e teve sua diretoria destituída, passando para a órbita do governo até o fim do Estado Novo. Tiveram o mesmo destino os jornais *A Manhã* (RJ, 1941) e *A Noite* (SP, 1942), que foram encampados pelo governo, transformando-se em fantoches do regime.

Já o rádio foi um dos maiores responsáveis pela propagação dos ideais de Vargas pelos quatro cantos do país, tomando-se o principal canal de comunicação entre governante e governados. Sobre a importância do rádio no país, Getúlio Vargas afirmou:

O governo da União procurará entender-se, a propósito, com os estados e municípios, de modo que, mesmo nas pequenas aglomerações, sejam instalados aparelhos rádio-receptores, providos de alto-falantes, em condições de facilitar a todos os brasileiros, sem distinção de sexo nem de idade, momentos de educação política e social, informes úteis aos seus negócios e toda sorte de notícias tendentes a entrelaçar os interesses diversos da nação. A iniciativa mais se recomenda quando consideramos o fato de não existir no Brasil imprensa de divulgação nacional. São diversas e distantes zonas do interior e a maioria delas dispõe de imprensa própria, vetulando apenas as notícias de caráter regional. A radiotelegrafia está reservado o papel de interessar a todos por tudo quanto se passa no Brasil²¹.

Nas décadas de 1930 e 1940, houve intensa polêmica sobre a utilização do rádio, dividida entre a perspectiva político-cultural e a perspectiva

21 VARGAS, Getúlio. “Mensagem ao Congresso Nacional em 1º/05/1937”. Apud. CABRAL, Sérgio. “Getúlio Vargas e a música popular brasileira”. *In: Ensaios de Opinião*. Rio de Janeiro: Inúbia, 1975. p. 39.

empresarial voltada para o consumo. Os ideólogos nacionalistas, artífices do Estado Novo, defendiam o projeto de radiodifusão educativa com vistas à formação da consciência nacional considerada indispensável à integração nacional.

O uso político do rádio esteve voltado para a reprodução de discursos, mensagens e notícias oficiais. Em 19 de junho de 1933 foi fundada a *Confederação Brasileira de Rádio* (CBR) que, sob a presidência de Edgar Roquette Pinto, congregou todas as estações cariocas e muitas outras em diferentes estados²². A CBR, através de sua Comissão Radioeducativa, antecipou-se ao governo quanto a produção da “rede nacional” de interesse geral. Em 24 de maio de 1934, o diretor da *Imprensa Nacional*, Francisco Antônio Rodrigues de Sales Filho, resolveu sobrepor-se à iniciativa da CBR, organizando o “Programa Nacional” em rede para todo o Brasil. A partir desse projeto inicial, Sales Filho propôs a Vargas que o programa, além da programação educativo-científica e informativa, desenvolvesse nos editoriais a política do governo. Vargas aceitou a ideia e assim, o embrião de uma “Hora do Brasil” política começou a se desenhar.

A “Hora do Brasil”, criada pelo DPDC em 22 de julho de 1935, era o programa oficial transmitido pela rede nacional de radiodifusão, todos os dias úteis, das 18h45m às 19h30m, em ondas médias e curtas, e das 19h30m às 19h45m, somente em ondas curtas (O horário nobre da época), e tinha o objetivo de divulgar as realizações do governo, obedecendo a finalidades informativas, culturais e cívicas –, assim como se propunha a divulgar “a cultura, o gosto da boa música e da boa literatura”. No entanto, o povo apelidou-a de “o Fala-Sozinho”, numa alusão à sua escassa audiência. O programa que passou a chamar-se “A Voz do Brasil” em 1951, é o mais antigo em transmissão no país²³.

Além do programa oficial, o Estado Novo exerceu controle sobre a radiodifusão através da censura e da aquisição de emissoras. Em 1940, só no Rio de Janeiro foram proibidos 108 programas de rádio. No mesmo ano, o governo encampou a Rádio Nacional, transformando-a em uma das maiores porta-vozes do Estado Novo, e começou a pôr em prática um plano que o levaria a monopolizar a audiência de rádio nos principais centros do país. O primeiro passo para isso foi a formação do maior elenco radiofônico até então reunido numa só emissora: contando com verbas exorbitantes foram contratados, entre outros, Lamartine Babo,

22 A CBR não conseguiu a adesão total das estações, pois, no ano seguinte, as rádios paulistas fundaram sua própria associação (Associação das Emissoras de São Paulo – AESP).

23 Sobre a “Hora do Brasil” ver: PEROSA, Lílian Maria Farias de Lima. “*A Hora do Clique: uma análise sobre o programa oficial de rádio “Voz do Brasil” na Velha e na Nova República*”. São Paulo: Dissertação de Mestrado – ECA/USP, 1991.

Almirante, Ari Barroso, Odivaldo Viana, buscando reunir, assim, os melhores músicos, humoristas, atores e equipe técnica de rádio do Brasil. Assim, a Rádio Nacional tornou-se a mais ouvida das 80 emissoras que havia no país em 1940.

Apesar disso, dentro do Estado Novo havia duas propostas distintas para a utilização do rádio: uma do DIP, que previa a utilização maciça do rádio como veículo de propaganda do regime; e outra do *Ministério de Educação e Saúde*, órgão que encamparia o projeto de Roquette Pinto, que restringia o uso do rádio às esferas de educação e cultura. Em virtude desse impasse delimitou-se o seguinte quadro: Lourival Fontes, diretor do DIP, apresentou ao governo um plano para a criação de uma grande rádio estatal com objetivos propagandísticos, no estilo da que existia na Alemanha nazista, mas a proposta não teve respaldo. Restou-lhe apenas o controle da “Hora do Brasil”. O projeto de Genolino Arnado para a utilização intensa do rádio na propaganda do regime também não conseguiu o apoio. Alexandre Marcondes Filho, o ministro do trabalho, tinha um programa próprio para palestras semanais entre 1942 e 1945, nas quais divulgava as inovações trabalhistas de sua gestão; Gustavo Capanema controlava o sistema de radiodifusão educativa, e Cassiano Ricardo encarregava-se do *Departamento de Divulgação Político-Cultural da Rádio Nacional*²⁴.

No caso do cinema, Getúlio Vargas, no discurso de 1934, “O cinema nacional, elemento de aproximação dos habitantes do País”, já manifestava o seu desejo de “amparar” a indústria cinematográfica nacional, apontando as virtudes propagandísticas e pedagógicas do cinema: um dos “*mais úteis fatores de instrução de que dispõe o Estado moderno*”, capaz de influir

diretamente sobre o raciocínio e a imaginação, ele apura as qualidades de observação, aumenta os cabedais científicos e divulga o conhecimento das coisas, sem exigir esforço e as reservas de erudição que o livro requer e os mestres nas suas aulas reclamam. [...] O cinema será, assim, o livro de imagens luminosas, no qual as nossas populações prateiras e rurais aprenderão a amar o Brasil, crescendo a confiança nos destinos da Pátria. Para a massa dos analfabetos, será essa a disciplina pedagógica mais perfeita, mais fácil e impressiva. Para os letrados, para os responsáveis pelo êxito da nossa administração, será uma admirável escola²⁵.

24 Cf. SOUZA, José Inácio de Melo. “*Agão e imaginário de uma ditadura: Controle, coerção e propaganda política nos meios de comunicação durante o Estado Novo*”. São Paulo, Dissertação de Mestrado apresentada à Escola de Comunicação e Artes – ECA/USP, 1990, p.263.

25 VARGAS, Getúlio. “O cinema nacional: elemento de aproximação dos habitantes do País”. In: *A Nova Política do Brasil*. Vol. III. Rio de Janeiro, José Olympio, 1938, pp.187-188.

