

UNIRIO – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
CCH – Centro de Ciências Humanas e Sociais
Programa de Pós-Graduação em História
Doutorado em História

ANA PAULA LEITE VIEIRA

**O Departamento de Imprensa e Propaganda e a política editorial do
Estado Novo (1937-1945)**

Tese de Doutorado

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Angela Maria de Castro Gomes

Rio de Janeiro

2019

UNIRIO – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
CCH – Centro de Ciências Humanas e Sociais
Programa de Pós-Graduação em História
Doutorado em História

ANA PAULA LEITE VIEIRA

**O Departamento de Imprensa e Propaganda e a política editorial do
Estado Novo (1937-1945)**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutor.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Angela Maria de Castro Gomes

Rio de Janeiro
2019

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Programa de Pós-Graduação em História

Tese de Doutorado submetida ao Programa de Pós-Graduação em História da UNIRIO,
como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutor.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Angela Maria de Castro Gomes (UNIRIO – Orientadora)

Prof. Dr. Flavio Limonic (UNIRIO – Examinador)

Profa. Dra. Giselle Martins Venâncio (UFF – Examinadora)

Profa. Dra. Tania Regina de Luca (UNESP – Examinadora)

Profa. Dra. Dulce Pandolfi (FGV – Examinadora)

Profa. Dra. Lúcia Grinberg (UNIRIO – Suplente)

Profa. Dra. Martha Campos Abreu (UFF – Suplente)

Rio de Janeiro, 29 de março de 2019.

Catálogo informatizada pelo(a) autor(a)

V Vieira, Ana Paula Leite
 O Departamento de Imprensa e Propaganda e a
 política editorial do Estado Novo (1937-1945) / Ana
 Paula Leite Vieira. -- Rio de Janeiro, 2019.
 248

 Orientadora: Angela Maria de Castro Gomes.
 Tese (Doutorado) - Universidade Federal do
 Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação
 em História, 2019.

 1. Estado Novo. 2. DIP. I. Gomes, Angela Maria
 de Castro, orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Angela, pelas palavras de incentivo, pelas conversas, por todos os ensinamentos e, principalmente, por ter sempre me tratado com tanto carinho. Todos que tiveram o privilégio de ser seus orientandos sabem o quanto a sua generosidade faz toda diferença na orientação de um trabalho acadêmico.

Aos professores Flavio Limonic e Giselle Venâncio, que se dispuseram a integrar as bancas de qualificação e de defesa. Obrigada pelas sugestões e comentários tão valiosos feitos no exame de qualificação, que foram primordiais para a conclusão do trabalho. Agradeço também às professoras que, gentilmente, aceitaram participar da banca de defesa da tese: Dulce Pandolfi, Tania de Luca, Martha Abreu e Lucia Grinberg.

Ao professor Sidney Chalhoub, que muito generosamente aceitou orientar minha visita à Universidade de Harvard e tornou minha pesquisa possível. Se isso não bastasse, ainda me proporcionou umas experiências mais incríveis da minha vida: assistir, de pertinho, a presidente Dilma Rousseff falar sobre o golpe que a destituiu de seu mandato e sobre os rumos de nossa democracia. Agradeço também à Kimberly O'Hagan, que sempre muito atenciosamente me ajudou com todos os detalhes burocráticos de minha visita a Harvard.

RESUMO

Este trabalho tem como questão principal a atuação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) como editor e financiador de material bibliográfico propagandístico durante o Estado Novo (1937-1945) no Brasil. O DIP, como os congêneres de seu tempo, se ocupava das funções de censura e propaganda do regime, sendo um poderoso *locus* de poder. Dessa forma, era também um dos órgãos atuantes na política cultural do Estado Novo, ao lado do Ministério da Educação e Saúde. Dentre suas múltiplas frentes de atuação, o projeto recorta sua atividade editorial, que foi intensa, mas é pouco conhecida. Para desenvolver a pesquisa, uso como fontes principais os livros e periódicos que identificamos como editados ou financiados pelo DIP durante seu período de existência (1939-1945).

Palavras-chave: Estado Novo, DIP, política cultural.

ABSTRACT

This research focuses mainly on the actions of the Department of Press and Propaganda (DIP - *Departamento de Imprensa e Propaganda*) as editor and financier of propagandistic bibliographical material during the period known as *Estado Novo* (1937-1945) in Brazil. DIP, as well as the congeners of its time, was in charge of censorship and propaganda of the regime as a relevant locus of power. Thus, it was also one of the active agencies in the cultural policy of *Estado Novo*, alongside the Ministry of Education and Health. Among its many fronts, the project explores this intense but little know publishing activity. In order to carry out the research, I use as my main sources the books and journals which, according to our findings, were edited or financed by DIP during its period of existence (1939-1945).

Keywords: Estado Novo, DIP, cultural policy.

LISTA DE SIGLAS

ABA – American Brazilian Association
ABI – Associação Brasileira de Imprensa
ABL – Academia Brasileira de Letras
AN – Agência Nacional
ANL – Aliança Nacional Libertadora
BPB – Biblioteca Pedagógica Brasileira
CEB – Casa do Estudante do Brasil
CEN – Companhia Editora Nacional
CIAA – Coordinator of Commercial and Cultural Relations between the American Republics
CICI – Comissão Internacional de Cooperação Intelectual
CNI – Conselho Nacional de Imprensa
DASP – Departamento Administrativo do Serviço Público
DCI – Divisão de Cooperação Intelectual
DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda
DNC – Departamento Nacional do Café
DNI – Departamento Nacional de Informações
DNP – Departamento Nacional de Propaganda
DOP – Departamento Oficial de Publicidade
DPDC – Departamento de Propaganda e Difusão Cultural
FEB – Força Expedicionária Brasileira
IAP – Instituto de Aposentadorias e Pensões
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IHGB – Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro
INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais
INL – Instituto Nacional do Livro
MES – Ministério da Educação e Saúde
MET – Metropolitan Museum of Art
MoMA – Museum of Modern Art
MRE – Ministério das Relações Exteriores
MTIC – Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio
OCIAA – Office of the Coordinator of the Inter-American Affairs
PRC – Partido Republicano Conservador
SBII – Serviço Brasileiro de Intercâmbio Intelectual
SNT – Serviço Nacional do Teatro
SPHAN – Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
SPN – Secretariado de Propaganda Nacional

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Produção da Companhia Editora Nacional por gênero (1933).....	p. 35
Quadro 2: Receita do DIP (1940-1945).....	p. 72
Quadro 3: Relação de livros publicados pelo DIP (sem autoria).....	p. 86-87
Quadro 4: Relação de livros caracterizados pela exaltação a Getúlio Vargas (sem autoria).....	p. 88
Quadro 5: Relação de livros caracterizados pela exaltação a Getúlio Vargas (com autoria).....	p. 89
Quadro 6: Relação de livros associando Getúlio Vargas a temas diversos.....	p. 90
Quadro 7: Livros sobre direitos trabalhistas.....	p. 96
Quadro 8: Listagem de monografias premiadas pelo DIP.....	p. 110
Quadro 9: Listagem de monografias que receberam menção honrosa no concurso organizado pelo DIP.....	p. 111
Quadro 10: Composição dos articulistas de <i>Travel in Brazil</i>	p. 200
Quadro 11: Quantidade de artigos escritos por cada articulista de <i>Travel in Brazil</i>	p. 201
Quadro 12: Quantitativo de temas abordados em <i>Travel in Brazil</i>	p. 210

LISTA DE IMAGENS

Imagens 1A e 1B: Capas padronizadas da <i>Brasileana</i> da CEN.....	p. 47
Imagens 2A e 2B: Capas padronizadas da coleção <i>Documentos Brasileiros</i>	p. 49
Imagens 3A, 3B e 3C: Capas de biografias e livros sobre feitos de Getúlio Vargas.....	p. 90
Imagens 4A e 4B: Capas de livros cujo tema é o aniversário de Getúlio Vargas.....	p. 91
Imagens 5A e 5B: Livros para a comemoração de aniversários da Revolução de 1930.....	p. 92
Imagens 6A e 6B: Capas de livros sobre Getúlio Vargas.....	p. 94
Imagens 7A e 7B: Capas de livros sobre Estado Novo.....	p. 94
Imagens 8A e 8B: Capa e página interna de <i>Celebrações do Decênio</i> , 1941.....	p. 106
Imagem 9: Páginas internas de <i>Celebrações do Decênio</i> , 1941.....	p. 107
Imagens 10A, 10B e 10C: Capas de livros da coleção <i>Decenal da Revolução Brasileira</i>	p. 112
Imagem 11: Página interna de <i>Travel in Brazil</i> , n. 1, de 1941.....	p. 140
Imagem 12: Capa do livro <i>Brazil of Today</i> , de 1931 (em inglês)	p. 166
Imagem 13: Capa do livro <i>Modern Brasil</i> , de 1934 (em inglês)	p. 166
Imagem 14: Capa do livro <i>What Brazil Offers You</i> , de 1935 (em inglês)	p. 166
Imagem 15: Capa do relatório <i>Brazil Coffee in 1940</i>	p. 170
Imagens 16A e 16B: Primeira página e folha interna do folheto <i>ABC of</i>	

<i>Coffee</i>	p. 171
Imagens 17A e 17B: Capa e folha interna do <i>Coffee Calendar</i> , edição de 1943.....	p. 172
Imagens 18A e 18B: Capa e folha interna do livro <i>A Story of “King Coffee”</i>	p. 173
Imagens 19A e 19B: Capa e folha interna do livro <i>Excerpts from manifests, speeches and interviews made by President Getúlio Vargas</i>	p. 178
Imagens 20A, 20B e 20C: Capa, contracapa e página interna do folheto <i>Poços de Caldas</i>	p. 179
Imagens 21A, 21B e 21C: Capa, contracapa e página interna do folheto <i>Rio de Janeiro</i>	p. 179
Imagem 22: Face interna da revista <i>Travel in Brazil</i> nº 2, de 1941.....	p. 192
Imagens 23A e 23B: Páginas internas de <i>Travel in Brazil</i> , nº 1, de 1942.....	p. 193
Imagem 24A e 24 B: Capa e contracapa do primeiro número de <i>Travel in Brazil</i> , 1941.....	p. 194
Imagem 25: Página interna do primeiro número de <i>Travel in Brazil</i> , 1941.....	p. 195
Imagens 26A e 26B: Capas do nº 3 (1941) e do nº 2 (1942) de <i>Travel in Brazil</i>	p. 196
Imagens 27A e 27B: Capas do nº 2 (1941) e do nº 1 (1942) de <i>Travel in Brazil</i>	p. 197
Imagens 28A e 28B: Capa e contracapa de <i>Travel in Brazil</i> nº 4, de 1941.....	p. 198
Imagem 29: Carimbo encontrado na face interna da capa e/ou da contracapa em alguns exemplares de <i>Travel in Brazil</i>	p. 199
Imagem 30: Página interna de <i>Travel in Brazil</i> , nº 2, de 1941.....	p. 208
Imagens 31A e 31B: Páginas internas de <i>Travel in Brazil</i> nº 2, de 1941.....	p. 213
Imagem 32: Primeira página do artigo “Wings over Brazil”	p. 218
Imagens 33A e 33B: Primeiras páginas do artigo “Carnival in Rio” na <i>Travel in Brazil</i> n. 2, de 1941.....	p. 223

SUMÁRIO

Introdução	p. 11
Capítulo 1 – A edição como ofício e a formação de um mercado nacional de livros	p. 24
1.1 O livro como objeto e as articulações entre a história política e a história do livro e da leitura.....	p. 24
1.2 O intelectual editor e a criação de um mercado livreiro no Brasil.....	p. 26
1.3 Um mercado editorial brasileiro em tamanho e títulos: os anos 1930.....	p. 33
1.3.1 Companhia Editora Nacional (CEN).....	p. 35
1.3.2 José Olympio e sua “Casa”	p. 37
1.3.3 Os editores e as coleções <i>brasilianas</i> : conhecendo o Brasil, consagrando autores e vendendo livros.....	p. 43
1.4 O Estado e os impressos: mecenato e políticas editoriais.....	p. 52
1.4.1 O preço do papel, o mecenato estatal e seus impactos no mundo dos impressos.....	p. 53
1.4.2 O Estado como editor.....	p. 57
Capítulo 2 – O Departamento de Imprensa e Propaganda: um histórico de sua criação e suas atividades	p. 62
2.1 O estudo do DIP: um mergulho em suas divisões.....	p. 77
2.1.1 Divisão de Imprensa.....	p. 77
2.1.2 Divisões de Rádio, Cinema e Teatro.....	p. 79
2.1.3 Divisões de Divulgação e Turismo.....	p. 82
2.2 As linhas editoriais do DIP.....	p. 85
Capítulo 3 – Decenal da Revolução Brasileira: uma coleção para comemorar o governo Vargas	p. 99
3.1 As comemorações em torno do <i>Decenal da Revolução Brasileira</i>	p. 100
3.2 A coleção <i>Decenal da Revolução Brasileira</i>	p. 108
3.2.1 A ideia de “Revolução em marcha” e os usos do passado na coleção	

<i>Decenal da Revolução Brasileira</i>	p. 113
3.2.2 “A força nacionalizadora do Estado Novo”: a Revolução e a unidade nacional.....	p. 120
3.2.3 “O decênio revolucionário é marcado, sobretudo, pela política social”: direito operário e política sanitária.....	p. 126
3.2.4 A Revolução Brasileira e a cultura.....	p. 130
3.2.5 Política externa.....	p. 133
3.3 Repercussão internacional das comemorações.....	p. 138
Capítulo 4 – <i>Soft power</i>: um panorama da diplomacia cultural entre Brasil e Estados Unidos através dos impressos	p. 142
4.1 A Política da Boa Vizinhança: o <i>soft power</i> norte-americano e as relações com o Brasil.....	p. 143
4.2 <i>Soft power</i> à brasileira: o Brasil vai aos EUA.....	p. 153
4.3 <i>What Brazil offers you</i> : os impressos como agentes da Boa Vizinhança e de propaganda do Brasil nos Estados Unidos.....	p. 164
4.3.1 As edições do DIP para estrangeiros.....	p. 174
Capítulo 5 – Um <i>Brazil</i> para exportação: a revista <i>Travel in Brazil</i> e a propaganda do Estado Novo nos Estados Unidos	p. 182
5.1 Cecília Meireles e a revista <i>Travel in Brazil</i>	p. 183
5.2 <i>Travel in Brazil</i> : uma revista para americano ver, ler e viajar.....	p. 189
5.2.1 Uma vista panorâmica da revista e de suas temáticas.....	p. 191
5.2.2 Os colaboradores da <i>Travel in Brazil</i>	p. 199
5.3 Viajando nas páginas da <i>Travel in Brazil</i> : “brasilidade de exportação”....	p. 206
5.3.1 Viagens através do Brasil.....	p. 211
5.3.2 O folclore como um retrato do povo brasileiro.....	p. 219
Considerações finais	p. 227
Fontes e referências	p. 231
Anexo – Produção impressa do DIP	p. 243

INTRODUÇÃO

A Era Vargas (1930-1945) é um dos temas da história do Brasil que mais recebeu atenção dos historiadores, sobretudo o período do Estado Novo (1937-1945). Ainda assim, continua sendo estudado e revisitado a partir de novos questionamentos e fontes. Nessa perspectiva, esta pesquisa tem como questão principal a atuação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) como editor e financiador de material bibliográfico propagandístico durante o Estado Novo no Brasil. O DIP, além de se ocupar das funções de censura da imprensa, era um dos órgãos atuantes na política cultural do regime através de sua intensa atividade editorial.

Esta tese pretende se unir a um conjunto de pesquisas que vem se dedicando ao estudo das políticas implantadas na área da propaganda durante o período do Estado Novo. Nesse sentido, este texto se beneficia de uma série de contribuições de diversos trabalhos que discutem cultura política e as políticas culturais estado-novistas em termos mais amplos, bem como das análises que tomam a propaganda política como objeto de investigação. As reflexões aqui formuladas tangenciam também os estudos na área da história intelectual, a história da imprensa e do livro e da leitura. As produções do DIP dialogam com uma gama de livros e periódicos publicados não apenas por editoras privadas, mas também por outros órgãos estatais. O mercado editorial se tornou, sobretudo a partir dos anos 1930, mais denso e diversificado a partir do surgimento de novas editoras e editores que, com esse crescimento, se especializaram em nichos, preocupando-se com diversas temáticas e públicos. Em consequência disso e da ampliação da burocracia estatal, as possibilidades de exercício da atividade intelectual ampliaram-se enormemente nos anos 1930. Como nos alerta Tania de Luca (2011, p. 117), não podemos “subestimar a presença de um Estado que se relacionava intensamente com as elites letradas e interferia de forma incisiva nos campos da cultura e da educação, ampliava muito a máquina burocrática e absorvia contingentes crescentes de servidores públicos qualificados em diversos escalões” e que, além disso, produzia e/ou financiava publicações.

O projeto editorial do Estado Novo, mais especificamente do DIP, possuía dois ramos complementares, que foram concomitantemente colocados em prática. Visava alcançar não só o leitor brasileiro e divulgar os feitos do regime e exaltar a figura de Getúlio Vargas, mas também projetar uma imagem positiva do Brasil no exterior. Diversas entidades de caráter público ou privado empreenderam esforços para reverter o

profundo desconhecimento do país entre os europeus e os vizinhos do continente americano, situação que era avaliada pelos políticos e intelectuais da época como um entrave para o desenvolvimento das relações do Brasil com o resto do mundo.

Para desenvolver a análise, uso como fontes os livros e periódicos que conseguimos identificar como tendo sido editados ou financiados pelo Departamento de Imprensa e Propaganda durante seu período de existência (1939-1945), bem como algumas produções de seu predecessor, o Departamento Nacional de Propaganda (DNP). A revista *Cultura Política*, principal publicação do DIP, será utilizada como importante fonte de informações sobre as atividades do órgão, assim como a documentação encontrada no Fundo do Gabinete Civil da Presidência no Arquivo Nacional e no CPDOC-FGV – incluindo recortes de jornais, relatórios de atividades, correspondência, interceptações telefônicas, entre outros documentos.

A partir de novas fontes, o objetivo deste trabalho é aprofundar algumas das reflexões sobre as feições assumidas pela propaganda política do Estado Novo. Além de serem fontes importantes para estudar a política cultural do Estado Novo, as publicações do DIP podem também contribuir para pensar as relações internacionais que o Brasil estabeleceu no período, sobretudo a grande aproximação com os Estados Unidos.

O DIP na historiografia e nos arquivos

Estudar o Departamento de Imprensa e Propaganda e suas atividades impõe algumas dificuldades ao pesquisador. A primeira delas é a carência de fontes administrativas e a dificuldade de se mapear a documentação e produções ligadas ao Departamento. Infere-se que este possuía um rico acervo, já que

[...] havia a determinação explícita de se organizar “um arquivo de jornais e revistas, folhetos de propaganda etc., nacionais e estrangeiros”, além de se prever que os serviços de administração deveriam dispor de filmoteca, discoteca e biblioteca, destinadas a guardar e conservar materiais comprados ou produzidos pelo órgão. Indício indireto de que a determinação foi cumprida, pelo menos no que respeita à biblioteca, está no fato de ser possível encontrar livros com o carimbo “Biblioteca do DIP” (LUCA, 2011, p. 273).

Contudo, em 1946, o general Eurico Gaspar Dutra ordenou a queima de todo o arquivo da instituição. Parte da biblioteca permanecera preservada no Serviço de Documentação da Agência Nacional, mas um de seus diretores “autorizou a dispersão e desmembramento do acervo, selando assim a perda do material produzido pelo Departamento e por seus antecessores” (DE LUCA, 2011, p. 274). Talvez a intenção fosse

a de “apagar” a memória do Estado Novo, que o DIP guardava explicitamente em sua biblioteca e acervo documental. Com o passar das décadas, a tendência em considerar esses livros como “subliteratura” também pode ter contribuído para seu descarte em bibliotecas em busca de espaço para novos livros. Como De Luca descreve em seu artigo, foram realizadas algumas tentativas frustradas de localizar esse acervo nas principais instituições de pesquisa brasileiras.

Em vista disso, essa autora realizou uma busca pela documentação do DIP em bibliotecas estrangeiras e encontrou diversos títulos em duas universidades norte-americanas – Tulane e Vanderbilt¹. Tânia de Luca conseguiu observar em alguns dos livros com os quais teve contato inscrições feitas a lápis por funcionários das instituições receptoras, como *gift*, *Gift of DIP*, *gift of issuing Office*. Através de uma busca nos acervos digitais, encontrei uma grande quantidade de títulos editados pelo DIP em bibliotecas de outras universidades de diversas regiões dos Estados Unidos, como Harvard, Stanford, Columbia, NYU, Yale e até em bibliotecas públicas, como a New York Public Library e a Library of Congress. Isso evidencia o reconhecimento das instituições sobre as atividades editoriais do DIP e deixa claro que o Departamento manteve uma política organizada de intercâmbio cultural com os Estados Unidos.

Como a biblioteca e o arquivo do DIP se perderam, o pesquisador precisa, ele mesmo, tentar reconstituir a extensa lista de publicações que o órgão editou ou financiou durante sua existência recorrendo a outros mecanismos. A revista *Cultura Política*, uma das produções mais importantes do DIP, é uma importante fonte de informações nesse sentido. Ela continha uma seção intitulada Movimento Bibliográfico, responsável por apresentar, mensalmente, todos os livros publicados em território nacional – brasileiros ou traduções. Junto com as referências bibliográficas, o organizador da listagem informava que o livro havia sido publicado pelo Departamento por meio da indicação “Publ. do D.I.P”. Através disso, pudemos construir uma extensa lista de livros editados pelo órgão para então tentar localizá-los em bibliotecas no Brasil e nos Estados Unidos. Porém, nem todos os livros encontram-se disponíveis para consulta, fato que limita o estudo do conjunto completo das publicações.

Junto à dificuldade de acesso às fontes, podemos também destacar uma limitação de caráter bibliográfico, uma vez que não existem muitos pesquisadores que tenham se dedicado ao estudo sistemático do funcionamento e das atividades desempenhadas pelo

¹ Para maiores informações, ver: DE LUCA, 2011.

DIP. Além disso, em boa parte das pesquisas, ele é apresentado como o órgão responsável pela coerção e pela propaganda manipuladora do regime ditatorial de Getúlio Vargas. A política de propaganda implementada em 1931, com a criação do Departamento Oficial de Propaganda (DOP), e ampliada com o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (1934) e com o DIP (1939), segundo essa visão, teria se espelhado nas experiências fascista italiana e nazista alemã, tendo sido idealizada por Lourival Fontes, um intelectual declaradamente fascista e admirador de Mussolini e Hitler.

Tal interpretação ganha força nos anos 1970 com os trabalhos do historiador Edgard Carone que, imerso no contexto da luta contra a ditadura iniciada em 1964, dedica-se ao estudo do período republicano para compreender como o regime político liberal-democrático brasileiro teria entrado em colapso e culminado no golpe civil e militar. Sendo assim, os pesquisadores da década de 1970 buscam em experiências anteriores as bases do autoritarismo brasileiro, e nessa ótica o Estado Novo aparece com grande destaque.

Nos livros *A Terceira República (1937-1945)* (1976) e *O Estado Novo (1937-1945)* (1977), Carone classifica a produção cultural do DIP como obras de caráter ideológico e, portanto, de menor ou nenhum valor. Nas palavras do próprio autor: “Dentro desta literatura ou sublitteratura, existe uma ou outra obra de valor. A maior parte, porém, é totalmente secundária, mas sintomática” (CARONE, 1977, p. 168). Assim, os livros e folhetos publicados pelo departamento são vistos por ele como a estratégia de divulgação menos eficiente do regime, “pois as publicações são insonsas² e da pior propaganda possível” (p. 170).

O trabalho de Edgard Carone influenciou uma série de pesquisadores nos anos 1980 e início dos anos 1990, dentre os quais podemos citar Cláudia Matos (1982), Silvana Goulart (1990) e Doris Haussen (1992). Sobre a interpretação dessa corrente sobre a propaganda e os meios de comunicação, podemos destacar o livro *O Estado contra os meios de comunicação (1889-1945)*, de José Inácio de Melo e Souza, que investiga “os meios de comunicação na República Velha e a ‘Era Vargas’, abordando basicamente a imprensa, o cinema e o rádio, e o controle exercido pelo estado sobre eles” (SOUZA, 2003, p. 7)³. A pesquisa apresenta o DIP como “o orquestrador ímpar de uma política de

² De acordo com o *Dicionário Informal*, “insonsa” seria uma palavra gerada da combinação de “insossa” e “sonsa”. Ver: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/insonso/>>. Acesso em: 3 jul. 2016.

³ Embora tenha sido publicado em 2003, o livro é resultado da pesquisa de mestrado do autor, concluída em 1991.

manipulação e coerção” (p. 12), Vargas como um ditador maquiavélico, e o Estado Novo como um período em que a “classe subalterna” esteve sob completa sujeição.

Seguindo essa lógica de análise, o foco desses trabalhos se encontra na questão da censura e da repressão exercidas pelo DIP. Os autores citados mostram que, além da propaganda, o aparato burocrático dos Estados autoritários exerce uma rigorosa censura do conjunto de informações veiculadas pelos meios de comunicação, conjugando o monopólio da força física e também simbólica, com a intenção de impedir a circulação de discursos que confrontem a legitimidade do projeto político-cultural estatal. Conforme alerta Capelato, a Constituição brasileira de 1937 legalizou a censura prévia aos meios de comunicação, que os investiu de caráter público e os transformou em “instrumento do Estado e veículo oficial da ideologia estadonovista” (CAPELATO, 1998, p. 79). Coube ao DIP realizar essa tarefa, já que entre suas atribuições estava “[...] interditar livros e publicações que atentem contra o crédito do país e suas instituições, e contra a moral” e “[...] combater por todos os meios a penetração ou disseminação a qualquer ideia perturbadora ou dissolvente da unidade nacional”⁴.

Especialmente dos anos 1980 em diante, observamos uma inflexão nos modelos interpretativos que tratavam do tema da questão social, a chamada renovação da história política e sua articulação com a história cultural, que introduziu novos elementos e fontes para a análise das relações de dominação na sociedade brasileira. A partir de uma ampliação do conceito de política, os comportamentos individuais e coletivos foram ressignificados, o que levou à politização de uma série de ações e à inserção de novos atores como agentes da política. Assim, foi possível romper com as dicotomias que opunham opressores/oprimidos, dominantes/dominados, cooptação/resistência, enxergando um conjunto de relações sociais mais amplas e complexas, permeadas por ambivalências, negociações, ambiguidades, alianças e rupturas.

A partir dos anos 1980, então, observamos uma renovação das abordagens das relações entre sociedades e regimes autoritários e ditatoriais. Os estudos dos anos 1970 e 1980 sobre os fascismos, especialmente sobre o nazismo e a França sob a ocupação e o Regime de Vichy, exerceram grande influência nessa mudança de olhar (ROLLEMBERG; QUADRAT, 2010, p. 11). O foco das pesquisas direcionou-se para “verificar concretamente como os consensos foram criados; como as acomodações de interesses fizeram-se em regimes autoritários através de mecanismos traduzidos em

⁴ Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-5077-29-dezembro-1939-345395-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 24 set. 2014.

ganhos materiais e/ou simbólicos para as sociedades” (ROLLEMBERG; QUADRAT, 2010, p. 17).

Seguindo essa perspectiva, os estudos sobre o período pós-1930, e especialmente sobre o Estado Novo, foram aumentando em número e introduzindo novos questionamentos, novas fontes e novos objetos. Essas pesquisas foram abrindo cada vez mais espaço para a análise de outras funções realizadas pelo Departamento de Imprensa e Propaganda para além da censura e da repressão. Para exemplificar, podemos citar o texto *Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo*, no qual Mônica Velloso (1987) fala sobre o DIP e sua ação propagandística. Porém, como seu enfoque é a análise das relações estabelecidas entre os intelectuais e o regime político, a autora não analisa a produção editorial do departamento.

Em sua pesquisa de doutorado, Angela de Castro Gomes (1988⁵) questionou o conceito de *populismo* já consagrado na historiografia, que analisava as relações entre Vargas e a sociedade de maneira esquemática, colocando de um lado o ditador manipulador e, de outro, a massa manipulável e passiva. A partir de uma nova categoria, o *trabalhismo*, Angela Gomes pôde perceber a complexidade de relações tecidas entre os trabalhadores e as esferas de poder, considerando suas ambiguidades, negociações e tensões. *A invenção do trabalhismo* tornou-se referência teórica fundamental para pesquisadores que se aventuraram pelos terrenos da Era Vargas nos anos 1990 e 2000. Angela utilizou publicações do DIP em suas pesquisas: a revista *Cultura Política* em seu doutorado; e, mais tarde, trabalhou com a última seção do periódico *Brasil Social, Intelectual e Artístico* para investigar a construção de uma cultura histórica durante o Estado Novo, refletindo sobre o lugar da história no discurso do regime e sobre como o passado foi reinterpretado no período (GOMES, 2013).

Maria Helena Capelato (1998), em seu livro *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*, se refere ao DIP como o principal articulador da propaganda estado-novista, mas o foco desse estudo também não foi sua produção editorial, embora parte dela seja muito citada. Porém, sua análise é significativa por mostrar que a propaganda do governo não pode ser vista como mero instrumento de manipulação das massas, um conjunto de mentiras formuladas para enganar os passivos destinatários da mensagem. Para ser efetiva, a propaganda necessita mobilizar dados concretos e conformá-los no sentido de valorizar as realizações do governo e de seu chefe,

⁵ Na bibliografia, cito a terceira edição do livro, datada de 2005.

criando um imaginário político carregado de valores estéticos, morais e sentimentais.

Lucia Lippi de Oliveira (2001) chama atenção para a necessidade de se romper com o que ela chamou de “senso comum historiográfico” que se estabeleceu sobre o DIP e o intelectual Lourival Fontes. Isso significa, em primeiro lugar, assumir que a propaganda não era um instrumento exclusivo dos regimes totalitários ou ditatoriais. Podemos, como exemplo, citar uma matéria muito interessante do jornalista americano Allen Harden, enviado especial do jornal *The Chicago Daily News*, de 27 de novembro de 1941⁶, falando sobre o diretor do DIP:

Lourival Fontes, o diretor melancólico do Departamento de Imprensa e Propaganda, foi descrito várias vezes como partidário do Eixo, mas depois de ter conversado com ele, penso que sua personalidade é muito mais complexa para poder defini-lo desta maneira. Lourival Fontes é antes de tudo brasileiro e completamente dedicado à pessoa do Presidente [...].

Os anos 1930, como iremos analisar, eram um momento em que não havia como ignorar a importância dos meios de comunicação, já que os governos, independente da tendência política, reconheceram seu papel na construção da vida política e nas transformações sociais.

Mostramos que, desde os anos 1980, têm aparecido estudos que deslocam esse foco, destacam a ação propagandística do DIP e analisam alguns aspectos de sua política cultural. Mas nenhum deles se propôs a mapear e analisar, sistematicamente, a produção editorial do DIP, que é extensa e diversificada, podendo ser tratada, em seu conjunto, como uma obra editorial de um sujeito coletivo. Nem mesmo a revista *Cultura Política*, principal publicação do departamento, foi estudada como fonte e objeto, embora seja mencionada e bastante utilizada em diversos trabalhos sobre o período.

Além do conhecido controle dos meios de comunicação, como a imprensa e o rádio, e de produções culturais, como o teatro e o cinema, o DIP possuía uma vasta lista de atividades: serviço telegráfico interestadual e exterior; serviço de noticiário local; recortes; arquivo fotográfico; registro de jornais; produção da *Hora do Brasil*; serviço de exposições e conferências; edição de livros e tradução; serviço de *copyright*; estatística de turismo; administração do Palácio Tiradentes; apenas para citar alguns entre os 53 diferentes serviços listados por Lourival Fontes em ofício enviado ao presidente Getúlio Vargas⁷.

Sabe-se que o Estado Novo empreendeu amplos esforços para propagar uma

⁶ Arquivo Histórico do Itamaraty. AHI-MR, GV07.

⁷ Arquivo Nacional, Fundo Gabinete Civil da Presidência, lata 510.

imagem positiva de si mesmo como estratégia de legitimação, e que o Departamento de Imprensa e Propaganda foi o principal *locus* dessa política de autojustificação e intervenção no campo cultural. O que precisamos agora é, à luz dessas novas fontes, nos debruçar sobre tal atuação.

Os intelectuais e o Estado

Deslocar o foco dos estudos sobre o DIP da censura, e pensar em suas estratégias de divulgação do regime implica, necessariamente, refletir sobre a relação entre os intelectuais e o Estado. Para analisarmos as funções do Departamento de Imprensa e Propaganda, nos inspiramos em algumas ideias formuladas por Michel Foucault em *A ordem do discurso* (FOUCAULT, 1999), através das quais é possível pensá-lo como um órgão que seleciona, controla, organiza e distribui os discursos produzidos durante o Estado Novo, cujo alvo é um público amplo e diversificado dentro e também fora do Brasil. Nesse sentido, pensar o Departamento como um grande órgão de promoção do regime significa a possibilidade de pensar essa instituição articulando suas duas esferas de atuação: 1) a censura, através da qual o DIP controlava e selecionava o que poderia ser publicado e o que era passível de punição por transgredir as regras ou ferir os ideais estado-novistas; 2) a produção, organização ou financiamento de produtos culturais diversos – como livros, revistas, folhetos, filmes, conferências, exposições, etc. –, como se o órgão funcionasse enquanto um grande produtor cultural, dedicando-se às diversas mídias então disponíveis.

Valer-se de Foucault como inspiração para pensar o Departamento como uma instituição produtora e controladora de discursos durante o Estado Novo não significa, porém, adesão automática a todas as suas ideias e nem que o presente estudo seguirá essa filiação teórica. Embora de grande valia para enriquecer e instrumentalizar nossa análise, essa linha interpretativa concede um poder quase irrestrito às instituições e não abre espaços para a ação dos indivíduos e para as ambiguidades, disputas e divergências próprias às dinâmicas sociais. O Departamento de Imprensa e Propaganda era responsável por divulgar/promover a política cultural do Estado Novo e, para tal, contou com “[...] setores especializados de uma burocracia estatal (meios administrativos e recursos financeiros), com atores sociais relevantes da sociedade, com destaque para os intelectuais” (GOMES, 2007, p. 46).

Os intelectuais se destacam, então, como atores sociais especializados na

construção e divulgação de ideias e, por isso, o governo buscou sua cooperação ampliando suas formas de vinculação ao aparelho burocrático do Estado – através do DIP, por exemplo. Porém, não significa que essas instituições tivessem total controle sobre seus colaboradores ou que estes tenham sido cooptados pelo regime. A ideia de cooptação não dá conta da complexidade das relações, pois obriga a considerar, neste caso, os intelectuais como incapazes de negociar, sendo manipulados pelo Estado, que detinha o poder absoluto. Interessa-nos aqui pensar de que maneira os intelectuais atuaram nesse universo simbólico, negociando com o projeto cultural estado-novista, muitas vezes dialogando com ele e, em outras, propondo novas interlocuções, pautas e debates.

É preciso considerar a complexidade das relações sociais que se estabelecem entre aqueles que se reúnem em torno do DIP, seja como funcionários permanentes ou como colaboradores eventuais. O simples fato de fazer parte da redação ou escrever em um jornal ou revista publicado pelo DIP não significa um total compartilhamento das ideias do regime, embora uma total rejeição fosse muito difícil. Como alerta Angela de Castro Gomes, o Estado Novo tem a ambiguidade como uma marca fundamental; as análises maniqueístas não conseguem dar conta da complexa relação estabelecida entre os intelectuais e um projeto político mais amplo, na qual há sempre uma “variada gama de aproximações, distanciamentos e negociações” (GOMES, 2007, p. 45).

Nessa perspectiva, para pensarmos o grupo de intelectuais organizado em torno do Departamento de Imprensa e Propaganda, trabalharemos com o sentido amplo do conceito de “intelectual”, formulado por Jean-François Sirinelli, no qual estariam incluídos “os criadores e os ‘mediadores’ culturais” (SIRINELLI, 1996, p. 242), sendo estes jornalistas, escritores, editores, livreiros, etc. Significa dizer que estão sendo considerados intelectuais tanto os autores dos diversos tipos de produtos textuais veiculados pelo órgão, como também aqueles responsáveis por práticas de mediação, através da tradução, seleção, organização, edição ou publicação dos textos. O DIP mobilizou não só um grande número de escritores como também uma rede de editoras e de veículos de imprensa diversos, que publicaram ou divulgaram livros e revistas patrocinados ou organizados pelo Departamento. Podemos aqui, por exemplo, citar o relacionamento estreito de Lourival Fontes (diretor do DIP) com o editor José Olympio, dono de uma das maiores e mais prestigiosas casas editoras do país na época. De acordo com Denis Rolland (2003), Fontes é a ponte principal entre o Estado Novo e os intelectuais. Não podemos esquecer, porém, das relações de Gustavo Capanema – ministro da Educação e Saúde – com os intelectuais, bem como a importância desse

ministério na formulação e efetivação de projetos que impactaram decisivamente o campo da cultura.

Desta forma, é de fundamental importância conhecer as redes de sociabilidade constituídas nos meios intelectuais daquele período, especialmente as que mantiveram contatos, de diversos tipos, com o Departamento de Imprensa e Propaganda. Os laços se formam de várias maneiras e em diversos espaços, como na redação de uma revista ou jornal, num conselho editorial de uma editora, num ambiente de trabalho ou lazer, apenas para citar alguns exemplos dos diversos círculos de sociabilidade. Como sugere Sirinelli, ideias e sentimentos se interpenetram nessas redes, que nos revelam amizades, hostilidades, rivalidades, rupturas, pactos, dada a complexidade de estilos de vida e visões de mundo dos indivíduos que convivem em grupo (SIRINELLI, 1996). Isso serve para pensar, por exemplo, como eram escolhidos e convidados os intelectuais que trabalharam no corpo editorial do DIP – no corpo permanente ou de forma eventual –, bem como as ligações desse órgão com diversas editoras e jornais do país.

Através da mobilização desses intelectuais e de sua colaboração, o regime coloca em prática sua política cultural de construção ou (re)definição de uma identidade nacional e seu projeto político de edificação de um “novo” Brasil. Nessa empreitada, o passado e a construção de uma determinada memória histórica sobre esse passado ocupam um lugar primordial na representação da nacionalidade (GOMES, 2007, p. 46). O conceito de cultura política será, portanto, particularmente caro a esta pesquisa, já que o DIP está sendo entendido como um dos instrumentos formadores e divulgadores do conjunto de ideias e representações que compunham a cultura política estado-novista, que expressava o projeto político maior do regime varguista.

Entendemos cultura política nos termos definidos por Serge Berstein, ou seja, enquanto código ou conjunto de referentes formalizados e compartilhados por um grupo, como um partido ou uma família (BERSTEIN, 1998, p. 350); definição esta muito próxima da exposta por Gomes: “[...] um sistema de representações, complexo e heterogêneo, mas capaz de permitir a compreensão dos sentidos que um determinado grupo [...] atribui a uma dada realidade social, em determinado momento do tempo” (GOMES, 2005b, p. 31). Uma cultura política se expressa, na maior parte das vezes, através de

[...] uma leitura comum e normativa do passado histórico com conotação positiva ou negativa, com os grandes períodos do passado, uma visão institucional que traduz no plano da organização política do Estado os dados filosóficos ou históricos precedentes, uma concepção da sociedade ideal tal como a veem os detentores dessa cultura e, para exprimir o todo, um discurso

codificado em que o vocabulário utilizado, as palavras-chave, as fórmulas repetitivas são portadoras de significação, enquanto ritos e símbolos desempenham, ao nível do gesto e da representação visual, o mesmo papel significante (BERSTEIN, 1998, p. 351).

Através das publicações do DIP e de sua articulação com os intelectuais do período, seria possível detectar e compreender os elementos que compunham a cultura política estado-novista nos moldes definidos por Berstein, principalmente o vínculo entre uma leitura do passado – mais longínquo ou recente – com um projeto político-social de futuro que deveria ser construído no presente. A ação do Departamento como produtor cultural, neste sentido, recortando-se sua atividade editorial, é vista como um dos principais instrumentos de edificação desse projeto.

A tese foi dividida em cinco capítulos. No primeiro, procuramos mapear o ambiente editorial dos anos 1930/40, a fim de entender como o projeto editorial do DIP dialogava com o que estava sendo produzido e posto à disposição dos leitores no mesmo período. Iremos mostrar que as coleções, que apareceram como uma inovação no ambiente editorial brasileiro nos anos 1920, se expandiram nas duas décadas seguintes. Destacam-se a Companhia Editora Nacional (CEN), José Olympio e sua “Casa”, a Melhoramentos, a Globo e a Irmãos Pongetti – certamente inspiradas em iniciativas já comuns na Europa desde o século XIX, quando se disseminou a prática de organização de dicionários e enciclopédias. Como o DIP publicou coleções de livros sobre o Brasil dos últimos anos – da Revolução de 1930 em diante –, será importante pensar nas outras coleções publicadas no período com a intenção de “conhecer o Brasil”, as chamadas coleções brasilianas. Todas as editoras de peso possuíam a sua brasiliana e, ao que tudo indica, o Estado Novo também estava produzindo a sua. Nas palavras de Tania de Luca (2011, p. 106), “a problemática do autoconhecimento da nação ressurgia com força e inaugurava mais uma redescoberta do Brasil”. Por conseguinte, as coleções do Ministério da Educação e Saúde (MES) e do DIP seguiam uma tendência de mercado e dialogavam com a experiência das editoras privadas, trilhando um projeto de implementação de políticas culturais pelo Estado que visava um público efetivamente amplo, infantil ou adulto.