O governo de Getúlio Vargas procurou utilizar o cinema também como arma de propaganda política, incentivando a produção de filmes que divulgassem novos modelos de comportamento para o povo brasileiro, recuperando propostas forjadas em décadas anteriores por educadores e cineastas. A reorientação dos rumos da política brasileira, anunciada pela Revolução de 1930, aumentou as esperanças de educadores e cineastas em ver atendidas suas reivindicações relativas à necessidade da produção de filmes educativos, centralização da censura, redução das tarifas alfandegárias para a importação de filmes, etc. A partir das sugestões elaboradas por esses grupos, Getúlio Vargas elaborou o Decreto-Lei nº 21.240, em abril de 1932, estabelecendo incentivos para a produção de filmes que fossem capazes de contribuir para o aprimoramento educacional do povo brasileiro.

Em 1937 foi criado um órgão especializado na produção de um cinema educativo. Presidido por Edgar Roquette-Pinto, e contando com a participação do cineasta Humberto Mauro, caberia ao *Instituto Nacional de Cinema Educativo* (INCE) a função específica de produzir filmes educativos para divulgação em escolas e salas de exibição pública do ideário do Estado Novo. No ano seguinte, o Estado passou a atuar diretamente na produção de cinejornais e curtas-metragens de propaganda com a criação do *Cinejornal Brasileiro*, produzido pelo DNP/DIP. Esse cinejornal, de exibição obrigatória nas salas de cinema de todo o país antes do filme principal, consistia-se de pequenos filmes de caráter jornalístico, cujo tema girava sempre em torno dos interesses do país, fosse pelo culto à imagem de Vargas, fosse pela divulgação das grandezas do Brasil e de sua gente. Por vezes os cinejornais focavam a vida de Vargas em família, aproximando seu cotidiano ao do povo. Outras vezes a atração ficava por conta das obras filantrópicas da Primeira-Dama, Darcy Vargas. A maior parte dos cinejornais, no entanto, dedicava-se em levar ao conhecimento público as realizações do regime, documentando os desfiles cívicos, viagens presidenciais, comemorações como as do aniversário de Vargas, aniversário do regime, Dia do Trabalho, Dia da Bandeira, Semana da Pátria, etc. Nesta crônica de palanques encontra-se o registro de uma época personificada na figura de Getúlio Vargas: ele visita, recebe, inaugura, preside, assiste, discursa, excursiona, veraneia, embarca, retorna, parte, passeia, inicia, encerra, exorta, soluciona, joga muito golfe (seu esporte predileto) e naturalmente aniversaria a 19 de abril.

A força persuasiva desses cinejornais residia na credibilidade assegurada pela imagem, vista como perfeito testemunho de veracidade. De fato, porém, havia uma filtragem das imagens, que recebiam tratamento especialmente na montagem. Henrique Pongetti, cuja participação foi

marcante na produção de documentários e filmes nesse período, dá um curioso depoimento a esse respeito:

Getúlio gostava de jogar golfe... Estava longe de ser um campeão e suas bolas não queriam nada com o buraquinho. Dei instruções a Ramon Garcia, camera-man, destacado sempre para glorificar o homem, que pedisse a um bom jogador para fazer umas espetaculares jogadas e filme Getúlio dando porretada na bola. Fizemos uma montagem perfeita e o povo, que tinha certa simpatia pelo barzinho risonho, bateu palmas no Métrô do Passeio. Um dia filmamos um almoço de Vargas com a fofa das Forças armadas e fui fazer a censura de rotina. Descobri-lhe entre os dentes um palito que ele fazia voltar caprichosamente com movimento dos lábios. Meu trabalho era evitar uma cena de chanchada na austeridade do documentário²⁶.

Além do controle da produção cinematográfica, o ambiente político da época estimulava a criação de documentários e de filmes ficcionais que reproduzissem os valores ideológicos do regime varguista. *Pátria Redimida* (dir. João Baptista Groff, 1930), por exemplo, foi o primeiro e único filme de exaltação à figura do líder Getúlio Vargas, até o início das produções do *Cinejornal Brasileiro*. Tratava-se de um documentário sobre a Revolução de 1930, em que Groff mostrava a passagem do trem que levava Getúlio Vargas por Curitiba e filmagem de seus discursos, além de incorporar-se à tropa para registrar os combates e situações dos soldados no acampamento.

No mesmo ano da instauração do Estado Novo era realizado *O Descobrimento do Brasil* (dir. Humberto Mauro, 1937), uma produção do *Instituto do Cacau da Bahia*, que contou com a “supervisão histórica” de Roquette Pinto, Bernardino José de Souza e Afonso de Tannay, além da trilha musical de Villa-Lobos, composta especialmente para o filme. Esta reconstrução histórica narrava — sem utilização do melodrama e calcada em documentação histórica — a viagem de Pedro Álvares Cabral e a chegada dos portugueses ao Brasil, em 21 de abril de 1500. O filme foi uma espécie de ilustração da Carta de Pêro Vaz de Caminha e tinha o propósito de encenar a representação pictórica das pinturas: a “Primeira Missa no Brasil” e “Os Degradados”. No entanto, o resultado não agradou ao público que achou o filme enfadonho, o que levou o filme a ser rapidamente retirado de cartaz.

O cineasta Humberto Mauro, então trabalhando diretamente no INCE, dirigiu outro filme de reconstrução histórica de acordo com a

26 Apud. GOUVART, Silvana. *Sob a Verdade Oficial: Ideologia, Propaganda e Censura no Estado Novo*. São Paulo, Marco Zero, 1990, pp.25-26.

proposta do Estado Novo de realização de um cinema educativo: *Os Bandeirantes* (1940) apresentava a epopéia bandeirante do desbravamento e da conquista do território brasileiro, na procura do ouro e das pedras preciosas, a partir da exposição das grandes bandeiras e dos principais bandeirantes, como Fernão Dias. Através da construção do "Mito do Bandeirante", o filme procura propagar o projeto do Estado Novo de ocupação econômica do interior do Brasil, expresso simbolicamente no projeto político da "Marcha para o Oeste".

Outro exemplo de produção de longa-metragem educativo desse período, *Inconfidência Mineira* (dir. Carmem Santos, 1937 - 1948) procurava enaltecer as virtudes de Tiradentes, um homem simples do povo que havia se sacrificado em prol do interesse maior da pátria. Ao povo brasileiro caberia a missão de imitar esse herói, sacrificando seus interesses individuais em prol dos interesses da pátria.

Em *Argila* (dir. Humberto Mauro, 1940) é nítida a preocupação em condenar a atitude de grupos burgueses alienados, consumidores de cultura estrangeira, que vivem em meio ao luxo, ócio, fausto, orgia de festas, sem se preocupar com os problemas do país. Em contraste com essas personagens, são valorizados os trabalhadores honrados, de moral ímpoluta, cuja conduta é pautada pelos valores cristãos. Para se contrapor à cultura burguesa estrangeira, o filme valoriza a cultura autóctone, expressa na arte marajoara, que inspirava a fabricação artesanal de vasos e potes.

Já *Romance Proibido* (dir. Adhemar Gonzaga, 1940-1944) contava a história de uma professora que, sentindo-se abandonada por seu grande amor, disputado com uma colega de colégio, vai lecionar no interior, num local bem atrasado, revolucionando o ensino. A intenção desse filme era convencer as professoras recém-formadas a se sacrificarem pelo bem da pátria, trocando as comodidades das capitais pela missão de educar os brasileiros do interior, em troca de um baixo salário.

O filme *Avés Sem Ninho* (dir. Raul Roulien, 1941) abordava também as vicissitudes de heroínas dedicadas à atividade docente. Orfã de pai e mãe, Vitória é recolhida num asilo, onde sofre diversas humilhações e castigos. Adotada por um professor, Vitória se forma em Ciências Sociais, passando a dedicar sua vida à transformação daquele sistema educacional que ela havia experimentado em sua infância. Apesar de tratar de temas do interesse do regime, o filme enfrentou problemas com a censura, que obrigaram o cineasta a destacar que o governo estava solucionando os problemas abordados, fazendo referência às iniciativas promovidas por Darcy Vargas.

Caminho do Céu (dir. Milton Rodrigues, 1943) insere-se dentro de uma estratégia de incentivo ao aumento da produção industrial brasileira,

ao veicular a ideia de que, uma vez unidos, operários e capitalistas poderiam vencer as dificuldades impostas pela Segunda Guerra Mundial, através da história de um empresário que, sob os apelos da filha apaixonada pelo administrador da Usina da Serra, modifica sua decisão de fechar a empresa deficitária e dispensar todos os funcionários, passando a contribuir para o esforço de guerra ao transformar sua usina numa fábrica de aviões.

Apesar dos esforços do Estado Novo para a realização de filmes de propaganda política, com aproximação entre Brasil e Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial acabaria sendo fortalecida a hegemonia do cinema hollywoodiano no mercado brasileiro intensificando o processo de "americanização" do país ao longo da década de 1940. Conforme afirma Claudio Aguiar Almeida, sem criar barreiras ao cinema hollywoodiano, os projetos de transformação do homem brasileiro através do cinema educativo e nacionalista obtiveram poucos resultados: as platéias brasileiras preferiam viver os sonhos de felicidade e glamour do *American Way of Life* apresentados nos filmes norte-americanos a travar contato com os ideais reformadores divulgados pelos filmes nacionalistas brasileiros. Ironicamente, os decretos que buscavam incentivar a produção de filmes educativos viriam a consolidar a presença dos indesejáveis musicais carnavalescos no mercado cinematográfico brasileiro. No futuro, assistiríamos à consolidação das chanchadas como gênero predominante no cinema brasileiro, malgrado os esforços de autoridades e críticos que, durante as décadas de 1930 e 1940, lutaram por sua extinção²⁷.

Na década de 1950, Getúlio Vargas reutilizaria as experiências cinematográficas da época do Estado Novo com a produção de dois filmes de 1950, realizados por ocasião da campanha eleitoral que acabou por conduzir Getúlio Vargas novamente ao poder. Intitulados *Uma Vida a Serviço do Brasil* e *E Ele Voltará*, esses filmes foram montados como cinejornais, formato muito utilizado durante o Estado Novo. Além disso, as imagens mostradas foram todas produzidas na época do Estado Novo, mostrando as principais realizações do regime sob a presidência de Vargas. Apesar de se tratar de momentos políticos distintos, mais uma vez é a imagem do Estado Novo que é explorada e amalgamada à figura pública de Getúlio, conferindo uma identidade única ao homem e ao regime.

27 As referências sobre as tramas dos filmes brasileiros da Era Vargas foram extraídas das leituras de: ALMEIDA, Claudio Aguiar. *O cinema como "agitador de almas"*. *Argila, uma cena do Estado Novo* (São Paulo: Annablume/ FAPESP, 1999) e GONZAGA, Alice. *50 Anos de Cinédia* (Rio de Janeiro: Editora Record, 1987).

Propaganda política na argentina peronista (1946 - 1955)

"Eva Perón é um instrumento de minha criação. Preparei-a para que fizesse o que fez. E sua obra foi extraordinária... Minha vida a seu lado fez parte também da arte da condução. Como político, sou apenas um funcionário. A área em que sou profissional é a liderança. [...] O papel que Eva desempenhou foi o da Providência".

Juan Domingo Perón

A propaganda política construída e divulgada no peronismo inspirou-se nos métodos de controle dos meios de comunicação e de persuasão ideológica utilizados na Itália fascista e na Alemanha nazista, que foram trabalhados pelos organizadores da política peronista para serem reproduzidos com sentido novo e adaptados à realidade da Argentina.

A trajetória política de Juan Domingo Perón demonstra sua relação com as experiências políticas dos fascismos europeus. Nascido em 1895, numa família de baixa classe média, Perón ingressou na Academia Militar Nacional aos quinze anos de idade. De 1930 a 1936, Perón não passava de um oficial tipicamente burocrático, distante da política e aparentemente destinado a passar a vida como professor de História Militar na *Escola Superior de Guerra*. Enquanto isso atava também como secretário particular do Ministro da Guerra e ajudante de ordens de oficiais superiores. Como professor, Perón realizava uma grande quantidade de palestras e aproveitou-as para melhorar, cada vez mais, suas habilidades oratórias. Em uma dessas conferências, tratou de um tema-chave: o Chile e as suas possíveis pretensões expansionistas em relação à Patagônia. Considerado um especialista em assuntos chilenos foi enviado a Santiago como adido militar da Embaixada da Argentina. O eficiente desempenho de Perón em Santiago lhe serviria de plataforma para o ingresso definitivo na arena política. De volta à Buenos Aires, recebeu uma missão especial: avaliar, com precisão, e coletar informações sobre os rumos da política européia, relativas à guerra que estava prestes a eclodir. Assim, em 1939, foi enviado pelo Exército argentino em missão de estudo à Itália fascista, onde além de ingressar no curso de treinamento militar italiano que praticava técnicas de guerra de montanha nos Alpes, realizou também cursos de política e economia nas Universidades de Turim e Milão, e teve a oportunidade de observar a prática do fascismo em Roma; em 1940 foi à Alemanha nazista e, em seguida, dirigiu-se aos países ocupados pelos nazistas, ou com governos de caráter fascista: França, Espanha, Portugal, Áustria, Hungria, Iugoslávia e Albânia.

A estadia na Europa foi marcante para Perón, que se entusiasmou com Mussolini, com as propostas corporativas do fascismo e, principalmente, com a possibilidade de captar, através dos exemplos das mani-

festações públicas nazi-fascistas, o poder que uma liderança carismática podia exercer sobre a massa de trabalhadores famintos e politicamente dispersos. Ao regressar à Argentina tornou-se o mentor ideológico do GOU (Grupo de Oficiais Unidos), uma organização militar de inteligência secreta, onde abundavam os militares simpatizantes do fascismo, que almejavam tomar-se *gauleiters* (*líderes regionais*) da América do Sul, assim que a Alemanha nazista ganhasse a Segunda Guerra Mundial²⁸.

Com o golpe de Estado realizado pelo GOU em 4 de junho de 1943, Perón teve uma notável ascensão política: no final de 1943, o Presidente Pedro Ramírez o nomeou Chefe do *Departamento Nacional do Trabalho* e, em seguida, recebeu a nomeação de Ministro da Guerra. No ano seguinte, em julho, elegeu-se Vice-Presidente em um pleito restrito a militares de alta patente.

Tendo o novo Presidente, o submisso General Edelmiro Farrell, como único superior, Perón se transformou em um político poderoso e o primeiro a reconhecer o potencial das organizações de trabalhadores na vida política argentina. Quando se tornou Chefe do *Departamento Nacional do Trabalho*, encontrou os sindicatos enfraquecidos por disputas internas incessantes e a *Confederação Geral do Trabalho* (CGT), organização trabalhista de âmbito nacional, dividida e incapaz de influenciar qualquer política governamental. Perón não tardou em transformar o descontentamento dos operários em instrumento de poder político. Convocou os líderes trabalhistas para um encontro, a fim de conversar sobre os problemas dos sindicatos. Em outubro de 1943, interveio como mediador numa greve e conseguiu um acordo satisfatório para os trabalhadores. Em seguida, o Presidente aceitou o