Nas décadas de 1930 e 1940, desenvolveram-se elaboradas e diversificadas

políticas de propaganda governamental, que se valeram dos mais modernos veículos e técnicas de comunicação então existentes e implementadas em todos os setores da administração pública. Sendo assim, foi preciso considerar as relações do departamento com outros órgãos estatais que também atuavam como agentes da ampla política editorial estado-novista, como o Ministério da Educação e Saúde. As redes de sociabilidade construídas entre os intelectuais – tanto autores como editores – também devem ser consideradas nesse capítulo e ao longo da tese, sobretudo as que se estabelecem em torno de figuras centrais do projeto editorial do Estado Novo, como Capanema e Lourival Fontes.

O tema do segundo capítulo é o funcionamento do DIP, um dos principais loci de poder do Estado Novo – desde a censura até a propaganda e divulgação de ideias por meio de diversos meios de comunicação. Através da análise de suas divisões internas (Divisões de Rádio, Turismo, Cinema e Teatro, Divulgação e Imprensa) e de suas atribuições, mapeamos as estratégias criadas pelo Estado Novo para controlar e organizar os discursos produzidos por diversos atores sociais. Foi importante identificar as pessoas que exerciam funções de destaque no departamento, seja ocupando cargos fixos ou como colaboradores eventuais, com destaque para a figura de Lourival Fontes, diretor-geral do DIP e seu grande articulador até 1942. Depois de entender o funcionamento do Departamento de forma geral, nos centraremos nas atividades das Divisões de Divulgação e Turismo para analisar suas atividades editoriais, a fim de mapear as linhas, temas, coleções, relações com intelectuais e editoras privadas.

Desde o início do governo provisório de Getúlio Vargas, houve o esforço em ampliar o significado do movimento de 1930, identificando-o com algo muito maior do que a disputa entre grupos oligárquicos pelo poder. Nas palavras de Tania de Luca, “[...] os ocupantes do poder autoimpunham-se nada menos do que a reformulação completa do país, ancorada no discurso de ruptura com a experiência anterior” (DE LUCA, 2011, p. 107). O ano de 1940 foi marcado por um grande conjunto de celebrações em função dos dez anos da Revolução de 1930. Diversos projetos foram feitos, uns colocados em prática e outros não, mas todos demonstram o imenso comprometimento de diversos órgãos e intelectuais com a comemoração e conformação de uma memória do decênio do regime, além de projetos de futuro com a ideia de “Revolução em marcha”. Como parte dessas iniciativas, o DIP organizou um concurso de monografias, e os trabalhos premiados foram editados numa coleção intitulada *Decenal da Revolução Brasileira*. Essa coleção foi o objeto de análise do terceiro capítulo, o qual foi dedicado a pensar os critérios de escolha

dos textos premiados, os temas escolhidos, bem como as estratégias de mobilização do passado na legitimação do regime estado-novista.

Na coleção e no mapeamento de fontes, ficou claro que o tema da política externa é recorrente nas publicações do Departamento, o que demonstra sua relevância no projeto político do Estado Novo. No quarto capítulo, iremos estudar a importância dada a esse tema pelo Estado Novo e as estratégias de divulgação do Brasil no exterior através de livros e revistas produzidos para o público estrangeiro, demonstrando que o departamento controlava a distribuição de discursos tanto internamente como também externamente. O turismo, além de atividade econômica, era pensado como setor importante para a divulgação de uma imagem positiva do país, visando não só atrair visitantes, mas também modificar as relações políticas, econômicas e culturais com outros países, especialmente do continente americano.

No quinto capítulo, a análise se centra na revista *Travel in Brazil*, editada entre 1941 e 1944 pela Divisão de Turismo do Departamento de Imprensa e Propaganda, sob a direção de Cecília Meireles. Como veremos, *Travel in Brazil* era a mais importante publicação do DIP destinada a estrangeiros e, por isso, suas edições tinham projeto gráfico muito bem cuidado e artigos de intelectuais renomados do período, entre eles Mário de Andrade, Sérgio Buarque de Holanda, Tasso da Silveira e Manuel Bandeira. A publicação apresenta a seu público um Brasil moderno e industrial, que caminha a largos passos em direção ao progresso, mas que conserva suas “tradições” e “raízes” históricas coloniais e imperiais, expressas na arquitetura, música, festas e religiosidade. Sendo assim, apresenta uma identidade brasileira que articula passado e presente, tradição e modernidade.

CAPÍTULO 1

A edição como ofício e a formação de um mercado nacional de livros

1.1 O livro como objeto e as articulações entre a história política e a história do livro e da leitura

Um país se faz com homens e livros.
Monteiro Lobato

A célebre frase de Monteiro Lobato reproduzida acima pode parecer clichê, mas é uma perfeita expressão do papel dado ao livro – e aos impressos de forma geral⁸ – na construção da vida política e nas transformações sociais e culturais de uma coletividade. Os impressos e os discursos que eles veiculam não são representações do real, mas uma forma de fazer política. A edição é o lugar da ação, e, nas palavras de Lobato, os livros são instrumentos tão poderosos que são capazes de construir uma nação. Nas palavras de Eliana Dutra e Jean-Yves Mollier, a ligação dos impressos com o mundo da política pode ser constatada a partir de

[...] sua efetiva participação na constituição e ampliação de uma esfera pública; na sua condição de veículo de formação da opinião pública e divulgação das opiniões políticas, bem como de canal de mobilização política que se presta à convocação, ao engajamento e à confrontação de ideias; na sedimentação das solidariedades de grupo; na sua ligação decisiva com os processos históricos de edificação nacional e de construção das identidades culturais; na sua capacidade de difusão e transformação das culturas políticas (DUTRA; MOLLIER, 2006, p. 9).

Diante de tão variadas formas de relação e construção da política, precisamos considerar a pluralidade e as especificidades materiais dos impressos, seus públicos-alvo, circulação, estratégias editoriais, sua materialidade em termos técnicos e estéticos, enfim, pensá-los na condição de fontes históricas e como objetos de estudo. Para tal, portanto, devemos pensar a imprensa como uma prática social, como um ator político que se posiciona nas lutas de seu tempo, formando e influenciando a opinião pública.

Nesse amplo mundo dos impressos e da relevância que alcançam, o livro emerge como um objeto especial e privilegiado, carregado de um status que nenhum outro impresso possui. Como afirma Nuno Medeiros, ele é “transformado metaforicamente em paradigma do que é impresso e tornado público” (MEDEIROS, 2015, p. 31). O livro, e a

⁸ Inclui-se aqui todo material de imprensa que tem o papel (e seus similares) como suporte material, como jornais, revistas, panfletos, almanaques, cartazes, calendários, mapas, entre outros.

escrita de forma geral, alcançaram expressão máxima no projeto iluminista de difusão do conhecimento e construção de uma sociedade esclarecida formada por leitores, na qual o livro assume um papel civilizador, de promotor da educação e do progresso cultural, “indicador material segundo o qual o desenvolvimento tende a ser percebido e até medido” (MEDEIROS, 2015, p. 32). Ao contrário dos textos de outros impressos imbuídos de caráter efêmero, o texto impresso em livro é frequentemente visto como monumento, sendo capaz de persistir no tempo.

Sendo veículos de divulgação de ideias políticas e de formação de opiniões, os discursos são alvo de embates e podem ser combatidos pelos defensores da ordem ou por seus adversários. O condutor privilegiado dos discursos, o livro, e seus autores foram perseguidos e vigiados pelos que combatiam “ideias perigosas” que poderiam perturbar a ordem social. No caso do Brasil dos anos 1930, a radicalização anticomunista que se instaurou após o movimento revolucionário da Aliança Nacional Libertadora (ANL) levou ao recolhimento de livros nas editoras, livrarias e bibliotecas. Toda essa ação foi respaldada pela Lei n. 38, de 4 de abril de 1935, apelidada de Lei Monstro pela oposição, que autorizava o Estado a apreender as publicações que atentavam à ordem política e social⁹.

O combate às ideias comunistas levou a que o Estado chegasse ao ponto de não só recolher os livros considerados perniciosos como também de fechar completamente algumas bibliotecas. Foi o que aconteceu com a Biblioteca Infantil do Distrito Federal, localizada no Pavilhão Mourisco, em Botafogo¹⁰. Ela havia sido criada na gestão de Anísio Teixeira no Departamento de Educação do Distrito Federal (1931-1935)¹¹, que pretendia aumentar o número de bibliotecas e difundir o hábito da leitura. A biblioteca foi inaugurada no dia 14 de agosto de 1934 e funcionou até 19 de outubro de 1937, data em que o interventor do Distrito Federal decidiu fechá-la, alegando que “a biblioteca teria em seu acervo um livro de conotações comunistas, cujas ideias eram perniciosas ao

⁹ Sobre a censura aos livros comunistas nos anos 1930, ver: MOTTA (2006).

¹⁰ O Pavilhão Mourisco ficava localizado no fim da Avenida Beira-Mar, em frente à Rua Voluntários da Pátria. Depois do fechamento da biblioteca, o prédio transformou-se num centro de coleta de impostos e depois ficou abandonado até finalmente ser demolido em 1952, durante a construção do Túnel do Pasmado. <http://rioantigofotos.blogspot.com.br/2010/02/o-pavilhao-mourisco-o-motivo-porque.html> Consulta em 24/01/13.

¹¹ Cecília Meireles foi convidada por Anísio Teixeira, na época diretor-geral de Instrução do Distrito Federal, para realizar o Inquérito de Literaturas Infantis com crianças de escolas públicas da capital do país. A realização desse inquérito tinha por objetivo conhecer as preferências de leituras das crianças em idade escolar e o estado das bibliotecas municipais. O Inquérito de Literaturas Infantis foi realizado entre novembro e dezembro de 1931 e o relatório foi publicado em 1934, com o título *Leituras infantis*. Ele foi a base para a composição do acervo da Biblioteca Infantil do Distrito Federal.

público infantil. Tratava-se de Tom Sawyer, de Mark Twain” (PIMENTA, 2001, p. 113-114).

Essa perseguição a livros e bibliotecas demonstra a importância que tais objetos assumem nas chamadas sociedades tipográficas. Livros, como afirma Chartier, são vistos nessas sociedades como objetos dotados de grandes poderes, tanto desejados quanto temidos (CHARTIER, 2014, p. 118). É reconhecido o poder que os discursos possuem de transformar, ordenar e formular o mundo.

Neste capítulo, pretendemos fazer uma imersão no mundo dos impressos do Brasil dos anos 1930 e 1940 a fim de entender como o projeto editorial do Departamento de Imprensa e Propaganda dialogava com o que estava sendo produzido no mesmo período. Além de pensar casas editoras importantes como José Olympio e Companhia Editora Nacional, é indispensável considerar as relações do departamento com outros órgãos estatais que também estavam inseridos na ampla política editorial estado-novista, principalmente o Instituto Nacional do Livro (INL) e o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP), vinculados ao Ministério da Educação de Gustavo Capanema.

1.2 O intelectual editor e a criação de um mercado livreiro no Brasil

O que o Alves estimava em mim era a minha vontade de trabalhar... Contribuí com muito mais do que uma “gota d’água” para sua caudalosa fortuna. Das 150 edições dos meus livros didáticos correram e correm ainda muito perto de um milhão de exemplares. Mas [...] tudo isto foi obra do editor... Em mão de outros ou nas minhas, gramáticas e compêndios nada valeriam e disso fiquei certo por algumas experimentações decisivas. Era o editor com seu serviço admirável de propaganda...¹²

O testemunho de João Ribeiro sobre seu editor, o livreiro Francisco Alves, demonstra a importância adquirida por essa figura na transformação dos textos em livros e nas estratégias de venda. O trabalho do editor é decisivo na validação simbólica do texto. Uma vez editado em forma de livro, o texto passa a ser visto como verdadeiro e recomendável, sendo autorizado e validado pela intervenção editorial (MEDEIROS, 2015, p. 32).

Os intelectuais editores são os responsáveis por grandes transformações no mundo

¹² João Ribeiro sobre Francisco Alves, em 2 de julho de 1917. Retirado de: HALLEWELL (2012, p. 319).

das livrarias, a partir de projetos editoriais que continuamente desenvolveram para potencializar e expandir o mercado de seus produtos diante da concorrência. Dentre as bem-sucedidas estratégias editoriais encontram-se as coleções, que introduziram novas formas de organização, apresentação e novos hábitos de leitura dos textos, ou seja, surgem como novos elementos na ordenação dos discursos. Atraentes e rentáveis, as coleções estabelecem uma lógica na qual vale mais o conjunto do que as obras individualizadas.

Embora João Ribeiro, citado na epígrafe, reconheça a importância do editor na publicação e divulgação de seus livros, editar não era um trabalho especializado no mercado livreiro do Brasil até o início dos anos 1930. A junção das editoras com as livrarias forneciam maior estabilidade aos negócios, e os editores publicavam aquilo que sabiam que venderiam, pela experiência adquirida no contato direto com os clientes em seus salões de leitura. Isso quer dizer que a livraria era a parte mais importante do negócio, pois era o local onde se realizavam as vendas – feitas principalmente através da propaganda boca a boca – e circulavam os intelectuais e membros das elites locais. Os escritórios dos editores costumavam funcionar dentro das próprias livrarias e tinham importância secundária.

Os mercados do livro até fins dos anos 1920 eram baseados num comércio local, circunscrito nos círculos intelectuais das livrarias, estas situadas nas principais capitais do país. Poucas livrarias-editoras possuíam filiais em mais de uma cidade, como era o caso da Francisco Alves, com sede no Rio de Janeiro e filiais em São Paulo e Belo Horizonte. Sendo assim, Gustavo Sorá alerta que não é possível falar de um campo editorial nacional até a década de 1930, já que até então “não havia base para se manter programas permanentes e regulamentados – muito menos, ainda, políticas – destinados à circulação do livro em nível nacional: distribuidoras e depósitos” (SORÁ, 2010, p. 61). O sistema de distribuição e circulação do livro era limitado pela escassez de vias de comunicação da capital com o resto do país e pela carência de instituições difusoras da cultura letrada, como bibliotecas, livrarias e universidades. Esse quadro apenas começa a se transformar na segunda metade da década de 1920, com os nascentes sistemas de reembolso postal, que faziam circular de maneira limitada alguns livros produzidos no Brasil, enquanto a demanda era ainda dominada pela procura de livros estrangeiros. E, como a maior parte do negócio livreiro no Brasil baseava-se na importação, principalmente de Portugal e da França, os preços dos livros eram altos e, portanto, pouco acessíveis para a maior parte da população.

Este trecho de uma carta de Capistrano de Abreu a Mário de Alencar, enviada em

14 de setembro de 1901, ilustra muito bem as limitações do mercado editorial brasileiro dos primeiros anos do século XX:

Não acho feliz a sua ideia do formato 32°. Com o nosso papel, o nosso tipo, a nossa brochagem, sairia um monstrego. [...] É um sonho de poeta conseguir vendas de dez mil exemplares. Creio que Lammert conquista esse algarismo para suas folhinhas. Aliás, para os seus silabários; as agências portuguesas dele se aproximam; mas tudo isto são fatos solteiros e extraordinários; que não podem servir de regra, é evidente; que não se dariam no seu caso, facilmente se demonstra, porque V. não dispunha de toda uma organização comercial espalhada pelo Brasil inteiro, e sem esta condição prévia, ficaria tolhido desde os primeiros passos; mesmo com ela, é duvidoso o resultado final, com a crise moral e econômica vigente nos últimos vinte anos (ABREU, 1976, p. 209 apud FRANZINI, 2006, p. 54).

Até mesmo os livros de autores brasileiros consagrados, como Machado de Assis, eram impressos na Europa e posteriormente trazidos para venda no país. Tal fato era um grande empecilho para os autores, pois muitos destes eram os responsáveis por arcar com os custos das publicações. Nas palavras do editor Henrique Pongetti: “Quem quisesse ser lido que pagasse a impressão e deixasse de fricotes” (HALLEWELL, 2012, p. 348). Autores novos enfrentavam ainda mais dificuldades nesse contexto, pois os editores dificilmente apostavam em obras de futuro incerto, escritas por pessoas pouco conhecidas no meio cultural. Caso não encontrasse nenhuma editora brasileira interessada em seu texto, o autor tinha a opção de oferecê-lo a uma casa estrangeira, embora isso não trouxesse nenhuma vantagem adicional. Hallewell (2012) cita o caso de Lima Barreto, que enviou *Recordações do escrivão Isaías Caminha* para ser impresso em Lisboa pela Livraria Clássica Editora em 1909. Além de só ter recebido cinquenta exemplares, não conseguiu que seu livro fosse vendido em grandes quantidades no Brasil. As livrarias importaram pouquíssimas quantidades – Francisco Alves foi o que comprou mais, isto é, apenas cinquenta livros, e o romance se esgotou rapidamente, não podendo mais ser encontrado no Rio.

As casas editoras que se destacavam nas duas primeiras décadas do século XX eram a Garnier, a Lammert e a Francisco Alves, esta última mais recente que as outras duas, já consolidadas nos últimos anos do Império. Tanto a Garnier como a Lammert foram fundadas por estrangeiros e baseavam seus negócios na importação e tradução de livros. Envolviam-se também na impressão e comercialização de outros impressos, como folhetos, jornais e revistas.

O mercado de livros brasileiro possuía fronteiras bem delimitadas, em que cada editora se especializava num ramo específico, de acordo com o gosto do restrito público leitor. A livraria Francisco Alves se especializou, por exemplo, na comercialização de

livros escolares, um mercado que garantia ao editor bom retorno financeiro.

O carro-chefe das editoras do início do século XX eram os livros didáticos. Como afirma Franzini (2006), a escola representava um público cativo e com grande potencial de expansão, o que garantia uma linha de vendas segura e permanente. Era o único caso em que o editor brasileiro conseguia se sobrepôr aos estrangeiros, considerando a dificuldade que o produto importado tinha para se adaptar aos currículos locais. Francisco Alves foi o primeiro livreiro brasileiro a fazer dessa linha editorial sua principal fonte de renda. Conseguiu expandir seus negócios e, nas primeiras décadas do século XX, praticamente monopolizava o mercado de livros didáticos do país, usando a estratégia de grandes tiragens para baixar o preço e desbancar os concorrentes (HALLEWELL, 2012, p. 317).

Mesmo nesse cenário aconteciam alguns fenômenos excepcionais, como é o caso de *Os sertões*, de Euclides de Cunha, que teve sucessivas reimpressões já que todos os exemplares se esgotavam rapidamente. Mas tal sucesso de vendas não estava garantido desde o início, e foi o próprio Euclides que teve de bancar a primeira edição de seu texto. A qualidade da narrativa e a boa recepção da crítica especializada não seriam suficientes para transformar a obra num *best-seller*. O interesse de um público mais amplo, fora dos círculos intelectuais, pode ter sido gerado pela presença da Guerra de Canudos na memória da população, ao que se aliou a tragédia que envolveu o próprio Euclides de Cunha em 1909. Ele foi morto a tiros num duelo com o amante da esposa, em enredo digno de folhetim.

O cenário que até aqui descrevemos do mercado editorial brasileiro começou a sofrer uma gradual transformação com os efeitos da Primeira Guerra Mundial na indústria brasileira, que passou a produzir cada vez mais para substituir os produtos importados não disponíveis ou muito caros. Esse processo atingiu também a atividade editorial. Um *boom* que é bem ilustrado pela experiência de Monteiro Lobato como editor nos últimos anos da década de 1910 e início dos anos 1920.

Buscando estratégias para potencializar as vendas de *Urupês* (1918), da *Revista do Brasil*¹³ e dos livros publicados pela seção editora da revista¹⁴, Monteiro Lobato se dá conta da precariedade das condições de produção, circulação e recepção do livro no Brasil. Em sua perspectiva, o maior problema do mercado livreiro estava na falta de uma

¹³ Sobre a *Revista do Brasil*, ver: DE LUCA (2009).

¹⁴ Com o crescimento dos negócios, Lobato funda, junto com Octalles Marcondes Ferreira, a Monteiro Lobato & Cia., em 1920.

rede eficiente de distribuição dos livros. Havia poucos pontos de venda de varejo e eles estavam concentrados, em sua maioria, nos bairros mais abastados do Rio de Janeiro e de São Paulo. Lobato, então, resolveu escrever para cerca de 1.300 agentes postais em todo o país, solicitando nome e endereço de estabelecimentos locais que pudessem estar interessados em vender livros. Para os endereços recebidos e para outros apurados através de amigos e conhecidos, Lobato enviou a seguinte proposta:

Vossa senhoria tem o seu negócio montado, e quanto mais coisas vender, mais terá lucro. Quer vender também uma coisa chamada “livros”? Vossa senhoria não precisa inteirar-se do que é. Trata-se de um artigo comercial como qualquer outro: batata, querosene ou bacalhau. [...] O conteúdo não interessa a V.S., e sim ao seu cliente, o qual dele tomará conhecimento através das nossas explicações nos catálogos, prefácios, etc. E como V.S. receberá esse artigo em consignação, não perderá coisa alguma no que propomos¹⁵ (HALLEWELL, 2012, p. 357-58).

Foi assim que Lobato conseguiu estabelecer uma rede de quase dois mil distribuidores espalhados pelo país, sendo seus livros vendidos em todo tipo de loja, como farmácias, padarias, armazéns e bancas de jornal.

Sua estratégia de venda pressupunha também um investimento na propaganda, o que ajudava a superar dois problemas vividos pelos autores de livros até então: o financiamento das impressões e as restrições da divulgação, majoritariamente verbal. Propagandas de produtos diversos inseridas nos livros ajudavam a pagar a impressão e Lobato se utilizou dessa tática já em seu primeiro trabalho como editor de *O Sacy-Pererê: resultado de um inquérito* (1921). Além disso, publicava anúncios do lançamento de novos títulos em jornais e revistas, bem como nos próprios livros editados pela Monteiro Lobato & Cia. Podemos perceber, através dessas inovações, sua preocupação em expandir a circulação de livros para alcançar o grande público.

Isso não quer dizer que o editor paulista desprezasse a boa e velha divulgação dos livros entre os círculos de intelectuais. Ao contrário, ele tinha plena consciência da importância de figuras de prestígio na divulgação de seu catálogo e enviava, portanto, todos os seus lançamentos para literatos, políticos e jornalistas. Sua experiência pessoal com *Urupês* o havia ensinado o peso dessa forma de publicidade, já que o sucesso de seu livro foi impulsionado pela referência feita por Rui Barbosa em um de seus discursos na campanha eleitoral de 1919¹⁶.

¹⁵ O texto da circular aqui reproduzido não corresponde fielmente ao que foi enviado aos estabelecimentos na ocasião, já que é uma redação posterior baseada na memória de Monteiro Lobato. Sobre isso, ver: HALLEWELL (2012, p. 357-58).

¹⁶ De acordo com Hallewell (2012), Rui Barbosa fez referência a Jeca Tatu, “[...] vinculando a ignorância

Outra preocupação de Monteiro Lobato era com a aparência material dos livros, que eram feios e pouco atrativos. Embora utilizadas desde fins do século XIX, as capas ilustradas não estavam em uso por volta de 1920, quando em geral seguiam o modelo francês, padronizado em papel cinza ou amarelo, com a reprodução dos caracteres tipográficos da folha de rosto. A diagramação já era considerada antiquada, mas era difícil de modificar, pois a maioria das gráficas não possuíam máquinas modernas e eram especializadas na impressão de periódicos, e não de livros. A péssima qualidade do papel agravava ainda mais o problema, e o tamanho do papel importado (96 x 76 cm) limitava o tamanho dos livros a apenas 12 x 19 cm¹⁷. Tal fato levou Lobato a criar seu próprio empreendimento gráfico, com a compra de modernas impressoras dos Estados Unidos para que, assim, dispusesse dos recursos materiais que necessitava para produzir livros de boa qualidade¹⁸.

Logo em seus primeiros livros, Lobato investe na valorização artística desse objeto, apostando na qualidade do papel e produzindo capas coloridas e com ilustrações encomendadas especificamente para cada texto. Tudo isso conferia identidade, beleza e atratividade ao produto. As imagens de capa eram encomendadas a artistas competentes e renomados, como Di Cavalcanti, J. Wash Rodrigues e J. Prado, por exemplo. Ao mesmo tempo, ele se dedicou à publicação de séries e coleções direcionadas a públicos específicos, principalmente àqueles livros de circulação garantida, como os escolares e infantojuvenis, inclusive os de sua própria autoria.

Em resumo, pode-se dizer que Lobato possuía um projeto editorial bastante ambicioso: uma conjugação de “distribuição competente e divulgação sistemática das publicações, edições de boa qualidade e apuro gráfico, diversificação e segmentação de públicos” (CECCANTINI, 2009, p. 78), resultando em vendas e tiragens até os anos 1920 difíceis de serem alcançadas. Porém, a duração de seu empreendimento foi abreviada, dentre outros fatores, pela imensa desvalorização do mil-réis e pelo declínio das exportações latino-americanas, encarecendo enormemente o preço do maquinário adquirido nos Estados Unidos. Como continuava a depender da importação e da impressão de livros no exterior, o mercado editorial como um todo foi profundamente

e o atraso do Brasil rural à política de seus adversários” (p. 352).

¹⁷ O papel nacional era mais caro que o importado e, além disso, esse ramo industrial dependia totalmente da celulose importada. Esse panorama começou a mudar em 1933, quando o governo aboliu o alto imposto cobrado para a importação de máquinas para produção de celulose. Mais informações em: HALLEWELL (2012).

¹⁸ A aquisição dessas máquinas foi sucedida por uma série de adversidades que levaram a Monteiro Lobato & Cia. à falência em julho de 1925. Sobre isso, ver as obras de Hallewell (2012) e Ceccantini (2009).

prejudicado pelo câmbio desfavorável, que fez as vendas caírem drasticamente.

Ainda que afetada pelos efeitos da crise econômica, essa mudança de perspectiva demonstrada pelas iniciativas da Monteiro Lobato & Cia. sugere que o campo editorial brasileiro estava passando por um profundo processo de modernização, que dessacralizava o livro e o considerava em sua dimensão mercadológica e material. Isso fica evidente quando Lobato compara o livro a “*batata, querosene ou bacalhau*”, ou quando diz que “livros deveriam ser vendidos como sabão” (HALLEWELL, 2012, p. 364). A presença de propaganda nos livros, como mostra Ceccantini, era vista de forma negativa por alguns contemporâneos de Lobato, que ficavam “inconformados com o ‘rebaixamento’ a que o livro é submetido, ao ser anunciado e oferecido a consumidores como qualquer produto trivial” (CECCANTINI, 2009, p. 74). Os anúncios em jornais, já utilizados desde o século XIX, eram considerados uma afronta à imagem dos livreiros mais respeitados. Isso porque, na ordem dos discursos desse período, o livro ocupava um local sacralizado – no mais alto posto da hierarquia dos materiais impressos –, o que conferia aos autores que publicavam apenas em periódicos um status de “intelectual inferior”.

Rompendo com essa visão, Lobato

[...] transportou para o mundo editorial doses maciças de criatividade característica do universo da literatura, e a continuidade e o aperfeiçoamento de práticas editoriais de um sistema já instituído, que vinham gradativamente sendo implementadas, com maior ou menor intensidade (HALLEWELL, 2012, p. 357-58).

Dessa forma, não pensamos em Monteiro Lobato como um “pai fundador” da indústria editorial moderna brasileira ou como seu único renovador, mas, sim, como alguém que mobilizou práticas já conhecidas e utilizadas com a intenção de modificá-las, sistematizá-las e torná-las mais eficientes, “de tal modo que essa tradição passou a comportar os métodos introduzidos por ele, posteriormente utilizados por outros editores” (BIGNOTTO, 2007, p. 407).

A experiência editorial de Lobato nos mostra, em suma, que, durante os anos 1920, ocorreu um processo de especialização do trabalho dos editores, transformados progressivamente em agentes ordenadores do processo de produção e distribuição de bens culturais. Sua empresa marca uma primeira tentativa de separação entre o trabalho editorial e a atividade livreira. Nas palavras do próprio Lobato, “editar é fazer psicologia comercial” (HALLEWELL, 2012, p. 365). E é esta a perspectiva que norteará o trabalho dos editores nas décadas subsequentes, como veremos.

1.3 Um mercado editorial brasileiro em tamanho e títulos: os anos 1930

No panorama até aqui traçado, vimos como os mercados do livro eram locais, “organizados por forças centrípetas aos Estados” (SORÁ, 2010, p. 30) e principalmente em torno das livrarias localizadas nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. A investida de Monteiro Lobato a que fizemos referência no início do capítulo mostra o quão difícil era garantir a distribuição de materiais impressos para além desses grandes centros urbanos do país. Ao mesmo tempo, o mundo dos livros não contava com especialização de funções, e suas atividades giravam em torno dos salões das livrarias. Com um sistema de distribuição incipiente, era preciso garantir a venda dos livros de alguma forma e, se o próprio editor não abrisse uma filial em local de seu interesse, sua vendagem ficava seriamente comprometida.

Em seu já clássico artigo “A Revolução de 1930 e a cultura”, Antonio Candido defende que o movimento que levou a Aliança Liberal ao poder foi um momento de inflexão na sociedade e na cultura brasileira, que catalisou “elementos dispersos para dispô-los numa configuração nova” (CANDIDO, 1984, p. 27). As condições sociais, econômicas e políticas possibilitaram a projeção para uma escala nacional do que até então ocorria no âmbito local e regional. Essa expansão se deu em diversos setores, inclusive nos meios de comunicação e difusão cultural, como o livro e o rádio, a partir das novas relações entre os intelectuais, o Estado e as novas condições socioeconômicas.

Ao longo da década de 1930, diversas mudanças já em curso possibilitaram a formação de um mercado editorial nacional:

A diferenciação entre livrarias e editoras como espaços de comércio separados dos de produção de livros especializados, o aparecimento dos primeiros distribuidores profissionais, a fundação de sociedades de representação de interesses específicos dos editores, a realização das primeiras exposições editoriais, modificações nas regulamentações financeiras, das remessas pelo correio, a publicação de periódicos profissionais e a multiplicação da propaganda são algumas dimensões que foram se articulando até a formação de um verdadeiro campo editorial nacional (SORÁ, 2010, p. 30)

Durante os anos 1930, não somente ampliou-se a distribuição de livros, mas também se consolidou a prática da edição como uma atividade separada da impressão e da comercialização. Em outras palavras, editar passou a ser uma tarefa que demandava dedicação integral e tal especialização de funções modificou as formas de produção, regulação e circulação dos discursos impressos. Como afirma Angela de Castro Gomes, 1930 e 1940 foram as décadas das coleções no Brasil (GOMES, 2014, p. 12) – uma nova

estratégia editorial que seria amplamente utilizada por todas as editoras, com destaque para as que organizaram coleções que se destinavam a refletir sobre o Brasil. Essas foram as décadas das coleções brasileiras.

Na segunda metade dos anos 1930, três casas ocupavam lugar de destaque no cenário editorial brasileiro: a José Olympio, com sede no Rio de Janeiro; a Companhia Editora Nacional, com sede em São Paulo; e a Editora Globo, de Porto Alegre. Esses selos conseguiram superar a crise no final dos anos 1920 e desenvolver e consolidar a atividade de edição como indústria. Podemos também citar editoras menores, mas importantes, como a Schmidt e a Ariel.

1.3.1 Companhia Editora Nacional (CEN)

Octalles Marcondes Ferreira começou a trabalhar como auxiliar na Monteiro Lobato & Cia., mas, em 1925, época do colapso dessa iniciativa, já era seu sócio em igualdade de condições. A bibliografia se refere a Octalles com alguém com maior tino para os negócios e administração financeira, tanto que conseguiu, em apenas dois meses, reorganizar as contas e abrir, em novembro do mesmo ano, a Companhia Editora Nacional (CEN). Para ele, a falência da primeira empresa se dera, principalmente, por causa da criação do setor gráfico. Por isso, decidiu que o novo empreendimento se restringiria à atividade editorial, embora o maquinário continuasse a ser utilizado pela Nacional. Ele fora comprado, em parte, por Natal Daiuto e Savério D'Agostino, antigos associados, que fundaram a São Paulo Editora, dedicada a atender exclusivamente às necessidades gráficas da CEN. O restante das máquinas foi adquirido por Nelson Travassos, na condição de diretor da *Revista dos Tribunais*. Octalles passava, então, a ter à sua disposição as gráficas mais modernas e bem equipadas do país, sem imobilizar seu capital. Outras editoras também se beneficiaram dessa separação entre o trabalho gráfico e editorial e utilizaram-se dos serviços da *Revista dos Tribunais*, a qual chegou a ser responsável por cerca de 60% da produção brasileira de livros nas décadas de 1930 e 1940, o que correspondia a quase todos os livros que não eram produzidos em gráfica permanente ou associada a uma editora (HALLEWELL, 2012, p. 390).

Lobato, conseqüentemente, ficou com a tarefa para a qual ele tinha mais aptidão, trabalhando diretamente com os livros que seriam lançados pela editora e em seus próprios textos. Ainda que tenha mantido contato com a editora posteriormente como autor e tradutor, as ações de Lobato foram compradas pelo irmão de Octalles –

Themistocles Marcondes Ferreira – em 1929, quando o escritor paulista perdeu seus investimentos após a quebra da bolsa de valores de Nova Iorque. Suas publicações infantis alcançavam números extraordinários e deram significativa contribuição para o sucesso da Companhia, que concentrou grande parte de suas atividades no seguro ramo dos livros didáticos no contexto da crise do pós-guerra.

A CEN, sediada em São Paulo, passou a ter uma filial no Rio de Janeiro em 1932, com a aquisição da Civilização Brasileira¹⁹. Era importante para uma editora com pretensões de crescimento possuir representação nos dois maiores mercados literários do país. Nesse mesmo ano, abriu também uma filial em Lisboa, com a intenção de vender seus produtos no mercado livreiro português. A desvalorização cambial foi bastante conveniente para esse tipo de negócio, uma vez que o valor em escudos do livro brasileiro caiu, e este pôde concorrer com os produtos locais. Os editores portugueses, por sua vez, foram se reinventando para competir com a presença de livros estrangeiros no mercado. Em 1944, Octalles optou pela venda da filial de Lisboa por não corresponder mais aos resultados comerciais esperados.

Os dados da produção da editora, em 1933, mostram a proporção que cada gênero de livros ocupava em seu catálogo:

Quadro 1: Produção da Companhia Editora Nacional por gênero (1933)

PRODUÇÃO DA COMPANHIA EDITORA NACIONAL (1933)^[1]		
TIPO DE LIVRO	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
Livros escolares	467.000	39,2%
Literatura Infantil	429.500	36%
Literatura para adultos	189.100	15,9%
Outros	106.400	8,9%
TOTAL:	1 190.000	----

Fonte: HALLEWELL, 2012, p. 397-8

[1] Os dados da tabela foram baseados em HALLEWELL (2012, p. 397-8). O autor usa as categorias "literatura popular ligeira" e "Best letters" para diferenciar dois tipos de literatura baseando-se no critério de que um estilo seria mais "popular" e o outro mais "erudito". Para não utilizar estas definições conceituais questionáveis, optei por somar os valores e apresentá-los na tabela apenas como "Literatura". Hallewell também não faz referência aos tipos conjugados no item "Outros".

¹⁹ A editora Civilização Brasileira foi fundada em 1929 por Getúlio M. Costa, Ribeiro Couto e Gustavo Barroso.

O Quadro 1 deixa nítido o domínio dos livros didáticos e infantis, que somavam 75,2% das impressões da Companhia Editora Nacional naquele ano. Quando a CEN comprou a Civilização Brasileira em 1932, Octalles Marcondes passou a utilizar o nome da nova editora para a publicação da maior parte dos livros para adultos, já que a Nacional, como mostram os dados, concentrou-se nos livros escolares e para crianças. Se, desde o início do século XX, esse segmento do mercado já fornecia aos editores um público cativo, ele foi ampliado pelo desenvolvimento e expansão progressiva do ensino secundário nos anos 1920 e, especialmente, após a reforma do ministro da Educação e Saúde, Francisco Campos, em 1931. Com ela, foi criado um sistema nacional de ensino secundário e ficaram definidas as bases para a aprovação do primeiro estatuto das universidades brasileiras. Mais tarde, em 1942, a reforma Capanema alterou, mais uma vez, as disciplinas e seus conteúdos do nível secundário, de forma que todas as editoras tiveram de adequar seus livros didáticos às mudanças²⁰.

Contudo, fica claro que a CEN desenvolveu uma política editorial sistemática para a formação de leitores adultos, apostando nas traduções e na publicação de autores nacionais, fossem clássicos ou contemporâneos. Portanto, publicou com seu selo coleções literárias importantes, como a de obras completas de poetas brasileiros, dirigida por Afrânio Peixoto, iniciada em 1938 com o volume de Castro Alves. Podemos também citar a *Coleção Terramarear* (aventuras, incluindo os livros da série Tarzan, de Edgar Burroughs), de 1934, a *Coleção Paratodos* e a *Série Negra* (policiais), e a *Biblioteca das Moças* (que contou com trinta títulos traduzidos do francês)²¹.

Estes dados demonstram que a CEN optou por dar prioridade à edição de obras de vendagem mais fácil. Em termos de literatura nacional, o maior investimento recaía nos livros de Lobato e de autores reconhecidos, como Paulo Setúbal e Afrânio Peixoto. Da literatura estrangeira, preferiram as novelas de aventura e policiais, como vimos nas coleções citadas.

Uma vez garantidos os rendimentos da empresa com esses gêneros, ela poderia apostar de forma mais segura em novos autores e investir em publicações que trariam para seu selo um retorno mais simbólico do que financeiro, como seria o caso da Biblioteca Pedagógica Brasileira, inaugurada em 1931. Porém, mesmo essa iniciativa não

²⁰ De acordo com Hallewell (2012), a Cia. Editora Nacional teve de reformular mais de quarenta títulos (p. 409).

²¹ A Coleção Terramarear e a Biblioteca das Moças foram reeditadas pela Companhia Editora Nacional em 1983.

era desinteressada de ganhos financeiros, já que buscava responder com livros novos, modernos e afinados com as novas concepções educacionais à demanda gerada pela reforma educacional promovida por Francisco Campos.

Com seu ambicioso programa editorial, a Companhia Editora Nacional se transformou na maior empresa de seu ramo. No ano de 1938, era responsável por um terço de todas as publicações do país. Apesar disso, Octalles Marcondes Ferreira nunca alcançou o prestígio de José Olympio, consagrado como o maior editor nacional. É possível que isso tenha a ver com a rede de relações na qual o dono da CEN estava inserido, bastante diferente dos vínculos que Olympio estabeleceu com políticos e intelectuais ligados ao presidente da República e ao Estado Novo, como veremos mais adiante. Em boletim enviado pela Delegacia de Segurança Política (DPS) a Vargas, podemos constatar que Octalles e seu círculo de amigos eram definidos como opositoristas do regime:

Chamou grande atenção, causando regozijo entre os grupos literatos a carta do Sr. Monteiro Lobato, dirigida à Academia Brasileira de Letras, recusando-se a ser eleito para um de seus membros. Diz-se que, atualmente, o Sr. Lobato declarara aos amigos que enquanto fizer parte da Academia o Sr. Getúlio Vargas, lá não porá o pé. Desafogaram-se do protesto íntimo, assim, seus amigos intelectuais, entre os quais se acham os conhecidos opositoristas do ostracismo, srs. Aureliano Leite, Othales²² Marcondes, editor, e Soares de Melo [...]²³.

Ao que tudo indica, as redes de relações construídas por Marcondes se centravam mais no ambiente paulista, enquanto o editor José Olympio, por sua vez, conseguiu transpor essa barreira mudando sua sede para a capital federal. Além disso, ele tinha um perfil mais de administrador do que de intelectual, enquanto Olympio, como veremos, manteve uma relação muito próxima com os autores de sua “Casa”.

1.3.2 José Olympio e sua “Casa”

Analisando com um pouco mais de atenção a ascensão das principais empresas editoras do Brasil dos anos 1930, percebe-se que as redes de sociabilidade são parte crucial desse processo. As relações pessoais tecidas entre editores, autores, ilustradores, críticos literários e figuras do mundo político-social foram utilizadas como trunfos importantes na obtenção de favores e construção de um sistema de reciprocidades.

²² No boletim, o nome de Octalles encontra-se grafado dessa forma.

²³ Boletim reservado nº 113 da Delegacia de Segurança Política (DPS), de 17 de outubro de 1944. Arquivo Getúlio Vargas, CPDOC-FGV.

A livraria era o principal espaço de construção e fortalecimento dos laços entre os intelectuais do período. A localização física das livrarias era muito importante, já que a aproximava ou distanciava dos principais núcleos intelectuais. Como veremos, no início da carreira editorial de José Olympio, a abertura de uma livraria com a biblioteca particular de Alfredo Pujol foi sua primeira grande iniciativa. Somente após esse passo, ele iniciou a edição de livros com seu selo.

A trajetória de José Olympio Pereira Filho como um dos maiores editores do Brasil demonstra bem esse poder das relações construídas nas grandes livrarias e também fora delas. Nascido em Batatais, pequena cidade do interior de São Paulo, conseguiu um emprego na principal loja de São Paulo – a Casa Garraux²⁴ – em 1918, por intermédio do padrinho, o coronel Afro Marcondes de Rezende. Como afirma Sorá,

[...] a Casa Garraux se sobressaía como o local mais cobiçado para adquirir as ferramentas indispensáveis ao trânsito pelas esferas da alta sociedade e convívios culturais. Além de livros, os homens cultos compravam ali vestimentas, propriedades, sabores, ornamentos, posturas, conhecimentos, rumores, novidades [...] (SORÁ, 2010, p. 64).