28 O regime nazista seguia também com atenção os seus simpatizantes argentinos, como comprova a seguinte anotação no Diário de Goebbels, em 3 de maio de 1942: "A Argentina pode tornar-se muito importante para a evolução futura da situação na América do Sul". GOEBBELS, Joseph. *Le journal du Dr. Goebbels*. Paris: A l'Enseigne du Cheval Ailé, 1948, p. 188. Da mesma forma, a Embaixada da Alemanha em Buenos Aires não era indiferente às aspirações do fascismo *criollo* e ajudava economicamente aos jornais nacionalistas *Pampero* e *Clarínada*, muito lidos entre os militares. Em 2 de maio de 1943, certa de um mês antes do golpe de junho planejado pelo GOU, o General Wilhelm von Raupel, chefe da espionagem nazista com sede na Espanha, dirigiu-se à Buenos Aires, onde se reuniu com Ibarghren e com os militares do GOU, Von der Becke, Perine e Perón. De suas vinculações com a Embaixada da Alemanha e com o Embaixador Edmund Von Thiemann, surgiu uma estreita amizade de Perón com os magnatas alemães radicados na Argentina, Ludwig Freude e Fritz Mandl. Mais tarde a campanha eleitoral de Perón seria financiada, em parte, por quatro sociedades anônimas presididas por Freude - Rhenania S.A., Comercial y Financiera, Compañía General de Construcción, Sociedad Anónima de Explotaciones Rurales e Sociedad Anónima de Explotación, Maderera - que eram, na verdade, empresas constituídas durante a guerra para ocultar capitais nazistas.

pedido de Perón para que o *Departamento Nacional do Trabalho* fosse transformado em um órgão com poderes mais amplos. O novo organismo governamental, a *Secretaria do Trabalho e Previdência*, passou a ser independente do *Ministério do Interior* e ficou encarregado de promover a “justiça social” no país, instituindo uma nova legislação trabalhista que passou a prever pensões para aposentados, o direito dos trabalhadores a se organizar e fazer greve, a regulamentação do salário mínimo e da previdência social, etc.

A súbita popularidade de Perón entre 1943 e 1945, deveu-se, principalmente, as melhoras outorgadas pela *Secretaria do Trabalho e Previdência* e ao uso consciente dos meios de comunicação. Existe a esse respeito o testemunho de um membro do GOU, que descreveu os bastidores do nascimento da liderança política de Perón: O golpe de 1943 parecia ter fracassado, pois não estava conseguindo ganhar o apoio de nenhum setor social. Foi, então, em uma reunião secreta do GOU, que Perón sugeriu a seguinte tática:

Estão nos atacando em todas as frentes. Em minha opinião, sugiro que o que deva ser feito seja apelar a publicidade. A propaganda é uma arma poderosa, sobretudo quando se dispõe de todos os meios [...] O GOU é uma instituição eminentemente castrense que não vai entrar nunca na mente dos civis por mais propaganda que gastemos com ele. Temos que eleger um homem dos nossos e focalizar sobre ele os refletores. O trabalho seguinte consiste em torná-lo simpático. Isso é muito fácil, basta que apareça respaldando todas as disposições que repercutem favoravelmente na população²⁹.

Todos os presentes estiveram de acordo com o plano e quando se decidiu votar quem seria o homem para colocá-lo em execução, obviamente Perón foi eleito por unanimidade. Neste aspecto é importante lembrar, conforme aponta Maria Helena Capelato, que:

a organização da propaganda peronista apresentou uma peculiaridade com relação aos demais países: Perón ascendeu ao poder em 1946, após a derrota do nazi-fascismo na Segunda Guerra Mundial; foi eleito na vigência do Estado liberal e manteve a Constituição que garantia liberdade de expressão. No que se refere aos meios de comunicação, o líder preferiu mover-se em outro plano, constituindo uma máquina parastatal de produção e controle da propaganda³⁰.

29 GONTRAN DE GÜEMES. *Así se gestó la dictadura. El GOU*. Buenos Aires: Rex, 1956. pp.77-78.

30 Cf. CAPELLATO, Maria Helena R. *Multitudes em Cena. Propaganda Política no Varguismo e no Peronismo*. Campinas: Papirus, 1998. p.71.

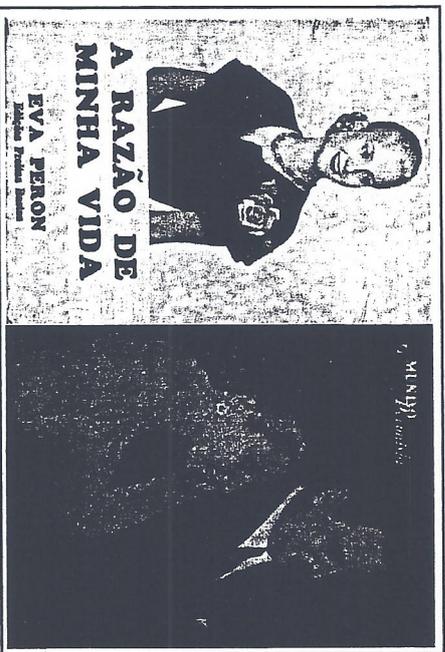
No peronismo, os esforços de eliminação das vozes discordantes e de penetração ideológica em todos os setores realizaram-se, antes de tudo, no campo da imprensa periódica. A censura à imprensa teve início imediatamente após o golpe de 1943, quando foram proibidas de circular 190 publicações nacionais e 79 estrangeiras. Mas com a distensão política, em 1945, a liberdade de imprensa foi recuperada, permitindo aos meios de comunicação manifestarem-se contra a candidatura de Perón à Presidência da República. Segundo Félix Luna, alguns como *La Nación* ou *La Prensa*, com um tom não isento de elitismo; outros como *Critica* ou *El Mundo*, com uma agressividade mais direta³¹.

Os únicos jornais que apoiavam o governo eram *Democracia*, fundado no final de 1945, *El Laborista* e *La Época*. Mas Perón contava com outro poderoso aliado: o decreto expedido pouco antes de sua posse, pelo governo de Farrell, que permitia ao Poder Executivo a expropriação do papel de jornal. Com este tunfo na mão, Perón não mediu esforços para liquidar a imprensa opositora, já durante o seu primeiro mandato, sem alterar o quadro legal. A Constituição argentina garantia a liberdade de imprensa, mas, para a realização do controle institucional dos meios de comunicação, foi criada, em 1943, a *Subsecretaria de Informaciones* (*Subsecretaria de Informaciones*), logo denominada *Subsecretaria de Imprensa e Difusão da Presidência da Nação* (*Subsecretaria de Prensa y Difusion de la Presidencia de la Nación*), que, sob a direção de Raúl Apold, foi organizada como réplica do *Ministério para Imprensa e Propaganda* italiano e do *Ministério Nacional para Informação Pública e Propaganda* do III Reich. Integravam a *Subsecretaria* as seguintes repartições: Imprensa, Difusão, Publicidade, Espetáculos Públicos, Arquivo Gráfico, Registro Nacional e Administração. Além de elaborar e coordenar a produção de uma série de materiais de propaganda do governo à serem distribuídos pelo país, Raúl Apold criou o concurso da Rainha Nacional do Trabalho, foi autor da frase “Perón cumple, Eva dignifica”, editou milhares de almanaques profusamente ilustrados com a figura de Perón e Evita, montou uma gigantesca exposição fotográfica na rua Florida, uma semana antes da eleição de 1951, e organizou o Festival Internacional de Cinema em Mar Del Plata.

No entanto, mesmo com o poder exercido pela *Subsecretaria de Imprensa e Difusão da Presidência da Nação*, os primeiros embates do governo peronista contra os jornais não conseguiram ser abafados e tiveram grande repercussão no exterior, devido à verdadeira guerra entre os poderosos diários de Buenos Aires e o governo de Perón. O regime

31 LUNA, Félix. *Perón y su Tiempo - I - La Argentina era una fiesta. 1946-1949*. Buenos Aires: Ed. Sudamericana, 1985. p.121.

peronista exerceu pressão através do fornecimento de papel. Como não se produzia papel para jornal no país, Perón podia diminuir a cota destinada a cada um, uma vez que havia necessidade de importar através do Banco Central. Assim, por exemplo, os jornais *La Prensa* e *La Nación* tiveram seus números de páginas reduzidos de 30 para 16, em 1948, tendo este número diminuído para 12, em 1949. O que obrigava o jornal a diminuir a publicidade, assim como o tamanho das letras e o número das seções. Enquanto isso, vários jornais oficiais aumentaram seu tamanho e sua capacidade de circulação³². Através de práticas de sabotagem, agressão contra as redações, corrupção, desrespeito às leis, restrições de papel, corte de subsídios, suspensão de direitos, processos por desacato à autoridade, fechamento de jornais opositores e independentes, o regime conseguiu ampliar controle sobre a imprensa periódica da Argentina³³.



Instrumentos do Poder: O culto ao General Perón e Evita no livro "A Razão da Minha Vida", de Eva Perón, e na capa da revista "Mundo Peronista". Cartaz do filme "Rio de Sangue" (1952), o exemplo de cinema peronista.

32 SIRVEN, Pablo. *Perón y los métodos de comunicación (1943 - 1955)*. Buenos Aires: Ceal, 1984. pp. 87-90.

33 Ao tratar das práticas peronistas de censura e monopólio da imprensa, Maria Helena Capelato conta que "em meados de 1949 *La Nación* denunciou torturas infligidas pela polícia a opositores do governo; deu crédito ao testemunho de um estudante universitário que afirmava ter sido interrogado sob tortura e acusava as autoridades policiais de aplicar métodos de extrema crueldade a presos políticos detidos sem provas nem fundamentos. Em represália, a contabilidade do jornal foi vasculhada, o que resultou em penalidades; além da limitação de cota de papel. No segundo governo de Perón o periódico o apoiou". Já o jornal *La Prensa* foi expropriado em 1951, passando para o controle da CGT. CAPELATO, Op. cit., 1998, p. 80.

Outra medida adotada pelo governo foi adquirir os jornais independentes com a finalidade de criar um monopólio estatal. Foi, assim, encampado o diário *Democracia* e, a seguir, a Editorial Haynes, de capital inglês e norte-americano, que editava o jornal *El Mundo*, além de várias revistas e de ser proprietário da rádio *El Mundo*. O passo seguinte foi aquisição de outras várias publicações periódicas, tais como *Descamisado*, *Mundo Argentino*, *Selecta*, *El Hogar*, *Mundo Deportivo*, *Mundo Agrário*, *Mundo Atômico*, *Mundo Infantil*, *Mundo Radical*, *Carras y Carretas* e *P.B.T.* À essas publicações foi agregada *Mundo Peronista*, principal divulgador da propaganda peronista. O resultado dessa política provocou o empobrecimento da imprensa argentina:

O monótono panorama dos diários repetindo as mesmas notícias e as mesmas fotografias, formulando comentários de idêntica intenção e de estilo parecido, a falta de competição na busca de informações, a obrigação de ajustar-se a determinadas pautas ideológicas, todo o sistema montado para fazer das publicações periodísticas outros tantos portavozes do governo, mediatizaram o que anteriormente havia sido ágil e variado território do jornalismo escrito nacional³⁴.

No que se refere ao campo da radiodifusão, a partir da década de 1930 o rádio converteu-se na arma estratégica de primeira linha em todos os regimes políticos. Os militares argentinos do GOU souberam aprender as lições de Hitler e Goebbels. Em seu Manifesto secreto contemplava-se a ação psicológica do rádio: "Ao exemplo da Alemanha, pelo rádio e pela educação se inculcará no povo o espírito favorável para empreender o caminho heroico que lhe fará percorrer". Neste sentido, a percepção das possibilidades políticas do rádio já era sentida pelo governo que assumiu o país logo após a Revolução de 1943. Em seguida à tomada de poder, o governo passou a controlar as emissoras de rádio e as colocou nas mãos de um interventor. Em junho de 1943 todas as emissoras receberam uma circular que regulava a publicidade e pedia a eliminação total de expressões radioteatrais que

possuissem quadros sombrios, narrações sensacionalistas ou relatos pouco edificantes, o uso de modismos que rebaixassem a linguagem, etc.³⁵.

Apesar de alguns presidentes argentinos haverem se utilizado do rádio, Perón foi quem efetivamente descobriu a utilidade política do veículo. Além dos monólogos humorísticos — 20 ao todo — utilizados

34 LUNA, Op. cit., p. 128.

35 Cf. NAVARRRO, Marysa. *Evita*. Buenos Aires: Corregidor, 1981. p. 56.

em sua campanha, ele próprio, desde 1943, usava o rádio para os seus discursos, através da cadeia de emissoras formada com a Rádio do Estado, atingindo todo o país. Segundo Perón:

Os políticos nunca haviam utilizado o rádio para a sua ação. Utilizavam mais os comícios onde as pessoas os viam. [...] A ação da presença e a influência direta do condutor é importante, mas a maior parte das massas já me havia visto e eu, então, lhes falei pelo rádio, que era como se me seguissem vendo. De maneira que eu falava a todos. Quando atuamos num ato único, nos basta falar a todo país pelo rádio e não fica nenhum argentino sem conhecer o que acabamos de dizer. [...] assim foi como nós derrotamos aos nossos adversários aferrados às velhas normas dos comitês e das transmissões por intermediários, que eram os caudilhos políticos. Nós tomamos o rádio e dissemos a todos: 'Há que fazer uma coisa' e a fizeram. Essa unidade de ação se obteve aproveitando um meio que eles não souberam aproveitar da mesma forma que nós. Às vésperas da eleição de 24 de fevereiro, nós demos, pelo rádio, a ordem a todos os peronistas e no dia seguinte todos a conheciam e a executavam³⁶.

Eyvia teve também um papel preponderante no controle deste meio de comunicação. Em meados de junho de 1944, a futura esposa de Perón, agregada a Rádio Belgrano, estreava a série "Rumo a um Futuro Melhor" ("Hacia un Futuro Mejor"), na qual interpretava o papel de uma mulher do povo que conclamava os argentinos a apoiarem Perón em sua missão de criar uma sociedade mais justa. Seus monólogos elogiavam a Revolução de 1943 e exaltavam a gestão de Perón na *Secretaría do Trabalho e Previdência*.

Antes mesmo de sua posse em 4 de maio de 1946, Perón buscou consolidar os mecanismos de controle do setor radiodifusor na Argentina com a elaboração do "Manual de Instruções para as Estações de Radiodifusão", através do decreto 13374/46, que passava a supervisionar toda a atividade de radiodifusão: desde como apresentar os "scripts", os conteúdos, até as expressões que deveriam ser usadas para abrir e encerrar os programas. Já a *Direção Geral de Radiodifusão* fiscalizaria o conteúdo oral e musical dos programas. Além disso, todas as emissoras teriam que entrar em cadeia, diariamente, às 20h30m com a Rádio do Estado para transmitir o boletim oficial.

O peronismo influiu até mesmo na mudança da programação: em lugar do tango impôs-se o folclore. Junto aos temas nacionais, urbanos e de família foi sendo introduzida a problemática do trabalhador. Os

36 PERÓN, Juan Domingo. *Conducción política*. Buenos Aires: Secretaría Política de la Presidencia de la Nación, 1974. p. 230.

temas sócio-políticos eram tratados nas radionovelas: *Corazón Chararero* abordava a temática do "estatuto do peão", criado pelo Secretário do Trabalho e Previdência, Perón, em 1943. Nos programas de cinco minutos, chamados "micros", as conversas rápidas estabeleciam o contraste entre o "ontem", cheio de defeitos e promessas não cumpridas, e o "presente" vibrante, cheio de realizações.

Apesar desses exemplos, a grande parte das cadeias de radiodifusão não apoiou a Perón durante sua campanha eleitoral, tendo, inclusive, vendido espaço à União Cívica Radical, sua opositora. No entanto, quando Perón venceu as eleições, os donos das emissoras começaram a se distanciar prudentemente da oposição. Mesmo assim, a partir de 1947 o regime peronista iniciou um processo de aquisição de todas as estações de rádio da Argentina, pressionando seus proprietários a vendê-las ao Estado³⁷.