A Garraux era um dos agentes do processo de europeização pelo qual passou a cidade de São Paulo nas últimas décadas do século XIX, frequentada por uma seleta clientela de políticos e intelectuais (FRANZINI, 2006, p. 66).

J.O., como se tornaria conhecido, começou realizando pequenos serviços, como limpar poeira das estantes e abrir caixas de livros novos. Dois anos depois, foi promovido a ajudante de balconista e a partir daí começou a adquirir conhecimentos sobre livros, sobre o gosto do público e da alta sociedade paulista dos anos 1920. Certamente ganhou experiência a partir do contato com seu chefe na seção de livros, Jacinto Silva, que foi também o mentor de Monteiro Lobato. De acordo com Hallewell, J.O. acumulou tanto conhecimento sobre o negócio, que passou a sugerir aos editores títulos para publicação (HALLEWELL, 2012, p. 479). Foi através de uma indicação bem-sucedida que fez amizade com Octalles Marcondes Ferreira. Até mesmo sua esposa, Vera Pacheco Jordão, ele conheceu como cliente da Garraux.

A Garraux era frequentada, sistematicamente, por todas as figuras de destaque da cidade, como Altino Arantes, Washington Luís, Menotti Del Picchia, Mário de Andrade, Plínio Salgado e Cassiano Ricardo. José Olympio teve mais oportunidade de se relacionar diretamente e cultivar amizades com alguns desses intelectuais e políticos quando

²⁴ A Casa Garraux situava-se entre o Largo de São Francisco e a Sé, onde ficava a Faculdade de Direito.

assumiu, em 1926, o cargo de gerente da seção de livros, outrora ocupado por Jacinto Silva²⁵. E foi através desses vínculos que conseguiu financiamento para comprar a biblioteca particular de Alfredo Pujol, colocada à venda pela família após sua morte, em maio de 1930. Um de seus patrocinadores foi José Carlos de Macedo Soares, que era diretor do Banco de São Paulo e havia sido presidente da Companhia Gráfico-Editora Monteiro Lobato. Após essa primeira compra, ele adquiriu também a biblioteca de Estevão de Almeida, igualmente cliente da Garraux. J.O. as utilizou como estoque inicial e abriu sua própria livraria em 29 de novembro de 1931 na Rua da Quitanda, nº 19A. Lançou-se como editor um mês depois, publicando a tradução do *best-seller* norte-americano *How to Psychoanalyse Yourself*, de Joseph Ralph: *Conhece-te pela Psicanálise*, na tradução de José Almeida Camargo²⁶.

Depois desse lançamento, José Olympio partiu para a edição de autores brasileiros. Os primeiros nomes de seu catálogo foram Honório de Sylos e Gustavo Barroso, tendo esse último se tornado há pouco diretor da Academia Brasileira de Letras (ABL), em 1931. A possibilidade de editar autores desse calibre, que já publicavam livros pela Companhia Editora Nacional, demonstra que o editor iniciante já contava com enorme prestígio nos círculos intelectuais paulistas.

Ao longo da década de 1930, José Olympio expandiu suas atividades editoriais através da ampliação de sua rede de sociabilidade. Como nos mostra Gustavo Sorá, as relações pessoais eram trunfos destacáveis, numa época em que não existia qualquer legislação que regulasse a compra e venda de direitos de edição (SORÁ, 2010, p. 80). Sendo assim, o editor poderia se utilizar de diversos recursos para atrair um determinado livro/autor para seu catálogo, utilizando-se de estratégias comerciais e também pessoais. Através de cartas com propostas um tanto ousadas, José Olympio conseguiu atrair Humberto de Campos²⁷ para sua casa. Não era comum na época que os editores pagassem direitos autorais adiantados e que se arriscassem em grandes tiragens de livros. Ainda que Campos fosse um autor já conceituado e com grande vendagem, inclusive já era membro da Academia Brasileira de Letras desde 1919, seu editor não imprimia mais que duas mil

²⁵ Segundo Hallewell, Cassiano Ricardo, em sua autobiografia, manifestou sua gratidão a José Olympio pela ajuda no início de sua carreira, quando expôs exemplares de *Bôrroes de verde e amarelo* (1927) abertos nas vitrines da livraria para que os passantes tivessem uma amostra de sua poesia. J.O. foi também homenageado por Mário de Andrade na dedicatória de *Macunaíma* (1928) (HALLEWELL, 2012, p. 478).

²⁶ De acordo com Hallewell, o livro foi um sucesso de vendas e teve sucessivas reimpressões pelos vinte anos seguintes (HALLEWELL, 2012, p. 481).

²⁷ Humberto de Campos (1886-1934) era escritor, jornalista e político, nascido no Maranhão. Poeta neoparnasiano, fez parte do grupo da fase de transição anterior a 1922. *Poeira* é um dos últimos livros da escola parnasiana no Brasil. Foi eleito para a Academia Brasileira de Letras em 1919.

unidades. Eis que Olympio lhe ofereceu uma tiragem de cinco mil exemplares e o pagamento adiantado por um livro de crônicas inéditas. Após as negociações comerciais, a troca de correspondência entre os dois continuou e suas relações se tornaram pessoais.

Estratégia semelhante foi utilizada para incorporar José Lins do Rego. Nesse caso, a proposta foi ainda mais ousada: J.O. ofereceu uma tiragem de cinco mil exemplares para a segunda edição de *Menino de engenho* e dez mil para *Banguê*, que já havia sido anunciado como o próximo romance do autor. Como se a oferta já não fosse suficientemente sedutora para os padrões da época, José Olympio pagou adiantado os direitos autorais referentes aos dois livros, no valor de nove contos de réis. Tratava-se, segundo Hallewell, “de coisa inédita no mundo editorial brasileiro, quer no tocante à forma de pagamento, quer no montante” (HALLEWELL, 2012, p. 485).

De acordo com Sorá, a dimensão pessoal das relações de José Olympio com seus editados tornou-se uma característica de seu selo. Desde o início de suas atividades, o editor paulista misturou comércio com afeto, o público com privado e, em contrapartida, formou um grupo de intelectuais que lhe era fiel (SORÁ, 2010, p. 88). Esse grupo usava a livraria como local de encontro e discussões dos mais variados temas, e muitos se referiam a ela como um local onde se sentiam em casa. Aliás, não é casual que essa livraria fosse conhecida como a Casa de J.O.

É importante considerar que, nesse período, pouquíssimos autores conseguiam viver somente da renda gerada pela venda de livros. Sendo assim, precisavam encontrar outros ofícios que suprissem suas necessidades materiais. Laços próximos com editores poderiam garantir não só a publicação de livros, mas rendimentos através de outras atividades relacionadas à edição, como a tradução, e a avaliação e revisão de textos a serem publicados. A tradução era especialmente valorizada nesse período, já que o nome do tradutor recebia, na capa do livro, o mesmo destaque do nome do autor. Como não havia ainda cursos especializados ou a exigência de profissionalização do tradutor, a escolha passava pelos critérios de sociabilidade e da legitimidade que o nome do escritor brasileiro poderia conferir ao livro. As traduções brasileiras de textos estrangeiros publicados pela Casa foram encomendadas a autores de renome, como Costa Neves, Lúcio Cardoso, Graciliano Ramos, José Lins do Rego, Otávio de Faria (SORÁ, 2010, p. 255). Rachel de Queiroz, que possuía grande amizade com José Olympio e sua família, chegou a realizar cerca de quarenta traduções. Ao mesmo tempo, estampar em posição central o nome de um consagrado autor brasileiro na capa de um livro era, certamente, uma forma de garantir qualidade ao produto.

As indicações para empregos públicos eram outra possibilidade que esses autores tinham de garantir rendimentos. José Lins do Rego, por exemplo, ao longo de toda sua carreira de escritor, manteve o cargo de fiscal de imposto de renda. Rachel de Queiroz, além das traduções para a José Olympio Editora, conseguiu, em 1941, um cargo no Departamento Nacional de Propriedade Industrial; Graciliano Ramos e Cecília Meireles trabalharam em revistas editadas pelo Departamento de Imprensa e Propaganda, como a *Cultura Política* e a *Travel in Brazil*. Carlos Drummond de Andrade, chefe de gabinete do ministro da Educação e Saúde, Gustavo Capanema, por nove anos, escreveu sobre a presença massiva dos intelectuais no funcionalismo público:

A Organização burocrática situa-o, protege-o, melancoliza-o e inspira-o. Observe que quase toda a literatura brasileira, no passado como no presente, é uma literatura de funcionários públicos. Nossa figura máxima, aquela que podemos mostrar ao mundo [...] foi um diretor-geral de contabilidade do Ministério da Viação, Machado de Assis. [...] seriam páginas e páginas de nomes, atestando o que as letras devem à burocracia, e como esta se engrandece com as letras (ANDRADE, 2011, p. 658-9).

As relações construídas com intelectuais da crítica literária também eram fundamentais na legitimação simbólica dos textos em circulação. Nelson Werneck Sodré, falando sobre o papel da crítica,   revelador; demonstrando a centralidade do controle de espaços nos periódicos:

[...] havia número reduzido de escritores e jornalistas, que controlavam os suplementos literários e consagravam determinadas figuras, omitindo ou obscurecendo outras. Os critérios eram diversos, nas igrejinhas então existentes, influenciando muito o fator regional. [...] A regra da igrejinha era o auxílio mútuo; uma das formas do auxílio mútuo era o elogio recíproco, trocado com uma constância e um método que a publicidade comercial invejaria. O auxílio mútuo ia mais longe, através do controle dos suplementos literários, das se oes de crítica literária ou de simples informa o, que a quase totalidade dos jornais mantinha; tais suplementos eram privativos, na colabora o, dos que aceitavam as consagra oes da igrejinha. Isso levou, e não poderia deixar de levar, ao monopólio dos prêmios literários, e esse foi outro campo em que, provincianamente as nossas letras capengavam ainda nos laços que as prendiam ao passado (SODRÉ, 1970, p. 118).

Além da boa rela o com os autores, José Olympio mantinha também amizades em círculos de poder estratégicos, em especial no Estado Novo. O editor paulista possuía forte liga o com Lourival Fontes, diretor do DIP e uma das pessoas mais próximas do presidente Getúlio Vargas. As a oes do departamento afetavam diretamente a edi o e a comercializa o de livros, já que, além de ser encarregado da censura, o DIP determinava o preço e concedia privilégios na importa o de papel, por exemplo. Tais práticas, inclusive, levaram muitas editoras   falência, principalmente aquelas consideradas opositoras do regime.

Nesse sistema de concessão de privilégios, vemos que a José Olympio Editora ocupava lugar de grande destaque, tendo recebido amplo financiamento estatal para a edição de obras de enorme relevância para a política cultural do regime. Em seu catálogo encontram-se grandes ideólogos do Estado Novo, como Oliveira Viana, Azevedo Amaral, André Carrazoni, Francisco Campos e Almir de Andrade. Além disso, foram publicados diversos títulos relacionados à teoria do Estado, trabalhismo, direito, corporativismo e política externa do país, dentre outros temas-chave da política estado-novista.

Foi, ainda, essa editora a escolhida para publicar a coleção mais importante do regime, *A Nova Política do Brasil*, que reunia os discursos proferidos pelo próprio chefe da nação. A nota do editor, inserida em cada volume da coleção, demonstra o tipo de contato que o Departamento de Imprensa e Propaganda realizava com as editoras privadas para a edição de publicações importantes:

Honrado com a escolha de minha Casa para editar a obra política do Senhor Presidente Getúlio Vargas, honra que Sua Excelência me conferiu por intermédio do ilustre diretor do Departamento Nacional de Propaganda, Dr. Lourival Fontes, creio prestar aos país não pequeno serviço com esta publicação. [...]

É publicação que constitui documento essencial de uma época significativa da vida brasileira, cuja figura central tem sido o Senhor Presidente Getúlio Vargas (VARGAS, 1938, p. 5).

É, assim, compreensível a posição de destaque assumida por José Olympio entre os agentes de poder do Estado, o que lhe garantiu maior presença no mercado editorial e grandes vantagens financeiras provenientes do mecenato estatal. Este vinha principalmente através do DIP e do Ministério da Educação, que, em 1938, encomendou à Casa a edição, em sete volumes, dos *Autos da devassa da Inconfidência Mineira*. As boas relações de J.O. com o regime também possibilitaram que uma parte expressiva de livros de seu catálogo fosse escolhida para leituras escolares e composição de bibliotecas públicas, ampliando ainda mais seus rendimentos e a distribuição dos livros de seu selo. É possível ver isso através da resposta de Lourival Fontes a uma carta de Olympio, sem data:

Recebi sua carta e você há de compreender que eu faria tudo para o atender. Mas as dificuldades orçamentárias do DIP, nesse momento, são inumeráveis e não dão margem a qualquer nova despesa... É esta a maior razão, por si só definitiva, que me impede de fazer aquisição dos livros que você editou e de que o regime se tem tanto beneficiado.²⁸

Em suma, vemos que o nome da José Olympio Editora se construiu em meio a

²⁸ Casa de Rui Barbosa. Arquivo Museu da Literatura. Fundo José Olympio.

uma rede privilegiada de relações entre o editor, seus autores e o Estado. Através delas e de estratégias de mercado e propaganda, tornou-se um grande símbolo de divulgação da cultura brasileira nos anos 1940 e consolidou-se como uma das maiores editoras do país.

Como se viu, o pontapé para o sucesso da José Olympio Editora se deu graças à negociação feita com Humberto de Campos para publicar seus textos pelo selo da Casa. Conforme destaca Hallewell (2012), até 1935, a editora lançou ou reeditou dezessete títulos do autor, muitos deles com tiragem de vinte mil exemplares ou mais. Ele foi “aquele autor best-seller de que qualquer novo editor precisa desesperadamente para sobreviver nos primeiros anos” (HALLEWELL, 2012, p. 482). Após a morte de Campos, foram publicados seis novos livros póstumos e reimpressos quinze outros, apenas em 1934. Em 1937, foram lançadas mais sete edições, outras três no ano seguinte, treze em 1939 e quatro em 1940, totalizando então meio milhão de exemplares. Certamente foi por isso que José Olympio batizou com seu nome o primeiro concurso literário da editora, criado para premiar, anualmente, a melhor coletânea de contos.

Assim como a Cia. Editora Nacional, a Casa expandiu seus negócios para o Rio de Janeiro em localização estratégica. Em 1934, instalou-se na Rua do Ouvidor, nº 110, próxima à esquina com a Rio Branco e quase em frente à Livraria Garnier, situada no nº 109.

Gustavo Sorá destaca que “José Olympio era, em julgamento corrente da época, quase sinônimo de cultura brasileira” (SORÁ, 2010, p. 268). Como editor, foi consagrado por valorizar e difundir a cultura, os autores e os valores nacionais, enquanto os demais selos priorizavam os livros estrangeiros, o que efetivamente não ocorria, como atesta a Biblioteca Pedagógica Brasileira (BPB) da Companhia Editora Nacional. Tal visão foi construída considerando, principalmente, a relação próxima que estabeleceu com os autores nordestinos que publicou. Entretanto, o exame dos catálogos da editora mostra que havia uma estratégia editorial bastante variada, na qual conviviam tanto livros nacionais como vindos de fora do país. Como todas as editoras do período, a José Olympio também optou por uma diversificação de publicações para atender ao máximo de leitores possíveis e garantir suas finanças. Sua reputação como grande promotor da cultura nacional se deve, então, ao investimento que fez em se distinguir no mercado editorial, através das redes de sociabilidade tecidas com membros do governo, autores e críticos.

1.3.3 Os editores e as coleções *brasilianas*: conhecendo o Brasil, consagrando

autores e vendendo livros

Além de ter sido pioneira no trabalho de especialização da função de editor, a Companhia Editora Nacional lançou tendência com o lançamento de uma coleção, em 1931, intitulada *Brasiliana*. O sucesso e visibilidade dessa experiência estimulou outras editoras a publicarem coleções semelhantes, todas com o mesmo objetivo: disponibilizar uma “biblioteca sem muros” repleta de informações sobre o país. Assim, foram criadas a *Documentos Brasileiros*, da José Olympio, e a *Biblioteca Histórica Brasileira*, da Livraria e Editora Martins, lançadas em 1936 e 1940, respectivamente. Os intelectuais dos círculos editoriais do período se engajaram na edificação do projeto enciclopedista, que visava disponibilizar uma biblioteca ideal, que reunisse a totalidade dos conhecimentos. Seguindo uma tradição republicana inaugurada pelos enciclopedistas franceses iluministas, Mário de Andrade, por exemplo, elaborou no INL um projeto para a enciclopédia brasileira inspirado nas enciclopédias *Britannica*, *Italiana* e *Brockhaus* (alemã), seguindo sua “composição dos subtítulos dos verbetes, elenco da bibliografia e assuntos, assim como a constituição das comissões técnicas da edição nacional” (CARVALHO, 2012, p. 554). A ideia era presentear a nação com uma obra que representasse sua cultura em seus mais variados aspectos. Mesmo que a iniciativa não tenha saído do papel, demonstra que este era um projeto compartilhado, tanto por intelectuais da esfera privada como pública.

Por seu caráter inovador e por constituir o maior empreendimento editorial dedicado a disponibilizar um conhecimento sobre o Brasil, a coleção da Nacional teve seu nome consagrado. O termo *brasiliiana* passou a se referir, então, a qualquer conjunto de livros que abarca os conhecimentos necessários para se conhecer o Brasil em todas as suas dimensões. A editora Schmidt também lançou coleção semelhante – só que mais voltada para assuntos políticos. Em outubro de 1932, o primeiro título de sua *Coleção Azul*, o livro *Brasil errado*, de Martins de Almeida, inaugurou esse outro modelo de *brasiliiana*. A empreitada, entretanto, durou menos de um ano, abarcando apenas mais quatro livros: *Introdução à realidade brasileira*, de Afonso Arinos de Melo Franco; *O sentido do tenentismo*, de Virgínio Santa Rosa; *A gênese da desordem*, de Alcindo Sodré; e *Psicologia da revolução*, de Plínio Salgado. Mesmo tendo durado pouco tempo e acumulado poucos títulos, a *Coleção Azul* inspirou outras casas editoriais a realizarem projetos semelhantes, como a coleção *Problemas Políticos Contemporâneos*, iniciada dois anos depois pela José Olympio.

Nas palavras do pesquisador Gustavo Sorá, as brasileiras representam “parte de um tempo de democratização da cultura”, que “permitiram que um público leitor em processo de ampliação e diferenciação pudesse ter e ler obras sobre o país disponíveis pela primeira vez no espaço aberto dos mercados do livro” (SORÁ, 2010, p. 29). No bojo da ampliação da circulação de livros, do número de leitores e de profundas transformações políticas e sociais, os bens culturais deixam de ser privilégio das elites e surgem, então, importantes coleções que buscavam difundir para o grande público conhecimento sobre o Brasil e, como afirma Gomes (2014), normatizar e divulgar os elementos de identidade brasileira.

Autores e editores foram consagrados por esses tipos de coleções. O capital simbólico que elas traziam para os selos e para quem nelas se integrava era enorme. Através das brasileiras, as editoras se distinguiam no campo editorial, marcavam sua posição em relação às outras e assumiam publicamente seu compromisso com a construção do conhecimento e a divulgação cultural. Isso não quer dizer que os retornos financeiros não importassem, pois, além de receber subsídios do governo através da compra de exemplares pelo INL, as coleções eram projetos editoriais extremamente rentáveis e no caso das brasileiras não foi diferente.

Conforme Heloísa Pontes, as coleções se assemelhavam em diversos aspectos e apresentavam “uma concepção euclidiana de leitura da realidade. Elas eram estruturadas, portanto, para pensar a *Terra* (geografia, biologia, botânica, arqueologia), o *Homem* (antropologia, relatos de viajantes e cronistas) e a *Luta* (estudos históricos, biográficos e autobiográficos)” (PONTES, 1988, p. 69).

A primeira experiência foi realizada pela Companhia Editora Nacional, em 1931, com o título *Figuras do Império e outros ensaios*, de Antônio Baptista Pereira. Fernando de Azevedo²⁹ foi o intelectual encarregado de dirigir esse projeto de coleções. Militante das causas educacionais da Escola Nova desde os anos 1920, seu nome ganhou projeção

²⁹ Fernando de Azevedo (1894-1974) foi um professor, educador, escritor e sociólogo mineiro. Sua atuação no campo educacional é notória, iniciando-se na Escola Normal de São Paulo ainda na década de 1910. Começou a destacar-se na década seguinte com a realização do inquérito sobre educação pública para o jornal *Estado de São Paulo*, em 1926. Esse inquérito, sem dúvida, auxiliou Azevedo em sua gestão como diretor de Instrução Pública do Distrito Federal (1926-1930), cuja maior contribuição foi a reformulação do sistema educacional empreendida por ele em 1928. Ocupou o mesmo cargo administrativo em São Paulo (1933), no qual realizou importantes reformas no Código de Educação. Foi redator e signatário do Manifesto dos Pioneiros da Educação Nova (1932), onde expôs suas ideias afinadas com os princípios escolanovistas. Como escritor e sociólogo, destacam-se as obras *Da educação física* (1920), *Novos caminhos e novos fins* (1934), *Sociologia educacional* (1940) e *A cultura brasileira* (1943). Foi eleito, em 1967, para a Academia Brasileira de Letras, sucedendo Antônio Carneiro Leão. Para maiores esclarecimentos, ver: PENNA (2010).

nacional quando conduziu a Reforma Educativa do Distrito Federal como diretor de Instrução Pública (1927-1930). Esta foi considerada uma das mais radicais reformas educativas que se efetivaram no Brasil até então, “porque produziu uma ruptura no pensamento pedagógico dominante desde o Império, repercutindo sobre diversos estados da União” (PENNA, 2010, p. 42).

A Biblioteca Pedagógica Brasileira foi dividida por Azevedo em 5 séries: Literatura Infantil, Atualidades Pedagógicas, Livros Didáticos, Iniciação Científica e Brasileira. Em carta enviada a Venâncio Filho, o educador mineiro explica as divisões e as hierarquias que ordenavam a coleção:

Conversando hoje com o Octalles a respeito da B.P.B., assentamos certas medidas de extensão editorial e cultural, para cuja execução de acordo com o nosso plano, precisamos da colaboração do que o professorado, no Brasil, tem de melhor. Você sabe que esse plano interessa diretamente tanto à obra de renovação escolar como aos professores em geral, e particularmente aos editados. Dos alunos, não se fala, que serão os primeiros atingidos pela ação da B.P.B. Pretendemos agora desenvolver largamente e intensamente as séries Atualidades e Iniciação Científica e a série de Livros Didáticos (poemas, livro de textos e livros fontes) que é a série fundamental, na qual terão de se apoiar as outras. A Brasileira e a Literatura Infantil, pode-se dizer que já têm condições de vida própria. À vista disso, peço-lhe com o maior empenho que me indique nomes e me auxilie na escolha de professores para escrever livros escolares de todas as matérias que constituem o curso secundário. Os melhores livros, os mais bem feitos e bem apresentados, os mais modernos e vivos, pelo preço muito barato, não serão um grande serviço à reorganização da educação pública no Brasil? (PONTES, 1988, p. 69).

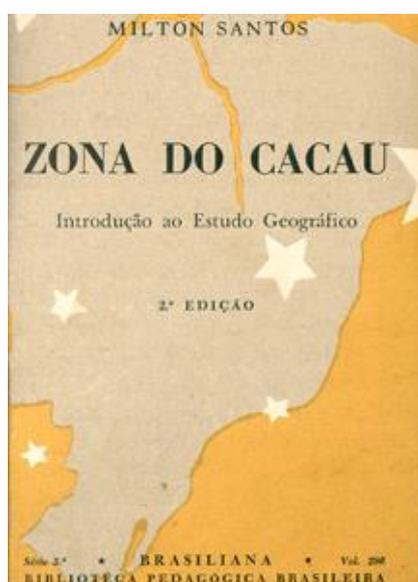
As palavras do educador demonstram o grande comprometimento que a editora estava assumindo com as transformações político-pedagógicas em curso e, além disso, como é impossível dissociar a expansão do mercado editorial no Brasil da ampliação da rede educacional. A série que orientaria a Biblioteca seria a dos livros didáticos e, para alimentá-la, a Nacional dá início a uma nova prática editorial: a encomenda de livros aos autores especialmente para compor as coleções.

Fernando de Azevedo, numa aula proferida na Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da USP, já em 1954, fez referência ao contexto que motivou a criação da BPB:

Certamente, cronistas do século XVI e XVII, naturalistas e viajantes estrangeiros, cujas obras constituíam ainda privilégios de iniciados e só então começavam a ser traduzidas e reeditadas; historiadores do século XIX, como Varnhagen, ou pensadores como Tavares Bastos; e em nosso século, mestres da altura de Capistrano de Abreu, [...] já haviam projetado e lançavam sobre o Brasil, esse desconhecido, uma claridade viva, reduzindo à categoria seca de problemas grande parte desse material com que se alimentavam as nossas efusões sentimentais e nossos sonhos de grandeza. Mas numerosos pontos (geográficos, históricos, sociais e culturais) constituíam ainda, apesar de tudo, pela sua obscuridade, territórios de difícil penetração, em que mal se percebiam clareiras na selva densa de generalizações apressadas, de concepções simplistas e primárias, de ideias vagas e confusas (FRANZINI, 2006, p. 85).

Em primeiro lugar, é importante pontuar que, como mostra Heloísa Pontes, o interesse em desvendar o Brasil e mapear os contornos de sua identidade não é novidade das brasileiras. Contudo, esse interesse se ampliará nos anos 1920 e 1930, atingindo outras esferas de produção do conhecimento. As brasileiras, portanto, ampliavam o alcance do saber, até então circunscrito, em grande medida, aos muros das associações de letrados, como as academias de letras e os institutos de ciências. A fim de disponibilizar o conhecimento através de uma “biblioteca sem muros” para um amplo público, os livros eram publicados em formato pequeno (13 x 18,5 cm) e comercializados a um preço acessível. As capas, padronizadas, conferiam identidade às coleções. No caso da brasileira da CEN, tinham um contorno do mapa do Brasil com algumas estrelas e, entre um livro e outro, variava apenas a cor.

Imagens 1A e 1B: Capas padronizadas da *Brasiliانا* da CEN³⁰



Fonte: A autora.

As orelhas dos livros também eram padronizadas e continham um texto que apresentava a coleção ao leitor: “a mais vasta e completa coleção e sistematização que se tentou, até hoje, de estudos brasileiros” (PONTES, 1988, p. 70). Declarava, ainda, que, para facilitar o acesso a estudos e pesquisas sobre temas e problemas nacionais, a Companhia Editora Nacional estava realizando um grande esforço de reedição de obras

³⁰ A primeira edição de *Zona do cacau* foi publicada em 1955, e de *A Amazônia que eu vi*, em 1938.

raras e clássicas, além de tradução e publicação de livros inéditos.

Entre 1931 e 1960, foram editados 307 livros de 211 autores na coleção *Brasiliana*. Nos dados apurados por Pontes (1988), observamos que os gêneros que receberam maior destaque foram história (24,1%), biografia e memória (19,5%), relatos de viajantes e cronistas (14,6%) e ensaios de interpretação sobre o Brasil (10%). De acordo com a pesquisadora, essas proporções, com ênfase nos estudos históricos, refletem o paradigma do pensamento social da época, do qual os representantes mais conhecidos são Oliveira Viana, Gilberto Freyre e Alberto Torres (PONTES, 1988, p. 71). Os relatos de viajantes, outro gênero bastante valorizado, são publicados como fontes importantes de informação da história, cultura e geografia do passado colonial e imperial do país³¹.

Inspirada na experiência pioneira da Companhia Editora Nacional, a José Olympio lançou em 1936 a sua brasiliana, chamada de *Documentos Brasileiros*. Nas palavras de Gilberto Freyre, primeiro diretor da coleção, sua finalidade era “[...] revelar material tão rico e de um valor tão evidente para a compreensão e a interpretação do nosso passado, dos nossos antecedentes, da nossa vida em seus aspectos mais significativos” (FRANZINI, 2006, p. 13). Os livros eram maiores do que os da editora concorrente (14,5 x 23 cm), mas também tinham capas padronizadas que traziam a palmeira como símbolo da coleção. Concebidas pelo artista gráfico Tomás Santa Rosa, elas traziam, no alto, o título da coleção, seguido pela indicação de quem a dirigia; e o número do volume com o nome do autor. O título do livro aparecia em destaque pela posição e pela cor, seguido do desenho da palmeira centralizado e, na parte inferior, vinha o selo do editor. A única modificação entre uma capa e outra era a cor do título. Heloísa Pontes (1988) observa que os livros eram graficamente mais bem cuidados que os da *Brasiliana*, incluindo prefácios, orelhas e/ou ilustrações de artistas renomados, como Candido Portinari.

³¹ Nos anos 1950, devido às mudanças do campo das Ciências Sociais no Brasil com a criação dos cursos superiores, esse tipo de publicação sofre uma queda. Outros temas e disciplinas ganham destaque: antropologia e etnologia (13,5%), sociologia e estudos de comunidade (18,9%). Ver: PONTES, 1988.

Imagens 2A e 2B: Capas padronizadas da coleção *Documentos Brasileiros*³²



Fonte: A autora.

Quando assumiu a direção da coleção, Freyre já era bastante conhecido e aclamado por *Casa-grande & senzala*, publicado em 1933 pela Schmidt. O livro fora premiado pela respeitada Sociedade Felipe de Oliveira como o melhor do ano. Seu sucesso foi tão estrondoso que em março de 1934 Freyre já estava sendo sondado pela Editora Civilização Brasileira³³, que tinha grande interesse de publicar o segundo livro do intelectual pernambucano em sua *Brasiliana*, chegando a lhe oferecer parte do pagamento adiantado. Então, em 1936, chegava ao público *Sobrados e mucambos* – mesmo ano da segunda edição de *Casa-grande & senzala*, ambos pela Civilização. Os estudos de Freyre, como aponta Franzini, representavam a consagração de uma nova forma de fazer história, “permeada pela sociologia, pela antropologia, pela psicologia ou qualquer outra ciência que possibilitasse a melhor compreensão de seus processos”; uma história construída a partir de novas fontes e de um compromisso do historiador com seu objeto, “produzida pelo entrecruzamento de objetividade científica com subjetividade analítica” (FRANZINI, 2006, p. 102).

Foi essa forma moderna de produzir história que orientou a organização das

³² *Raízes do Brasil* foi publicado em 1936 e *Oeste*, em 1942.

³³ Representante carioca da Companhia Editora Nacional.

brasileiras e a publicação de diversas interpretações sobre a sociedade brasileira. Foi também o que provavelmente motivou a escolha de Freyre para dirigir a coleção *Documentos Brasileiros*, pois “representava a ‘novidade’ e ‘brasilidade’ que José Olympio tanto prezava em seus autores” (FRANZINI, 2006, p. 104). Com total autonomia para a escolha dos títulos, Freyre selecionou como autor do primeiro livro da coleção um quase desconhecido, mas que chamou sua atenção pelo caráter monográfico e analítico do texto. A estreia da série se deu, então, em 1936 com *Raízes do Brasil*, de Sérgio Buarque de Holanda, em edição de três mil exemplares, custando dez mil-réis cada. Para assumir esse cargo, José Olympio ofereceu a Gilberto Freyre quinhentos mil-réis mensais e 2% sobre o preço de capa de cada volume publicado na coleção. Considerando os números apresentados sobre o primeiro livro, podemos afirmar que ser editor de uma coleção trazia um retorno financeiro significativo para o intelectual, além dos ganhos simbólicos.

Na gestão de Freyre, publicaram-se ainda mais nove títulos, como *Memórias (Estas minhas reminiscências...)*, de Oliveira Lima; *Bernardo Pereira de Vasconcellos e seu tempo*, de Octavio Tarquinio de Sousa; *Nordeste*, do próprio Gilberto Freyre; *O outro Nordeste*, de Djalma de Menezes; *No rolar do tempo*, de Alberto Rangel; *O romance brasileiro*, de Olívio Montenegro; entre outros, que foram dando forma concreta ao projeto idealizado pelo editor. Em meados de 1938, com outros oito livros já aprovados para publicação, o escritor pernambucano comunicou sua decisão de deixar o cargo por conta das dificuldades que a distância entre o Recife e o Rio de Janeiro lhe impunham no trato com os autores e com a editora³⁴.

Para substituí-lo, foi escolhido Octavio Tarquinio de Sousa, cujo nome já estava vinculado à coleção como autor de dois de seus volumes³⁵. Sua carreira profissional foi toda construída no funcionalismo público, principalmente no Tribunal de Contas da União, do qual chegou a ser ministro e presidente nos anos 1930. Como intelectual, dedicou-se especialmente à história do Brasil e foi membro do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB). Colaborou com diversos jornais do eixo Rio-São Paulo e, em 1938, assumiu a direção da relançada *Revista do Brasil*, nessa ocasião vinculada aos

³⁴ Mesmo afastado do cargo, Freyre continuou escrevendo para Tarquinio e Olympio com sugestões de livros que poderiam ser publicados pelo selo, dentro ou fora da coleção *Documentos Brasileiros*. Seus livros também continuaram a ser publicados e reeditados, bem como permaneceu escrevendo prefácios de livros de autores com os quais se identificava.

³⁵ Seu livro, *História de dois golpes de Estado*, foi o último editado na gestão de Gilberto Freyre. O nome de Octavio Tarquinio aparece como diretor da coleção a partir do volume 19, *Fronteiras do Brasil no Regime Colonial*, de José Carlos Macedo Soares.

Diários Associados de Assis Chateaubriand. Além de possuir grande amizade com José Olympio e com o próprio Gilberto Freyre, as qualificações intelectuais do escritor carioca não deixam dúvidas de que era preciso mais do que apenas laços afetivos para assumir cargos importantes, como era o de diretor da coleção *Documentos Brasileiros*.

Os estudos biográficos eram especialmente valorizados por Tarquinio de Sousa e, por isso, vemos o espaço que esse gênero ganhou na coleção durante sua gestão: em cinco anos, de um total de 29 títulos, 13 eram biografias (44%). Dentre eles, podemos citar *André Rebouças através de sua autobiografia*, de Inácio José Veríssimo; *A vida contraditória de Machado de Assis*, de Eloy Pontes; e até um livro escrito pelo antigo diretor da coleção, Gilberto Freyre, *Um engenheiro francês no Brasil*³⁶. Entre 1936 e 1960, esse gênero correspondeu a 37,3%, enquanto os outros títulos se dividiram principalmente entre história (26,1%) e ensaios de interpretação sobre o Brasil (23,3%) (PONTES, 1988, p. 75).

Heloísa Pontes e Fábio Franzini apontam elementos que distinguiram a coleção *Documentos Brasileiros* de suas contemporâneas. O primeiro diz respeito a seu caráter mais nacional, já que também contemplava autores fora do eixo Rio-São Paulo, incluindo representantes do Nordeste, enquanto as outras editoras privilegiavam produções ligadas a seus locais de origem – São Paulo nos casos da Cia. Editora Nacional e da Martins Fontes, e Rio de Janeiro no caso da Schmidt. Em segundo lugar, destacam o prestígio que a coleção da José Olympio Editora atingiu nos círculos intelectuais da época, levando seus autores à consagração.

Essa coleção, juntamente com outros livros de autores brasileiros publicados pela J.O., formam o conjunto que tornou o editor um símbolo de intelectual que trabalhou para o desenvolvimento da cultura nacional. No que diz respeito à historiografia, a *Documentos Brasileiros* apresentou-se como um lugar “legítimo e respeitado para acolher uma produção que não se moldava à rigidez do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro e, ao mesmo tempo, ainda não se encontrara plenamente entre as nascentes Faculdades de Filosofia” (FRANZINI, 2006, p. 191).

As brasileiras tinham a intenção de serem retratos do Brasil em forma de brochura. Além de publicarem textos em formato de livros, os editores e os organizadores realizavam um importante papel para dar-lhes sentido ao arquitetarem os projetos das *coleções*. Através delas, pela força simbólica do conjunto, ampliou-se o alcance dos

³⁶ Podemos também citar: *Rio Branco*, de Álvaro Lins; *Diogo Antônio Feijó e José Bonifácio*, ambos do próprio Octavio Tarquinio de Sousa.

livros.

A decadência da *Brasiliiana* se dá a partir dos anos 1950, década que marca a institucionalização das ciências sociais no Brasil. Criadas nos anos 1930, essas coleções eram marcadas pela tradição intelectual ensaística dominante até os anos 1940. Com a mudança do perfil intelectual, as coleções perderam seu poder de consagrar autores, que passaram a adquirir sua distinção através da vinculação às universidades. Diante dessas mudanças, a Martins criou um novo projeto editorial: a coleção *Biblioteca de Ciências Sociais*. Entretanto, Pontes ressalta que a *Documentos Brasileiros* não perdeu sua importância, possivelmente pela diferente configuração do campo intelectual carioca e da institucionalização das ciências sociais no Rio de Janeiro (PONTES, 1988, p. 76).

1.4 O Estado e os impressos: mecenato e políticas editoriais

Até aqui examinamos a modernização e diversificação do mercado do livro brasileiro, acompanhados pelo incremento numérico de editoras e livrarias. O ambiente editorial dos anos 1930 e 1940, entretanto, não era apenas movimentado pelas editoras privadas. Ao mesmo tempo em que se realizava a especialização da função de editor e a expansão do mercado livreiro nacional, o Estado também aparece como um agente na edição, promoção e circulação de bens culturais impressos, além de um consumidor de relevo. Isso poderia se dar, como vimos, a partir de uma atividade de mecenato cultural, na qual o Estado fornecia incentivos diversos para fomentar a produção de livros e periódicos por empresas privadas. Nesse sentido, o Estado se apresenta como árbitro na conciliação de interesses públicos e privados, e como viabilizador de políticas que poderiam interferir positivamente na produção e no comércio de livros.

O que vemos se construir ao longo dos anos 1930 e se efetivar amplamente nos anos 1940 é a confluência entre Estado e iniciativa privada na propagação do livro como agente civilizatório e transformador da sociedade, sobretudo com a criação do Ministério da Educação e Saúde e, posteriormente, do Departamento de Imprensa e Propaganda. Daí todas as articulações que se estabelecem entre os editores e o poder político na organização e promoção de feiras do livro (nacionais e internacionais), na definição dos parâmetros dos livros escolares, na realização de concursos e concessão de prêmios, na aquisição de livros para compor o acervo das bibliotecas públicas, entre outras iniciativas. E também um grande investimento na produção e tradução de livros sobre o Brasil, num esforço conjunto de “conhecer o Brasil”. Como vimos há pouco, diversas editoras

apostaram em tradução, edição ou estimularam a produção de livros de “estudos brasileiros”, reunindo em coleções livros clássicos e novos trabalhos sobre o Brasil e seus problemas, bem como material de valor documentário. Resta agora nos debruçarmos na atuação do Estado nesse cenário.

1.4.1 O preço do papel, o mecenato estatal e seus impactos no mundo dos impressos

Uma ação estatal de impacto decisivo no mercado de livros foi a definição das taxas de importação de papel e equipamentos gráficos, que impactavam diretamente o capital das editoras e o preço do produto final. Preocupado com o alto preço dos livros do Brasil, Monteiro Lobato enviou para Gustavo Capanema, em 1934, o relatório sobre a questão do “papel para livros”, registrado na Diretoria de Rendas Aduaneiras. Lobato queria que a isenção de taxas de importação aplicadas a jornais e revistas fosse estendida aos livros³⁷. A intenção era que o livro pudesse ser barateado sem prejuízo para os produtores nacionais de papel, como veremos adiante, ressaltando que a qualidade do papel brasileiro – que era ruim – não justificava tamanha proteção. O relatório foi encaminhado a Francisco Campos, mas, em 1936, o impasse persistia e levou Evaristo Bianchini, da Companhia Melhoramentos, a escrever para o ministro – representando inclusive o Conselho de Editores. Porém, o ministro era contra a concessão da isenção, porque isso aumentaria as importações e prejudicaria a produção nacional e a balança comercial³⁸. Lobato argumentava que isso não aconteceria, e que os lucros dos produtores continuariam garantidos, uma vez que a porcentagem do papel nacional destinada à produção de livros era mínima e, além disso, nosso papel era feito do papel de pasta estrangeiro importado com taxas mínimas, aqui sofrendo apenas a operação final do desdobramento em folhas.

Ainda em 1934, o diretor do Conselho Federal de Comércio Exterior, M. Moreira da Silva, solicitou a Gustavo Capanema que designasse um representante do Departamento Nacional de Educação para compor uma comissão especial criada para

³⁷ O Decreto n° 24.023 previa a isenção de taxas aduaneiras “ao papel comum, branco ou de côr, aspero dos dois lados, calandrado ou super-calandrado; ao couché e ao assetinado ou liso destinado à imprensa”. Ver: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-24023-21-marco-1934-503402-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em 17 de fevereiro de 2019.

³⁸ Arquivo CPDOC-FGV. Fundo Gustavo Capanema.

discutir “o caso da indústria do papel”³⁹. O Instituto Nacional do Livro, criado em 1937, passou a coordenar as discussões efetivadas por iniciativa do Conselho Federal de Comércio Exterior e promoveu diversos debates entre editores e industriais do papel para discussão do tema. Alguns industriais possuíam não só boas relações com o Estado como chegaram a ocupar cargos políticos de importância, e certamente influíram na decisão de não conceder a isenção das taxas de importação de papel para livros. Este é o caso, por exemplo, de Horácio Lafer, da Klabin Irmãos e Cia. – grupo de destaque no setor papelero do período –, que atuou como deputado na fase constitucional do governo Vargas⁴⁰. Durante o Estado Novo, foi membro do Conselho Técnico de Economia e Finanças do Ministério da Fazenda.

Em 1940, surgiu no Rio de Janeiro a Associação Profissional de Empresas Editoras de Livros e Publicações Culturais, com a intenção de defender os interesses da classe editorial e discutir o aumento do preço do papel no mercado em decorrência da Segunda Guerra Mundial. No ano seguinte, a associação foi reconhecida como sindicato pelo Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio. A presidência foi ocupada pelo irmão e sócio de Octalles Marcondes Ferreira, Themistocles Marcondes Ferreira. Outros renomados editores ocupavam cargos importantes na associação: José Olympio era 2º secretário; Rogério Pongetti e Ferdinand Briguiet (da Livraria Editora Briguiet Garnier) eram tesoureiros; enquanto João Ribeiro era bibliotecário. Mas somente em 1946 que foi concedida a isenção das taxas para a importação de papel para livros e também para equipamentos gráficos.

O preço do papel é também decisivo na produção e manutenção dos periódicos. Com a crise de abastecimento de papel, que se intensificou durante a Segunda Guerra Mundial, a *Revista do Brasil*, por exemplo, passou de mensal a trimestral em 1942 (DE LUCA, 2011, p. 144). Os jornais precisaram aumentar seus preços de venda e se justificavam ao leitor, como o *Dom Casmurro*, que colocou na primeira página, ao lado da manchete principal, a seguinte mensagem: “Devido ao aumento do preço do papel, encarecido de 100% em 6 meses, Dom Casmurro se vê na contingência de aumentar,

³⁹ Carta de M. Moreira da Silva a Gustavo Capanema. GC, CPDOC/FGV, r. 25, doc.547. A Comissão especial era formada por representantes do(a): Conselho Nacional de Educação, Comissão Nacional do Livro Didático, Instituto Nacional do Livro, Biblioteca Nacional, Congregação do Colégio Pedro II, Universidade do Brasil, Instituto Nacional de Estudos Pedagógicos e Departamento Nacional de Educação, Departamento de Imprensa e Propaganda, Associação Brasileira de Imprensa, secretaria de Educação da prefeitura do distrito Federal; dos senhores Pedro Calmon e Olímpio Fonseca Filho; e da editora José Olímpio e Associação Brasileira de Escritores.

⁴⁰ Sobre Wolff Klabin, Horácio Lafer e a Klabin Irmãos e Cia., ver: MARGALHO, 2013.

provisoriamente, o seu preço [...] pedindo, por isso, desculpa aos seus leitores.”⁴¹

Diretrizes, revista que se posicionava contra o Estado Novo, teve sua cota de papel cortada pelo DIP em 1944 por causa da publicação de uma reportagem sobre Miguel Costa, que não foi bem vista pelos censores do órgão⁴².

As sanções eram tanto internas quanto externas: como os jornais latino-americanos não eram autossuficientes na produção de papel, os jornais ficavam submetidos aos ditames dos EUA. Países não identificados com a causa aliada tinham suas cotas de papel cortadas. Na Guerra Fria, manteve-se esse posicionamento para pressionar a adesão dos países à política internacional norte-americana.

Ao lado das isenções e do controle da distribuição do papel, o fomento das atividades é fundamental, de forma que o Estado, a partir dos anos 1930, age como um grande mecenas. Muitas revistas e empreendimentos editoriais tiveram vida curta e dificuldades econômicas antes e durante os anos 1930. A carta de Júlio Barata, chefe da Divisão de Rádio do DIP, a Getúlio Vargas pedindo a colocação em órgão público para José da Rocha Vaz, seu sócio no jornal *A Batalha*, comprova a instabilidade financeira e o subsídio que o DIP fornecia aos jornais governistas: “A situação presente do nosso jornal não permite lucros e é mesmo, apesar do auxílio do D.I.P., uma situação difícil.”⁴³

Entre 1930 e 1937, seguindo o plano de substituição de importações, o produto industrial brasileiro cresceu quase 50%. No caso da edição de livros, os números são impressionantes: cerca de 600% no estado de São Paulo, como mostra Hallewell (2012, p. 422). O governo teve grande papel no aumento do mercado de livros no período, atuando como um comprador bastante significativo, principalmente através do Instituto Nacional do Livro. O projeto de organização e manutenção de bibliotecas públicas em todo o país implementado pelo INL fez desse órgão um cliente de peso no mercado editorial.

As premiações concedidas pelo Estado têm também grande impacto no mercado livreiro, já que confere visibilidade e credibilidade ao texto, o que capta a atenção dos potenciais compradores e de editores. Como vimos, algumas editoras privadas mantinham estreitas relações com o regime e publicaram obras e autores premiados por diversos órgãos estatais. O caso mais emblemático é o da José Olympio. Nuno Medeiros afirma

⁴¹ *Dom Casmurro*. Rio de Janeiro, 27 de julho de 1940. p. 1.

⁴² Como mostra Tânia de Luca, essa informação foi dada por Samuel Wainer em suas memórias, que contém várias menções aos embates do periódico com a censura do Departamento de Imprensa e Propaganda (DE LUCA, 2011, p. 138).

⁴³ Arquivo Getúlio Vargas (GV confid 1940.06.15), CPDOC-FGV.

que, nos governos autoritários, a concessão de prêmios funciona como estratégia de adesão (MEDEIROS, 2015, p. 34). Cecília Meireles recebeu o prêmio Olavo Bilac de poesias da Academia Brasileira de Letras pelo livro *Viagem* (1938), no valor de 3.000\$. Em carta à amiga portuguesa Maria Valupi, em novembro de 1937, Cecília manifesta a razão pela qual concorreu ao prêmio: “Vou tentar um prêmio de Academia com meus versos. Não pela glória, mas (perdôa-me!) para ver se posso pagar uma das minhas dívidas” (PENNA, 2010, p. 140). Em tempos em que escrever livros não era uma ocupação profissionalizada e os ganhos com as publicações ficavam em maior parte com as editoras, os prêmios funcionavam como atrativos pela possibilidade de compensação financeira.

O Estado também remunerava bem os autores que escreviam por sua encomenda. Joel da Silveira, em suas memórias, descreveu a tarefa que realizou a pedido de Joracy Camargo, e reproduziu a fala do dramaturgo da seguinte forma:

– O Lourival [Fontes] vai publicar, lá no DIP, uma coleção de livros de leitura leve, não mais que 80 páginas, sobre a presença de Getúlio e do Estado Novo nos mais variados setores da vida nacional. Coisas deste tipo: *Getúlio Vargas e o fortalecimento da economia*, *Vargas e a educação*, *Vargas e a nova legislação trabalhista* etc. Os primeiros volumes devem sair agora em novembro, quando o Estado Novo completa um ano. A mim coube *Getúlio e o teatro*. A encomenda me foi feita pessoalmente pelo Lourival, que quer pressa [...]. Hoje é terça. O Lourival me deu dez dias. Então o que você tem que fazer é datilografar o que já escrevi, enxertando textos selecionados [...]. Entrego a encomenda na segunda, dois ou três dias depois recebo o pagamento, dois contos, dos quais você levará seiscentos mil réis [...]. E você só vai ajudar na arrumação do livro, quem o assina sou eu (SILVEIRA, 1998, p. 453-454).

Enquanto nas negociações com editoras privadas o mais comum era que o autor apresentasse um texto ao editor, num trabalho de convencimento, para que este avaliasse a possibilidade de publicação, o Estado aparece como um agente que encomenda livros aos autores e os remunera de forma bastante satisfatória. Em termos de comparação, já vimos que José Olympio, quando convidou Gilberto Freyre para ser o diretor da coleção *Documentos Brasileiros*, em 1936, lhe ofereceu 500 mil-réis mensais e 2% sobre o preço de capa dos volumes a serem publicados⁴⁴. Enquanto isso, Joracy Camargo receberia dois contos pela publicação de apenas um livro, dois quais Joel da Silveira ficaria com seiscentos mil-réis por sua “ajuda”, valor maior do que o salário mensal oferecido a Freyre.

A notícia das benesses estatais certamente se propagou nos círculos intelectuais,

⁴⁴ Essa informação encontra-se na carta resposta de Freyre a J.O. Fundação Casa de Rui Barbosa. Arquivo Museu da Literatura. Coleção José Olympio.

a ponto de Almir de Andrade, diretor da principal revista do Departamento de Imprensa e Propaganda – *Cultura Política* –, se referir, já na década de 1980, à afluência de escritos que passou a receber, coisa que o desobrigava da função de buscar colaboradores:

Daí por diante, nunca mais tive que pedir. Eles vinham a mim. O pessoal todo vinha, inclusive porque a revista na época pagava de colaboração um preço que ninguém pagava. Pagávamos um preço relativamente alto. Até em alguns casos o dobro do que os jornais e revistas pagavam. De forma que havia uma grande afluência de ofertas de trabalhos. E o trabalho que passei a ter desde o segundo ou terceiro número foi selecionar o que me ofereciam [...]. Eu selecionava e pouco depois, uns quatro ou cinco meses depois, convidei o Graciliano Ramos para fazer a revisão da ortografia e da linguagem dos artigos enviados à revista, e ele se encarregou também de fazer uma filtragem desses artigos. De modo que ele fazia as duas coisas: primeiro a filtragem, selecionando o que era bom e o que não era. Eu examinava então aqueles que ele achava aproveitáveis. Quer dizer, a afluência de artigos passou a ser muito grande⁴⁵.

Cultura Política era parte de um conjunto mais amplo de impressos produzidos na esfera do Estado. Além conceder incentivos às editoras privadas e à produção literária através dos prêmios, e remunerar os artigos recebidos acima da média do mercado, os órgãos estatais também passaram a publicar, ou seja, a executar projetos editoriais próprios. Mesmo antes da criação do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), em 1934, foram empreendidos esforços no sentido de divulgar as realizações e modificações que o novo governo vinha instituindo, sobretudo através dos novos ministérios criados.

1.4.2 O Estado como editor

O Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, uma das primeiras criações do governo implantado em 1930, publicou muito. Algumas publicações tinham como propósito divulgar as realizações do ministério, como relatórios anuais, boletins informativos, e tabelas explicativas do orçamento. Dentre elas, podemos citar *O Ministério do Trabalho no Estado Novo*, publicado em 1941 com o subtítulo “Relatório das atividades dos departamentos, serviços e institutos nos anos de 1938, 1939 e 1940”. A instituição desse ministério reflete o projeto político de interferência mais direta e incisiva do Estado nos assuntos econômicos e nas relações entre capital e trabalho e, portanto, estes eram temas primordiais a serem divulgados pelas publicações do órgão. Como exemplo, temos *Situação econômica e financeira do Brasil: 1930-1936*, escrito pelo diretor-geral do Departamento Nacional de Indústria e Comércio, João M. de

⁴⁵ Entrevista Almir de Andrade I. CPDOC-FGV.

Lacerda, em 1937. Este e outros livros apresentavam panoramas da economia brasileira, enquanto outros versavam sobre a produção agrícola do país, focando em produtos específicos, tal qual *Banana: sua cultura e comércio no Brasil* (1932), *Monografia sobre o cacau* (1934), *Frutas do Brasil* (1935), todos editados pelo Departamento Nacional de Indústria e Comércio. Essas publicações tinham como propósito incentivar a cultura e a comercialização dos insumos que abordava, o que era parte do plano de diversificação da economia e da produção agrícola do país, ainda bastante dependente da exportação do café. No que diz respeito à atividade legislativa do Ministério, referente sobretudo à organização sindical e aos direitos trabalhistas, a política editorial foi tão intensa quanto a criação de leis reguladoras. A título de exemplo, apontamos *Salário mínimo* (1940) e *Coleção de leis trabalhistas* (1941), ambos produzidos pelo Serviço de Estatística da Previdência e Trabalho; e, ainda, *Manual do trabalhador do Brasil* (1942), edição comemorativa do Dia do Trabalho, organizada pela Comissão de Divulgação de Previdência Social. O Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio também publicou os *Anais do primeiro Congresso Brasileiro de Direito Social* (1943), promovido pelo Instituto de Direito Social, em São Paulo.

O Ministério das Relações Exteriores (MRE) também promoveu algumas publicações. Por exemplo, o trabalho de Roy Nash, *O Brasil em 2044: uma tarefa para a mocidade brasileira*, de 1944. Trata-se de uma conferência lida no Salão da Biblioteca do MRE em 16 de agosto de 1944 e publicada pela Casa do Estudante do Brasil (CEB). A editora vinculada a esse ministério criou a *Coleção de Estudos Brasileiros*, que contou com ensaios de Gilberto Freyre, Sérgio Buarque de Holanda e Arthur Ramos.

O Ministério da Educação e Saúde, na gestão de Gustavo Capanema, transformou-se em lugar de mecenato, encontro e produção culturais, destacando-se pela criação de três órgãos estratégicos: o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), o Serviço Nacional de Teatro (SNT) e o Instituto Nacional do Livro (INL). Criado em 1937, o INL possuía uma política editorial vasta, voltada para a edição de obras de interesse cultural nacional, além de almejar melhorar a edição de livros no país, facilitar a importação, e incentivar a organização e manutenção de bibliotecas públicas. A direção do Instituto, que funcionava no quarto andar da Biblioteca Nacional, foi entregue ao gaúcho Augusto Meyer. Naquele momento, havia uma grande discussão sobre a produção de papel e a circulação de livros, bem como o interesse em estabelecer uma produção nacional de impressos, tanto por parte do Estado quanto dos editores. O novo instituto deveria realizar a importante função de canalizar essas discussões.

O Instituto Nacional do Livro era dividido em seções: a de Enciclopédia e Dicionário era chefiada por Américo Facó e tinha como consultor técnico Mário de Andrade; a de Publicações era responsável pela edição ou reedição de obras completas ou raras; e a Seção de Bibliotecas fora concebida para organizar as políticas de distribuição de livros e gerir as bibliotecas do país. Além disso, o INL possuía um Conselho de Orientação, composto de cinco membros nomeados pelo presidente da República, que era responsável pela organização da *Enciclopédia Brasileira* e do *Dicionário Nacional*, e por discutir rumos e medidas a serem tomados pelo órgão para atingir seus objetivos.

O setor de Publicações foi responsável por promover medidas necessárias para aumentar, melhorar e baratear a edição de livros no país, além de, ele mesmo, lançar publicações. As primeiras vieram a público em 1939: as edições comemorativas do centenário de Casimiro de Abreu e de Tobias Barreto, e as coleções *Biblioteca Científica Brasileira*, *Coleção Estudante*, *Coleção Obras Raras*, *Biblioteca Popular Brasileira*, *Biblioteca de Divulgação Cultural*, *Biblioteca Filológica* e *Biblioteca Histórica*. Também era comum a publicação de conferências, como *Conferências na Europa* (1938), de Gilberto Freyre, e a conferência proferida por Joracy Camargo na Comissão de Teatro Nacional, em 1937, sobre o teatro brasileiro, com ênfase no ramo voltado para o público infantil. O Ministério da Educação e Saúde manteve, entre 1937 e 1944, a *Revista do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, de periodicidade anual, que recebeu artigos e ensaios sobre o patrimônio nacional, arte e história, e contou com a colaboração de inúmeros especialistas pertencentes aos quadros do SPHAN e de outras instituições, como Rodrigo Melo Franco de Andrade, Lucio Costa, Mário de Andrade e Gilberto Freyre.

Saindo do âmbito ministerial, encontramos departamentos e institutos com expressivas ações editoriais. O Instituto do Açúcar e do Alcool e o Departamento Nacional de Café possuíam programas editoriais extremamente ativos. O primeiro organizou a coletânea *Documentos Históricos*, da qual consegui poucas informações e identifiquei o livro *Os holandeses no Brasil* (1942). Consistia na tradução de dois documentos, um deles escrito por Jan Andries Moerbeek, “Motivos porque a Companhia das Índias Ocidentais deve tentar tirar ao Rei da Espanha a terra do Brasil”, produzido em Amsterdã, em 1624. O outro era “Lista de tudo que o Brasil pode produzir anualmente”, editado na Holanda no século XVII e de autoria desconhecida. Os documentos haviam sido previamente publicados na revista *Brasil Açucareiro*, com prefácio, notas e

bibliografia de José Honório Rodrigues. Esta publicação, aliás, era descrita como “órgão oficial” do Instituto, e circulou mensalmente de 1933 a 1943⁴⁶.

O Departamento Nacional do Café fazia grande investimento em seu setor de publicações, o que resultou na edição, entre 1939 e 1943, de quinze volumes da *História do café no Brasil*, de Afonso d’Escragnole Taunay. Muitos outros livros foram publicados, dentre os quais podemos citar alguns, apenas para dar noção da amplitude da atividade editorial do departamento: *O café no segundo centenário de sua introdução no Brasil*, de 1934, *Atlas estatístico do Brasil* (1941); *Pequeno atlas estatístico do café*, de 1942, com dados referentes ao quinquênio de 1935 a 1939; *Atlas corográfico da cultura cafeeira*, com uma edição de 1942 sobre o estado do Espírito Santo e outra, de 1943, sobre o Rio de Janeiro. O livro *Cultura do café no Brasil* (1945)⁴⁷, com dados relativos ao ano de 1942, foi publicado pela Seção de Estatística do DNC, que era filiada ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O IBGE também possuía seu próprio setor de publicações, que organizou, por exemplo, a *Biblioteca Geográfica Brasileira*, e manteve também a *Revista Brasileira de Geografia*, que persistiu de 1939 a 2006 com periodicidade quadrimestral. Em junho de 1942, lançou um livro com uma coletânea de ilustrações previamente publicadas na *Revista Brasileira de Geografia e Estatística* com o título *Tipos e aspectos do Brasil*, impresso pelo próprio Serviço Gráfico do Instituto. As gravuras mostravam diferentes paisagens e “tipos brasileiros”, como o vaqueiro de Marajó, o gaúcho, jangadeiros e vaqueiros do Nordeste, negras baianas e arpoadores de jacarés. Cada imagem era acompanhada de uma descrição das características naturais da paisagem retratada ou das atividades desenvolvidas pelas pessoas.

Até a Imprensa Nacional editou uma trilogia de livros para divulgar um amplo estudo sobre as condições da entidade, com propósito de entender seu funcionamento e proporcionar a racionalização do serviço. O resultado foi a publicação de *O homem na Imprensa Nacional* (1941), fruto do inquérito entre os funcionários e o mapeamento de seu perfil; *O meio na Imprensa Nacional* (1941), que avalia as instalações físicas onde funcionava o órgão; e *A técnica na Imprensa Nacional* (1941), que apresenta um exame detalhado dos métodos de trabalho vigentes na organização.

Depois desse breve panorama, dois pontos cruciais ficaram explícitos. Vemos que,

⁴⁶ Essas datas foram mapeadas a partir dos exemplares com que tive contato. É possível que a circulação tenha ultrapassado o ano de 1943.

⁴⁷ A edição era bilíngue. Todo o texto foi escrito em português, acompanhado de traduções para o inglês.

nas décadas de 1930 e 1940, desenvolveram-se elaboradas e diversificadas políticas de propaganda governamental, que se valeram dos mais modernos veículos e técnicas de comunicação então existentes e chegaram a ser implementadas por setores da administração pública, como departamentos ou mesmo ministérios. Portanto, divulgar e propagar informações era uma preocupação central dos órgãos governamentais, tanto dos recém-criados quanto dos antigos que, como vimos, mantiveram grandes projetos editoriais. Em segundo lugar, ainda que o decreto de criação do Departamento de Imprensa e Propaganda determinasse que este centralizasse os serviços de divulgação do Estado Novo, constatamos que outros órgãos estatais mantiveram projetos editoriais próprios e/ou financiaram publicações. Ao nos debruçarmos, no próximo capítulo, sobre o funcionamento do DIP e sua atividade editorial, temos que ter em mente que sua ação convivia e, às vezes, concorria com outras iniciativas mantidas por diversos ministérios e institutos.

CAPÍTULO 2

O Departamento de Imprensa e Propaganda: um histórico de sua criação e suas atividades

A princípio, Departamento de Propaganda e Difusão Cultural; mais tarde, Departamento Nacional de Propaganda, esse organismo chama-se, hoje, Departamento de Imprensa e Propaganda, ou simplesmente DIP, tal como é conhecido no país inteiro e como se impôs ao povo através dos inúmeros e relevantes serviços lhe que tem prestado, em cinco anos de atividade ininterrupta⁴⁸.

A epígrafe acima foi retirada de uma reportagem especial da revista *Cultura Política*, “Atividades do Departamento de Imprensa e Propaganda”, publicada em dezembro de 1944. A partir dela podemos inferir a importância que o governo de Getúlio Vargas concedia à propaganda e às demais atividades realizadas por esses órgãos, o primeiro deles criado em 1931. Desde o Governo Provisório, Vargas e os intelectuais já estavam absolutamente conscientes da importância dos meios de comunicação de massa e da necessidade de o Estado se dedicar à “formação do povo”, num sentido amplo – organizacional e educacional. E essa característica não é específica do regime que se instaura no Brasil com a chamada Revolução de 1930, já que pode ser verificada em diversos outros governos ocidentais do mesmo período. Nas palavras de Lucia Lippi de Oliveira, “[...] temos que nos lembrar que a grande questão da época era a visibilidade das massas. Elas se apresentam como o desafio para todos que, à direita e à esquerda, supunham saber como organizá-las e comandá-las” (OLIVEIRA, 2001, p. 41). Sendo assim, os meios de comunicação passam a ser não só uma realidade na política, mas também a ocupar um espaço importante e estratégico nas burocracias estatais, se transformando em peças-chave para o sucesso de qualquer iniciativa governamental.

A tendência dos governos das décadas de 1930 e 1940, democráticos e não democráticos, de investirem em propaganda, se explica por uma convergência de fatores políticos e tecnológicos. Depois da Primeira Guerra Mundial, o aprimoramento dos meios de comunicação se aliou ao aumento da crença em seu potencial mobilizador em sociedades cada vez mais urbanas. Ao mesmo tempo, sob o impacto da Crise de 1929, assistimos ao processo de modernização das burocracias estatais, que expandem suas áreas de intervenção sobre a sociedade, e passa a ser imprescindível a implementação de

⁴⁸ *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano IV, n. 47, dez. 1944.

políticas de comunicação que tornem suas realizações conhecidas. A ideia é criar adesão, ao invés de apenas submissão dos governados; além de usar os meios de comunicação na política externa. Isso envolvia a criação de programas e/ou órgãos de divulgação.

Em 1934, por exemplo, o governo britânico criou o British Committee for Relations with Other Countries⁴⁹ com o objetivo de tornar o modo de vida e pensamento de seu povo mais amplamente conhecidos no exterior, numa tentativa de superar os efeitos da Grande Depressão e da ascensão das ideologias extremistas na Alemanha, Itália e Espanha. Em outras palavras, cria um órgão para cuidar da propaganda no exterior. Sua instalação se deu primeiro em Portugal, com a inauguração de uma Sala de Leitura de Inglês na Universidade de Coimbra, em novembro de 1936, que dois anos mais tarde se transformaria num escritório oficial do British Council. Expandiu as atividades iniciadas em Lisboa com a abertura de escritórios em Varsóvia, Bucareste e no Cairo, num momento crucial de conflito na Europa.

Nos Estados Unidos, foi feito um grande investimento em propaganda, e o rádio foi largamente utilizado pelo presidente Franklin Roosevelt durante os anos da Grande Depressão:

Reunindo o país como uma imensa família em torno de um “pai”, ele entrava nos lares americanos por meio dos *fire side chats*, “conversas ao pé do fogo”, que transmitiam essa ideia de intimidade, de aproximação familiar, já que as mensagens radiofônicas eram frequentemente transmitidas da sala onde se localizava a lareira principal da residência de Roosevelt em Hyde Park, Nova York (OLIVEIRA, 2001, p. 52).

O rádio foi também amplamente utilizado pelos Estados Unidos como instrumento de propaganda no exterior. Tendo como base o modelo da BBC, o país transmitia programas em 27 línguas a partir de 23 transmissores.

Esses breves exemplos mostram que o que aqui se fazia e investia em termos de uso dos meios de comunicação e de fomento à cultura estava afinado com uma tendência da época, seja em regimes autoritários ou democráticos, conservadas as particularidades de cada lugar e cada contexto. Países democráticos como os EUA possuíam seus órgãos e estratégias de propaganda direcionadas para o público interno ou externo e, embora não tenham institucionalizado e nacionalizado a censura – o que aconteceu no Brasil com a criação do DIP –, não significa que não tenham agido de forma a controlar o discurso veiculado pelos diversos meios de comunicação. Em 1942, Roosevelt criou o *Office of Wartime Information* (OWI), por exemplo, que chegou a trabalhar para transformar

⁴⁹ Atualmente chamado de British Council.

produtos de Hollywood com técnicas efetivas de propaganda, sugerindo cortes e adições aos filmes, e negando licença a outros (NYE, 2004, p. 102), ou seja, fazendo uso de uma forma não institucionalizada nem declarada de censura.

No Brasil, as propostas para a instituição de um Estado forte e autoritário, que estavam sendo formuladas e debatidas no país desde os anos 1920, ganharam amplitude no cenário político dos anos 1930, juntamente com uma ideologia nacionalista que endossava a centralização e a intervenção estatal em assuntos econômicos e sociais. A criação do DIP e dos órgãos de propaganda que o precederam, portanto, deve ser pensada dentro de um processo mais amplo de expansão da máquina burocrática do Estado e do poder executivo do presidente da República. Desde a instituição do Governo Provisório em 1930, observamos a abertura de novos ministérios, como o da Educação e Saúde Pública e o do Trabalho, Indústria e Comércio, o que evidencia o aumento do intervencionismo estatal sobre a sociedade. Também é possível observar a progressiva instituição de órgãos vinculados diretamente ao chefe do Executivo, como o Conselho Federal de Comércio Exterior (1934), o Conselho Nacional do Petróleo (1938), o Departamento Administrativo do Serviço Público (1938) e o próprio Departamento de Imprensa e Propaganda (1939). Como mostra Miceli (2001), essa ampliação do aparato burocrático estatal se deu tanto na administração direta como através da criação de espaços de negociação com setores econômicos diversos, como é o caso dos institutos – do Café, do Açúcar e do Alcool, do Mate, entre outros. Essas instituições, de caráter consultivo, “operavam como frentes de legitimação para a crescente ingerência do Estado em domínios da realidade até então sob a tutela de outras frações da classe dominante” (MICELI, 2001, p. 199).

A criação de conselhos e institutos explicita um projeto de Estado corporativo, voltado para a representação de interesses de grupos e comunicação direta com a esfera pública. É possível entender o projeto do corporativismo brasileiro através do pensamento de Oliveira Vianna, que, para Angela de Castro Gomes (1993, p. 43), “presidiu a concepção do modelo adotado em nosso país”. Oliveira Vianna foi influenciado por várias correntes teóricas, especialmente pela chamada nova escola sociológica norte-americana. Esse referencial o permitiu deixar claro que as instituições corporativas não eram características específicas dos regimes fascistas, e o exemplo do New Deal nos Estados Unidos é emblemático da convivência entre o corporativismo e um regime político democrático e liberal. Para um pensador de orientação autoritária como ele, esses exemplos eram recursos políticos cruciais em sua argumentação, mostrando que o

corporativismo não pressupunha, necessariamente, um regime antidemocrático. Vianna realiza elogios ao programa de Franklin Roosevelt por suas inovações no campo jurídico e político que exaltavam o intervencionismo econômico do Estado, mas não ao modelo político liberal dos Estados Unidos.

Este era um tema tão importante para o Estado Novo, que o Departamento de Imprensa e Propaganda publicou textos a esse respeito, como *As autarquias e as sociedades de economia mista* (1941), de Eryma Carneiro, uma das monografias premiadas no concurso realizado por esse órgão para a comemoração dos dez anos da Revolução de 1930. De acordo com o autor, a desconcentração é uma das modalidades de que se serve o Estado para atribuir maior competência aos órgãos executores de sua administração. É uma técnica empregada para aliviar as autoridades superiores em assuntos que podem ser solucionados por autoridades hierarquicamente inferiores. As autarquias e as sociedades de economia mista são órgãos da administração pública indireta. A autarquia nasce, segundo Carneiro, da concessão de sua personalidade jurídica pelo poder público – Estado federal ou Estado federado – que destaca de si mesmo, “de sua substância administrativa” (CARNEIRO, 1941, p. 88), um departamento, ou organiza um serviço a quem confere essa personalidade. São, portanto, entidades que exercem um serviço público ou publicizado, isto é, de algum modo são investidas de um poder de soberania outorgado pelo Estado, constituindo-se em parcelas da administração pública indireta. Para exemplificar, o autor cita as principais autarquias: Caixa Econômica Federal, Departamento Nacional do Café, os Institutos de Aposentadoria e Pensão, a Ordem dos Advogados do Brasil, o Instituto do Açúcar e do Alcool, a Administração do Porto do Rio de Janeiro.

No corporativismo, portanto, as instituições incorporam-se ou são incorporadas ao Estado como partes integrantes ou pelo menos subordinadas a ele. Nesse caso, os interesses da coletividade seriam garantidos a partir de uma reforma institucional centralizadora que substituísse os canais de participação e representação políticas inspirados no modelo democrático-liberal, aos níveis municipal, estadual e nacional, por novas formas de organização das classes em moldes corporativistas. Assim, na visão de Carneiro (1941, p. 169), o Estado evitaria “que atividades de interesse coletivo sejam mercantilizadas em benefício exclusivo de determinados grupos capitalistas”. Tal perspectiva também pode ser vista no quarto volume de *A Nova Política do Brasil*: “O aparelho administrativo, que padecia de todos os vícios da rotina burocrática e produzia rendimentos incompatíveis com as necessidades públicas e os gastos feitos para conservá-

lo, foi totalmente remodelado” (p. 25).

A criação do Departamento Administrativo do Serviço Público (DASP) é apresentada como uma das maiores realizações do Estado Novo, juntamente com a criação das comissões e conselhos, e de todas as repartições para a prestação de serviços aos cidadãos, como as autarquias. Tudo teria sido realizado dentro de moldes modernos e científicos, principalmente “a grande obra de orientação espiritual da Nação agora entregue ao Departamento de Imprensa e Propaganda, que se destina a levar aos brasileiros e ao mundo inteiro a alevantada concepção moderna do Presidente Getúlio Vargas” (CARNEIRO, 1941, p. 220-221).

Nessa perspectiva, podemos afirmar que o governo Vargas foi ampliando e consolidando o poder interventor do Estado nas mais variadas esferas, inclusive da cultura e dos meios de comunicação. Ao acompanharmos o processo de organização da propaganda política no plano nacional, observamos que os primeiros passos se deram com a criação do Departamento Oficial de Publicidade (DOP), através do Decreto 20.033, de 25 de maio de 1931⁵⁰. Esta se deu para cumprir os propósitos da lei orgânica do Governo Provisório, que determinava que os atos oficiais devessem ter ampla divulgação. A ideia era dar visibilidade aos dados sobre a vida social, política, administrativa e, sobretudo, econômica do Brasil, para que a população fosse informada do “verdadeiro estado em que a Revolução encontrou o país” e pudesse “apreciar e julgar conscientemente a sua obra reconstrutora”⁵¹.

De acordo com o decreto que estabelece sua criação, o DOP ficaria sob a superintendência do diretor da Imprensa Nacional que, além dos serviços inerentes à Imprensa Nacional, Diário Oficial e Diário de Justiça, seria também responsável pela publicação de um “Boletim Diário de Informações Oficiais” destinado à imprensa. Porém, para agilizar a criação e funcionamento do órgão, o Decreto 20.138, de 22 de junho de 1931⁵², definiu que o DOP funcionaria de maneira autônoma até que as definições do decreto anterior pudessem ser cumpridas, ou seja, que pudesse funcionar como um apêndice da Imprensa Nacional. Suas verbas nesse período seriam garantidas pelo Ministério da Justiça e Negócios Interiores. A incorporação definitiva do

⁵⁰ Decreto 20.033, de 25 de maio de 1931. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20033-25-maio-1931-517651-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 20 set. 2016.

⁵¹ Ibidem.

⁵² Decreto 20.138, de 22 de junho de 1931. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20138-22-junho-1931-518072-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 20 set. 2016.

Departamento só se deu em 14 de março de 1932⁵³, depois de finalizada a remodelação da Imprensa Nacional.

O DOP atuava, então, junto à Agência Nacional (AN) na transmissão de informações oficiais à imprensa e no setor de radiodifusão. A AN, segundo Aristeu Aquiles (1941, p. 49), funcionava como um “Bureau de Imprensa” junto ao Ministério da Justiça e Negócios Interiores. Nas palavras de seu diretor, o DOP “[...] não só visará unicamente fornecer aos jornais desta capital o noticiário das repartições oficiais, devidamente autenticado, mas, sobretudo, assegurar à imprensa dos Estados e dos municípios, [...] o conhecimento exato da vida administrativa do país”⁵⁴. Para realizar essas funções, foram aproveitados alguns funcionários da Câmara dos Deputados e convidados jornalistas que atuavam na imprensa carioca. Além da Direção Geral, o DOP contava em sua estrutura administrativa com as seções de Secretaria, Biblioteca, Arquivo, Estenografia e Redação.

No dia 2 de julho de 1931, foi realizada uma reunião no Palácio Tiradentes, na qual Salles Filho⁵⁵, então diretor do DOP, explicou aos jornalistas cariocas, diretores de agências telegráficas e representantes dos jornais dos estados e dos demais órgãos de imprensa do país a finalidade da criação do novo instituto. Hebert Moses, presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), foi o primeiro a ter a palavra e, em sua fala, fez questão de ressaltar a independência dos órgãos de imprensa, o que deixa claro que uma das preocupações dos jornalistas com a criação do Departamento estava relacionada à censura. Em resposta a essas inquietações, Salles Filho declarou que o DOP não seria “um órgão de compressão, pois se trata de um aparelho para fazer falar e jamais para suprimir a palavra”⁵⁶.

A intenção de expandir as atividades do DOP e organizar a propaganda de forma mais sistemática existia desde quando Getúlio Vargas conheceu Lourival Fontes, através de um amigo comum, Luís Aranha, também no ano de 1931. O presidente lhe pediu um parecer sobre o Departamento de Difusão Cultural que pretendia instituir no lugar do então existente DOP. É bem possível que Fontes tenha atendido ao pedido, pois assim

⁵³ Decreto 21.152, de 14 de março de 1932. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21152-14-marco-1932-517016-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 20 set. 2016.

⁵⁴ O Departamento Oficial de Publicidade é um organismo para fazer falar e jamais para suprimir a palavra! *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 3 jul. 1931. p. 5.

⁵⁵ Salles Filho era um político carioca, tenente-coronel médico do Exército e foi deputado federal em diversos mandatos.

⁵⁶ O Departamento Oficial de Publicidade é um organismo para fazer falar e jamais para suprimir a palavra! *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 3 jul. 1931. p. 5.

que a nova Constituição foi promulgada e que Vargas foi eleito presidente pela Assembleia Nacional Constituinte, o DOP deixou de existir. Este também é o ponto inicial de uma longa colaboração entre Vargas e Fontes, que só se encerraria em 1954, quando do suicídio do primeiro.

Através do Decreto-Lei nº 24.651, de 10 de julho de 1934, o governo instituiu o novo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), sendo sua direção entregue a Lourival Fontes. Souza (2003) cita uma matéria publicada no *Diário de São Paulo* no dia 30 de agosto de 1935, na qual se faz referência à competência de Lourival Fontes no exercício de suas funções:

[...] homem dinâmico [...] que melhor do que ninguém em nosso país, é profundo conhecedor e infatigável estudioso de questões de rádio, tendo sido há pouco tempo representante da municipalidade carioca no Congresso de Lyon. Os estudos especiais de Lourival Fontes em matéria de organização da propaganda foram aperfeiçoados nos centros que mais profundamente cuidam do assunto, tais como Itália e Alemanha (SOUZA, 2003, p. 94).

O autor do artigo, segundo Souza, também menciona rapidamente as orientações que Fontes forneceu à imprensa para tornar a programação mais interessante e atraente para o público.

Vinculado ao Ministério da Justiça, cabia ao órgão estudar a utilização do cinema, da radiotelegrafia e outros processos técnicos no sentido de empregá-los como instrumento de difusão, assim como estimular a produção de filmes educativos, por meio de prêmios e incentivos fiscais. Além da Imprensa Nacional, o Departamento dividia-se em outras três seções, cada uma tratando de assuntos específicos – rádio, cinema e “cultura física”⁵⁷. A censura cinematográfica, até então a cargo do Ministério da Educação e Saúde, passou para o rol de atividades do DPDC.

A literatura costuma apresentar o período de 1930 a 1937 como um bloco unívoco e uma preparação para o que viria a ser implementado no Estado Novo, quando, na verdade, este é um momento muito mais complexo e de muitos conflitos políticos e sociais. Essa ideia deriva diretamente das interpretações construídas pelos ideólogos do Estado Novo, “quando é nítida a intenção de se produzir tanto um passado quanto um futuro para o novo Estado Nacional” (GOMES, 2003, p. 116). Em suas análises, não há espaço para as discontinuidades e embates do período, já que tudo o que veio antes era uma preparação para o Estado Novo, concepção embutida no termo “Revolução em marcha”.

⁵⁷ Este é o termo utilizado no decreto.

Em 1934, Vargas era candidato ao cargo de presidente nas eleições indiretas e se apresentava como o grande líder da Revolução de 1930, que teria inaugurado um novo tempo no país, em oposição à chamada República “Velha”. Em abril de 1934, Vargas solicitou a intensificação das ações do DOP, o que se relaciona diretamente à sua campanha para a Presidência da República. Foi criado o programa *Voz do Brasil*, que tinha como objetivo a divulgação das realizações do chefe do Governo Provisório junto à população. O aumento de sua popularidade poderia exercer influência nos deputados constituintes que elegeriam o novo presidente da nação. Foi nesse contexto que, em julho de 1934, o DOP foi remodelado e se transformou no DPDC.

O DPDC, além de continuar atuando nas áreas de imprensa e de radiodifusão, passou a abarcar os setores de cultura, com destaque para o cinema e para o rádio. Mas será no Estado Novo que, a partir da transformação do DPDC em Departamento Nacional de Propaganda (DNP), o órgão assumirá uma proporção até então inédita no país, passando a incluir a palavra “nacional” em seu nome e tendo todas as suas funções ampliadas e diversificadas. A questão da unidade nacional se tornou ainda mais central após a entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial, pois representava uma política estratégica e de defesa.

Logo após o golpe de 1937, com o fechamento das funções legislativas, o órgão foi transferido para o Palácio Tiradentes. A sala das comissões parlamentares serviu para a cabine da censura cinematográfica. Foi também construído um estúdio de rádio pela Standart Eletrics e uma sala de projeções, inauguradas com a presença de jornalistas, radialistas e profissionais do cinema brasileiro. Aos poucos, outras atividades não cogitadas pela lei tiveram início e ganharam corpo, como as de turismo e as de imprensa, estas concentradas na Agência Nacional. Ao incorporar essas novas atividades, o DPDC passou a chamar-se Departamento Nacional de Propaganda (DNP). Tal remodelação é bastante sintomática, pois aponta não só para um maior e mais diversificado espaço de intervenção do órgão, que se encarregaria explicitamente da propaganda e da censura, “como igualmente para uma diretriz básica do novo Estado: a da nacionalização da cultura em tempos de autoritarismo” (GOMES, 2003, p. 117).

O aumento de funções do DNP se deu com a Constituição de 1937, que definia como competência da União legislar sobre imprensa, radiocomunicação e realizações de interesse cultural. Dessa forma, o DNP cumpriria uma função pública de colocar diretamente em comunicação o governo e o conjunto da sociedade, servindo aos interesses da vida coletiva. Os meios de comunicação, justamente por seu grande poder e

alcance, precisavam de constante controle e fiscalização. Tendo como finalidade a conformação e a divulgação nacional da política do Estado Novo, os órgãos de difusão se convertem nos grandes organizadores dos discursos veiculados, entendendo censura e propaganda como duas faces de uma mesma moeda. Ao mesmo tempo em que o DNP elimina e combate as mensagens indesejadas, controla e articula a produção dos discursos autorizados a circular.

O Departamento de Imprensa e Propaganda foi criado em 27 de dezembro de 1939 pelo Decreto-Lei 1.915⁵⁸. Seu regimento e atribuições foram apresentados pelo Decreto 5.077 no dia 29 de dezembro de 1939, e já no artigo 1º é exposta a finalidade de sua criação: “[...] tem a seu cargo a elucidação da opinião nacional sobre as diretrizes doutrinárias do regime, em defesa da cultura, da unidade espiritual e da civilização brasileiras”⁵⁹. Nas palavras de seu diretor-geral, Lourival Fontes, a ideia era “desenvolver propaganda do regime e das realizações governamentais no país e para tornar melhor conhecido no estrangeiro o Brasil, o seu progresso, as características fundamentais do Estado Nacional, as diretrizes de justiça social”⁶⁰. Para tal, utilizou-se de diversos meios de comunicação: foram produzidos livros, revistas, folhetos, cartazes, programas de rádio, fotografias, conferências, exposições, entre outros tipos de recursos, dirigidos aos cidadãos brasileiros e ao público estrangeiro. Nas palavras de Velloso (1987, p. 39), nenhum governo anterior ao Estado Novo recorreu a um aparato de propaganda tão sofisticado e abrangente, e o DIP pretendia ser uma espécie de “organismo onipresente que penetra todos os poros da sociedade, [...] desde as cartilhas infantis aos jornais nacionais, passando pelo teatro, música, cinema”.