A concretização da estatização das emissoras veio através de uma nota reservada, em setembro de 1947, dos Correios e Telecomunicações, destacando a conveniência de adquirir todas as emissoras privadas por "razões elementares de defesa nacional e concepção espiritual"³⁸. Embora tudo tenha sido feito confidencialmente, a Argentina foi expulsa da Associação Internacional que coordenava a radiodifusão por ser considerado não haver mais emissoras privadas no país. Todo este processo, para os ouvintes, não apresentou grandes alterações. Isto porque, desde 1943, os artistas não afinados com Perón ou mais especificamente com Eyvia já não participavam muito das atividades radiofônicas,

37 O episódio que detonou o processo foi a intervenção na transmissão de um discurso que fazia Perón, antes da partida de Eyvia para a Europa no mês de julho de 1947, pela Rádio Belgrano. Pablo Sirvén descreve da seguinte forma: "- '¡Válo acraditem, sto tudo mentirasi! Os larés que sintonizavam a rádio para escutar o discurso com que o general Perón despediu-se de sua esposa pouco antes de que esta partisse rumo a Europa, a 5 de julho de 1947, ficaram atordados quando escutaram repetidas vezes esta frase superposta a do Presidente. Um comando opositor havia interceptado as ondas radiofônicas". SIRVÉN, Op.cit., p.116. Como consequência, a emissora foi suspensa por tempo indeterminado. A suspensão foi levantada no mesmo ano, mas a Rádio Belgrano e a sua Primeira Cadeia de Broadcasting passaram às mãos do Estado, tendo Jaime Yankelevich continuado como seu administrador. A seguir foi a vez da rádio Splendid e a sua Rede Argentina de Emissoras Splendid. A Rede Azul de Emissoras Argentinas, da rádio El Mundo, passou automaticamente ao aparelho oficial, uma vez que pertencia ao grupo Hayanes, que já sofrera a intervenção através de seu diário. Entre as três cadeias havia cerca de 45 emissoras em todo o país. Gradativamente, todas as emissoras foram passando para o Estado. A única exceção foi a Rádio San Juan, de propriedade do poderoso grupo Grafiña de produtores de vinho, que se recusou a vender a emissora e saiu do ar, retornando somente em 1956.

38 SIRVÉN, Op.cit., p.117.

e os elencos e programações não mudaram substancialmente com a transferência das emissoras ao campo estatal³⁹.

O regime peronista teve também especial interesse pelo cinema, uma das mais importantes formas de entretenimento popular na Argentina. Desde a década de 1930, o cinema argentino obtinha êxito de público e, como o rádio, já criara seus astros e estrelas para as massas: Luis Sandrini, Pepe Arias, Libertad Lamarque e Hugo del Carril faziam sucesso. Os setores populares de Buenos Aires, apreciadores da radionovela, aceitaram bem o cinema nacional que aproveitou e aperfeiçoou essa tradição; os demais preferiam o cinema francês ou a produção hollywoodiana⁴⁰.

Em 1943, a *Associação de Produtores da Argentina* apresentou-se a *Direção Geral de Espectáculos Públicos* para requerer a obrigatoriedade de exibição e a fixação de uma porcentagem sobre a cota das salas de exibição. Possivelmente era o preço que se pedia para cooperar na campanha de “defesa e exaltação da tradição histórica, da cultura e dos valores morais e espirituais do povo argentino” que o decreto 13.644 desse ano impunha. De imediato, os representantes foram encaminhados a *Secretaria do Trabalho e Previdência*, a cargo de Perón. Nomeou-se, então, uma comissão mista integrada por representantes de produtores e exibidores. Como não houve acordo, em 5 de agosto de 1944, decretou-se com força de lei que todos os cinemas de primeira linha da Capital Federal deveriam exibir um filme nacional por mês, enquanto que o restante dos cinemas, a cada cinco semanas.

Perón havia assegurado, quase dois anos antes de ocupar a presidência, o apoio sem limites da indústria cinematográfica. E, com escassas exceções, o meio artístico começou a colaborar com entusiasmo. É nesta época que Perón conheceu a famosa atriz de rádio, Eva Duarte. Antes de se tornar a primeira-dama da Argentina, Eva beneficiou-se da sua relação com Perón, o que lhe deu mais força na sua carreira artística. Sob a influência de Perón, os diretores da *Rádio Belgrano* decidiram dar maior publicidade ao seu programa e firmaram um novo contrato, por doze meses, com um salário de 35 mil pesos mensais, a cifra mais alta que conhece a radiotelefonía até o presente⁴¹.

Na mesma época, Eva firmou um contrato de cinema com os *Estúdios San Miguel*, para atuar no filme *A Cavalgada do Circo* (*La Cabalgata del Circo*, dir. Mario Soffici, 1945), pelo qual lhe pagariam 30 mil

pesos⁴². Em fevereiro de 1945, Eva conquistava o papel mais cobiçado do cinema: seria a estrela do novo filme de Mario Soffici, até então o mais caro da indústria cinematográfica. Inicialmente, os estúdios haviam anunciado que o papel principal caberia a Mecha Ortiz, cuja maturidade se codunava mais com o *physique du rôle*. Devido ao bloqueio de celulósido decretado pelos Estados Unidos, que puniam a neutralidade argentina com o embargo de matérias-primas, a *Secretaria do Trabalho e Previdência* fazia a mediação entre produtores e exibidores. Tais circunstâncias colocaram Perón na posição perfeita para ajudar sua amante. Tudo indica que Perón facilitou a aquisição da metragem de película virgem de que os estúdios necessitavam, em troca de que Eva Duarte fosse a estrela principal.

O enredo do filme foi visto como um vaticínio dos acontecimentos posteriores ou, ao menos, como uma fonte de inspiração. *A Pródiga* (*La Pródiga*, dir. Mario Soffici, 1945) narra o processo de redenção de uma mulher da alta sociedade, madura, pecadora e arrependida que passa a dedicar-se aos pobres e, por eles, é tratada como uma divindade. Envolta nas brumas do passado, é chamada de “mãe dos pobres” e “irmã dos aflitos”. Apaixona-se pelo homem errado e não tarda a morrer, mas não sem antes sacrificar suas jóias, dinheiro e sua vida pelos pobres, e que, a distância parece uma prefiguração do papel que lhe coube cumprir dentro do peronismo, quando, como primeira-dama, sua imagem de Santa Eviña era fortalecida no cinejornal *Acontecimientos Argentinos* (*Sucesos Argentinos*), que antecedia a exibição dos filmes em cartaz.

A política cinematográfica do peronismo apresentou características similares às praticadas nas outras áreas de cultura e comunicação. Em 1947 promulgou-se a Lei 12.999, que dispôs sobre a obrigatoriedade de exibição de filmes argentinos em todos os cinemas do país. Em março de 1948, um decreto do Executivo impôs ao Banco Industrial uma linha de empréstimos de até 70% do custo de cada filme produzido sem garantias reais. Em 1949 reduziram-se as importações de filmes estrangeiros. Em

39 LUNA, Op. cit., p. 137.
40 CIRLA, Alberto. *Política y Cultura Popular: La Argentina Peronista 1946-1955*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor, 1983. p. 259.
41 Apaná. NAVARRRO, Op. cit., p. 65.

42 Durante as filmagens, ocorreu o famoso incidente entre a estrela do filme, Libertad Lamarque e Eva Duarte. Em seu papel secundário, Eva se dava ares de princesa graças ao romance com o Perón, chegando ao set em carro oficial com chofer. Segundo os proprietários do estúdio de gravação, Lamarque já atuava há algumas semanas os despalantes e a falta de pontualidade da estrelinha. Uma tarde, durante a filmagem de um baile folclórico, a protagonista perdeu a paciência e deu-lhe uma sonora bofetada. A cantora atenuou essa versão, afirmando que apenas alteou a voz. Mas o certo é que, logo que Perón chegou ao poder, Lamarque deixou de filmar no país e emigrou para o México, onde já era idolatrada. Cf. GURBANOV, Jorge Adrián & GARCÍA, Fernando Diego. *Eviña: Imagens de uma Paixão*. São Paulo: DBA/Cia. Melhoramentos, 1997. pp. 46-48.