Lourival Fontes permaneceu na diretoria geral, e a cerimônia de posse de seu cargo no novo órgão aconteceu no gabinete do secretário da Presidência da República no Palácio do Catete, no dia 4 de janeiro de 1940, com a presença do ministro da Justiça, de membros da casa civil e militar da Presidência e jornalistas. Com a reformulação do DNP e a criação do DIP, além de ter sua abrangência e poder ampliadas, o órgão ganha certo grau de autonomia, estando vinculado diretamente ao presidente da República, e não mais ao Ministério da Justiça.

⁵⁸ Decreto-lei disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-1915-27-dezembro-1939-411881-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 22 set. 2014.

⁵⁹ Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-5077-29-dezembro-1939-345395-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 24 set. 2014.

⁶⁰ Relatório de Atividades do Departamento de Imprensa e Propaganda do ano de 1941. Arquivo Nacional, Fundo Gabinete Civil da Presidência, lata 510.

Diante do que foi exposto, fica claro que já havia, desde o Governo Provisório, preocupação e iniciativas relacionadas à propaganda e à difusão cultural. Porém, será durante o Estado Novo e quando a Segunda Guerra Mundial passa a ser um fato, que o Departamento alcança sua máxima amplitude e importância: era o porta-voz do regime, o responsável por sua imagem pública e pela divulgação de seus ideais, dentro e fora do Brasil. Ele passou a ser o responsável pelo serviço de publicidade e propaganda de todos os órgãos governamentais, incluindo ministérios, departamentos e até autarquias. Era tamanha sua importância, que foi em sua sede que se realizou a III Reunião de Consulta dos Ministros das Relações Exteriores das Repúblicas Americanas (1942) – e não no Palácio do Itamaraty, sede do Ministério das Relações Exteriores desde 1899. O DIP era responsável não só pela divulgação interna das realizações do regime, mas também por cuidar da imagem externa do país e, inclusive, por incentivar relações comerciais e culturais com outros países.

Sediado na capital da República, o DIP estendia sua atuação aos estados da federação através dos Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda (DEIPs), como determinou o Decreto-Lei nº 2.557, de 4 de setembro de 1940. Essas repartições deveriam centralizar todos os serviços relacionados à “imprensa, radiodifusão, cinema, teatro, funções recreativas e esportivas, propaganda, publicidade e divulgação”. Em relatório enviado ao presidente da República, em junho de 1942, porém, Lourival Fontes informou que oito estados e o território do Acre ainda não haviam organizado seus DEIPs, apesar das “insistentes recomendações e pedidos” do DIP. O decreto previa, ainda, a criação de Departamentos Municipais de Propaganda, mas não temos informações se essa orientação chegou a ser cumprida.

O DIP possuía um diretor-geral e cinco divisões – Divulgação, Rádio, Turismo, Imprensa, Cinema e Teatro – e seis setores de serviços auxiliares – Comunicações, Contabilidade e Tesouraria, Material, Filmoteca, Discoteca e Biblioteca. Através da documentação encontrada no Fundo do Gabinete Civil da Presidência no Arquivo Nacional, podemos observar que Vargas era constantemente informado por Lourival Fontes sobre as ações do DIP, pois existem vários relatórios de atividades, boletins de informações, ofícios, entre outros documentos, dirigidos ao chefe de Estado.

Serviços antes realizados por outras entidades foram atribuídos ao DIP já no decreto de sua criação. A censura do teatro e de diversões públicas, realizada até então pela Polícia Civil do Distrito Federal, é um exemplo. Foi também extinta a Comissão de Censura Cinematográfica, cabendo ao Departamento assumir suas funções. Todos os

serviços de propaganda e publicidade dos ministérios e dos órgãos da administração pública federal, ou de entidades autárquicas, passaram a ser responsabilidade do DIP, que centralizou essas atividades.

Era necessário um grande número de funcionários e colaboradores eventuais para que o DIP realizasse as amplas funções de sua competência. O artigo 11 do decreto-lei que criou o Departamento previa que os trabalhos seriam executados pelos funcionários do quadro ou por extranumerários. Esse quadro era composto por 19 servidores herdados do antigo DNP, e o restante era contratado a partir de uma verba mensal de oitenta contos de réis, com os quais se admitiram mais 121 funcionários em 1940. Além de seus vencimentos de cargo efetivo, o secretário do diretor-geral e os secretários de cada um dos diretores de divisão recebiam gratificações de 6.000\$ e 4.800\$, respectivamente. Os chefes de cada serviço auxiliar também recebiam 4.800\$ em gratificação. Apesar da racionalização do serviço público com o DASP, cargos de importância estratégica como esses eram nomeados diretamente por Getúlio Vargas, sendo bem remunerados.

Em decorrência da falta de fontes já mencionada, não é fácil contabilizar as verbas recebidas pelo DIP. Baseando-se no que apurou Daryle Williams, Tania de Luca (2001) apresentou os seguintes dados anuais, iniciando em 1940⁶¹:

Quadro 2: Receita do DIP (1940-1945). Fonte: DE LUCA, 2011.

Receita do DIP	
Ano	Contos de réis
1940	6.578
1941	9.573
1942	11.437
1943	14.537
1944	13.591
1945	5.583

⁶¹ De acordo com Tânia de Luca, o autor encontrou esses dados em documentos da Contadoria Geral da República e do *Anuário Estatístico do Brasil*. Sobre isso, ver: WILLIAMS, 2001.

É possível observar claramente que o DIP vai ampliando sua verba e, conseqüentemente, sua atuação e importância em seus três primeiros anos de existência, quando sua receita deu um enorme salto. Em 1943, o valor já representava mais que o dobro, se comparado ao ano de 1940. A quantia praticamente se mantém em 1944, apenas com uma pequena redução, e desaba em 1945, quando o Departamento foi extinto.

Todavia, sabemos que o Departamento também manejava as verbas de publicidade de instituições públicas, como o Banco do Brasil. Outro fator que dificulta a aferição dos dados é o fato de o DIP ser subordinado diretamente ao presidente da República, o que, pela Constituição de 1937, impedia o poder fiscalizador do Tribunal de Contas da União. As contas públicas do DIP eram aprovadas diretamente por Vargas através de decretos-lei, e o Tribunal emitia apenas um parecer opinativo.

Em ofício enviado ao presidente da República em 1941, Lourival Fontes queixava-se da verba insuficiente, já que, segundo ele, a Polícia Civil da capital federal recebia, antes da criação do DIP, cem contos de réis mensais apenas para o trabalho de censura da imprensa, enquanto o DIP precisava realizar esta e outras funções em nível nacional.

Lourival Fontes permaneceu na direção do órgão até julho de 1942, quando foi afastado em decorrência de uma grave crise política e das mudanças na condução política do regime após a aproximação efetiva do Brasil com os Estados Unidos, que implicou o reposicionamento de destacadas chefias militares e o afastamento de lideranças civis mais identificadas com o fascismo europeu de cargos políticos de destaque. Desde a entrada dos EUA na guerra, as pressões para que o Brasil definisse uma posição ao lado dos Aliados aumentaram, tanto externa quanto internamente. Os norte-americanos queriam instalar bases militares no Nordeste para ampliar o patrulhamento do Atlântico, e, por outro lado, o Brasil pretendia obter recursos materiais para a construção do polo siderúrgico de Volta Redonda e para modernizar as Forças Armadas. Alguns setores sociais, como estudantes e lideranças políticas de peso do regime também eram favoráveis a um alinhamento com os ianques, especialmente Oswaldo Aranha, ministro das Relações Exteriores desde 1938. Não era mais possível que o Brasil mantivesse neutralidade em relação aos principais países envolvidos na guerra, e a opção foi o alinhamento com os Estados Unidos, decisão anunciada por Getúlio Vargas em 31 de dezembro de 1941. Em janeiro de 1942, ocorreu, na sede do DIP, a Conferência Rio de Janeiro, quando finalmente se decidiu pelo rompimento das relações diplomáticas com os

países do Eixo.

O auge dessa tensão se deu em julho de 1942, quando o chefe de Polícia do Distrito Federal, Filinto Müller, reconhecido germanófilo, recusou-se a autorizar uma passeata da União Nacional dos Estudantes (UNE) contra os fascistas e a favor da declaração de guerra ao Eixo. Essa decisão gerou um grande impasse com Ernane do Amaral Peixoto, interventor do estado do Rio de Janeiro e genro de Vargas, uma vez que ele autorizara a passeata. Como saldo dessa crise, temos o afastamento de Müller de seu cargo, bem como de dois outros nomes que eram publicamente reconhecidos por sua admiração pelos regimes fascistas: Lourival Fontes, diretor do DIP, e Francisco Campos, ministro da Justiça. Esse momento é bastante simbólico da mudança de feições do Estado Novo, quando os três órgãos fundamentais da política autoritária desse regime tiveram suas lideranças renovadas. O ministro do Trabalho, Alexandre Marcondes Filho, foi nomeado para exercer, cumulativamente, o cargo de ministro da Justiça, e o tenente-coronel Alcides Gonçalves Etchegoyen foi designado para a chefia de Polícia do Distrito Federal.

Porém, o rompimento das relações diplomáticas e a posterior declaração de guerra ao Eixo, em agosto de 1942, não demonstram um enfraquecimento do Estado Novo ou a adoção de uma postura antiautoritária internamente. Esse momento demonstra com clareza as ambiguidades do regime. O investimento em propaganda se intensifica, pois era preciso expandir a popularidade de Getúlio Vargas para garantir a adesão da população e uma continuidade do governo em moldes democráticos. Não por acaso é que nesse período há um forte investimento na invenção da ideologia trabalhista, “um discurso político pelo qual o regime voltou-se especificamente para o ‘povo trabalhador’, enfatizando o tema da justiça social e vinculando-o fortemente às leis do trabalho elaboradas e implementadas desde inícios da década de 1930” (GOMES, 2003, p. 119-120).

Após a saída de Lourival, a direção-geral do DIP foi entregue a um militar de carreira, o major Antônio José Coelho dos Reis⁶². No Arquivo de Getúlio no CPDOC, encontra-se um documento manuscrito extremamente interessante. Trata-se de uma análise do perfil de Coelho dos Reis, feita por Cordeiro Faria, a pedido do presidente:

[...] Major Coelho dos Reis ótimo caráter, culto e muitíssimo trabalhador. Foi integralista tendo logo após golpe dez de novembro e antes dissolução partidos abandonado aquele partido e me comunicado oficialmente essa resolução

⁶² Antônio José Coelho dos Reis nasceu no ano de 1898 em São João D’El Rei, Minas Gerais, e ingressou no Exército em 1918. Em 1937, por merecimento, foi promovido ao posto de major. Antes de assumir a diretoria-geral do DIP, ocupava o a função de oficial de gabinete do ministro da Guerra, o general Eurico Gaspar Dutra.

porque servia sob minhas ordens quando chefiava Estado Maior da 3ª R.M. Foi nessa ocasião o chefe 2ª seção e revelou-se oficial de rara discriminação. Meu juízo é que é cem por cento bom⁶³.

Sua posse realizou-se no dia 17 de julho de 1942, na secretaria do Palácio Guanabara, perante Luiz Vergara, chefe do Gabinete Civil da Presidência da República. Estiveram presentes na cerimônia o coronel Paulo MacCord, do gabinete do general Eurico Gaspar Dutra, ministro da Guerra, o coronel Benjamim Vargas e Andrade Queiroz. De lá, seguiu direto para o Palácio Tiradentes, para dar início às suas funções no novo cargo. Às 16h30 do mesmo dia, houve o ato de transmissão do cargo, no qual Lourival Fontes, na presença de todos os diretores e dos funcionários de todas as divisões, saudou o major Coelho dos Reis e despediu-se do exercício de suas funções.

Em julho de 1943, Antônio Coelho dos Reis enviou carta a Getúlio Vargas pedindo exoneração do cargo de diretor-geral do DIP para retornar ao Exército. No ano anterior e logo após sua nomeação, já havia pedido exoneração, que foi negada pelo presidente. A justificativa para o pedido foi que o major desejava reforçar os quadros do Exército durante a participação do Brasil na Segunda Guerra Mundial. Em 29 de agosto de 1942, a resposta do presidente foi a seguinte:

[...] Manda dizer-lhe, no entanto, que, nas atuais circunstâncias internacionais, os seus serviços são necessários no setor em que vem trabalhando, agora transformado num dos mais importantes para a defesa nacional – a guarda das forças morais internas e o sigilo dos informes de natureza militar. Sua Excelência recomenda que continue no seu posto, de consciência tranquila, como qualquer combatente decidido a tudo pela Pátria, que nesta hora exige a máxima dedicação dos seus filhos⁶⁴.

O trecho citado mostra como o Departamento e sua política de propaganda e controle dos meios de comunicação eram estratégicas para a defesa nacional em tempos de guerra, o que explica em parte a escolha de militares para o cargo de diretor-geral após a saída de Lourival Fontes.

Amílcar Dutra de Meneses foi quem assumiu o comando do DIP em 12 de julho de 1943. Desde o ano anterior, já exercia a função de diretor da Divisão de Rádio e, com a saída de Coelho dos Reis, foi nomeado por Vargas para ocupar a diretoria-geral do Departamento. Foi transferido para a reserva em 27 de outubro de 1945, já nos últimos dias do Estado Novo, após grave crise que perpassou, inclusive, o funcionamento do DIP.

⁶³ Arquivo Getúlio Vargas, CPDOC-FGV. A forma de escrita indica que o texto seria enviado por telegrama.

⁶⁴ Arquivo Getúlio Vargas, CPDOC-FGV.

A crise do Departamento ficou clara com a publicação de uma entrevista de José Américo⁶⁵ ao *Correio da Manhã* criticando o governo. A matéria, negligenciada pela censura do DIP, saiu na capa da edição de 22 de fevereiro de 1945⁶⁶. As palavras escolhidas para iniciar o texto já apontavam para a crise de legitimidade do governo e para a gravidade de suas declarações: “Nesta hora não me nego a falar. Ao contrário, julgo chegado o momento de todos os brasileiros opinarem. Esta é uma hora decisiva que exige a participação de todos no rumo dos acontecimentos.” Foi contundente em criticar todos os pontos-chave do regime estado-novista. Para ele, o Brasil estaria passando não por uma crise política, e sim por uma crise moral, a qual o governo autoritário agravou. O problema só poderia ser “curado com os próprios recursos da democracia”. A estruturação democrática do pós-guerra não se efetivaria se Getúlio Vargas fosse candidato a permanecer no poder. Além disso, afirma que renunciar expressamente à candidatura daria a Vargas a possibilidade de recuperar sua popularidade, e “reconciliado, assim, com a opinião pública, deixaria um saldo para futuramente ressurgir, com maior e mais justa projeção”. Afirmou que a crise econômica não poderia ser explicada apenas pela guerra, mas também pela imprevisão e mau planejamento econômico do governo. Sobre a política trabalhista, declara que “ela é avançada no papel, mas não produz os benefícios apregoados. Está atrofiada pela burocracia e deformada pela propaganda”. Para concluir, José Américo afirma: “Cumprir um dever. Falei por mim e sinto ter interpretado também o pensamento ainda vedado do povo brasileiro.”

A partir de uma carta de Alzira Vargas ao pai em setembro de 1944, vemos que a flexibilização da censura já vinha acontecendo, pelo menos, desde o ano anterior. No documento, Alzira trata de assuntos particulares e critica a atuação de vários ministros, dos componentes do gabinete de Presidência da República e do chefe de Polícia. O trecho em que ela fala sobre o diretor do DIP é particularmente interessante:

[...] O homem do DIP além de ignorante e mentiroso é burro e está ajudando a passar para o governo o diploma de cavalgadura. Se não interessa o controle da imprensa e a orientação da propaganda para os objetivos são do governo então vamos gritar bem alto – No Brasil não há censura de imprensa, pode falar quem quiser sobre o q. quiser – e todo o mundo dirá que o Brasil é uma democracia. Mas fingir q. se tem o controle e deixar que diariamente todos os jornais digam q. o governo é uma droga, q. isto é uma ditadura camuflada, permitir q. se desacredite a obra e os homens, já é vontade de ser malfalado⁶⁷.

⁶⁵ José Américo de Almeida participou ativamente do movimento político de 1930. Foi ministro da Aviação e candidato à Presidência da República. No momento de suas declarações na entrevista, ocupava o cargo de ministro do Tribunal de Contas.

⁶⁶ A Situação: declarações do Sr. José Américo. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 22 fev. 1945. p. 1.

⁶⁷ Arquivo Getúlio Vargas, CPDOC-FGV. Setembro de 1944.

Com o fim do Estado Novo, o DIP foi extinto e em seu lugar foi criado o Departamento Nacional de Informações (DNI), apresentado pelo jornal *Diário Carioca* como “uma nova e grotesca denominação do DIP”⁶⁸. O Palácio Tiradentes voltou a ser a sede legislativa do governo, enquanto o novo órgão de propaganda transferiu-se para o Edifício Novo Mundo.

2.1 O estudo do DIP: um mergulho em suas divisões

2.1.1 Divisão de Imprensa

A Divisão de Imprensa era responsável pelas funções que estiveram presentes desde o primeiro órgão de propaganda, criado em 1931, o DOP. Essa divisão realizava o controle dos jornais e revistas, determinando o que poderia ou não ser publicado; além de ser responsável pela normalização da imprensa, através do Conselho Nacional de Imprensa (CNI); e pela produção de notícias, através da Agência Nacional.

A maior novidade introduzida a partir do decreto de criação do DIP foi a incorporação do exercício de censura à imprensa, até então realizado pela polícia. Cabia à Divisão de Imprensa realizar a censura prévia das publicações periódicas, de forma a “garantir a paz, a ordem, a segurança pública, assim como proteger a infância e a juventude no que concerne a manifestações contrárias à moralidade pública e aos bons costumes”⁶⁹. Imbuída de uma função pública, a imprensa deveria atuar como um elemento de construção da almejada unidade nacional, rejeitando qualquer opção partidária, regional ou localista.

Um duro controle da imprensa e a repressão já eram praticados desde a Lei de Segurança Nacional de 1935, posteriormente institucionalizada na Constituição de 1937, que estabeleceu a censura prévia não só dos impressos, mas também do teatro, do cinema e do rádio. No início do Estado Novo, os censores realizavam suas tarefas pessoalmente; depois, o DIP passou a comunicar por telefone ou telegrama o que podia ser divulgado. As punições por matérias publicadas sem autorização recaíam sobre os diretores do jornal, que estariam sujeitos à pena de prisão, enquanto a empresa poderia arcar com pena

⁶⁸ O DIP e o Palácio Tiradentes. *Diário Carioca*, Rio de Janeiro, 27 out. 1945. p. 1.

⁶⁹ Constituição Federal do Brasil (1937). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao37.htm>. Acesso em: 02 out. 2016.

pecuniária⁷⁰ e suspensão temporária ou permanente de suas atividades.

O Conselho Nacional de Imprensa, órgão criado em 30 de dezembro de 1939 pelo Decreto-Lei nº 1.949, funcionava como uma espécie de Tribunal de Imprensa, julgando as transgressões de seus “confrades” contra a classe jornalística, os leitores ou a nação⁷¹. A presidência da CNI ficou a cargo de Jarbas de Carvalho, compondo-se o seu plenário de seis membros, três deles representantes da imprensa: Roberto Marinho, delegado do Sindicato dos Proprietários de Jornais e Revistas; Belisário de Souza, delegado da ABI; Carlos Eiras, delegado do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio de Janeiro. As outras três cadeiras eram ocupadas por funcionários do DIP: Pedro Timóteo de Almeida Couto, Cipriano Lage e José Soares Maciel Filho. A direção do CNI cabia ao diretor-geral do DIP.

Com representantes diretos do setor jornalístico, o CNI se encarregava, ainda, de fazer a ligação entre o DIP e as empresas de imprensa privada, mediando as discussões pertinentes a esse ramo de atividades. O abastecimento de papel e das demais matérias-primas necessárias à indústria editorial estava entre os tópicos mais debatidos. Incumbia-se, ainda, de avaliar as condições de trabalho e a remuneração dos empregados do setor.

Foi o CNI que formalizou a lei determinando a obrigatoriedade do uso exclusivo da língua brasileira por todos os órgãos da imprensa editados no Brasil. A medida, cujo objetivo era cumprir o projeto estado-novista de unidade nacional, atingiu 102 publicações que circulavam em língua estrangeira, que tiveram de se adaptar às novas exigências ou encerrar suas atividades. Também estava a seu cargo realizar o cadastramento das publicações beneficiadas pela isenção de impostos na importação de papel. Conforme já mencionado, o controle das cotas de papel e da isenção de impostos era uma das sanções mais utilizadas pelo regime. Os proprietários de jornais estavam sujeitos à autorização do Ministério da Justiça e, caso a conseguissem, seu cadastramento ficava sob responsabilidade da Divisão de Imprensa do DIP. Isso dava ao órgão um grande poder de controle e fiscalização desses jornais, já que os mesmos poderiam ser descadastrados caso o serviço de censura identificasse qualquer posicionamento “pernicioso”. Fora isso, havia também o repasse de verbas que salvava muitos editores da falência e mantinham os periódicos funcionando.

⁷⁰ De acordo com Silvana Goulart, “as máquinas, caracteres e outros objetos tipográficos utilizados na impressão do jornal constituiriam a garantia do pagamento da multa, reparações ou indenizações e das despesas com o processo por delito de imprensa” (GOULART, 1990, p. 47).

⁷¹ A imprensa e a propaganda. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano II, n. 21, 10 nov. 1942. p. 181.

O DIP não só censurava o conteúdo dos jornais e lhes impunha sanções como também, através da Agência Nacional, produzia fotografias, artigos e notícias para serem incluídos nos periódicos. Conforme determinado na Constituição de 1937, a imprensa possuía caráter público, e os jornais não poderiam recusar a inserção de comunicados do governo. Segundo Souza (2003, p. 139), a AN funcionava como um verdadeiro jornal dentro do DIP, contando com um corpo de redatores próprios que chegou a somar, em 1941, 220 funcionários somente na sede carioca. O horário de trabalho era diferenciado do resto do Departamento. A Agência Nacional funcionava das 7h30 às 24 horas, totalizando dezesseis horas e meia de trabalho divididas em turnos, mais os plantões noturnos das 18 às 24 horas, e os domingos e feriados. Contabilizando tudo o que a agência produzia, o cálculo é que o DIP pode ter sido responsável por 60% das matérias divulgadas pelos jornais:

[...] redige-se desde o artigo doutrinário, que pode girar em torno de assuntos políticos, econômico-financeiros ou de outra ordem qualquer, o sueto, o artiguete desprezioso mas necessário para cada caso, até o noticiário comum, a reportagem, a nota social e a simples legenda que acompanha a fotografia destinada a clichê⁷².

O material produzido era distribuído aos jornais do Rio de Janeiro em folhas mimeografadas; e por telégrafo rádio para a imprensa dos estados e do exterior, aos quais também poderiam ser enviadas remessas de boletins impressos e correspondência por correio aéreo.

2.1.2 Divisões de Rádio, Cinema e Teatro

Além da imprensa, o DIP exercia o controle e o fomento das atividades dos outros meios de comunicação e de produtos culturais, como o rádio, o cinema e o teatro, através da Divisão de Rádio e da Divisão de Cinema e Teatro.

A Divisão de Rádio tinha a função de gerir os serviços de radiodifusão em todo território nacional e as transmissões para o exterior, regular e fiscalizar o funcionamento das rádios privadas, e fazer a censura prévia de programas radiofônicos e de letras a serem musicadas. Em 1940, Júlio Barata foi nomeado por Vargas como diretor da Divisão de Rádio, e permaneceu no cargo até 1942.

O rádio era visto como o meio de comunicação mais eficaz na integração do Brasil

⁷² A imprensa e a propaganda. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano II, n. 21, 10 nov. 1942. p. 183.

por ser capaz de transmitir para as mais longínquas regiões brasileiras a mesma mensagem ao mesmo tempo. A ideia era que ele funcionasse como “a imprensa falada”⁷³. Partindo desse pressuposto, o DNP formulou em 1938 a *Hora do Brasil*, que se transformaria posteriormente num dos principais canais de propaganda da legislação trabalhista entre 1942 e 1945. Semanalmente, o ministro do Trabalho, Indústria e Comércio, Alexandre Marcondes Filho, apresentava as leis que regulamentavam o trabalho como uma “obra antecipatória” de Vargas. E era através do programa *Hora do Brasil* que o Estado Novo adentrava os lares brasileiros e comunicava seu programa e suas realizações. Seguindo os termos do decreto de criação do DIP, o programa deveria ser obrigatoriamente transmitido por todas as estações de *broadcasting* do país, com a missão de levar “a todos os pontos do Brasil a certeza da nossa unidade social e política”⁷⁴.

Diariamente, entre 20 e 21 horas, a programação da *Hora do Brasil* iniciava com o “Noticiário da Presidência da República”, que era seguido das notícias referentes à capital federal, pensado principalmente para informar aos ouvintes do interior sobre os acontecimentos de interesse imediato. Depois, passava-se ao noticiário dos estados, com apresentação de dados estatísticos, econômicos e discussão de assuntos políticos. Em seguida, apresentava-se artigos, estudos e notícias publicadas sobre o Brasil no exterior. Ao final, o programa transmitia as notícias dos municípios e terminava com uma programação musical, “dentro das normas nitidamente nacionalistas e educativas”⁷⁵. Uma parte muito interessante do programa acontecia logo após as notícias estrangeiras: a série de crônicas diárias intitulada “Talvez nem todos saibam que...”, que pretendia “dar a conhecer aos radio-ouvintes brasileiros dados, informações e esclarecimentos sobre a nossa evolução econômica, industrial, política, militar, etc.”⁷⁶.

Além da gestão de todos os serviços de radiodifusão, cabia à Divisão de Rádio fazer a censura prévia de programas radiofônicos e de letras para serem musicadas. O relatório de 1940 nos leva a inferir que essas atividades eram bastante intensas, pois naquele ano foram submetidos à censura prévia 3.770 programas, 1.615 esquetes, 483 peças, 2.416 gravações e 373 letras de músicas. A renda proveniente das taxas cobradas de acordo com a lei atingiu o total de 73:172\$000 (AQUILES, 1941, p. 62).

O rádio também era utilizado para propagar uma imagem positiva do país no

⁷³ SALGADO, Álvaro. Radiodifusão, fator social. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano I, n. 6, ago. 1941. p. 88.

⁷⁴ As atividades culturais do D.I.P. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano II, n. 20, out. 1942. p. 207.

⁷⁵ As atividades culturais do D.I.P. Op. cit., p. 207. Eram crônicas curtas, de dois a três minutos de duração.

⁷⁶ *Ibidem*.

exterior e para incentivar as relações comerciais entre o Brasil e os países estrangeiros, fornecendo-lhes dados estatísticos acerca da produção econômica, boletins comerciais e financeiros, bolsa do café e de outros produtos. A ideia era que essas transmissões fossem feitas em diversos idiomas, várias vezes por dia, num horário em que a recepção fosse mais fácil e cômoda aos ouvintes estrangeiros. Como exemplo, podemos citar o acordo com a Columbia Broadcasting System para a transmissão de programas brasileiros pelas 120 estações de sua rede. De acordo com os entendimentos havidos, um programa de notícias brasileiras, com duração de 15 minutos, era transmitido para os Estados Unidos semanalmente (AQUILES, 1941, p. 64).

A construção da imagem do governo Vargas passava então igualmente pelas artes cênicas e pelo cinema. O DIP possuía também uma divisão responsável pelo auxílio e amparo ao teatro e à cinematografia nacionais. Analisando os termos do decreto-lei, percebemos que as funções da Divisão de Cinema e Teatro estavam mais afinadas com a censura do que com a promoção e produção artística e cultural. Competia a ela as funções de censurar previamente e autorizar ou interditar filmes e representações teatrais em todo o território nacional, além de publicizar a relação de peças e filmes censurados no *Diário Oficial*. Diferente da Divisão de Imprensa, que, além da repressão, atuava diretamente na produção massiva de notícias, via Agência Nacional, as divisões de Cinema e Teatro atuavam no controle e autorização das produções, no cadastramento de artistas e filmes e nas criações de normas regulatórias. A subvenção do teatro se dava principalmente através do Serviço Nacional do Teatro, órgão subordinado ao Ministério de Educação e Saúde, criado pelo Decreto-Lei nº 29, de 21 de dezembro de 1937, que incorporou as atribuições da Comissão Nacional do Teatro⁷⁷.

Assim como a Divisão da Imprensa possuía o CNI, a Divisão de Cinema e Teatro também possuía um órgão de caráter corporativo em seu interior. Em 29 de janeiro de 1942, foi criado o Conselho Nacional de Cinematografia (CNC), de caráter consultivo e composto por cinco membros, subordinado à Divisão de Cinema e Teatro. O diretor-geral do DIP era seu presidente, exercendo as funções juntamente com quatro diretores: o representante dos Produtores Cinematográficos Brasileiros, o dos Distribuidores de Filmes Nacionais, o do Sindicato dos Exibidores e o dos Importadores de Filmes Estrangeiros. Competia ao conselho “estabelecer normas para os produtores, importadores, distribuidoras, propagandistas ou exibidores de filmes cinematográficos,

⁷⁷ Sobre a Comissão Nacional do Teatro, ver: CAMARGO, 2011.

regulando as relações entre os mesmos”, bem como o incentivo, a regulação e a fiscalização da produção, circulação, propaganda e exibição de filmes brasileiros em todo o território nacional.

Essa medida estava alinhada com os termos do decreto de criação do DIP, que visava instituir, permanentemente, um cinejornal, filmado em todo o Brasil e com motivos genuinamente brasileiros, o que deu origem ao *Cine Jornal Brasileiro*, distribuído nos cinemas de todo o país entre 1939 e 1946⁷⁸. Os cinejornais eram documentários em curta-metragem de exibição obrigatória antes dos filmes em todas as salas de cinema no país. Era uma espécie de crônica da vida política nacional, e em cada edição eram abordados assuntos variados.

2.1.3 Divisões de Divulgação e Turismo

Considerando os propósitos desta tese, as Divisões de Divulgação e Turismo são as mais pertinentes, já que são elas as responsáveis pela publicação dos livros e periódicos. À Divisão de Divulgação cabia, sobretudo, “a elucidação da opinião nacional sobre as diretrizes doutrinárias do regime, em defesa da cultura, da unidade espiritual e da civilização brasileiras”, e isso incluía não só a publicação de livros, mas também a interdição de qualquer publicação que atentasse “contra o crédito do país e suas instituições, e contra a moral”. Deveria também “fornecer, aos estrangeiros e brasileiros, uma concepção mais perfeita dos acontecimentos sociais, culturais e artísticos da vida brasileira”. Para tal, previa-se a organização periódica de espetáculos musicais, sessões literárias, cursos, conferências, congressos e intercâmbios literários com países estrangeiros, bem como a edição de folhetos livros e cartazes. Havia também a indicação de “editar um anuário da Imprensa Brasileira, com informações sobre jornais, revistas, livros e demais publicações aparecidas no Brasil”.

Apenas no ano de 1941, de acordo com o único relatório de atividades do DIP encontrado no Arquivo Nacional, a Divisão de Divulgação realizou

[...] mais de cinquenta conferências, que incluíram a sessão comemorativa do aniversário do Presidente Getúlio Vargas, em que usaram da palavra o General Góes Monteiro e o jurista e acadêmico João Neves da Fontoura, as comemorações do cinquentenário da encíclica “DE RERUM NOVARUM”, do centenário do presidente Prudente de Moraes, do primeiro aniversário do Discurso do Rio Amazonas, etc., além de cursos sobre educação física, economia pública, serviço público e legislação do Estado Novo, além da

⁷⁸ Esse cinejornal continuou sendo produzido durante o regime democrático e, em 1946, mudou seu nome para *Cine Jornal Informativo*.

evocação de grandes figuras nacionais, como Caxias, Gonçalves Dias, Tavares Bastos, José de Alencar e outras”⁷⁹.

Além de todos esses eventos, foram lançadas 102 edições de livros e periódicos só em 1941 – diretamente pelo DIP “ou através de outras casas editoras”, nas palavras do próprio Lourival Fontes⁸⁰. A partir da lista de publicações que o diretor do departamento enviou no mesmo relatório ao presidente Getúlio Vargas, é possível comprovar que o órgão não só editou obras, mas também encomendou e financiou – direta ou indiretamente – a publicação de textos favoráveis ao regime. *Getúlio Vargas, estadista*, por exemplo, editado em 1941 pela editora Pongetti, encontra-se elencado na lista, bem como *Vocações da unidade*, publicado no mesmo ano pela José Olympio.

Enquanto a Divisão de Imprensa, junto com a Agência Nacional, cuidava da produção de notícias para periódicos, a Divisão de Divulgação era responsável pela edição de outros tipos de impressos, como livros, revistas, folhetos e cartazes. A mais conhecida publicação dessa divisão é o periódico *Cultura Política*, que circulou mensalmente entre 1941 e 1945 sob a direção de Almir de Andrade⁸¹. Sobre a revista, Andrade afirmou em entrevista que ela fora planejada:

[...] de uma forma que pudesse interessar ao público pela variedade de assuntos, pelo nível intelectual, e que pudesse também reunir toda aquela intelectualidade que girava em volta do governo, alguns até opositores do governo, mas que, para fazer uma revista de cultura, colaboraram⁸².

As inscrições de sua capa já evidenciavam ao leitor seu propósito de ser uma “revista mensal de estudos brasileiros”. A publicação discutia temáticas nacionais e divulgava as ações do Estado Novo (decretos, discursos, etc.). Tinha como objetivo esclarecer e propagar as transformações que o governo de Getúlio Vargas vinha promovendo no país.

Tamanha era a importância do periódico, que seus textos foram reunidos e publicados em forma de livros, em comemoração ao aniversário de sessenta anos do chefe da nação em 1943. Uma “separata de artigos e editoriais publicados, durante dois anos, em suas páginas, onde sempre estiveram presentes os pensamentos e as ações do Construtor do Brasil Novo” compuseram, então, *O pensamento político do Presidente Vargas* (1943). Embora o título e a apresentação levem a crer que os textos foram escritos por Getúlio, são de autoria de diversos intelectuais afinados com as ideias e projetos do

⁷⁹ Relatório de Atividades de 1941. Arquivo Nacional. Fundo Presidência da República.

⁸⁰ *Ibidem*.

⁸¹ Todos os seus volumes estão disponíveis para consulta na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

⁸² ANDRADE, Almir de. Depoimento I, 1981. FGV/CPDOC. História Oral.

Estado Novo.

Havia na revista *Cultura Política* uma seção intitulada Movimento Bibliográfico, na qual Antônio Simões dos Reis era responsável por registrar, mensalmente, todos os livros publicados em território brasileiro.

Serão, pois, estas páginas, um espelho da atividade bibliográfica brasileira, em todas as esferas de atividade intelectual. E para que esta seção seja tanto quanto possível completa, solicitamos aos autores e editores de todas as cidades do Brasil que nos enviem um exemplar de todas as obras publicadas, endereçando-as à Direção desta revista para serem mensalmente registradas⁸³.

A lista era dividida em duas partes: livros brasileiros e traduções. Dentro de cada seção, as publicações eram apresentadas em divisões temáticas diversas, incluindo, por exemplo, livros didáticos, esportes, história, etnografia, ciências médicas, pedagogia, direito, romances e relatos de viagem. Em alguns casos, as indicações bibliográficas eram acompanhadas de dados biográficos do autor. Muitos dos livros publicados pelo DIP eram, naturalmente, destacados nessa seção, o que ajudou no mapeamento da atividade editorial do departamento.

Nos termos do decreto que definiu as competências de todas as divisões internas do DIP, é possível perceber que a publicação de livros e periódicos competia tanto à Divisão de Divulgação quanto à de Turismo. À Divisão de Turismo cabia dirigir e coordenar as atividades concernentes ao turismo em todo o país, com o objetivo de estimular o turismo interno e organizar planos de propaganda turística no exterior e executá-los. Isso incluía, por exemplo, estimular e unificar as iniciativas das empresas de transportes com objetivo de tornar mais fácil o acesso aos locais turísticos e promover facilidades aduaneiras, fiscais, policiais e do passaporte turístico para facilitar o trânsito de visitantes estrangeiros. O DIP empreendeu esforços para o aprimoramento da estrutura turística do país, tendo atuado, inclusive, na mediação entre os governos dos estados e o Instituto dos Comerciários para a concessão de empréstimos destinados à construção de hotéis em diversas cidades, como Manaus (AM), Petrópolis (RJ), Lambari (MG) e Salvador (BA).

Para fomentar o turismo externo, a Divisão de Turismo era encarregada de manter correspondência com as organizações turísticas do mundo, elaborar fichários e cadastros de informações turísticas, bem como organizar e divulgar publicações de álbuns e catálogos de propaganda do Brasil. Sua atividade mais importante foi, sem dúvida, a

⁸³ *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano I, n. 1, mar. 1941. p. 272.

edição de, nos termos do Decreto nº 5.077, “uma publicação ilustrada, que servirá como órgão de turismo do D.I.P.”⁸⁴. Essa publicação era a revista *Travel in Brazil*, escrita em inglês e organizada por Cecília Meireles, que circulou entre 1941 e 1943⁸⁵. De acordo com Tania de Luca, a revista possuía “capas coloridas e chamativas, grande quantidade de fotografias de excelente qualidade e um projeto gráfico muito bem cuidado” (LUCA, 2011, p. 290). Como colaboradores, podemos citar intelectuais de destaque, como Mário de Andrade, José Lins do Rego, Tasso da Silveira, Sérgio Buarque de Holanda, Paulo Rónai e Menotti Del Picchia.

Ao mapearmos as fontes para esta tese, percebemos não ser possível saber ao certo qual das duas divisões foi responsável pela publicação de cada livro ou revista, com algumas exceções, como a *Travel in Brazil*. É altamente provável, porém, que o material direcionado aos leitores estrangeiros tenha sido editado pela Divisão de Turismo, considerando que a ela cabia a promoção da imagem do Brasil no exterior.

2.2 As linhas editoriais do DIP

Como vimos, o Departamento de Imprensa e Propaganda possuía, entre suas estratégias de divulgação e promoção cultural, uma intensa atividade editorial, com a intenção de divulgar as ações do governo e a figura de seu governante. Essa realização era exaltada pelo próprio regime nos meios de comunicação, que ressaltava a função civilizatória do livro e a grande obra realizada pelo DIP:

O livro é o conduto que tem a cultura para assumir o papel de preponderância na sociedade. Fator de civilização, sua influência no desenvolvimento do Estado é enorme e decisiva, colaborando para que as classes sociais, mesmo as menos ilustradas, possam assumir na obra de engrandecimento do país a missão que lhes corresponde. Daí resulta a importância primária do Departamento de Imprensa e Propaganda, por cujo intermédio são distribuídos milhares de livros semanalmente, além de outras publicações, igualmente de caráter ilustrativo, cuja finalidade é apresentar ao povo a orientação governamental através dos organismos nacionais e do exercício de suas funções e ao mesmo tempo mostrar toda sua extensão e os benefícios que lhe advém⁸⁶.

Como nos mostra Angela de Castro Gomes, foi no Estado Novo que Getúlio Vargas foi

⁸⁴ Decreto nº 5.077, de 29 de dezembro de 1939. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-5077-29-dezembro-1939-345395-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 18 fev. 2019.

⁸⁵ No último capítulo da tese, nos dedicaremos à análise dessa publicação.

⁸⁶ O Departamento de Imprensa e Propaganda e “La Razón”, de Buenos Aires. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano III, n. 27, maio 1943. p. 199.

projetado como figura máxima da arena política nacional através de uma das mais bem-sucedidas campanhas de propaganda de nosso país (GOMES, 1997). E o regime fazia questão de ressaltar que realizar essa propaganda através da edição e difusão de livros demonstrava o grande comprometimento do Estado Novo com a “expansão cultural” e com a “formação espiritual” da nação brasileira.

Pelo levantamento de fontes feito durante a pesquisa, foi possível identificar que o período mais intenso da produção editorial do DIP coincide com a direção de Lourival Fontes (1939-1942), no auge da ditadura do Estado Novo. Nesse período, foram produzidos numerosos livros sobre os temas centrais do projeto político do Estado Novo: centralização política e ampliação dos poderes do chefe do Executivo federal; perda de autonomia política dos governos dos estados e municípios; valorização da organização administrativa municipal em detrimento da estadual; política trabalhista; intervenção do Estado em setores estratégicos, como economia, segurança nacional, educação, cultura; relações internacionais; entre outros temas⁸⁷.

Alguns dos livros foram publicados sem indicação de autoria, o que pode significar que tenham sido produzidos por funcionários do departamento como parte de suas funções burocráticas, ou que escritores eram contratados para escrever livros que sairiam apenas com a sigla do DNP/DIP.

Quadro 3: Relação de livros publicados pelo DIP (sem autoria)

⁸⁷ A lista completa dos títulos mapeados em acervos de bibliotecas do Brasil e dos Estados Unidos encontra-se no anexo.

LIVROS SEM AUTORIA	EDITOR	ANO
<i>Defendamos o futuro!: a participação de elementos estrangeiros no levante comunista de novembro de 1935. Série Ao Serviço do Brasil.</i>	DPDC	1936
<i>Catecismo cívico do Brasil Novo.</i>	DPDC	1937
<i>Catecismo cívico do Estado Novo.</i>	DNP	1938
<i>20 anos de trágica experiência: a verdade sobre a Rússia Soviética.</i>	DNP	1938
<i>O Estado Novo.</i>	DNP	1939
<i>O elogio proletário de Getúlio Vargas.</i>	DNP	1939
<i>História de um menino de menino de São Borja: a vida do presidente Getúlio Vargas contada por Tia Olga aos seus sobrinhos Rosa Maria e Chico-Chicote.</i>	DIP	1939
<i>Getúlio Vargas, o amigo das crianças.</i>	DIP	1940
<i>Getúlio Vargas: sua vida e seu mandato histórico.</i>	DIP	1940
<i>Getúlio Vargas para os escolares: 19 de abril de 1940.</i>	DIP	1940
<i>O Brasil dos nossos dias.</i>	DIP	1940
<i>Quem foi que fez, quem foi que disse.</i>	DIP	1940
<i>Celebrações do Decênio 1930-1940.</i>	DIP	1941
<i>Getúlio Vargas, coerência nas atitudes.</i>	DIP	1941
<i>As colônias agrícolas nacionais e a valorização do trabalhador nacional.</i>	DIP	1941
<i>O exemplo da América e o exemplo do Brasil.</i>	DIP	1942
<i>O nune tutelar das massas trabalhadoras do Brasil.</i>	DIP	1942
<i>O 19 de abril.</i>	DIP	1942
<i>Estado Novo. Cinco anos de unidade e ação 1937-1942.</i>	DIP	1942
<i>As realizações do governo do presidente Getúlio Vargas no Departamento Nacional de Portos e Navegação.</i>	DIP	1942
<i>Paz e guerra. A política exterior dos EUA de 1931 a 1941.</i>	DIP	1943
<i>Comemorações do Estado Nacional: 1932-1942, nas voz das classes e na palavra do chefe.</i>	DIP	1943
<i>A juventude no Estado Novo: textos do presidente Getúlio Vargas, extraídos de discursos, manifestos e entrevistas à imprensa.</i>	DIP	s/d

Fonte: A autora.

No Quadro 3, podemos ver que alguns dos títulos sugerem que uma das linhas editoriais na qual o DIP investiu seus esforços foi a exaltação da figura de Getúlio Vargas. Como nos mostra Lucia Lippi (2001), utilizar-se de imagens míticas e/ou históricas na propaganda para obter adesão da população tem longa tradição, que se amplifica nos anos 1920 e 1930 no Brasil e no mundo. Edgard Carone (1977) defende que o Estado Novo foi o primeiro momento em que se tentou dar um sentido mítico ao Estado, personalizado tanto na nação quanto em seus expoentes ou chefes de governo. As experiências anteriores no Brasil, de acordo com o autor, buscaram mitificar personagens falecidos ou já destituídos de suas funções públicas, e ele cita os exemplos de Floriano Peixoto e Pinheiro Machado. Fenômeno mais complexo e contemporâneo aos líderes políticos se manifesta durante o Estado Novo a partir de uma grande mobilização popular através dos meios de comunicação de massa. Conforme apontou Maria Helena Capelato (1988), a imagem do presidente Getúlio Vargas e a bandeira nacional brasileira foram os símbolos mais explorados e reproduzidos nas diversas produções culturais do Estado Novo:

Quadro 4: Relação de livros caracterizados pela exaltação a Getúlio Vargas (sem autoria)

LIVROS SEM AUTORIA	EDITOR	ANO
<i>La personalidad del presidente Getúlio Vargas.</i>	DNP	1938
<i>O elogio proletário de Getúlio Vargas.</i>	DNP	1939
<i>História de um menino de menino de São Borja: a vida do presidente Getúlio Vargas contada por Tia Olga aos seus sobrinhos Rosa Maria e Chico-Chicote.</i>	DNP	1939
<i>Getúlio Vargas, o amigo das crianças.</i>	DIP	1940
<i>Getúlio Vargas: sua vida e seu mandato histórico.</i>	DIP	1940
<i>Getúlio Vargas para os escolares: 19 de abril de 1940.</i>	DIP	1940
<i>Getúlio Vargas, coerência nas atitudes</i>	DIP	1940
<i>O 19 de abril.</i>	DIP	1942
<i>O pensamento político do presidente. Reunião de editoriais e artigos de Cultura Política.</i>	DIP	1933
<i>A juventude no Estado Novo: textos do presidente Getúlio Vargas, extraídos de discursos, manifestos e entrevistas à imprensa.</i>	DIP	s/d

Fonte: A autora.

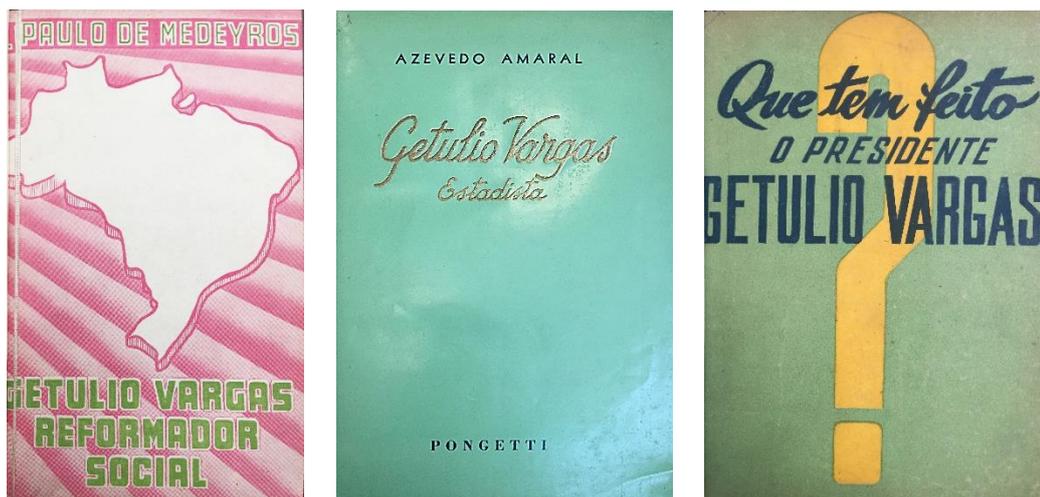
Quadro 5: Relação de livros caracterizados pela exaltação a Getúlio Vargas (com autoria)

TÍTULO	EDITOR	ANO
AVELINO, Georgino. <i>Uma biografia para gente nova.</i>	DIP	1941
BARROSO, Alfredo. <i>Getúlio Vargas para crianças.</i>	DIP	1942
CARRAZZONI, André. <i>Getúlio Vargas.</i>	DIP	1939
DINIZ, Zolachio. <i>Getúlio Vargas, estadista, orador, homem de coração.</i>	DIP	1942
DODSWORTH, Henrique; FONTOURA, João das Neves; MONTEIRO, Góis. <i>Uma grande data.</i>	DIP	1941
FRISCHAUER, Paul. <i>Presidente Vargas.</i>	DIP	1941
MACEDO, Sérgio. <i>Getúlio Vargas e o culto à nacionalidade.</i>	DIP	1941
MACIEL FILHO, José Soares. <i>O homem providencial.</i>	DNP	1938
MARCONDES FILHO. <i>O Presidente Getúlio Vargas. Um estadista como ainda não surgira no Brasil.</i>	DIP	s/d
MAUL, Carlos. <i>Getúlio Vargas, homem do seu meio e do seu tempo.</i>	DIP	1940
MEDEYROS, J. Paulo de. <i>Getúlio Vargas reformador social.</i>	DIP	1941
NETTO, Vargas. <i>General Vargas.</i>	DNP	1938
ORICO, Osvaldo. <i>Ideário político de Getúlio Vargas.</i>	DIP	1943
PESSOA, Alfredo. <i>Um homem que governa.</i>	DIP	1942
TEIXEIRA, Osvaldo. <i>Getúlio Vargas e a arte no Brasil.</i>	DIP	1940
VARGAS, Getúlio. <i>Foi no poder que me tornei vosso amigo.</i>	DNP	1939
VARGAS NETO, Manoel. <i>Getúlio Vargas.</i>	DIP	1943

Fonte: A autora.

Os Quadros 4 e 5 deixam explícito que o Departamento de Imprensa e Propaganda investiu fortemente na promoção da imagem do presidente Getúlio Vargas como um grande herói nacional. As grandes qualidades do chefe da nação são constantemente destacadas e celebradas. Durante o Estado Novo, é possível observar um crescimento expressivo na publicação de biografias do presidente e livros sobre seus feitos.

Imagens 3A, 3B e 3C: Capas de biografias e livros sobre feitos de Getúlio Vargas



Fonte: A autora.

Mesmo os que não se dedicam a tratar especificamente de sua trajetória social e política, destacam seu nome e o protagonismo que assumiu em determinada matéria.

Quadro 6: Relação de livros associando Getúlio Vargas a temas diversos. Fonte: A autora.

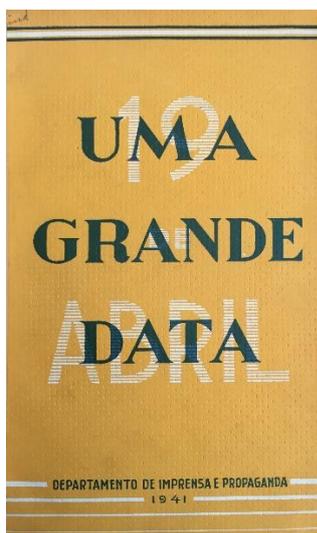
TÍTULO	EDITOR	ANO
ARANHA, Oswaldo; SOARES, José Roberto de Macedo. <i>A revolução e a América. O presidente Getúlio Vargas e a diplomacia (1930-1940).</i>	DIP	1941
ARRAES, Gilberto. <i>Terra redimida. O presidente Getúlio Vargas e a expressão de suas realizações no Nordeste Brasileiro.</i>	DNP	1937
BARRETO FILHO, Mello. <i>Anchieta e Getulio Vargas: iniciativas e realizações.</i>	DIP	1942
BRANDÃO, Alonso Caldas & SOUZA, Orlando Teixeira. <i>Legislação Getulio Vargas 1930-1942.</i>	DIP	1944
CAMARGO, Joracy. <i>Getúlio Vargas e a inteligência nacional.</i>	DIP	1940
CÂNDIDO, Duarte. <i>A organização municipal no governo Getúlio Vargas.</i>	DIP	1942
CARVALHO, Luiz Antônio da Costa. <i>As realizações do governo Getúlio Vargas no campo do direito.</i>	DIP	1942
COSTA, Fernando. <i>Realizações do presidente Getúlio Vargas no Ministério da Agricultura.</i>	DIP	1941
DUTRA, Eurico Gaspar. <i>O Exército em dez anos de governo do presidente Vargas.</i>	DIP	1941
PIZARRO, Loureiro. <i>Getúlio Vargas e a política luso-brasileira.</i>	DIP	1941
REGO, Alcides Marinho. <i>A vitória do direito operário no governo de Getúlio Vargas.</i>	DIP	1942
SANTOS, Francisco Martins dos. <i>O Fato Moral e o Fato Social da década getuliana.</i>	DIP	1940
SILVA, Moacir M. F. <i>Rodovia Getúlio Vargas. Vultos. Datas. Realizações.</i>	DIP	1944

Os títulos trazem o nome “Getúlio Vargas”, se referem ao “presidente Vargas” ou até mesmo nomeiam a década de 1930 como a “década getuliana”.

Nesse processo de construção de Vargas como um mito e um dos grandes heróis da nação, são atribuídas a ele as mais variadas qualidades para destacá-lo como um ser superior e excepcional. A designação de Vargas como “amigo” foi bastante empregada, destacando sua simpatia e bondade política para com os mais variados grupos sociais: “amigo do teatro”, “amigo das crianças”, “amigo dos trabalhadores” e até “amigo da aviação”⁸⁸. Um exemplo do investimento nessa qualidade é o livro *Foi no poder que me tornei vosso amigo* (1939), versão escrita do discurso proferido por Vargas da sacada do Palácio do Ministério do Trabalho, a 10 de novembro de 1938, data do primeiro aniversário do Estado Novo, e dirigido aos trabalhadores nacionais.

Seu aniversário é comemorado como uma grande festa cívica, registrada também em livros que têm o dia 19 de abril como seu tema principal, exaltando a obra do “grande estadista” e sua especial personalidade.

Imagens 4A e 4B: Capas de livros cujo tema é o aniversário de Getúlio Vargas



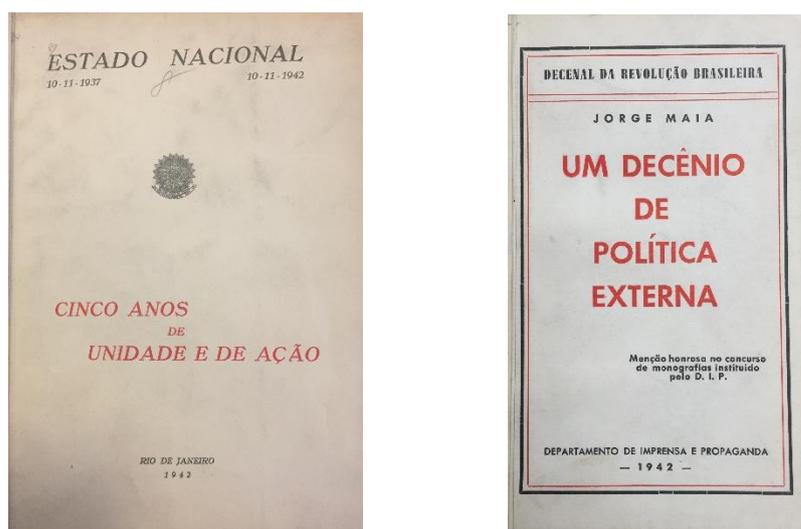
Fonte: A autora.

Esse clima de celebração também se manifesta na determinação de outros marcos comemorativos, como o Dia do Trabalho, em 1º de maio; além dos festejos cívico-patrióticos dos dias da Independência, da Proclamação da República e da Bandeira. Nas

⁸⁸ Sobre a construção da imagem de Vargas como “amigo da aviação”, ver a pesquisa de doutorado que vem sendo desenvolvida por André Barbosa Fraga no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense (PPGH-UFF).

palavras de Gomes, “festas são sabidamente um espaço ritualizado e privilegiado para a mobilização da sociedade: para o despertar dos sentimentos que orientam sua adesão de valores, ao vocabulário e aos símbolos da cultura política do regime” (GOMES, 2003, p. 135). O DIP manipula muito bem esses símbolos e realiza uma série de comemorações durante o Estado Novo, como, por exemplo o Dia do Soldado, homenagens a personalidades políticas diversas (Tiradentes, Deodoro da Fonseca e Floriano Peixoto, Almirante Barroso), festas em homenagem a Vargas, inauguração de obras públicas, aprovação de projetos de obras. Em suma, quase tudo é revestido de um clima comemorativo, festivo. A primeira festa do 1º de maio se dá em 1938, com a inauguração do Palácio do Trabalho, o anúncio do salário mínimo e a promessa de agraciar os trabalhadores com novos “presentes” em datas futuras. Em dezembro de 1938, aconteceu também uma grande comemoração do primeiro ano do Estado Novo com a realização de uma Exposição Nacional na capital da República. Há um grande investimento na exaltação de marcos comemorativos importantes para o regime, como os dez anos da Revolução de 1930 e os aniversários de fundação do Estado Novo, com destaque para o de cinco anos, que resultou na publicação de um livro.

Imagens 5A e 5B: Livros para a comemoração de aniversários da Revolução de 1930



Fonte: A autora.

Além da coleção *Decenal da Revolução Brasileira*, o DIP publicou outras, como *Os Grandes Problemas Nacionais*⁸⁹, iniciada em 1942. Ela trazia outras monografias

⁸⁹ Encontrei apenas o primeiro volume da coleção na biblioteca da Universidade de Harvard. Não sabemos se os volumes seguintes chegaram a ser publicados.

aprovadas no mesmo concurso que, por “razões superiores”, não puderam ser publicadas anteriormente. A ideia era

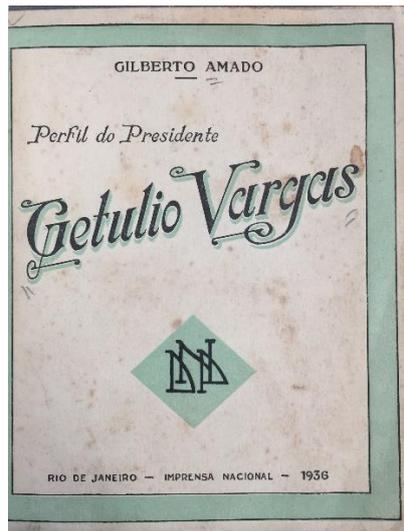
[...] ir editando, oportunamente, em volumes subsequentes, outros trabalhos inspirados no mesmo propósito de esclarecer o público sobre as diversas realizações e problemas da vida brasileira, para o que conta com a colaboração patriótica de sociólogos, educadores, juristas, economistas e técnicos de renome em todos os campos das atividades nacionais⁹⁰.

Percebemos também que há uma grande preocupação em construir uma escrita sobre o passado recente que se articulasse como um discurso de propaganda oficial. Em 1940, por exemplo, foi realizado um concurso de monografias em comemoração aos dez anos da “Revolução de 1930”., que resultou na publicação da coleção *Decenal da Revolução Brasileira*. O prêmio é utilizado como uma estratégia de consagração, credenciamento e legitimidade, e também como mecanismo de adesão dos intelectuais. Como veremos no terceiro capítulo, essa iniciativa se insere num conjunto maior de projetos do DIP para a comemoração de uma década de regime, que pretendia transformar o ano de 1940 num marco simbólico e festivo das realizações do governo que se instaurou em 1930, bem como ressaltar a importância dos grandes símbolos nacionais que o Departamento já se empenhava em exaltar: o presidente Vargas, a bandeira e o hino nacionais.

Uma inovação do período é a implementação de políticas culturais pelo Estado que visassem um público efetivamente amplo. Os textos publicados pelo DIP são veiculados em diferentes formatos e linguagens, dispondo ou não de ilustrações e fotografias, visando alcançar crianças, jovens e adultos de diferentes graus de formação intelectual. *Perfil do presidente Getúlio Vargas* (1936), de Gilberto Amado, e *Uma biografia para gente nova* (1941), de Georgino Avelino, exemplificam muito bem essa estratégia. Enquanto o primeiro se dedica ao público adulto, com linguagem mais complexa e sem dispor de ilustrações, o livro de Avelino destinava-se aos “jovens brasileiros”, com linguagem mais acessível e uma ilustração na capa. Getúlio Vargas aparece como o grande guia da juventude para o desenvolvimento do país e do sentimento de nacionalidade.

⁹⁰ *Os Grandes Problemas Nacionais*. v. 1, 1942.

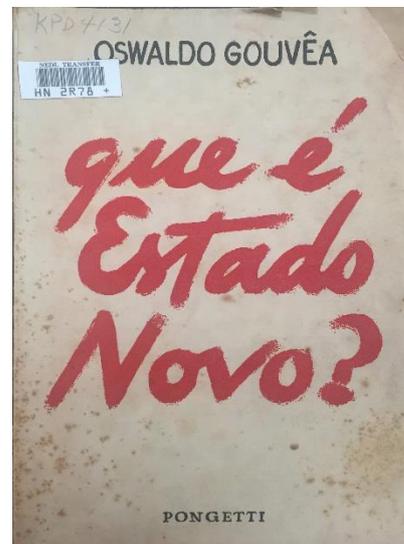
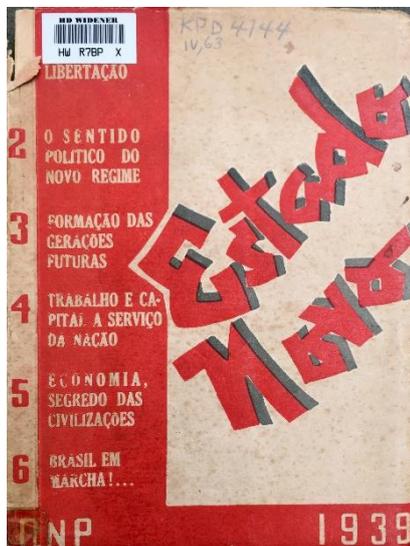
Imagens 6A e 6B: Capas de livros sobre Getúlio Vargas



Fonte: A autora.

Ainda nos tempos do DNP, houve um investimento na edição de livros que pudessem esclarecer os princípios-base do novo regime fundado a partir do golpe de 10 novembro de 1937, bem como legitimá-lo como a salvação do país de um estado de confusão e desordem que ameaçava decisivamente o futuro da nação. Nos anos que se seguiram à instauração dessa nova ordem, explicar e legitimar o novo regime se fazia urgente e necessário. Um dos livros foi publicado pela editora Pongetti, em 1938, com um título bastante sugestivo: *Que é o Estado Novo?* Em 1939, o departamento editou mais dois livros com o mesmo propósito: *Estado Novo*, sem indicação de autoria, e *A filosofia do Estado Novo*, de Alvimar Silva.

Imagens 7A e 7B: Capas de livros sobre Estado Novo



Fonte: A autora.

O relato de Almir de Andrade, após encontro com Lourival Fontes, em março de 1940, demonstra uma das motivações para a publicação desse tipo de livro:

O DIP estava preocupado com as deformações que vinha sofrendo a imagem presidencial, principalmente por parte dos que lhe atribuíam tendências de extrema-direita. Nos últimos despachos, ele, Lourival Fontes, vinha insistindo na necessidade de uma reação. E acabara de receber, afinal, a esperada autorização para iniciá-la. Convidara-me justamente para saber se eu estaria disposto a colaborar com o Governo nessa urgente tarefa de esclarecimento da opinião pública. Examinamos juntos as várias maneiras por que poderia ser feita essa colaboração. Ele pretendia lançar, pelo seu Departamento, uma revista de cunho político, onde os problemas de estruturação e conteúdo ideológico do Estado Novo pudessem ser amplamente debatidos, dentro do quadro geral da teoria e da prática políticas. Mas essa era uma ideia em esboço. No momento, sugeria que eu escrevesse um livro de apreciação dos métodos e finalidades do novo regime brasileiro, com o mesmo espírito e o mesmo critério adotados na crônica que, em janeiro de 1939, eu escrevera na Revista do Brasil sobre o livro do Presidente [*A Nova Política do Brasil*]. A ideia seduziu-me, embora não a tivesse programado. Propus uma condição porém: o livro seria lançado pelo meu editor, e não pelo DIP; seria uma obra de cultura e não de propaganda – quer no conteúdo, quer na forma de lançamento. A condição foi aceita, e o livro, iniciado em abril, foi lançado pela Editora José Olympio no começo de setembro (ANDRADE, 1940).

A urgência de Lourival para a publicação do livro encomendado a Almir se deve à publicação do livro de Francisco Campos, *O Estado nacional* (1939), que teria “aumentado a confusão ideológica e veiculado ideias que *não* eram absolutamente as do presidente”⁹¹. Almir de Andrade, ainda que estivesse escrevendo sob encomenda direta do DIP, fez questão de que o livro fosse lançado pela José Olympio para que não ficasse estigmatizada como sendo “obra de propaganda”. Ter títulos favoráveis ao regime disponíveis no mercado sem o selo do DIP legitimava ainda mais o seu discurso, pois, afinal de contas, não era apenas o órgão que estava falando bem do presidente e exaltando as virtudes do Estado Novo.

As ações do Departamento tinham funções pedagógicas, contidas na máxima de formar um *homem novo* para um *Estado Novo*. Como exemplo, podemos citar o livro de Antônio Figueira de Almeida, *A Constituição de dez de novembro explicada ao povo*. O autor, que era professor e escreveu trabalhos na área de história e geografia, toma nesse livro a responsabilidade de explicar “ao povo” de forma bastante didática os artigos da Constituição de 1937. O autor reproduz artigo por artigo da Constituição e escreve uma breve explicação sobre cada um deles. O prefácio foi escrito por Oliveira Vianna, que não poupou elogios ao “nobre gesto” do autor de se dedicar a divulgar os “preceitos e mandamentos” da nova Constituição que restaurava o princípio da soberania nacional. O

⁹¹ Ibidem, p. 61. Grifo no original.

propósito era claro: tornar o texto constitucional acessível a quem não dominava a linguagem jurídica. *O Estado nacional e a Constituição de 1937*, publicado em 1944, tinha uma intenção parecida, já que trazia uma síntese da legislação para o uso da juventude brasileira.

Outra linha de destaque são as publicações que tratam da legislação trabalhista, sendo parte do grande projeto estado-novista de valorização do homem através do trabalho, “responsável por sua riqueza individual e também pela riqueza do conjunto da nação” (GOMES, 1999, p. 55). No último país do mundo a abolir a escravidão, apenas em 1888, o Estado Novo apostava no valor material e simbólico dos direitos do trabalho, atuando, de um lado, para sua efetivação e, de outro, investindo em propaganda para que fossem conhecidos e exigidos pelos trabalhadores. O DIP atuou em tal empreitada de diversas formas. É interessante perceber que, através dessas publicações, o DIP integrou-se no esforço de divulgar a existência e os termos dos direitos do trabalho. Os sindicatos nessa época organizavam e mantinham bibliotecas, e é provável que esses livros tivessem como público-alvo os trabalhadores sindicalizados, entre outros.

Quadro 7: Livros sobre direitos trabalhistas

TÍTULOS	EDITOR	ANO
<i>O presente e o futuro do trabalhador. como estão assegurados pela legislação social do Brasil Novo.</i>	DNP	1939
<i>Foi no poder que me tornei vosso amigo: leis de amparo ao trabalhador.</i>	DNP	1939
<i>O elogio proletário de Getúlio Vargas.</i>	DIP	1939
<i>As colônias agrícolas nacionais e a valorização do trabalhador nacional.</i>	DIP	1941
FALCÃO, Waldemar. <i>O Ministério do Trabalho, realização integral do Governo Getúlio Vargas.</i>	DIP	1941
REGO, Alcides Marinho. <i>A vitória do direito operário no governo de Getúlio Vargas.</i>	DIP	1942
<i>O nme tutelar das massas trabalhadoras do Brasil.</i>	DIP	1942
VIANNA, José de Segadas. <i>Brasil Trabalhista.</i>	DIP	1942

Fonte: A autora.

Mesmo em livros que não tratam especificamente desse tema, as realizações do governo Vargas em termos de legislação trabalhista são comumente ressaltadas. Podemos

usar como exemplo o livro de Jayme de Barros, *A política exterior do Brasil (1930-1940)*, no qual o autor dedica as primeiras páginas ao movimento revolucionário e ao importante papel de chefe/líder assumido por Getúlio nesse movimento. Ele afirma que a verdadeira revolução do Brasil não foi a das armas, mas a legislação trabalhista, “[...] com a concessão de garantias tais aos trabalhadores que todos se alhearam por completo, no último decênio, das agitações sociais, sem ressonância no meio do operariado nacional” (BARROS, 1941, p. 15).

Os temas até o momento elencados caracterizam as edições do Departamento de Imprensa e Propaganda até 1942. Após a entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial, Lourival Fontes foi afastado do cargo e sucedido por dois militares: Antonio José Coelho dos Reis e Amílcar Dutra de Meneses. Nessas gestões, o número de publicações caiu⁹² e a orientação editorial do DIP sofreu remodelações. Algumas publicações periódicas, criadas na administração anterior, foram interrompidas, a exemplo das revistas *Dos Jornais e Estudos e Conferências*, sendo substituídas por outras, como *Brasil Reportagens*. Nessas duas gestões, o foco das coleções publicadas pelo DIP passou a ser os assuntos militares e a ação o Brasil na guerra, o que se vê por títulos como *Os brasileiros chegam ao front* (1944) ou *Aos aspirantes da Escola Militar* (1942) – este último uma publicação do discurso pronunciado pelo general Góes Monteiro na cerimônia de apresentação dos novos oficiais do Exército brasileiro, em 16 de setembro de 1942. Na *Coleção Brasil*, foram publicados *O Brasil aeronáutico* (1944), do coronel Lysias Rodrigues, e *Brasil militar* (1944), escrito pelo tenente-coronel Lima Figueiredo. Editoras privadas acompanharam esse movimento de publicações de temática militar, como a Zélio Valverde, que publicou *Brasil, potência militar* (1944), escrito pelo general Manoel Meira de Vasconcellos. Também nesse período aparece a coleção *Vultos. Datas. Realizações*, criada para “evocar as figuras, etapas e acontecimentos do passado brasileiro, a fim de que as modernas gerações possam inspirar-se no exemplo dos que permitiram a nossa terra e a nossa gente adquirirem a grandeza e o prestígio que apresentam em nossos dias” (FRAGA, 2015, p. 118).

Diante da impossibilidade de dar conta dessa intensa e variada produção bibliográfica nesta pesquisa, foi preciso selecionar quais fontes seriam analisadas de forma mais sistemática. Entre os livros feitos para o público nacional, escolhi trabalhar com a coleção *Decenal da Revolução Brasileira* por ser bastante ilustrativa tanto do clima

⁹² Isso é o que pudemos inferir a partir do levantamento de fontes realizado em diversas bibliotecas do Brasil e dos Estados Unidos. A maior parte das publicações encontradas foram editadas entre 1939 e 1942.

festivo que se pretendeu criar em torno da ideia de datas importantes para o regime, quanto do discurso que se construiu em torno da ideia de “Revolução em marcha”. Além disso, a publicação de uma coleção, que seria resultado de um concurso de monografias, demonstra que o Departamento de Imprensa e Propaganda estava afinado com as mais modernas tendências do mercado editorial daquele momento, que, como vimos, apostava fortemente nas coleções de variados temas, direcionadas a diversos públicos. Enquanto as mais renomadas editoras do período apostavam nas coleções brasileiras, com estudos para “conhecer e desvendar o Brasil”, o Estado Novo não poderia deixar de, através do DIP, publicar a sua própria coleção sobre o passado e o presente do país, concorrendo diretamente com os discursos que já circulavam e viriam a circular.

O Departamento de Imprensa e Propaganda estava preocupado não só com o “esclarecimento da opinião pública nacional”. Diversas publicações foram direcionadas ao público internacional, especialmente aos norte-americanos. Para exemplificar a propaganda do Estado Novo para outros países, optei por analisar a revista *Travel in Brazil*, por ser a principal publicação da Divisão de Turismo do DIP e ter sido utilizada como um cartão de visitas do Brasil no exterior.

CAPÍTULO 3

Decenal da Revolução Brasileira: uma coleção para comemorar o governo Vargas

[...] o que uma dezena de governos não soube empreender, em 40 anos de administração, um só homem realizou em 10 anos de atividades coordenadas, fiel aos compromissos solenes de promover a renovação brasileira (BARRETO FILHO, 1941, p. 187).

A epígrafe acima foi retirada do livro *Anchieta e Getúlio Vargas: iniciativas e realizações* (1942), de Mello Barreto Filho, publicado pelo Departamento de Imprensa e Propaganda numa coleção comemorativa dos dez anos da Revolução de 1930. É absolutamente evidente a intenção do autor no livro e do DIP ao organizar a coleção: conformar uma memória sobre o período em que o presidente Vargas esteve no poder de forma a distingui-lo completamente da experiência republicana anterior. Getúlio teria sido o homem capaz de promover as mudanças necessárias para romper com o passado de atraso em que o país se encontrava, criando um “Estado Novo”. Ele fora o único qualificado para continuar a valiosa obra iniciada em 1930. Era um verdadeiro herói da história do Brasil.

A coleção de livros à qual pertence o texto da epígrafe integra um conjunto maior de iniciativas do DIP para comemorar o decênio da Revolução de 1930. Entre os dias 3 e 10 de novembro de 1940, um intenso cronograma de atividades seria realizado, visando atingir todos os públicos. Para tanto, o DIP elaborou uma série de iniciativas que seriam veiculadas por diversos tipos de suporte e meios de comunicação: folhetos, livros, programas de rádio, peças de teatro, eventos cívicos e festivos, todos com o objetivo de celebrar o decenal da Revolução de 1930 e exaltar a figura e a obra do chefe do governo.

As comemorações necessitavam de cuidados especiais e sistemáticos, além do intenso comprometimento de diversos outros órgãos governamentais. Esta deveria ser a maior celebração realizada pelo regime até aquela data. Um dos mais ambiciosos projetos então arquitetados acabaria por não se concretizar. Idealizado pelo ministro da Educação e Saúde, Gustavo Capanema⁹³, o projeto chamava-se “Obra getuliana” e consistia na publicação de um livro ilustrado por fotografias e dividido em capítulos, cada um deles dedicado a um campo de realizações ao longo dos dez anos do governo Vargas. De qualquer maneira, todos os projetos, colocados ou não em prática, se voltavam para a

⁹³ Sobre isso, ver: LACERDA, 2000.

celebração dos dez anos da Revolução de 1930, conformando a memória gloriosa do regime estado-novista e de seu chefe. O presente de sucesso do país articulava seu passado com seu futuro através da apresentação do *slogan* “Revolução em marcha”. Com isso, reforçava-se a interpretação corrente de que a instauração do Estado Novo, em 1937, nada mais era do que uma consequência natural do processo revolucionário que havia começado em 1930, e que ainda estava “em marcha”. Nas palavras de Angela de Castro Gomes, o ano de 1940 “deveria se tornar um marco – e um marco festivo – das realizações do Estado do pós-30, reforçando a mística de Vargas, que, ao lado da bandeira, do hino e do mapa do Brasil, seria mais um símbolo nacional” (GOMES, 2003, p. 121).

Para tanto, a propaganda precisava ser eficiente, atingindo os corações e as mentes do povo brasileiro, o que significava trabalhar tanto com a palavra escrita e com argumentos racionais de convencimento, quanto com uma linguagem imagética de forte conteúdo emocional. O historiador, ao considerar como fontes os materiais de divulgação e comemoração produzidos pelo Estado Novo nesse período, tem um bom exemplo para “verificar concretamente como os consensos foram criados; como as acomodações de interesses fizeram-se em regimes autoritários através de mecanismos traduzidos em ganhos materiais e/ou simbólicos para as sociedades” (ROLLEMBERG; QUADRAT, 2010, p. 17). É com esse objetivo de fundo que este capítulo se dedicará à análise da coleção de livros *Decenal da Revolução Brasileira*. Ela é composta por monografias escolhidas e publicadas por meio de um concurso promovido pelo DIP, cujo intuito era mobilizar a intelectualidade da época para produzir relatos de caráter histórico sobre as realizações do presidente Vargas nas mais diversas esferas desde 1930. Contudo, antes de nos debruçarmos sobre a coleção, precisamos contextualizar o clima festivo que o regime promoveu e que envolveu todos os seus ministérios e, com destaque, o Departamento de Imprensa e Propaganda. Vale também lembrar que, um ano antes, em novembro de 1939, o Estado Novo já havia feito uma espécie de grande ensaio festivo em todo o país ao comemorar com pompa o cinquentenário da Proclamação da República. Foi justamente após o sucesso de tais festejos, para os quais contribuiu a cobertura do órgão de propaganda existente, que o DIP foi criado por Vargas.

3.1 As comemorações em torno do *Decenal da Revolução Brasileira*

A abertura do calendário de comemorações do Decênio da Revolução Brasileira se deu no dia 3 de novembro de 1940, com a realização de uma missa campal na Praia do

Russel, no bairro da Glória, no Rio de Janeiro. A cerimônia civil-religiosa teve início às 10 horas com a chegada do presidente Getúlio Vargas, anunciada pelo Hino Nacional, executado pelos músicos das bandas do Exército e da Marinha⁹⁴. Em seguida, o bispo Dom Mamede da Silva Leite deu início ao rito católico. O Hino Nacional brasileiro foi cantado por alunas da Escola Normal no momento da elevação da hóstia e, ao final da cerimônia, foi rezada uma “Ave Maria” em homenagem ao presidente. Após sua saída, um avião do Iate Clube sobrevoou o local e jogou uma chuva de confetes nas cores verde e amarela.

A missa foi transmitida por rádio para todo o país pelo DIP, com locução do monsenhor Leovigildo Franca. Estiveram presentes todo o ministério e as altas autoridades civis e militares, além de todos os diplomatas, delegações especiais de unidades do Exército e da Marinha sediadas na capital federal, comissões dos sindicatos e de escolas secundárias, particulares e oficiais. A disposição de todos os participantes no campo do Russel foi amplamente divulgada na imprensa, bem como as instruções de chegada, horários, transporte, e toda a programação do evento.

No dia 5 de novembro, terça-feira, às 21 horas, o DIP promoveu uma solenidade – “A Palavra dos Estados” – em sua sede. Nela, um representante de cada unidade da federação fez uso da palavra por três minutos. Em seguida, 22 alunas do Instituto de Educação depositaram um punhado de terra de cada um dos estados, do Distrito Federal e do território do Acre numa urna de prata, “simbolizando assim a unidade da Pátria Brasileira e a comunhão espiritual de todos os filhos do Brasil”⁹⁵. A urna tinha gravada, além da dedicatória com uma explicação sobre a cerimônia, a seguinte legenda: “Ao

⁹⁴ “Na missa campal, estiveram presentes o presidente da República, ministros de Estado, altas autoridades civis e militares, representações das unidades do Exército e da Marinha, aquarteladas nesta cidade, delegações dos sindicatos patronais e trabalhistas, da Escola Militar, Escola Naval, Colégio Militar, Internato e Externato do Colégio Pedro II, colégios secundários oficiais e particulares, e associações católicas. Ao longo do dia 3, domingo, aconteceram outros eventos comemorativos: Campeonato Brasileiro de Golf, no Gávea Golf Club; Inauguração da Exposição Filatélica do Brasil, na Avenida Graça Aranha; Concerto da Banda da Escola Militar, em coreto armado na Cinelândia; e retretas em várias praças públicas da Capital”. Iniciam-se amanhã as comemorações do Decênio da Revolução Brasileira. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 2 nov. 1940. p. 6.

⁹⁵ Falaram na cerimônia representando seus respectivos estados: Raul Leitão da Cunha, Distrito Federal; desembargador Antonio Faria Alvim Filho, Acre; Jorge de Lima, Alagoas; Leopoldo Cunha Melo, Amazonas; Edgar Sanches, Bahia; coronel Pio Borges, Ceará; Abnir Mourão, Espírito Santo; Benjamim Vieira, Goiás; Godofredo Viana, Maranhão; general Candido Rondon, Mato Grosso; Carlos Luz, Minas Gerais; monsenhor McDowell da Costa, Pará; J. A. Pereira da Silva, Paraíba; comandante Dídio Costa, Paraná; Sebastião Rego Barros, Pernambuco; Hugo Napoleão, Piauí; Mario Aloísio Cardoso de Miranda, Rio de Janeiro; Dioclecio Duarte, Rio Grande do Norte; ministro Salgado Filho, Rio Grande do Sul; L. Diniz Junior, Santa Catarina; Alexandre Marcondes Filho, São Paulo; general Firmo Freire, Sergipe. Iniciam-se amanhã as comemorações do Decênio da Revolução Brasileira. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 2 nov. 1940. p. 6.

Presidente Getúlio Vargas, o Brasil, uno e indivisível”. Ao final do ritual cívico, a urna foi entregue ao presidente, “o consolidador da Unidade Nacional”⁹⁶. A urna foi posteriormente colocada no meio do Salão Nobre do Palácio do Catete.

O DIP se aproveitou da XIII Feira Internacional de Amostras da Cidade do Rio de Janeiro, que acontecia anualmente em novembro, para promover uma exposição e mostrar aos estrangeiros as realizações do governo do presidente Getúlio Vargas desde 1930. A mostra foi organizada pela Divisão de Turismo do DIP em conjunto com o Departamento de Turismo e Certames da Prefeitura do Distrito Federal, responsável pela realização do evento, para o qual foram convidados quarenta países. A “Exposição Decenal da Revolução Brasileira” possuía dois grandes pavilhões, estrategicamente posicionados à entrada da Feira de Amostras, repletos de gráficos, painéis, desenhos, fotomontagens e maquetes para exibir, “com clareza absoluta, todo o progresso da economia nacional a partir de 1930”⁹⁷. Na fachada, apareciam citações de frases proferidas por Vargas e, entre os dois pavilhões, encontrava-se um monumento formado por uma coluna e um triângulo, e em cada ângulo havia uma palavra: educar, povoar e sanear. Um pergaminho se desenrolava do teto ao chão estampando vários artigos da Constituição de 1937. As realizações do Estado Novo em seu primeiro triênio também foram destacadas, especialmente o salário mínimo, o desenvolvimento do cooperativismo e o investimento na industrialização. Essa parte ficava no primeiro pavilhão, enquanto o segundo era dedicado às Forças Armadas: Exército, Marinha e Aviação Civil. Segundo o jornal *Diário de Notícias*, cerca de 30 mil pessoas visitaram a exposição apenas no dia da inauguração⁹⁸.

Além das festividades, rituais cívicos e exposições, as comemorações pela passagem do ano de 1940 também foram feitas de “forma impressa” e para durar, ou seja, houve muitos lançamentos de livros. Entre eles, como seria de imaginar, diversas biografias do presidente⁹⁹. A editora de José Olympio aproveitou a ocasião para relançar *Getúlio Vargas (Esboço de biografia)*, de Epitácio Pessoa. A primeira edição do livro era de 1937 e, no ano do Decenal da Revolução, foi publicada a segunda edição, acrescida de um novo capítulo. Podemos também dar destaque para *Getúlio Vargas, estadista* (1941),

⁹⁶ Ibidem.

⁹⁷ XIII Feira Internacional de Amostras. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 12 nov. 1940. p. 10.

⁹⁸ A Inauguração da XIII Feira Internacional de Amostras. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 12 nov. 1940.

⁹⁹ Vimos alguns exemplos no capítulo anterior: *Getúlio Vargas* (1940), de Leal de Souza, Gráfica Olímpica vinculada ao DIP; *Getúlio Vargas, reformador social* (1941), de J. Paulo de Medeiros, editado pelo DIP; *Uma biografia para gente nova* (1941), escrito para jovens por Georgino Avelino e editado pelo DIP.

biografia escrita por Azevedo Amaral e editada pelos Irmãos Pongetti¹⁰⁰. O autor, na introdução, diz pretender fazer “a reconstituição da sua atividade política [de Vargas] durante os últimos onze anos” (p. 9). É bastante provável que o livro tenha sido subvencionado pelo governo e/ou que tenha tido edições compradas e distribuídas no Brasil e no exterior. No exemplar encontrado na biblioteca da Universidade de Harvard, por exemplo, há uma anotação a lápis que indica que o livro foi enviado pelo DIP à instituição ainda no ano de seu lançamento.