1950, se modificou a Lei 12.999, impondo-se uma obrigatoriedade ainda maior e regulamentou-se dois tipos de empréstimos: um de fomento, que alcançava até 60% do custo do filme terminado, e outro especial, que cobria até 70% do custo do filme a ser realizado quando se tratava de temas de divulgação argentina.

Dentre os filmes realizados sob o peronismo, *Suburbio* (Suburbio, dir. León Klimovsky, 1951) tratava-se da história de uma vila pobre que se transforma num bairro reluzente por ação social do governo peronista. Já *Rio de Sangue* (*Las aguas bajan turbias*, dir. Hugo del Carril, 1952) foi ambientado no alto Paraná, nos anos 1920, e mostrava o regime brutal a que eram submetidos os “menstias” (trabalhadores das pastagens). A adaptação cinematográfica, todavia, modificou a mensagem da obra original, convertendo-na em um produto ideológico que poderia ser interpretado como crítico ao período anterior e apologetico da “Nova Argentina”. Apesar disso, o filme enfrentou problemas na sala de estrea e foi retirado de cartaz, porque Apold publicou no jornal “Crítica”, de 17 de Dezembro de 1952, uma denuncia noticiando que o diretor Hugo del Carril, peronista notório, havia cantado em Montevideu na noite da morte de Eva Perón.

Outra produção importante foi *O Grito Sagrado* (*El Grito Sagrado*, dir. Luis César Amadori, 1954), em que Fanny Navarro, a atriz predileta do peronismo, protagoniza o papel de uma patriota que anima as massas na luta contra os ingleses que haviam invadido Buenos Aires. Ao ter o escravo morto aos seus pés, a dama embuída de fervor patriótico, arranca a camisa ensangüentada do cadáver e, utilizando-a como bandeira, se lança pela rua. A seguir, suas amigas, os escravos e, enfim, todo o povo, armado precariamente com paus e pedras, enquanto ela entoa canções contra os ingleses. Seu entusiasmo e patriotismo geram a luta final e os invasores são derrotados. Este filme é uma alegoria dos acontecimentos ocorridos no 17 de outubro de 1945, consagrado pela mitologia peronista como “Dia da Lealdade Popular”, quando Eva Duarte, então uma atriz de cinema e rádio ligada sentimentalmente a Perón, assumiu a bandeira dos *descamisados* e encabeçou o movimento popular que atraiu milhares de pessoas até a Plaza de Mayo, para reivindicar a libertação de seu líder, que se encontrava prisioneiro de seus próprios companheiros militares, incomodados pela preponderância que Perón havia adquirido ante a classe trabalhadora. No filme é ainda negada a protagonista a entrada no velório do pai, situação similar a que havia ocorrido com Evita.

A censura atuou em grande escala no cinema argentino, recusando ou exigindo modificações em diversos roteiros cinematográficos, como foi o caso do filme *Desonra* (*Deshonra*, dir. Daniel Tinayre, 1952), que

abordava os problemas das prisões femininas. Para ser aprovado, o diretor procurou demonstrar que as iniquidades e os brutais métodos carcerários do passado haviam sido erradicados para sempre, e, em seu lugar, imperava um conceito humano de reeducação dos reclusos, ou seja, as injustiças ocorridas no antigo governo haviam sido sanadas no peronismo, transformando o cárcere do presente num “paraíso”. Já em *Bairros Cinzas* (*Barrio Gris*, dir. Mario Soffici, 1954), cuja trama desenvolve um forte quadro marginal do subúrbio de Sarandí durante as décadas de 1920-1930, a censura obrigou o diretor a modificar a cena final do filme para ressaltar que no paraíso peronista aqueles bairros cinzas haviam sido substituídos por outros brancos onde imperava o conforto e onde as crianças podiam brincar felizes⁴³. Na realidade, porém, os bairros cinzas lamentavelmente ainda persistiam em 1954.

Anos mais tarde, apesar de todos os esforços estatais para a divulgação da propaganda peronista, Perón reconheceu que os meios de comunicação não eram todo-poderosos e comentou:

Em 1955, tendo a totalidade dos meios à disposição, fui derrotado; em 1945 e 1973, antes das eleições, a imprensa toda se opôs a mim não impedindo minha chegada à Casa do Governo⁴⁴.

Considerações finais

O estudo realizado apresentou alguns aspectos de semelhança entre as organizações dos órgãos estatais de propaganda da Itália fascista, da Alemanha nazista, do Brasil varguista e da Argentina peronista, assim como apontou a inserção compulsória dos meios de comunicação ao projeto de política cultural preconizado por esses regimes. Conforme exposto, a análise da política de comunicação do nazi-fascismo possibilitou compreender melhor os meios e as técnicas de comunicação populista empreendidas pelo varguismo e peronismo. Os órgãos estatais de propaganda e informação do varguismo e do peronismo tiveram semelhanças evidentes com os do fascismo e do nazismo, tanto no que se referia a sua estrutura organizacional quanto na orientação e na difusão das mensagens políticas que deveriam ser veiculadas através dos meios de comunicação, da educação e das produções culturais, tais como: a exaltação a figura do líder, a construção da identidade nacional e do “homem novo”, as imagens dos inimigos internos e externos (embora

43 DÍNÚBIA, Domingo. *Historia del Cine Argentino*. Tomo II. Buenos Aires: Cruz de Malta, 1960. p.172.

44 SIRVEN, Op.cit. p.141.

distintos em cada um dos casos) e a valorização da guerra (exceto no caso peronista).

A repressão política e o controle da informação também permanecem indissociáveis nos quatro sistemas políticos. O paternalismo em relação à classe trabalhadora, o processo mitificador de transformar Mussolini, Hitler, Vargas e Perón nos líderes dos operários e a necessidade de mobilização da sociedade para modernizar a economia têm semelhanças notáveis. Além disso, os exemplos discutidos mostraram como os responsáveis pelas veiculações das ideologias varguista e peronista através dos meios de comunicação, tomaram a experiência política e cultural do nazi-fascismo como um modelo a ser seguido. Neste sentido, cabe não somente destacar que estas idéias, imagens e práticas políticas circularam da Europa para a América Latina nas décadas de 1920-1950, mas que ainda estão bastante presentes no imaginário coletivo da Itália, Alemanha, Brasil e Argentina, assim como foram reutilizadas, com novo sentido, por outros governos ou movimentos políticos nestes países.

No entanto, ao analisarmos o papel dos meios de comunicação como arma de propaganda política não podemos supervalorizar sua eficácia no controle das consciências de todos os indivíduos da sociedade. A propaganda política não deve ser encarada como onipotente, pois apesar de poder atingir e influenciar milhões de pessoas, exercendo um papel importante no condicionamento da opinião pública, ela apenas reforça tendências pré-existentes na sociedade e o sucesso de seu desempenho depende do potencial de captar e explorar os anseios e interesses predominantes num determinado contexto histórico. Mesmo os regimes considerados "totalitários", que almejavam realizar esse controle absoluto, acabaram fracassando em seu objetivo de formar a "opinião única". Tal observação não significa uma desvalorização do papel da propaganda política, pois deve ser levado em conta o fato de que mesmo sem conseguir conquistar adesão unânime de uma sociedade, ela representa um dos pilares de sustentação de poder desses regimes políticos.

Por tudo isso, o debate sobre o papel dos meios de comunicação na formação de consciências políticas continua sendo um assunto atual e vital para o exercício pleno da cidadania, no sentido que busca impedir a repetição, mesmo disfarçada sob nova máscara, de tais experiências nefastas.

Bibliografia

ALMEIDA, Claudio Aguiar. *O cinema como "agitador de almas": Argélia, uma cena do Estado Novo*. São Paulo: Annablume/FAPESP, 1999.

- ANUÁRIO DA IMPRENSA BRASILEIRA. Rio de Janeiro, DIP, s.d.
- ARENDT, Hannah. *Origens do Totalitarismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- CABRAL, Sérgio. "Getúlio Vargas e a música popular brasileira". In: *Ensaio de Opinião*. Rio de Janeiro: Inúbia, 1975.
- CAPELLATO, Maria Helena Rolim. *Mulheres em Cena. Propaganda Política no Vargasismo e no Peronismo*. Campinas: Papirus, 1998.
- "Populismo latino-americano em discussão". In: FERREIRA, Jorge (org.). *O Populismo e sua história: debate e crítica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- "Propaganda política e controle dos meios de comunicação". In: PANDOLFI, Dulce. (org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.
- CIRIA, Alberto. *Política y Cultura Popular: La Argentina Peronista 1946-1955*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor, 1983.
- COULTARDE, François & CADARS, Pierre. *Histoire du Cinéma Nazi*. Paris, Eric Losfeld, 1972.
- DI NÚBIA, Domingo. *Historia del Cine Argentino*. Buenos Aires: Cruz de Malta, 1960.
- FABRIS, Mariarosaria. *O neo-realismo italiano: uma leitura*. São Paulo: Edusp-Fapesp, 1996.
- FERRRO, Marc. *Cinema e História*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1992.
- FURHAMMAR, Leif & ISAKSSON, Folke. *Cinema e Política*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1976.
- GARCIA, Nelson Jahr. *Estado Novo: Ideologia e Propaganda Política. A Legitimação do Estado Autoritário Perante as Classes Subalternas*. São Paulo, Loyola, 1982.
- GILL, Jean. *L'Italie de Mussolini et son cinéma*. Paris: Henri Veyrier, 1985.
- GOEBBELS, Joseph. *Le Journal du Dr. Goebbels*. Paris: A l'Enseigne du Cheval Ailé, 1948.
- GONTRAN DE GÜEMES. *Así se gestó la dictadura: El GOU*. Buenos Aires: Rex, 1956.
- GONZAGA, Alice. *50 Anos de Cinédia*. Rio de Janeiro, Editora Record, 1987.
- GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: Ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo, Marco Zero, 1990.
- GUERIN, Daniel. *Fascisme et grand capital*. Paris: Gallimard, 1936.
- GURBANOV, Jorge Adrián & GARCÍA, Fernando Diego. *Evita: Imagens de uma Paixão*. São Paulo: DBA/Cia. Melhoramentos, 1997.
- HALE, O. J. *The Captive Press in the Third Reich*. Princeton, NJ, 1964.
- HITLER, Adolf. *Minha Luta / Mein Kampf*. São Paulo: Editora Moraes, 1983.
- KRISS, Ernest. "The Danger of Propaganda". In: *The American Imago*. Vol. II, n°1. Boston: Hans Sachs, 1941.

- LUNA, Félix (dir.). *Nuestro Siglo. Historia Grafica de la Argentina Contemporánea*. Buenos Aires: Hyspamérica Ediciones, 1984.
- _____. *Perón y su Tiempo – I – La Argentina era una fiesta. 1946 - 1949*. Buenos Aires: Ed. Sudamericana, 1985.
- MUSSOLINI, Benito. *La dottrina del fascismo* (1932). Roma: Arditia, 1935.
- _____. *Scritti e Discorsi*. Milão: Ulrico Hoepli Editori, 1935.
- NAVARRO, Marysa. *Evita*. Buenos Aires: Corregidor, 1981.
- OLIVEIRA, Lúcia Lippi VELLOSO, Mônica Pimenta & CASTRO GOMES, Ângela, Maria. *Estrado Novo: Ideologia e Poder*. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1982.
- PEREIRA, Wagner Pinheiro. "Guerra das Imagens: Cinema e Política nos Governos de Adolf Hitler e Franklin D. Roosevelt (1933-1945)". São Paulo: Dissertação de Mestrado em História Social – FFLCH-USP, Orient. Profª. Dra. Maria Helena Rolim Capelato, 2003. (No prelo).
- _____. "O Império das Imagens de Hitler: O Projeto de Expansão Internacional do Modelo de Cinema Nazi-Fascista na Europa e na América Latina (1933-1955)". São Paulo: Tese de Doutorado em História Social – FFLCH-USP, Orient. Profª. Dra. Maria Helena Rolim Capelato, 2008.
- _____. "O Triunfo do Reich de Mil Anos: Cinema e Propaganda Política na Alemanha Nazista (1933-1945)". In: CAPELATO, Maria Helena et alii (orgs.). *História e Cinema. Dimensões Históricas do Audiovisual*. São Paulo: Alameda, 2007.
- PERÓN, Eva. *La Razón de Mi Vida*. Buenos Aires: Ediciones Peuser, 1951.
- PERÓN, Juan Domingo. *Conducción política*. Buenos Aires: Secretaría Política de la Presidencia de la Nación, 1974.
- PEROSA, Lillian Maria Farias de Lima. "A Hora do Clique: uma análise sobre o programa oficial de rádio "Voz do Brasil" na Velha e na Nova República". São Paulo: Dissertação de Mestrado – ECA/USP, 1991.
- RAUSCHING, Herman. *Hitler me dijo*. Buenos Aires: Hachette, 1940.
- SCHWARTZMAN, Simon et alii. *Tempos de Capanema*. São Paulo, Paz e Terra/FGV, 2000.
- SIRVÉN, Pablo. *Perón y los medios de comunicación (1943 - 1955)*. Buenos Aires: Ceal, 1984.
- SOUZA, José Inácio Melo. "Ação e o imaginário de uma ditadura: Controle, coerção e propaganda política nos meios de comunicação durante o Estado Novo". São Paulo, Dissertação de Mestrado (ECA - USP), 1990.
- TANNENBAUM, Edward R. *La experiencia fascista. Sociedad y cultura em Italia (1922 - 1945)*. Madri: Aliança, 1975.
- VARGAS, Getúlio. *A Nova Política do Brasil*. Rio de Janeiro, Livraria José Olympio Editora, 1938.

1968: LUTA POLÍTICA E MEMÓRIA SOCIAL

Jean Rodrigues Sales¹

Como acontece em ocasiões comemorativas, não faltaram neste ano eventos a respeito do significado e do legado de 1968 para a história brasileira e mundial. Passados 40 anos, os analistas esforçam-se em buscar explicações que possam tornar inteligível um ano em que países com realidades geográficas e sócio-políticas distintas como França, Brasil, EUA, Vietnã, Japão, México, Alemanha, entre tantos outros, viveram eventos fundamentais para a compreensão de suas respectivas histórias no século XX.

Os estudiosos, particularmente da ciência política e da sociologia, têm apontado algumas características comuns aos diversos movimentos ocorridos nesses diferentes países: industrialização avançada, urbanização crescente, aumento e diversificação das classes médias assalariadas, importância dos jovens na composição étnica e crise do sistema universitário assentado em valores conservadores.

Nesse texto não são almejadas explicações de tal natureza, tampouco discussões acerca do legado de 1968 para mudanças substanciais nas formas e temas da participação política no século passado, como a liberalização comportamental, a mudança da rígida estrutura universitária, o surgimento de movimentos ecológicos, da entrada na cena política de demandas específicas das chamadas minorias: mulheres, negros, homossexuais.

A minha proposta é tratar de uma dimensão de 1968 que não tem sido lembrada nas discussões destes 40 anos: a especificidade do caso brasileiro e de sua relação com a forma como a sociedade brasileira lida com o seu passado ditatorial recente. Como veremos adiante, essa especificidade marca tanto os eventos acontecidos em 1968, quanto às comemorações e debates em 2008.

1 Docente do Departamento de História da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), Guarapuava, Paraná, e autor de *A luta armada contra a ditadura militar: a esquerda brasileira e a influência da revolução cubana*. (São Paulo: Persu Abramo, 2007). Versão ligeiramente modificada deste texto foi publicada em *Teoria e Debate*. Edição especial, maio de 2008.