Outra iniciativa foi a publicação do “Calendário de 1940”, uma tentativa de organizar o tempo varguista, especialmente aquele das realizações do Estado Novo¹⁰¹. Mostra disso é que seu ponto inaugural era justamente o dia 10 de novembro de 1937. Em todas as suas páginas, a figura de Vargas aparece, como um símbolo da unidade da nação brasileira. É Vargas quem guia o olhar do observador com sua presença, havendo pequenos trechos de seus discursos reproduzidos em algumas das páginas. Com esse calendário, era possível acompanhar, como em outros calendários, “o decorrer do ano de 1940, mas o que se desejava de fato era que seu possuidor, através dele, fosse informado (e formado) sobre o que o Estado Novo já havia realizado, desde a sua fundação” (GOMES, 2003, p. 126).

O DIP produziu, ainda, um conjunto de doze cartões postais reunidos em um envelope de cartolina negra, intitulado *Brasil novo*. Os cartões mostravam, ou melhor, provavam, pois usavam fotografias, o grande número de realizações do presidente Vargas entre 1930 e 1940. As imagens sempre apareciam acompanhadas de um pequeno trecho de algum discurso de Vargas em torno de um tema – economia, trabalho, saúde, educação, Forças Armadas, Marcha para o Oeste e religiosidade. A combinação do discurso de Vargas com as fotografias revestia os cartões de um efeito de veracidade, como se cada um deles comprovasse as ações do presidente. Conferindo unidade à coleção, um dos postais apresentava uma fotografia de Getúlio de perfil, olhando pela janela de um avião e, ao invés de uma frase de sua autoria, a imagem era acompanhada da seguinte inscrição: “O interesse do Presidente Vargas pelo país que governa é um interesse dinâmico e tem expressão perfeita nesta fotografia que será História, pois fixa o Chefe da Nação numa das inúmeras vezes em que deixou a Capital da República para atingir, pelos ares, os mais

¹⁰⁰ No mesmo ano da publicação do livro, Amaral passou a integrar o corpo editorial da revista *Cultura Política*, do DIP. Mesmo antes de integrar a burocracia estatal, o autor já demonstrava sua simpatia para com o regime varguista e chegou a publicar, em 1938, outro livro que fizera bastante sucesso, inclusive junto a Getúlio: *O Estado autoritário e a realidade nacional*, pela José Olympio Editora.

¹⁰¹ Sobre o “Calendário de 1940”, ver: GOMES, 2003.

profundos rincões da terra brasileira.” Esse cartão expressa muito bem as intenções do conjunto *Brasil novo*. Em primeiro lugar, Vargas convidava “os brasileiros a viajar com ele pelo país, contemplando a construção de um Brasil novo e moderno, integrado pelas múltiplas realizações de seu regime” (GOMES, 2003, p. 125). Em segundo lugar, expressava o vínculo que se estava criando entre Vargas e a aviação. No fim do ano de 1940, os esforços para a criação de um Ministério da Aeronáutica estavam avançados, associando-se ao forte investimento para o reconhecimento, nacional e internacional, de Santos Dumont como o grande herói que inventou o avião¹⁰².

Ainda na sede do DIP, foi organizada uma série de conferências sobre a ação dos diferentes ministérios nesses dez anos de governo. O primeiro a dissertar, no dia 23 de dezembro de 1940, foi o ministro da Marinha, o almirante Aristides Guilhem, seguido por Oswaldo Aranha e José Macedo Soares¹⁰³. O ministro das Relações Exteriores, cardeal D. Leme, foi o presidente da mesa, representando o presidente Vargas, tendo sido acompanhado dos ministros da Justiça, da Guerra, do Trabalho e da Agricultura. Aranha apresentou um panorama da diplomacia brasileira e da ação do Itamaraty no último decênio, ressaltando o comprometimento do governo na promoção do pan-americanismo. Além de comentar a fala de Aranha e exaltar o papel do Itamaraty em várias questões no continente americano, Macedo Soares falou também sobre a vida parlamentar de Getúlio Vargas.

Sobre educação, falou Gustavo Capanema no dia 7 de janeiro de 1941, em mesa presidida pelo ministro da Justiça, Francisco Campos, representando o presidente da República. Também estavam presentes o comandante Octavio de Medeiros, os ministros Eurico Gaspar Dutra, Aristides Guilhem, Waldemar Falcão, Mendonça Lima, Fernando Costa e o arcebispo de Cuiabá, D. Aquino Corrêa¹⁰⁴. Em sua fala, Capanema abordou as realizações e atribuições de sua pasta, dando grande destaque ao ensino primário, e depois discorreu sobre o ensino secundário, o superior e a educação integral, que incluía a educação estética, moral e cívica. Em sua explanação, esclareceu que todas as realizações apresentadas se deviam “ao gênio político do presidente Getúlio Vargas”¹⁰⁵. O interesse nessas conferências se deve ao fato de algumas delas terem sido publicadas pelo DIP em formato de livros. A palestra do ministro da Guerra, Eurico Gaspar Dutra, tornou-se o

¹⁰² Sobre isso, ver: FRAGA, 2015.

¹⁰³ A ação do Itamaraty nos dez últimos anos. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 24 dez. 1940. p. 3.

¹⁰⁴ As realizações na pasta da Educação no governo Getúlio Vargas. *A Noite*, Rio de Janeiro, 8 jan. 1941. p. 2.

¹⁰⁵ *Ibidem*.

livro *O Exército do Estado Novo* (1941), editado pelo Ministério da Guerra¹⁰⁶. As falas de Oswaldo Aranha e Macedo Soares foram reunidas em *A Revolução e a América* (1941)¹⁰⁷. A conferência de Capanema não foi publicada, talvez porque, como ressaltou o jornal *A Manhã*, ele “falou de improviso e dominou o auditório desde o início com a palavra fácil e ornada”¹⁰⁸.

A Associação Brasileira de Imprensa juntou-se aos festejos do decênio com a realização da “Exposição do Livro Brasileiro”, inaugurada em sua sede no dia 8 de novembro de 1940. Organizada pelo escritor Bastos Tigre, sob os auspícios do DIP e do Instituto Nacional do Livro (INL), a mostra apresentaria nas prateleiras do 9º andar da ABI cerca de 5 mil livros de trinta casas editoras, publicados nos dez anos do governo Vargas sobre os mais variados assuntos. A ideia era mostrar o desenvolvimento que a indústria do livro alcançara nos anos 1930, quando “edições que, há menos de vinte anos, seriam astronômicas, têm sido feitas... e vendidas”¹⁰⁹. Não só se havia progredido em termos de quantidade de edições e de autores brasileiros publicados, mas também em termos técnicos. Uma parte da exposição foi dedicada às obras encadernadas, para a qual foram selecionadas as que pudessem “dar uma ideia precisa do nosso adiantamento técnico na matéria”¹¹⁰. Os livros e folhetos editados pelo DIP também foram expostos no evento, com destaque para os sete volumes de *A Nova Política do Brasil*, uma reunião dos discursos de Vargas editada pela José Olympio a pedido do governo.

Por sua vez, as fotografias dos eventos comemorativos foram, de imediato, publicadas num suplemento especial, de 46x36 cm, intitulado *Celebrações do Decênio 1930-1940*. Na capa, uma composição de imagens: ao lado esquerdo, uma fotografia da missa campal que abriu as comemorações; do lado direito, e sobrepondo-se à imagem da missa, Getúlio Vargas e sua esposa, Darci Vargas, em fotografia provavelmente tirada na mesma ocasião. Na parte inferior esquerda há, ainda, o selo do DIP, indicando que aquela seria a publicação nº 159, de 1941.

¹⁰⁶ O livro continha também fotografias que mostravam os investimentos governamentais no Exército nos anos 1930, sobretudo após 1937, com o Estado Novo. As fotografias possuíam como legendas partes de discursos de Getúlio Vargas, da própria conferência de Gaspar Dutra no DIP, e de trabalhos de Góis Monteiro e de outros oficiais generais. *O Exército no Estado Novo. Correio Paulistano*, São Paulo, 23 set. 1941. p. 9.

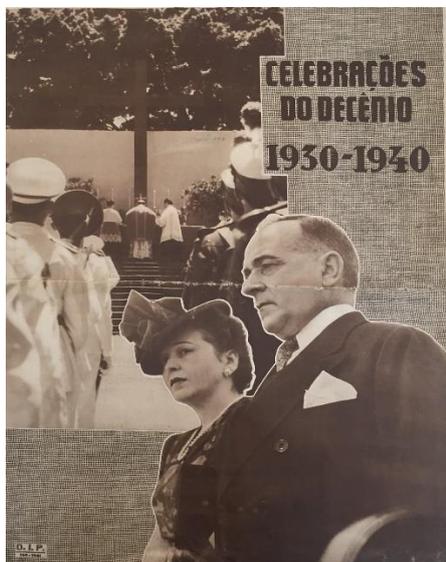
¹⁰⁷ Editado pelo DIP e impresso pela gráfica do Jornal do Commercio – Rodrigues & C (Avenida Rio Branco, 117, Rio de Janeiro).

¹⁰⁸ O Exército no Estado Novo. *Correio Paulistano*, São Paulo, 23 set. 1941. p. 9.

¹⁰⁹ Terão grande esplendor as comemorações do Decênio da Revolução. *A Batalha*, Rio de Janeiro, 1 nov. 1940. p. 3.

¹¹⁰ Inaugura-se hoje a Exposição do Livro Brasileiro. *A Batalha*, Rio de Janeiro, 8 nov. 1940. p. 5.

Imagens 8A e 8B: Capa e página interna, respectivamente, de *Celebrações do Decênio*, 1941



Fonte: A autora.

Em grande parte das fotografias, a imagem de Vargas é a que se impõe ao olhar de quem observa o encarte, encontrando-se em primeiro plano e/ou em tamanho maior que das outras personalidades com as quais divide a página. Em outros casos, o presidente aparece rodeado de pessoas que o saúdam e cumprimentam, ou de autoridades que ocupavam cargos importantes no Estado Novo, como Lourival Fontes e Eurico Gaspar Dutra. Na Imagem 9, por exemplo, é possível observar uma composição de imagens da “Exposição Decenal da Revolução Brasileira” na XIII Feira Internacional de Amostras. Lourival Fontes aponta para o presidente Vargas – e para o leitor – os dados apresentados nos painéis sobre as melhorias empreendidas na economia, educação, saúde e outras áreas estratégicas no programa do Estado Novo. No canto inferior direito, dois trabalhadores carregam um busto de Getúlio.

Imagem 9: Páginas internas de *Celebrações do Decênio*, 1941



Fonte: A autora.

Completando as comemorações, o DIP realizou concursos culturais, como o concurso de “shorts” cinematográficos, que deveriam tratar de “assuntos que dizem respeito ao progresso do Brasil no último decênio e em torno de teses que destacam o valor econômico, político e social do nosso país”¹¹¹. Até o dia 23 de outubro de 1940, os interessados deveriam inscrever os trabalhos na Secretaria da Divisão de Cinema e Teatro, não podendo ter menos de 150 e mais de 300 metros, incluindo os letreiros de apresentação e legendas. Os filmes deveriam ser musicados e falados, e realizar quadros comparativos entre o que se fez até 1930, e entre essa data e 1940 nos mais diversos aspectos¹¹². O DIP recebeu cerca de quarenta curtas, entre os quais dez seriam escolhidos para receber uma premiação de 5 contos de réis cada um. A comissão julgadora foi composta por Ari Lima, Benjamin Rangel e Humberto Mauro, sob a presidência do diretor da Divisão de Cinema e Teatro, Israel Souto.

Por sua vez, a Divisão de Rádio ficou responsável pelo concurso de esquetes – cenas de teatro radiofônico – com duração máxima de 15 minutos, que deveriam ser entregues até 15 de outubro em original datilografado ou já gravado em disco¹¹³. Seriam

¹¹¹ Iniciam-se amanhã as comemorações do Decênio da Revolução Brasileira. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 2 nov. 1940. p. 6.

¹¹² Na convocação para o concurso, são sugeridos temas a serem abordados nos curtas: obras contra as secas; estradas de ferro; saneamento na Baixada Fluminense ou outras regiões; aviação civil e militar; construções navais; correios e telégrafos; instrução pública; combate a doenças infecciosas (lepra, tuberculose, malária); cultura física e desportos; estradas de rodagem; siderurgia e indústria de base; amparo às classes trabalhadoras; economia popular (caixas econômicas, empréstimos para construção de casas, etc.); juventude brasileira; agricultura e pecuária. Para comemorar o 10º aniversário do governo Getúlio Vargas. *A Noite*, Rio de Janeiro, 27 ago. 1940. p. 3.

¹¹³ *Ibidem*.

escolhidas quatro cenas, obedecendo às mesmas regras do concurso cinematográfico, com premiação de 5 contos de réis para o primeiro lugar, 2 contos e 500 mil-réis para o segundo, 1 conto e 500 mil-réis para o terceiro e 1 conto para o quarto. Os esquetes premiados seriam apresentados na *Hora do Brasil* e passariam a ser propriedade do DIP.

Finalizando esse conjunto de concursos, também seriam selecionadas monografias para serem publicadas em uma coleção de livros chamada *Decenal da Revolução Brasileira*. Os dez melhores estudos receberiam o prêmio de 5 contos de réis cada um, além de serem editados e publicados pelo DIP. Os autores eram livres para escolher o tema que mais lhes interessasse, desde que se dedicassem a “fixar realizações e reformas levadas a efeito durante os dez anos decorridos e que contribuíram para o progresso e desenvolvimento do Brasil e terão o valor de depoimento histórico”¹¹⁴. As monografias deveriam ter ao menos cem páginas datilografadas e ser entregues até o dia 24 de outubro de 1940. Para julgá-las, foi montada uma comissão composta por intelectuais reconhecidos. O resultado seria anunciado no dia 10 de novembro, data de aniversário da instituição do novo regime. Em todas as publicações dessa coleção, os autores deveriam apresentar um balanço das realizações mais importantes do governo nos últimos dez anos, ressaltando a importância da figura do presidente Getúlio Vargas e sua condução no processo de transformações do Brasil, bem como o comprometimento que todos os cidadãos assumiam com a continuidade do projeto iniciado em 1930 e ainda “*em marcha*”.

3.2 A coleção *Decenal da Revolução Brasileira*

E, se nada disso convencer os descrentes, deixemo-los entregues ao ceticismo de quem não tem olhos de ver, digamos, com a profunda consciência do patriotismo: Feliz do povo que, em dez anos de labor, pôde elevar ao dobro as suas contribuições ao patrimônio comum! (CARVALHO, 1942, p. 145).

Numa década em que a organização de coleções reunindo estudos sobre o Brasil se tornou um empreendimento que consagrou editoras como a José Olympio e a Companhia Editora Nacional, o DIP seguiu o mesmo caminho. Com intensa atividade editorial, projetou produzir sua própria coleção, aproveitando-se do momento de

¹¹⁴ Comemoração decenal da revolução brasileira. Concurso de monografias promovido pelo DIP. *A Batalha*, Rio de Janeiro, 30 jul. 1940. p. 2.

comemoração dos dez anos do governo Vargas para amplificar o alcance e a consagração de sua iniciativa. A estratégia de promover um concurso de monografias para selecionar os textos que viriam a compor a coleção potencializou ainda mais a magnitude da empreitada, posto que a premiação atuava como um instrumento de estímulo aos concorrentes e de legitimação dos resultados. Em regimes políticos autoritários, a finalidade instrumental da concessão de prêmios era arregimentar o maior número possível de autores, funcionando como um mecanismo de sedução e captação (MEDEIROS, 2015). A premiação consagrava o autor e seu livro, podendo até trazer retorno financeiro às editoras. Mas no caso desse concurso de monografias do DIP, a ideia era muito mais mobilizar autores e consolidar um discurso que conferia ao regime de Getúlio Vargas o papel de protagonista na história do Brasil. As monografias selecionadas seriam publicadas com uma espécie de “selo de qualidade” ou “selo de veracidade”, por terem sido editados por um órgão governamental¹¹⁵. Sobretudo, por terem sido produzidas por especialistas nas temáticas tratadas e escolhidas por nomes reconhecidos, como os que compuseram a comissão julgadora: Herbert Moses, Almir de Andrade, Múcio Leão, Olegário Mariano e José Maria Belo.

A publicação dessa coleção está, obviamente, muito mais ligada a uma lógica de ganhos simbólicos para o regime, o que não quer dizer que uma lógica de mercado estivesse completamente ausente. Algumas editoras privadas, inclusive, chegaram a reeditar autores e livros premiados pelo DIP. O livro premiado de Jayme de Barros – *A política exterior do Brasil (1930-1940)* – teve em 1943 uma segunda edição revista e aumentada (até o ano de 1942), publicada pela Zelio Valverde. A editora incluiu ainda uma nova seção, chamada “Algumas opiniões sobre livros de Jayme de Barros”, com depoimentos de várias personalidades do período: Ronald de Carvalho, Agripino Grieco, Tristão de Athayde, Henrique Pongetti, Eloy Pontes, Luís da Câmara Cascudo, Mário de Andrade, entre outros. Os elogios desses intelectuais renomados ao livro conferiam a ele, sem dúvida, mais autoridade e legitimidade, e também a oportunidade de angariar um maior público leitor, com ganhos para a casa editora.

De acordo com o que aparece em notas nos próprios livros premiados, alguns deles deveriam ter sido publicados na ocasião das comemorações do decênio, em 1940, mas “motivos de ordem superior retardaram a sua publicação”¹¹⁶. Nos casos em que isso

¹¹⁵ Os livros da coleção foram editados pelo DIP e impressos pela Gráfica Olímpio Miguel Couto.

¹¹⁶ Essa informação apareceu em uma nota na página 13 no livro de Mercedes Dantas, *A força nacionalizadora do Estado Novo*.

aconteceu, houve a preocupação com a revisão do texto e a atualização dos dados estatísticos, inclusive para “acrescentar um ou outro ligeiro comentário em torno de realizações brasileiras, no intuito de aproximar o mais possível este volume dos dias contemporâneos”¹¹⁷. No concurso concorreram 54 monografias. As monografias no Quadro 8 foram premiadas pelo DIP, segundo informações contidas no relatório apresentado por Lourival Fontes a Vargas em 1941, publicado na revista *Cultura Política*:

Quadro 8: Listagem de monografias premiadas pelo DIP
(as datas se referem aos anos de publicação dos livros)

MONOGRAFIAS PREMIADAS	EDITOR	ANO
BARRETO FILHO, Mello. Anchieta e Getúlio Vargas: iniciativas e realizações.	DIP	1942
BARROS, Jayme de. A política exterior do Brasil (1930-1940)	DIP	1941
CARNEIRO, Eryma. As autarquias e as sociedades de economia mista no Estado Novo.	DIP	1941
CARTIER, Horácio. Política sanitária.	DIP	1941
CARVALHO, Mario Orlando de. Tendências da economia nacional.	DIP	1942
DUARTE, Cândido. A organização municipal no governo Getúlio Vargas.	DIP	1942
GUIMARÃES, Osias. Amor à terra.	DIP	1941
MACHADO, Leão. Uma revolução em marcha.	DIP	1942
REGO, Alcides Marinho. A vitória do direito operário no Governo Getúlio Vargas.	DIP	1942
ROLLEMBERG, Luiz Dias. Aspectos e perspectivas da economia nacional.	DIP	1941

Fonte: A autora, baseado em diversas edições de *Cultura Política*.

Como a organização do concurso previa a premiação e a publicação de apenas dez estudos, a banca optou por conceder menção honrosa a outros seis autores que se destacaram, o que mostra a boa qualidade dos trabalhos que concorreram. Essas monografias foram também publicadas e passaram a compor a coleção junto com as premiadas.

¹¹⁷ Ibidem.

Quadro 9: Listagem de monografias que receberam menção honrosa no concurso organizado pelo DIP (as datas se referem aos anos de publicação dos livros)

MONOGRAFIAS QUE RECEBERAM “MENÇÃO HONROSA”	EDITOR	ANO
CARVALHO, Luiz Antônio da Costa. As realizações do governo Getúlio Vargas no campo do direito.	DIP	1942
CARVALHO, Menelick de. A Revolução de 1930 e o município.	DIP	1942
DANTAS, Mercedes. A força nacionalizadora do Estado Novo.	DIP	1942
GALVÃO, Francisco. Diretrizes do Estado Novo.	DIP	1942
IBIAPINA, J. de Mattos. O Brasil de ontem e de hoje.	DIP	1942
MAIA, Jorge. Um decênio de política externa.	DIP	1942

Fonte: A autora, baseado em diversas edições de *Cultura Política*.

No livro de Jayme de Barros, *A política exterior do Brasil (1930-1940)*, fica nítida a intenção de construir uma análise científica do último decênio:

Rasgam-se, então, aos nossos olhos, acima do tumulto dos acontecimentos e do ardor das paixões humanas, largas perspectivas históricas. Tudo recua da cena confusa dos episódios políticos para o plano científico das verificações sociológicas.

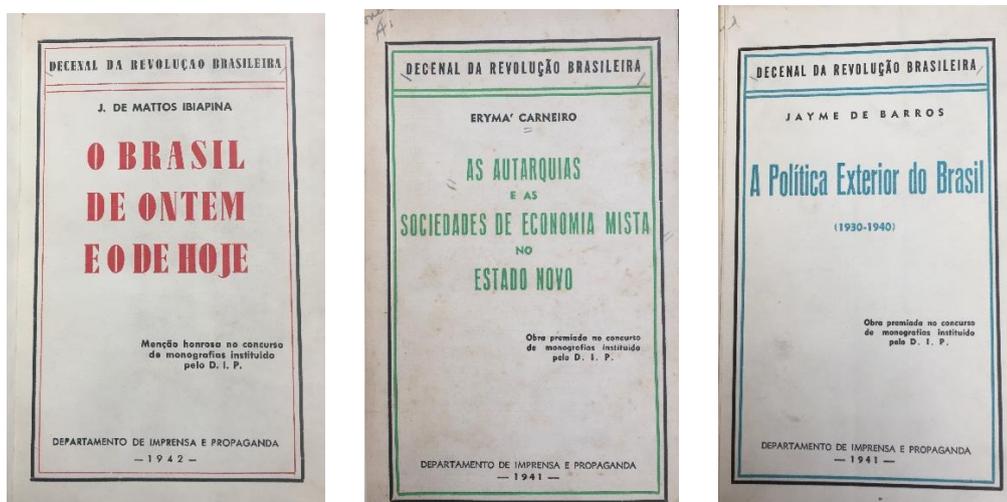
Já não é mais admissível julgar-se a Revolução de 1930, nesta fase da vida brasileira e universal, com a miopia do partidarismo em que, naquela época, se fragmentou a opinião nacional (BARROS, 1941, p. 9).

Como em todas as atividades do DIP, está presente nessa iniciativa a ideia da divulgação e publicização dos dados e feitos do regime: “Esclarecer qual a natureza da nova ordem política que se inaugurou em 1937 e qual o papel de seu grande chefe, Getúlio Vargas, tornou-se parte da tarefa” do DIP (GOMES, 2005a, p. 187). Porém, nessa coleção existe também uma perspectiva histórica em relação a um passado recente. Naquele momento, contudo, a produção de estudos históricos sobre o período republicano esbarrava nos riscos e desconfianças de se escrever uma “história do presente”. Talvez seja esta a razão de um grande investimento na apresentação de dados, em especial estatísticos, numa perspectiva que desejava mostrar que os dados/números “não mentem”, tendo estatuto inquestionável de prova.

No primeiro capítulo da tese, discutimos que uma coleção se caracteriza por um processo editorial configurador de um padrão unificador das partes que a compõem, um selo de pertencimento, por meio do qual “o leitor reconhece o livro, mas reconhece antes o grupo a que ele pertence” (MEDEIROS, 2015, p. 36). A coleção do DIP segue esse

princípio, a começar pelas capas, que são padronizadas, mudando-se apenas a cor dos títulos e dos detalhes das bordas.

Imagens 10A, 10B e 10C: Capas de livros da coleção *Decenal da Revolução Brasileira*



Fonte: A autora.

Cada livro guarda certas especificidades, mas o produto final (a coleção) foi fruto da seleção de elementos responsáveis e profundamente ligados ao DIP e a outros órgãos estatais. Portanto, há uma unidade afinada com o projeto político do Estado Novo. Assim, os livros constituem um conjunto que pode ser analisado a partir de sua temática orientadora central: uma abordagem das realizações do governo Vargas, numa espécie de panorama em que se relatam as principais iniciativas, desde 1930, nas mais diversas esferas (educação e saúde, viação e transporte, economia e finanças, defesa nacional, política da terra, política exterior, justiça, leis sociais, sindicalização, Marcha para o Oeste, unidade nacional, etc.). A coleção *Decenal da Revolução Brasileira* – no âmbito maior das comemorações dos dez anos do governo Vargas – tem um objetivo preciso. Ela busca produzir e consolidar, ao mesmo tempo, uma interpretação altamente positiva desse decênio, abordando cada área em que o Estado varguista empreendeu mudanças, entendidas pelos autores como revolucionárias. Considerando-se o esforço então realizado na publicação de livros, é possível dimensionar a importância atribuída ao empreendimento que buscava divulgar, de forma ampla e para um amplo público, uma narrativa gloriosa sobre Vargas e os anos 1930.

A coleção possui, ao todo, dezesseis livros e, para os propósitos desta tese, não caberia uma análise detalhada de cada um deles. Por conseguinte, adotamos uma estratégia que se propõe a analisar o conteúdo geral da coleção, a partir da identificação

dos temas-chaves que foram mobilizados pelos autores para a construção não só de uma imagem positiva para o regime e do chefe de Estado como para a legitimação de suas características autoritárias, em oposição dicotômica ao que seria o fracasso da Primeira República. A análise não poderia deixar de se iniciar pela ideia que dá o tom de todas as comemorações realizadas em 1940: a de “Revolução em marcha”. Na sequência, discutiremos como a coleção *Decenal da Revolução Brasileira* abordou questões cruciais do projeto estado-novista: unidade nacional; direitos do operário; política sanitária; intervenções estatais no campo da cultura; e, por fim, política externa brasileira. Com um destaque: a questão econômica – matéria de interesse capital no Estado Novo – perpassa transversalmente a maioria dos livros da coleção, não importando a temática específica que ele envolvia. Essa observação é importante, porque não foi possível localizar, nas inúmeras bibliotecas pesquisadas, um dos livros que tratam especificamente dessa temática, intitulado *Tendências da economia nacional*, de Mario Orlando de Carvalho¹¹⁸.

3.2.1 A ideia de “Revolução em marcha” e os usos do passado na coleção *Decenal da Revolução Brasileira*

O livro que melhor sintetiza o propósito da coleção no âmbito das comemorações do Decenal é *Uma revolução em marcha*, de Leão Machado. O autor premiado no concurso era cientista, escritor¹¹⁹ e jornalista, sendo colaborador de vários jornais e revistas de São Paulo. Foi subdiretor administrativo do Instituto Agrônomo do Estado de São Paulo. Na revista *Cultura Política*, publicou artigo com o mesmo propósito de seu livro, intitulado “A Revolução prossegue”¹²⁰. Na folha inicial do livro, abaixo do título, aparece uma citação do presidente Getúlio Vargas, retirada do primeiro volume de *A Nova Política do Brasil*: “Não devemos jamais esquecer que a Revolução ainda não terminou.”

O livro é uma publicação de cunho histórico, que tem a pretensão de fornecer um panorama “confiável e desapaixonado” dos acontecimentos. O propósito do autor é escrever a história da Revolução de 1930 através de uma análise da história do passado recente do país, vale dizer, da Primeira República. Os títulos dos capítulos são, em sua maioria, datas, acompanhadas de uma ou mais citações do presidente Getúlio Vargas. Tal

¹¹⁸ Economista, professor de Economia Bancária da Faculdade de Ciências Econômicas do Rio de Janeiro. Funcionário da Seção de Estatística e Estudos Econômicos do Banco do Brasil.

¹¹⁹ Autor de *Cecília* (s/d), livro de contos; e *Espigas de samambaia* (s/d), romance sobre a crise do café, que ganhou prêmio de 1937 da Academia Brasileira de Letras.

¹²⁰ A Revolução prossegue. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano I, n. 4, jun. 1941.

procedimento funciona como uma espécie de introdução ao que vai ser desenvolvido a seguir. Com isso, fica explícita a pretensão de Leão Machado em fixar uma cronologia para a Revolução e para a própria história republicana do Brasil. Como marco inicial da periodização, o autor aponta o ano de 1922. Para ele, a Revolução brasileira (com R maiúsculo) teria começado com a revolta do Forte de Copacabana, em 5 de julho de 1922. Não se sabia ao certo quando essas ideias revolucionárias começaram a circular no país, mas a Revolução já estava amadurecida nesse episódio. No capítulo seguinte, intitulado “1924”, ele aborda outro movimento revolucionário, a revolta dos tenentes em São Paulo, liderada por Isidoro Dias Lopes no dia 5 de julho. Ambas demonstraram a extrema insatisfação popular contra a situação vigente, e representaram o surgimento do espírito revolucionário contra a política da “República Velha” e todos os seus “vícios”. Em seu diagnóstico, a nação estava corrompida pela politicagem, que havia transformado a administração pública em aparelho de negociatas para proveito de indivíduos ou de grupos no poder. As finanças estavam arruinadas, as despesas eram mais altas que as receitas e os empréstimos estrangeiros afastavam, cada vez mais, o país de sua independência econômica. As fórmulas políticas eram incompatíveis com a realidade brasileira, na qual vigorava uma democracia retórica, que hipocritamente afirmava que todas as liberdades seriam possíveis se estivesse garantida a liberdade do exercício do voto. Porém, para o autor, no contexto das revoltas de 1922 e 1924, o país ainda não estava inteiramente preparado para a Revolução.

Dando continuidade à periodização, apresenta a Revolução de 1930 como o ápice da inquietação revolucionária. Comparando esse movimento à Revolução Francesa, afirma: “[...] a História nos tem mostrado a maneira como marcam e evoluem as revoluções, precedida a ação material armada e violenta pela pregação ideológica [...]” (MACHADO, 1942, p. 37). Ou seja, o autor valoriza a formação e a ação da Aliança Liberal, com a propaganda de seu programa de urgência. Ela teria cumprido o crucial papel de amadurecer e divulgar as ideias da Revolução antes de ela chegar à etapa da realização material, com a sublevação dos quartéis e a luta armada.

O quarto capítulo do livro, “1931”, versa sobre a situação de crise em que o Brasil se encontrava quando a Junta do Governo Provisório assumiu o poder, na intenção de mapear as dificuldades a serem enfrentadas, bem como de iniciar algumas reformas nesse mesmo ano. Um dos problemas era a lei eleitoral, que abria espaços para toda sorte de corrupção e fraudes. Vivia-se uma situação de incerteza quanto aos rumos que a Revolução tomaria, já que, mesmo havendo uma orientação bem definida no programa

da Aliança Liberal, havia também enorme resistência por parte dos grupos há pouco afastados do poder. Essa oposição é exemplificada no capítulo seguinte, dedicado ao ano de 1932, no qual Leão Machado fala da “irritação e má vontade” de São Paulo contra a Revolução, culminando no levante Constitucionalista. Esta teria sido a primeira ameaça aos rumos revolucionários, que Vargas combateu firmemente.

Porém, a maior ameaça e desvio aos rumos revolucionários não foi a guerra de 1932, e sim a promulgação da nova Constituição, no ano de “1934”, título do capítulo seguinte. Leão Machado argumenta, como muitos dos intelectuais que defendiam um Estado forte e centralizado, que a reforma do sistema eleitoral realizada anteriormente não havia sido suficiente para resolver os problemas da política da Primeira República. Embora em novos moldes, com o voto secreto e a atuação da Justiça Eleitoral, os homens eram os mesmos e ainda eram muito recentes os velhos e viciosos processos de fraude política. A Constituição de 1934 teria mantido grande parte dos princípios considerados perniciosos, como o sistema federalista. Assim, em seu diagnóstico, a situação que se conformou após sua promulgação não diferia muito da anterior à de 1930, o que, vale notar, significava uma grande desvalorização e crítica à Constituição de 1934. A situação ainda se agravaria nos anos posteriores, quando “[...] começaram a se agitar os partidos com a futura (na verdade ainda bem remota) sucessão presidencial” (MACHADO, 1942, p. 114), permitindo o “aparecimento de ideologias extremistas”, de direita e de esquerda, que puseram o país à beira de uma nova guerra civil.

A periodização do autor se conclui no capítulo “1937”, no qual todos os acontecimentos são apresentados como uma continuação necessária da Revolução de 1930. Diante do contexto em que se vivia, a instauração do regime ditatorial “era um desafogo visível para uma situação sombria e carregada de invisíveis ameaças, de calamidades esperadas e previstas” (MACHADO, 1942, p. 140). Eram intensas as agitações em torno da sucessão presidencial, que foram se agravando até que o presidente Getúlio Vargas, dotado de “visão providencial de estadista e patriota”, com apoio das Forças Armadas, fechou as assembleias legislativas, revogou a Constituição de 1934, dissolveu todos os partidos políticos e fundou “um novo Estado nacional”. Depois de sete anos de “trabalho fecundo”, Vargas teria percebido que os rumos do país não seguiam o projeto da Revolução de 1930, e que o aparelho governamental, finalmente, precisava se ajustar à realidade brasileira.

Depois de apresentada a periodização da Revolução (e da história do Brasil), entre 1922 e 1937, Leão Machado finaliza o livro com capítulos que se dedicam a apresentar

aspectos importantes da nova era iniciada em 1937. São exemplos: “Estado Novo”, “As Forças Armadas”, “Um homem” e “Os tempos novos”, nos quais o autor apresenta uma série de dados para defender a ideia de que a instauração do Estado Novo garantiu a marcha da Revolução. As realizações do regime apresentadas nessa parte foram retomadas de forma mais detalhada em outros livros da coleção e serão abordadas adiante. O ponto-chave a ser ressaltado nesse livro é a mobilização dos acontecimentos e datas para construir uma genealogia da Revolução brasileira, para assinalar que sua continuidade dependeu tanto da manutenção/instauração do novo regime, em 1937, quanto da energia realizadora e patriótica do presidente Getúlio Vargas. Apenas ele pôde garantir a longa marcha revolucionária, que ainda estava longe do fim. Nas palavras de Leão Machado, só através da história se poderia dimensionar as transformações pelas quais o país passou: “[...] se olharmos para trás, [...] com o propósito de estimar os progressos da marcha, é que veremos como caminhamos desde aquela tarde de Outubro de 1930!”¹²¹.

Como se pode ver nesse livro, o passado do país é constantemente mobilizado em função das disputas e desafios do presente, assumindo novos contornos e significados que só se realizam com a instalação do Estado Novo. Toda a coleção possui essa preocupação fundamental: consolidar uma interpretação histórica favorável ao regime, mas que fosse apoiada em fatos, dados e documentos. Ou seja, uma interpretação que pudesse ser considerada e defendida como “científica”, a despeito de ser patrocinada pelo governo e a ele fazer muitos elogios.

Cândido Duarte, em *Anchieta e Getúlio Vargas*, por exemplo, deixa muito clara essa intenção já no início de seu livro. Ele quer “fixar historicamente as múltiplas transformações operadas no cenário brasileiro e destacar os dois lustros compreendidos entre 1930 e 1940, para realizar o estudo objetivo de alguns dos eventos mais notáveis ocorridos na vida administrativa do país” (DUARTE, 1942, p. 15-16). Na folha seguinte, há uma citação: “O passado não pertence a nenhum homem, a nenhum grupo de homens, a nenhum partido político – pertence à História.” Quase todos os autores afirmam que é difícil escrever a história dessa década, porque os fatos ainda eram muito recentes, e o pesquisador tinha dificuldades para realizar “um julgamento sereno, frio, desapaixonado, isento da influência de fatores pessoais” (DUARTE, 1942, p. 213), mergulhado que estava nas tramas dos acontecimentos que examinava. Ainda assim, este era justamente

¹²¹ A Revolução prossegue. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano I, n. 4, jun. 1941. p. 102.

o intuito da coleção. Por isso, Cândido Duarte afirma, citando o escritor e crítico Stefan Zweig, que “a História não tem prazo para fazer justiça” (DUARTE, 1942, p. 213).

A coletânea *Decenal da Revolução Brasileira*, nesse sentido, constrói esquemas interpretativos e diagnósticos que afirmam a legitimidade do regime, diante de um passado tanto recente quanto mais remoto. Construir e projetar um novo Estado envolvia buscar sua origem e suas bases nacionais. O livro *O Brasil de ontem e o de hoje*, de J. de Mattos Ibiapina, era um caso paradigmático, começando com a citação: “O movimento político chefiado pelo sr. Getúlio Vargas salvou a unidade nacional porque reatou o fio das nossas tradições” (IBIAPINA, 1942, p. 8). Enquanto Leão Machado trabalhava apenas com o passado mais recente, estabelecendo 1922 como a data inicial da periodização que propunha para a Revolução de 1930, outros autores recuaram muito mais em suas análises históricas, mobilizando acontecimentos do período colonial e imperial. Ao inserir o regime de Vargas numa perspectiva histórica ampliada, procurava-se, por um lado, demonstrar que Revolução teria reconectado o Brasil com suas mais autênticas tradições; com sua verdadeira identidade; e, por outro, desvincular o pós-30 do passado recente e fracassado da “República Velha”.

Mais um exemplo dessa chave de leitura é a monografia de Luiz Dias Rollemberg, *Aspectos e perspectivas da economia nacional*. O autor começa seu estudo abordando as características da formação econômica e da organização do trabalho no Brasil Colônia, passando pelo desenvolvimento das riquezas nacionais no Império, para chegar às diretrizes da economia nos primeiros decênios da República. Coube ao brasileiro da Colônia lançar as bases da economia agrícola e pastoril, às quais, ampliadas até o século XX, constituiriam os principais elementos de riqueza do país. O autor apresenta o Império como um período de prosperidade e tranquilidade econômica, no qual se consolidava cada vez mais a indústria e o comércio, ao lado da agricultora monocultora. Era um período de ordem e equilíbrio político e financeiro, dentro do qual a economia brasileira encontrou clima propício ao mais amplo e fecundo desenvolvimento. A fase inicial da República, por sua vez, se caracterizou pela desordem financeira, pela inflação, “pela febre das grandes reformas, pelo surto de ousadas e desastrosas iniciativas oficiais, pela tendência incoercível à organização de empreendimentos particulares de resultados ruinosos” (ROLLEMBERG, 1941, p. 36). O autor reconhece algumas iniciativas políticas como boas (como o governo de Afonso Penna), mas, como muitos outros autores da coleção, também destacou a falta de continuidade e de compromisso dos políticos em geral com o bem comum.

Voltando ao livro de J. de Mattos Ibiapina, *O Brasil de ontem e o de hoje* (1942), que recebeu menção honrosa no concurso, o próprio título deixa explícita a estratégia narrativa adotada pelo autor: seu estudo confronta passado e presente, mais precisamente a Primeira República e o governo de Getúlio, com a intenção de deixar claro para o leitor as profundas transformações positivas empreendidas desde 1930. Ele defende que a República recebeu das mãos da Monarquia uma pátria unida e forte, e que os republicanos tudo fizeram para o “desagregamento do formidável todo cuja defesa lhes fora confiada pela Nação em armas, em 1889” (IBIAPINA, 1942, p. 10). Recuando ao Brasil Imperial, faz alusão ao respeito que inspirava, dentro e fora do país, a personalidade de Pedro II, que “inconfundível pela sua organização moral e por sua vasta cultura, dava aos brasileiros justos motivos de orgulho” (IBIAPINA, 1942, p. 33). Para Ibiapina, a população brasileira ficou desamparada nos inícios da República, enquanto a classe política governava em prol de seus interesses particulares e sugava os cofres públicos.

O Brasil, país repleto de recursos naturais, não conseguia desenvolver suas potencialidades, porque não possuía um governo preocupado e comprometido com o desenvolvimento nacional. O caso do café é apresentado como uma grande catástrofe da economia do período republicano, por conta dos planos de valorização artificial que, uma vez iniciados, “teriam de nos arrastar à política a que deve o Brasil a maior parte das suas dificuldades financeiras e econômicas” (IBIAPINA, 1942, p. 40). As consequências não foram apenas econômicas, mas também políticas. A direção do país foi monopolizada pelos políticos paulistas, “às vezes camuflados de mineiros” (IBIAPINA, 1942, p. 41). Além disso, aponta que a República nos transformou em uma colônia do capitalismo internacional, e que os interesses estrangeiros impediram os incentivos à lavoura de trigo, à exploração do carvão, à indústria siderúrgica e ao petróleo. Os erros da fase republicana são apontados também na educação e na chamada “questão social”, sobretudo nas relações entre capital e trabalho, “vista como um simples ‘caso de polícia’” (IBIAPINA, 1942, p. 107). Antes de 1930, chegou a ser criado o Conselho Nacional do Trabalho, mas Ibiapina defende que se tratava de um órgão puramente ornamental, criado apenas para cumprir o compromisso internacional resultante do Tratado de Versalhes.

Para conferir legitimidade a seu argumento, o autor busca entre os próprios políticos republicanos alguns que manifestaram insatisfação contra esse “insustentável estado de coisas”. Uma das tentativas destacada é a chefiada pelo gaúcho Pinheiro Machado, o “verdadeiro precursor da reação nacionalista que caracteriza o regime atual” (IBIAPINA, 1942, p. 11). O partido fundado sob sua liderança – o Partido Republicano

Conservador (PRC) – é apontado como o primeiro esforço bem-sucedido de imprimir à política brasileira uma orientação nacional, em oposição aos arranjos da “política do café com leite”. Em sua atuação, está a origem do movimento que salvou a integridade da pátria. Getúlio Vargas, em 1930, repetiu os esforços de Pinheiro Machado, e “conseguiu congregiar as forças vitais da Nação e levá-las à adoção de um regime mais consentâneo com as exigências do momento histórico” (IBIAPINA, 1942, p. 12).

Todas as monografias premiadas e publicadas possuem uma narrativa que busca não só tornar patente que a Revolução de 1930 foi um imperativo nacional, mas também que o chefe de Estado encarnaria perfeitamente esse espírito revolucionário, não tendo se afastado da marcha revolucionária, nem mesmo nos momentos de maior dificuldade e oposição, ainda marcados pelos jogos políticos característicos da Primeira República. A revolução ainda estava em curso, e “[...] o Presidente Getúlio Vargas tem sido fator de equilíbrio, de perseverança no trabalho, de continuidade na ação” (BARROS, 1941, p. 16). Alguns autores ainda foram mais categóricos, como Menelick de Carvalho, que afirma: “A Revolução de 1930 é o Presidente Getúlio Vargas” (CARVALHO, 1942, p. 140); ou como Francisco Galvão, que escreveu:

Eis como é o Estado Novo: um Estado Nacional e popular, criado pela Nação e para a Nação, pelo povo e para o povo. Um Estado como este não pode ser, porém, uma abstração jurídica. Há de ser um homem, uma pessoa viva, inteligência, vontade e sentimento, faculdades da pessoa humana e não de formas algébricas ou de abstrações jurídicas (GALVÃO, 1942, p. 23).

Baseando-se nas famosas biografias de Getúlio Vargas que lhe eram contemporâneas – como a de André Carrazzoni, Gilberto Amado, Azevedo Amaral e Pedro Vergara –, Menelick de Carvalho falou sobre a importância e a personalidade do presidente e no capítulo “O homem de Estado”, em seu livro *A Revolução de 1930 e o município* (1942). Para ele, a revolução não seria vitoriosa em 1930 e nem teria prosseguido em sua marcha se não fosse um elemento humano capaz de compor num mesmo centro de coexistência o soldado, que vigia; o estadista, que realiza; e o obreiro, que constrói. O presidente Vargas conjugava todas as virtudes necessárias a um estadista: possuía coragem, clarividência, pertinácia. Já no livro *Diretrizes do Estado Novo* (1942), Francisco Galvão, em capítulo do mesmo tipo – “O homem do Brasil” –, afirma que Vargas era o único homem capaz de realizar o milagre de redimir o Brasil, pois possuía uma energia disciplinada que venciam todos os obstáculos; não cultivava ódio ou desavenças, não planejava vinganças ou perseguições; era calmo e paciente, sério, bravo, justo, digno, sábio, corajoso e prudente. Todas essas qualidades configuram sua rara

habilidade de condutor de homens, seu conhecimento profundo das realidades e tradições brasileiras, sua ausência de espírito regionalista e sua sintonização perfeita com as necessidades impostas pela realidade de seu tempo. Como é evidente, estava em curso o processo de mitificação do chefe do Estado Novo, qualificado com adjetivos sem fim. Citando Júlio de Castilhos, Menelick de Carvalho afirma:

Getúlio Vargas foi o homem da comuna. Nascido na pequena cidade de São Borja – tendo vivido aí a maior parte de seu tempo, na infância, na adolescência, na maturidade – experimentou no mais fundo dos hábitos, da conduta, dos afetos e dos pensamentos, a irresistível ação niveladora que foi sempre, desde as mais remotas eras, o apanágio dos povoados vilarengos (CARVALHO, 1942, p. 137).

O traço característico da vida pública de Getúlio Vargas seria o sentido da “democracia substantiva” que ele aprendeu no município, num município de fronteira, de vida na comuna, onde estaria o mais vivo sentimento nacional e o sentimento de agir pelo bem comum como missão de estadista. A verdadeira democracia era fruto da comuna, da pequena cidade, da vila ou aldeia¹²².

3.2.2 “A força nacionalizadora do Estado Novo”: a Revolução e a unidade nacional¹²³

No livro *O Brasil de ontem e o de hoje*, já comentado, Julio de Mattos Ibiapina afirma que o Brasil chama atenção dos estudiosos por ser, na América, um exemplo peculiar, pois manteve, após a independência, sua unidade territorial, linguística e sua homogeneidade religiosa. Nem as invasões estrangeiras, nem o tamanho do território foram capazes de “destruir o bloco uno e sólido da Pátria brasileira que nos legaram os nossos antepassados” (IBIAPINA, 1942, p. 9).

A unidade nacional, tema-chave do programa do Estado Novo, é também um dos eixos de estruturação dos livros da coleção *Decenal*, e, como não surpreende, é remetida a uma herança do Império brasileiro. Algo até previsível. Menos esperado e ponto a ser assinalado, é o tipo de articulação que se realiza entre o tema da unidade nacional e o da força do município, como Menelick de Carvalho tão bem explora ao falar de Vargas. O municipalismo e suas virtudes, em tempos de centralização e diminuição da autonomia política dos estados, torna-se um tema a ser explorado. Em *Diretrizes do Estado Novo*,

¹²² Muitas vezes, o município aparece chamado de comuna, ou organismo comunal em todos os livros da coleção que tratam da questão municipal.

¹²³ Título de um dos livros da coleção, escrito por Mercedes Dantas.

Francisco Galvão sugere que o tempo do Estado Novo seria um tempo de todos trabalharem em prol da coletividade, garantindo que teria acabado a era das “forças desintegradoras da nacionalidade”, entre as quais, o federalismo. Ou seja, profundamente ligado ao tema da unidade nacional estava a discussão em torno dos municípios. A coleção, inclusive, possui dois livros dedicados especificamente ao tema, um premiado e um que recebeu menção honrosa: o primeiro, *A organização municipal no governo Getúlio Vargas*, de Cândido Duarte¹²⁴; e o segundo, *A Revolução de 1930 e o município*, de Menelick de Carvalho. Seja direta ou indiretamente, a intenção dos autores que abordam a temática é explicitar que:

A trajetória do municipalismo no Brasil demonstra que as curvas ascendentes das realizações e do progresso coincidem sempre com as descendentes da autonomia e da intensa vida política, revelando que o regime adequado é o da descentralização administrativa sob controle, conjugado com a centralização política (DUARTE, 1942, p. 215).

Até os anos 1930, a ideia de autonomia administrativa se confundia frequentemente com a de autonomia política dos estados, muito presente na montagem federativa da República brasileira, que se faz contra a centralização monárquica. É sobre tal aspecto que se farão muitas incursões e de vários tipos, entre as quais está a introdução de um ente da federação pouco mencionado: o município. Tanto, que na Constituição de 1937, garantia-se a autonomia econômica e legislativa do município, mas eliminava-se sua autonomia executiva, pois os prefeitos eram diretamente nomeados pelo chefe do Executivo do seu estado, por sua vez nomeado pelo presidente da República. Esse modelo pretendia evitar que os atributos administrativos do município se confundissem com atividades partidárias que, como todos sabiam, eram danosas para o interesse comum. A organização municipal deveria “sair da federação desraizada e perigosa, que tendia para o separatismo, e caminhar para uma federalização racional e condigna com o nosso passado histórico de coesão e unidade inquebrantável” (DUARTE, 1942, p. 233).

Este será um dos pontos mais explorados para a construção de um discurso de crítica e deslegitimação da chamada República Velha. A Constituição republicana de 1891 teria sido “inspirada ora em teorias filosóficas, irrealizáveis, mesmo em meios mais avançados, ora vazada nos moldes norte-americanos, onde as condições eram diferentes das brasileiras” (IBIAPINA, 1942, p. 34), abrindo condenáveis precedentes para

¹²⁴ Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais pela Faculdade de Direito da Universidade do Rio de Janeiro, e chefe da Divisão de Administração e Estatística do Departamento das Municipalidades do Estado do Rio de Janeiro.

desintegração da pátria. Ela concedeu autonomia política às antigas províncias, o que acabou por colocar em xeque a autoridade central. Uma das razões fundamentais para tal resultado era a distribuição de rendas dos estados, que era desigual por causa da descentralização. Ibiapina afirma que o Brasil, durante a República Velha, iniciou uma marcha acelerada para a desintegração, em que alguns estados mais fortes impunham suas vontades e “interesses mesquinhos” sobre quase todos os demais, muito mais fracos. Os problemas nacionais ficavam subordinados ao espírito federalista.

Tendo encontrado a Nação dividida em pequenas pátrias, no seio da qual as mais fortes impunham a sua vontade às mais fracas, subordinando os interesses gerais aos regionalismos, ao sr. Getúlio Vargas, pela execução lenta mas sistemática do seu programa nacionalista, foi possível controlar essas forças desintegradoras da nacionalidade, não só impedindo a sua expansão mas também confinando-as aos limites compatíveis com o equilíbrio nacional (IBIAPINA, 1942, p. 200).

Na visão de Cândido Duarte, o “problema municipalista” teve cinco fases na história da sua evolução no Brasil, que se distinguem “pelo espírito que orientava ou presidia a sua organização”: Colônia, Império, República de 1889, República de 30, e Estado Novo. Ele inicia fazendo uma breve contextualização de como se deu o povoamento do Brasil, com a fundação dos primeiros núcleos e a evolução para vilas e cidades. A ideia é mostrar como o povoamento foi desordenado, guiado por tratados régios, atividades de bandeirantes, arrecadação de impostos pela metrópole, entre outros problemas. Pregava-se que o sentido da organização municipal no Brasil via autonomia política dos municípios garantiria um sentido democrático da instituição governamental, num ponto de vista romântico e essencialmente teórico, “sem perscrutar a sua verdadeira finalidade, a sua razão de ser real, o seu princípio imanente e contínuo” (DUARTE, 1942, p. 14). Quer na Colônia, quer no Império, embora por razões distintas, os municípios não cumpriam seu papel. Confundia-se, na verdade, a necessidade de descentralização administrativa com o princípio de autonomia política: “Daí, ou o artifício político partidário dava praticidade à ideia, ou a anarquia dominava o país” (DUARTE, 1942, p. 15). O autor chama “essa confusão” de “doença orgânica do país”, e afirma que o Estado Novo havia conseguido banir inteiramente o romantismo político da questão da organização municipal. Mesmo com o regime republicano, o problema não teria sido resolvido. Isso porque, com a Constituição de 1891, o município ganhou grande autonomia administrativa, mas não foi reformado o sistema fiscal para dar-lhe condições materiais que tornariam essa autonomia benéfica. No Brasil, historicamente, sempre coube aos municípios a menor porcentagem das receitas públicas. A autonomia municipal

teria sido assegurada, mas seus limites não foram estabelecidos, especialmente no que diz respeito à relação entre os municípios e os estados: o primeiro período republicano teria se caracterizado, pois, pela anarquia, pela inutilidade de esforços no que diz respeito à organização municipal. “Durante esse tempo, que quase atingiu meio século, nada se fez de vultoso, de visível, de impressionante, de durável” (DUARTE, 1942, p. 169).

Em tom mais explicitamente doutrinário e menos técnico, distinto do que marca a coleção como um todo, Menelick de Carvalho escreveu *A Revolução de 1930 e o município* para analisar a questão municipal. Ele não recua a um passado remoto, conforme fez Cândido Duarte; como sugere o título, seu recorte começa no movimento político que levou Vargas ao poder. Com a ótica de um observador participante, ele fornece detalhes da articulação revolucionária, dia a dia, inclusive com trechos de telegramas de outros integrantes do movimento, como Francisco Campos. Como recurso de veracidade do relato, escreve em primeira pessoa em diversas passagens, o que dá ao texto um caráter de depoimento: “No setor em que estivemos...”; “Fazíamos parte do estado maior do 2º batalhão da força policial que operava na Zona da Mata, fronteira do Estado do Rio [...]” (CARVALHO, 1942, p. 17).

Sua narrativa se limita a dois acontecimentos históricos que, em sua visão, tiveram profundos reflexos na organização dos municípios: a Abolição e a República. Ele diz que a Abolição foi apenas o reconhecimento de algo que o povo já havia decretado, num grande exemplo de soberania das massas, que ele designa de “um golpe de revolução popular” (CARVALHO, 1942, p. 31). Tanto, que o Império não conseguiu nenhuma popularidade com o fim da escravidão e caiu no ano seguinte. Os republicanos, fascinados “pela fosforescência superficial da trilogia da liberdade, igualdade e fraternidade” (CARVALHO, 1942, p. 32), acreditaram que bastaria fazer a libertação dos escravos para que o país se regenerasse. Mas a questão era muito mais complexa: a paralisação do braço escravo acabou levando à paralisação do trabalho que, por sua vez, gerou o empobrecimento rural:

A própria multidão servil se desbaratou, sucumbindo vadia e inútil, debilitada e faminta, ao peso insuportável da debacle econômica. Era o fim da civilização rural, de tão assinalado relevo na história do 2º Império. Era a crise aguda entre o estômago sem pão e o cérebro pletórico de idealismo. O drama do romance frente ao drama da vida real (CARVALHO, 1942, p. 33).

A Proclamação da República não teria empreendido esforços para que as adversidades econômicas e sociais tivessem soluções capazes de “curar o mal-estar criado pela Abolição” (CARVALHO, 1942, p. 36). O diagnóstico do autor sobre a Primeira

República é o mesmo do de muitos outros do período: o país permaneceu economicamente dependente, politicamente desorganizado e descentralizado, com uma profunda desconexão entre os interesses políticos e os interesses do povo. Nesse contexto, “o Município em 1930 era, pois, um foco de males políticos e econômicos, em cuja terapêutica tinham fracassado todas as tentativas” (CARVALHO, 1942, p. 29). A tese que Menelick de Carvalho vai defender é a de que foi a Revolução de 1930 o movimento que enfrentou esta e muitas outras questões urgentes do país. A Revolução, portanto, não foi a vitória das armas; foi, antes de tudo, a vitória de um velho ideal que latejava no coração dos que confiavam no “ressurgimento do Brasil” e no aperfeiçoamento da estrutura político-econômica da nação. O objetivo do autor era justamente demonstrar que a importância e a solidariedade do município na preparação, vitória e manutenção das conquistas revolucionárias tinha sido fundamental, razão pela qual a Revolução em marcha “não traiu o seu destino e vem prestando ao Município os mais relevantes serviços públicos” (CARVALHO, 1942, p. 64). O advento do Estado Novo e os dispositivos da Constituição de 1937 finalmente tinham por base a entidade municipal, que passou a funcionar como a verdadeira célula da democracia, a base do regime e a unidade da formação nacional. Para aprimorar ainda mais a gestão dos municípios, Vargas instalou agências de coleta e divulgação de informações sobre as atividades nacionais, além do levantamento de cartas topográficas, tudo sob a gestão de uma grande instituição de assessoria de planejamento político, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A problemática da unidade nacional perpassa igualmente outro livro da coleção, que deve ser ressaltado. Intitulado *Amor à terra*, seu autor era Osias Guimarães, diplomado na Escola Nacional de Veterinária, ex-assistente da cadeira de Zoologia da Escola Fluminense de Medicina Veterinária, ex-chefe do serviço veterinário da Diretoria da Agricultura do Estado do Piauí, e técnico contratado pela Inspeção Federal de Obras Contra as Secas. Sua tese principal é a de que a desigualdade de posições entre diversos estado da federação – provocada, sobretudo, por fatores econômicos – foi a causa primordial do crescimento de ideias separatistas. Antes de 1930, defende ele, vigorava uma situação de marasmo diante das necessidades da população brasileira, havendo áreas do país completamente esquecidas, enquanto outras se desenvolviam. Esta teria sido a grande mudança trazida pela Revolução, que o DIP, em especial pela publicação da coleção *Decenal da Revolução Brasileira*, queria mostrar à população. O governo Vargas, em seus dez anos de realizações, não privilegiou nenhuma área em detrimento de outra.

As atenções do Estado Novo se voltavam para todos os cantos do país, em busca de seu pleno progresso e desenvolvimento – sempre levando em consideração os preceitos técnicos e científicos mais modernos.

Osias Guimarães afirma que a imagem que outrora se tinha do Nordeste era extremamente negativa, por conta das devastações provocadas por bandoleiros, das migrações por causa da seca, das disputas políticas locais e arbitrariedades do governo: “enfim questões que deprimiam consideravelmente o ânimo dos brasileiros ali existentes e causavam a pior impressão possível ao país e ao estrangeiro” (GUIMARÃES, 1941, p. 9). Nesse quadro, ressaltava-se a inércia do sertanejo, como se ele fosse culpado pela falta de orientação política dos dirigentes, que sempre relegaram para um plano inferior o estudo dos problemas que afetavam a região. A situação permanecia a mesma, com pequenas alternativas de êxito, até ser abordada com rara energia, numa obra de sã patriotismo, revelando o compromisso do governo de Getúlio Vargas com o Nordeste, tendo como escopo principal a fixação do homem no sertão. “Tornava-se necessário evitar a retirada do único capaz de ali produzir: o sertanejo” (GUIMARÃES, 1941, p. 11). Por isso, o objeto de estudo do livro era a Inspetoria Federal de Obras Contra as Secas.

O autor desejava que todos os brasileiros conhecessem a atuação desse órgão, seguindo as recomendações do presidente Getúlio Vargas. Citando Euclides da Cunha na abertura do primeiro capítulo – “O sertanejo é antes de tudo um forte” –, resalta que o governo vinha investindo no aproveitamento das “qualidades inatas” existentes no homem dos sertões, “tornando-o apto para colaborar na grandeza da Pátria, o escopo principal da grande obra do Presidente Vargas” (GUIMARÃES, 1941, p. 22). O sertanejo conservava, por seu modo de vida, uma série de virtudes: era trabalhador, resistente, bom chefe de família, empreendedor e hospitaleiro. Vivendo numa luta eterna contra a natureza, enxergava a alegria nas menores coisas. Apreciava a solidão e vivia imerso em seus pensamentos, em contato com a natureza rude que lhe molda o caráter e o meio de vida. O governo estava empreendendo esforços para destruir a ideia de que as terras do sertão nordestino eram inférteis e improdutivas, fazendo obras para possibilitar o desenvolvimento econômico da região, minimizando, assim, os efeitos da seca e do período de cheias. “Só se ama a terra que produz” (GUIMARÃES, 1941, p. 35), e é dessa frase que vem o título do livro. A criação dos meios capazes de fixar o sertanejo é mostrada como a obra-prima do governo Getúlio Vargas, que, através da Inspetoria Federal de Obras Contra as Secas, entregava ao sertanejo uma terra digna de ser amada, pois produtiva.

Para salientar o protagonismo de Vargas, o autor apresenta vários dados econômicos desde o século XIX, e também as despesas dos sucessivos governos com a região, com o intuito de mostrar que tinham sido muito poucas para resolver os problemas e fixar o homem à terra. Até 1877, a ajuda enviada à região consistia apenas na distribuição de esmolas e víveres, com a construção de algumas estradas e a realização de obras de açudagem. Como os impactos da seca de 1877 foram seríssimos, surgiram comissões com a incumbência de estudar a região e apresentar relatórios de suas conclusões ao governo imperial. Segundo o autor, o trabalho foi muito importante, mas faltou a continuação dos serviços indispensáveis à região. Com o advento da República a situação continuou a mesma, com pequenas iniciativas provocadas pelas crises que surgiam¹²⁵.

Constatando a falta de continuidade das políticas anteriores, Osias Guimarães chega à sua tese: “Estava reservada ao Governo Vargas a realização da grande obra de assistência ao Nordeste brasileiro” (GUIMARÃES, 1941, p. 107). Para mostrar que Getúlio desde o início esteve comprometido com a causa, lista todos os açudes construídos no ano de 1931 em caráter emergencial, bem como as rodovias. Na sequência, passa a analisar a ação do decênio Vargas na solução do problema das irregularidades climáticas do Nordeste, discorre sobre os métodos de irrigação, estudos climáticos, desenvolvimento da agricultura, zootecnia, distribuição de mudas e sementes, estudos botânicos e agrológicos. Na lógica do programa do Estado Novo, as obras contra as secas impunham-se, antes de tudo, como um dos fatores que concorreriam para assegurar a unidade política nacional.

3.2.3 “O decênio revolucionário é marcado, sobretudo, pela política social”¹²⁶: direito operário e política sanitária

¹²⁵ O autor ressalta que no governo de Rodrigues Alves foram criadas: a Comissão de Açudes e Irrigação, com sede no Ceará, sob a orientação do engenheiro Piquet; a Comissão de Estudos e Obras Contra os Efeitos das Secas, a cargo do engenheiro José Matos Sampaio Correia; e a Comissão de Perfurações de Poços, tendo como chefe o engenheiro Pereira Reis. Foi também aprovada uma lei orçamentária destinada às obras contra as secas. Na presidência de Nilo Peçanha, sendo ministro Francisco Sá, deu-se a criação de um verdadeiro órgão dos serviços públicos, e com o decreto nº 7.619, teve lugar a instalação da Inspeção Federal de Obras Contra as Secas, que passou a funcionar sob a direção de Arrojado Lisboa, abrangendo a área correspondente a nove estados (do norte de Minas Gerais até o Piauí). Em 1920, no governo Epitácio Pessoa, foi instituída a Caixa Especial das Obras de Irrigação. Esse órgão foi, porém, extinto em 1924 pelo decreto 16.403, fazendo paralisar o grande avanço conseguido nos anos anteriores.

¹²⁶ Frase retirada de: REGO, Alcides Marinho. *A vitória do direito operário no governo Getúlio Vargas*. Rio de Janeiro: Departamento de Imprensa e Propaganda, 1942. p. 28.

A coleção não poderia deixar de dar destaque à política social do governo Getúlio Vargas. *A vitória do direito operário no governo Getúlio Vargas* (1942), de Alcides Marinho Rego, foi uma das monografias premiadas no concurso. O autor, que era médico dos Institutos de Aposentadoria e Pensões (IAPs) e médico assistente da Consultoria Médica da Previdência Social do Ministério do Trabalho, já havia publicado artigos na revista *Cultura Política* sobre temas relacionados a seguro social, trabalho feminino e formação profissional¹²⁷. O concurso ocorreu em 1940, e os artigos da *Cultura Política* são de 1941, o que sugere que Rego pode ter se tornado conhecido pela monografia que submeteu à banca na qual estava Almir de Andrade, editor da revista. A publicação de *A vitória do direito operário no governo Getúlio Vargas* foi divulgada na seção “Livros” do jornal *A Noite*, em 6 de dezembro de 1942, na qual se ressaltou a importância do trabalho para os que se interessassem pelo tema da administração estatal nacional e para os que se dedicassem “aos estudos sociais e suas repercussões no mundo moderno”¹²⁸.

Em seu livro, Alcides Marinho Rego tinha como objetivo traçar o programa de ação governamental desenvolvido durante o período de 1930 a 1940, quando “o espírito de solidariedade humana criou e desenvolveu um novo conceito de relação entre os homens” fundamentado na “concepção generosa e fortalecedora do solidarismo liberal e tolerante” (REGO, 1942, p. 14), em substituição ao antigo princípio do individualismo egoísta e prepotente. O foco da obra do governo, toda ela inspirada pelo presidente Getúlio Vargas, estava na política social que garantira tranquilidade e segurança. Para tal, enquanto o Estado promovia a defesa das energias produtivas na nação, Vargas assegurava, de um lado, a proteção do trabalho e a preservação dos trabalhadores e, de outro, um equilíbrio das diversas classes sociais, baseado no respeito aos direitos individuais, sob a inspiração dos interesses comuns da coletividade.

Em sua narrativa, o autor expõe que a missão histórica da Revolução era reintegrar o Brasil no concerto das nações civilizadas, através de um programa de reforma social. E foi justamente isso que Vargas teria efetivado no último decênio, com uma legislação trabalhista que poderia ser admirada em países de “civilização mais avançada” como exemplo de trabalho fecundo e de justiça social. Para fundamentar sua afirmação, faz uma incursão histórica, falando da Revolução Industrial, da formação do operariado, da

¹²⁷ O Seguro Social e a sua evolução no Brasil. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano I, n. 3, maio 1941; Proteção ao trabalho feminino. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano I, n. 8, out. 1941; Formação profissional no Brasil. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano II, n. 22, dez. 1942.

¹²⁸ *A vitória do direito operário no governo Vargas*, de Alcides Marinho Rego. *A Noite*, Rio de Janeiro, 6 dez. 1942. p. 6.

conquista de direitos trabalhistas em outros lugares do mundo, inclusive nos Estados Unidos e outros países da América Latina. Considerando a realidade brasileira, ele avalia que, entre 1916 e 1930, o avanço da legislação social foi reduzido, devendo ser salientadas, apenas, as leis sobre acidentes do trabalho e as que criaram as Caixas de Aposentadoria e Pensões para os ferroviários e para os portuários. Somente a Revolução de 1930 elevou a condição do trabalhador no Brasil, colocando-o como foco dos princípios da justiça social. E para comprovar seu argumento, divide os capítulos de forma a discorrer sobre tudo o que se estabeleceu após 1930. Em quatro capítulos, o autor percorre todas as leis trabalhistas e previdenciárias, a criação de órgãos fiscalizadores e a criação da Justiça do Trabalho.

Quase todas essas leis que passaram a regular as relações de trabalho no Brasil foram promulgadas durante o período em que Salgado Filho esteve à frente do Ministério do Trabalho, entre abril de 1932 e julho de 1934. Foi um período crucial, “no qual o Estado assumiu a primazia incontestável do processo de elaboração da legislação social, tentando através dela desenvolver uma série de contatos com ‘empregados’ e ‘empregadores’” (GOMES, 2005a, p. 164). Com isso, buscava-se alcançar uma conciliação de interesses em confronto, trazendo os atores sociais para a esfera de colaboração com o ministério. A lei de sindicalização de 1931, estabelecida pelo Decreto nº 19.770, ainda na administração de Lindolfo Collor, baseava-se no princípio da unidade e definia o sindicato como órgão consultivo e colaborativo do Estado. Embora não fosse obrigatória a filiação, apenas os trabalhadores sindicalizados receberiam os benefícios garantidos pela legislação social. Era uma estratégia para minar as dissidências e as organizações independentes, já que as associações operárias eram proibidas de fazer propaganda política ou religiosa.

Os livros da coleção que tratam da questão trabalhista – sobretudo o que se dedica apenas a esse tema – seguem a linha do que Angela de Castro Gomes interpretou como a construção da “ideologia trabalhista” (GOMES, 2005a, p. 181). Encarnando a autoridade estatal, o presidente Getúlio Vargas teria agraciado a classe trabalhadora com a legislação social, antecipando-se a suas demandas, num ato paternal de doação (de bens materiais e simbólicos), que deveria ser aceito pelos trabalhadores, que, em troca, retribuía, numa dinâmica de reconhecimento mútuo, a despeito da desigualdade de posições.

Em termos de política social, intimamente ligada ao tema do trabalho encontra-se a questão sanitária, da qual se ocupou Horácio Cartier no livro *Política sanitária* (1942). O autor aborda o tema de uma perspectiva bastante ampla que, segundo ele, era também

a perspectiva do que se vinha sendo implementado desde 1930: “[...] se imprime às realizações sanitárias propriamente ditas o sulco de um desígnio superior de regeneração da terra e de proteção do homem” (CARTIER, 1942, p. 13). Nesse amplo conjunto, a alimentação popular é tema crucial, já que a subnutrição baixa o rendimento no trabalho e é a causa de uma série de doenças, sobretudo da tuberculose. Getúlio é aclamado por sua visão de conjunto acerca das questões econômicas e sociais da saúde pública, uma vez que os males de saúde atingem muito mais a parcela da população de baixa renda. Nesse quesito, a questão do salário mínimo é apontada como central, pois causa a “melhoria da capacidade aquisitiva das massas, e acaso à condição mais próxima da emancipação econômica do país” (CARTIER, 1942, p. 63). O poder aquisitivo do trabalhador impacta diretamente sua alimentação, e o autor afirma que o governo estaria comprometido não apenas com a melhoria da alimentação popular, mas também com o barateamento do custo de vida: “Considerando a habitação e a alimentação elementos essenciais da vida, veio a legislação social, cuidando de ambas, atenuar desde logo a gravidade dos maiores problemas sanitários” (CARTIER, 1942, p. 62). Horácio Cartier apresenta, então, decretos e leis que, desde a criação do Ministério do Trabalho até 1940, *inflamaram* “os debates em torno à questão do salário mínimo e da instituição das habitações e dos restaurantes populares” (CARTIER, 1942, p. 55).

Ao longo do livro, o autor cita pronunciamentos de Vargas em diversas ocasiões, mostrando que o Estado Novo estava acabando com uma imagem pejorativa segundo a qual o Brasil seria um grande hospital, o que acabava servindo para desqualificar as populações do interior, como se todos fossem doentes e incapazes para o trabalho. Algo que já se transformara. Vargas merecia um lugar de destaque na história da política sanitária do país, não só porque deu apoio aos laboratórios e cientistas como porque atuou na prática, colocando a ciência em ação, ou seja, implementando uma política sanitária planejada e efetiva. Segundo Cartier, “muito pouco se havia realizado fora da atividade de pesquisa” (CARTIER, 1942, p. 114) antes de 1930, embora não se pudesse negar os esforços de diversos cientistas, como Oswaldo Cruz e Carlos Chagas, bem como de campanhas de vacinação e de combate a epidemias, entre outras. Sendo assim, o argumento se constrói de forma a dar a Vargas um lugar junto aos grandes cientistas e pesquisadores.

[...] espelhadas as coisas, quase que é lícito afirmar que, se o passado está longe de ser desmerecido pelo presente no que concerne ao patrimônio científico propriamente dito, não há como negar que esse decênio, sem embargo da plêiade de Manguinhos, redimiu o país dos erros acumulados de um século em questões de política sanitária (CARTIER, 1942, p. 49-50).

À vista disso, Horácio Cartier afirma que o leitor deveria se orgulhar das realizações de assistência hospitalar e de todos os trabalhos de combate à lepra, à tuberculose, à febre amarela, às doenças venéreas, à peste e às endemias rurais. Algumas dessas ações são apresentadas como urgentes para a situação sanitária do país. No caso da tuberculose, o autor afirma que o cerne da questão era a alimentação e a habitação popular, pois “não há sanatórios que bastem”. Além disso, chama atenção para a importância do abastecimento de água e ampliação da rede de tratamento de esgoto, tópicos apresentados como negligenciados antes do último decênio. Vargas também investiu em sanatórios (Cartier detalha a construção ou ampliação de alguns deles), mas sua política era aclamada por sua ampla visão, que compreendia o problema da saúde em sua totalidade.

Os governos anteriores teriam criado apenas um conjunto de leis, baseado em conhecimentos científicos, “mas foram incapazes de trabalhar a realidade nacional, como se todos os planos esboçados para as construções de patriotismo adormecessem nas pastas, e não tivessem outro andamento senão o das leis que se esquecem ou se desprezam” (CARTIER, 1942, p. 112). A fim de mostrar que Vargas foi o único capaz de colocar a política sanitária em ação, Cartier apresenta uma série de dados estatísticos para demonstrar o aumento de verbas e a construção de equipamentos médicos e de órgãos específicos para cuidar de determinadas enfermidades, bem como políticas de prevenção associadas à legislação trabalhista, aumento da renda do trabalhador e melhoria da alimentação popular.

3.2.4 A Revolução Brasileira e a cultura

O grande envolvimento do Estado pós-1930 no campo da cultura foi ressaltado em diversos livros publicados na *Decenal da Revolução Brasileira* e, em todos eles, os autores são categóricos quanto às mudanças positivas realizadas. Francisco Galvão, em *Diretrizes do Estado Novo*, tem uma opinião bastante esclarecedora do tom geral do tratamento do tema na coleção. Vale, assim, a citação:

O Estado Novo é o renascimento do Brasil. As artes, as letras, as ciências tomaram rumos seguros. Incentivam-se os homens de letras, os homens do pensamento. Estimulam-se o teatro e o cinema. De tal jeito o desenvolvimento das forças espirituais brasileiras corre parêlha com o das energias econômicas, que o historiador do futuro será forçado a reconhecer que a época em que vivemos depois do advento do Estado Novo seria a do estádio da renascença

brasileira (GALVÃO, 1942, p. 141).

A obra do Estado Novo na área da cultura era tão decisiva, tão transformadora, que merecia ser comparada com o Renascimento Cultural ocorrido na Europa nos séculos XV e XVI, que havia revolucionado as artes no Ocidente. Um feito desse porte merecia ser posto em relevo numa coleção dedicada ao período. Um livro se destaca especialmente. Trata-se da monografia *Anchieta e Getúlio Vargas*, de Mello Barreto Filho, que apresenta ao leitor a “[...] grande obra de formação do espírito nacional sob os princípios de legítima e profunda brasilidade” (BARRETO FILHO, 1941, p. 13). O autor quer mostrar como, no governo Getúlio Vargas, o cinema, o teatro, a imprensa, o rádio, e as escolas têm sido utilizados como instrumentos de educação popular, o que, para ele, foi a maior realização, entre todas, do decênio:

Socorrendo o teatro, criando o cinema nacional e regulamentando a radiotelefonía, não praticou o Governo, apenas, atos de proteccionismo. Foi muito além. Exerceu função de alta previdência social e armou a Nação, convenientemente, para impedir, em diversos e importantes sectores, a ação dissolvente de fatores estranhos (BARRETO FILHO, 1941, p. 13).

Na análise da política cultural do governo, seu enfoque se dirige particularmente ao teatro e ao cinema. Ele vai recuar três séculos na história, falando dos primeiros anos da colonização do Brasil, com o intuito de destacar dois nomes que considerava decisivos para o teatro brasileiro: José de Anchieta e Getúlio Vargas. O primeiro foi autor das primeiras peças no Brasil, e Getúlio foi responsável pela primeira lei “[...] que cuida convenientemente da arte cênica brasileira, regulando a organização das diversões públicas e construindo, em base sólida, por via de artigos e parágrafos, a maior obra [...] de amparo e prestígio, de proteção e defesa aos artistas e aos autores nacionais” (BARRETO FILHO, 1941, p. 19-20). Embora em épocas tão distanciadas, esses dois grandes personagens históricos, intuitivamente, compreenderam, coordenaram e disciplinaram o poder penetrante e sugestivo da dramaturgia, orientando sua aplicação em sentido humano e civilizador. E concluiu, afirmando que, para o teatro, Anchieta seria o Messias, e Getúlio Vargas, o Mecenas¹²⁹. Ou seja, Barreto Filho, como outros autores da coleção, vai construir uma narrativa histórica que faz “usos do passado” para glorificar a figura de Vargas. Sua estratégia é basicamente a mesma: aproximar as realizações de Vargas daquelas de outras grandes figuras: verdadeiros heróis da história do Brasil. Nesse

¹²⁹ O autor dá grande destaque à atuação de Vargas como deputado, quando, em 1925, se envolveu na campanha pela profissionalização do teatro.

caso, contudo, o personagem escolhido era muito particular: Anchieta, um misto de homem e santo, cuja sabedoria e amor à paz a tudo se sobrepunha para a defesa do Brasil.

O autor se concentra em demonstrar como, a partir de 1930, o Estado passou a atuar como regulador e patrocinador dos meios de comunicação e cultura. Evidencia que, desde o Governo Provisório, se deu destaque à regulamentação da radiocomunicação em todo território nacional, tanto que, em 1932, foram criadas leis visando a proteção dos direitos autorais dos autores de livros, peças teatrais e cinematográficas. Passando para a fase constitucional, ele salienta a instauração da censura do teatro¹³⁰ “investindo as autoridades policiais de poderes bastantes para tornar imediatamente eficientes as medidas realizadoras” da proteção dos direitos autorais (BARRETO FILHO, 1941, p. 98-99). Os termos dos decretos e a abordagem do autor têm a clara intenção de exaltar a preocupação do regime com a questão da nacionalização. No caso do teatro, Barreto Filho ressalta a importância da criação do Serviço Nacional do Teatro, como parte do Ministério da Educação e Saúde, em dezembro de 1937. O objetivo era controlar e incentivar a produção teatral, vista não somente como uma indústria, mas como uma atividade que tem uma missão civilizadora e educativa a cumprir, “tanto quanto as escolas, as universidades, as bibliotecas e os museus – elementos de cultura a serviço da Nação” (BARRETO FILHO, 1941, p. 110).

A preocupação de Vargas em não deixar que a dimensão mercantil se sobrepusesse à dimensão educativa é apresentada como necessária e como uma grande obra civilizatória. O teatro, portanto, era uma das expressões da cultura nacional, e sua finalidade deveria ser elevar e edificar o “espírito do povo”. Por isso, ocupava uma posição tão importante no projeto renovador e nacionalista do Estado Novo.

No âmbito do cinema nacional, é ressaltada a mesma preocupação de Vargas. Dessa forma, a indústria cinematográfica era estimulada como um meio de divertimento, mas que possuía um poderoso caráter educativo. O cinema era visto como um “livro de imagens luminosas, em que as populações praieiras e rurais aprenderão a amar o Brasil, acrescentando a confiança nos destinos da Pátria” (BARRETO FILHO, 1941, p. 135). Nesse sentido, foi realizada, em 1932, ainda no Governo Provisório, a nacionalização da censura dos filmes¹³¹, que até então era de responsabilidade das polícias locais. O controle passou

¹³⁰ Em 1934, com a publicação do decreto nº 24.531 – Regulamento da Censura Teatral e de Diversões Públicas do Distrito Federal.

¹³¹ Através do decreto nº 21.240, de 4 de abril de 1932.

a ser da competência de uma comissão de cinco membros¹³², subordinada ao Ministério da Educação, onde também foi instalado o Instituto do Cinema Educativo. O mesmo decreto fixou a obrigatoriedade da exibição de filmes brasileiros considerados educativos pela Comissão de Censuras. O Ministério da Educação e Saúde Pública deveria fixar, anualmente, a proporção da metragem de filmes nacionais a serem obrigatoriamente incluídos na programação de cada mês, com multa de 200\$00 para os exibidores que descumprissem os termos dispostos nas instruções. Por estas e outras medidas de incentivo à produção nacional, Vargas é apresentado como o pai do cinema brasileiro.

Quando trata da regulação de todas as atividades culturais e de informação, o autor dedica uma parte do livro ao Departamento de Propaganda e Difusão Cultural – órgão que precedeu o DIP – e às atribuições do Departamento de Imprensa e Propaganda, especialmente no que diz respeito à censura única para todo território nacional e à divulgação de valores artísticos nacionais. Ele não só valoriza a criação e a atuação do DIP, como pretende esclarecer que a preocupação com a propaganda e a manutenção de um órgão para esse fim não caracterizaria o Estado Novo como um regime autoritário:

Isso se observa indistintamente em países democráticos, como os Estados Unidos, onde um respeito pela tradição existe ao lado do impulso renovador que lhe orienta a civilização, como também nos regimes totalitários da direita e da esquerda, até o próprio regime soviético, empenhado em desenvolver, pelas artes, o espírito social de sua ideologia. São todos processos de nacionalização, buscando, nas artes, o instrumento adequado, amável, próprio, bem aceito e mesmo requisitado e reclamado pelo público (BARRETO FILHO, 1941, p. 162).

Para concluir sua exposição acerca das obras realizadas por Vargas no plano da cultura, o autor afirma: “Está salvo o teatro nacional. Está criado o cinema brasileiro. Está organizado o serviço de broadcasting no território pátrio” (BARRETO FILHO, 1941, p. 186).

3.2.5 Política externa

O tema da política externa não poderia deixar de ser um destaque quando se tratava de escrever sobre os anos 1930. Foram publicados dois livros sobre política externa na coleção, e a escolha deixou evidente a importância da questão no projeto do

¹³² A comissão de censura era composta por: um representante do chefe de Polícia, um representante do Juízo de Menores, um professor designado pelo MES, uma educadora indicada pela Associação Brasileira de Educação, e pelo diretor do Museu Nacional. Ver: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21240-4-abril-1932-515832-publicacaooriginal-81522-pe.html>>. Acesso em: 6 nov. 2018.

Estado Novo. *A política exterior do Brasil (1930-1940)*, de Jayme de Barros¹³³, foi um dos premiados. Seu autor era diplomata e redator-chefe do jornal *Diário da Noite*, no qual também mantinha uma coluna de crítica literária. Conjugando as atividades de cônsul e jornalista, viajou como representante do Brasil para as capitais da Argentina e do Uruguai em 1942, onde proferiu conferências sobre “a nossa evolução mental”¹³⁴. Uma de suas falas – “Evolución del periodismo en el Brasil” – foi publicada na *Coleção Problemas Americanos*, dirigida por Newton Freitas, em Buenos Aires, ao lado de outros artigos de brasileiros renomados, como Mário de Andrade e Gilberto Freyre. O Departamento Nacional de Propaganda, predecessor do DIP, havia publicado outro livro do autor em 1938: *Sete anos de política exterior do Brasil: aspectos principais, 1930-1937*. Ele foi traduzido no mesmo ano para a língua espanhola – *Ocho años de politica exterior del Brasil*¹³⁵ –, sendo impresso pelos Irmãos Pongetti. Essa iniciativa demonstra a intenção de distribuí-lo para um público internacional, especialmente na América Latina. O livro parece ter sido bem recebido pelo público e pela crítica, de forma que recebeu uma segunda edição aumentada, em 1943, dessa vez editada pela Zélio Valverde. O periódico *Vamos Ler!* apresentou um comentário, ressaltando, entre outros aspectos, a extensa pesquisa feita pelo autor, que se baseava em cuidadoso levantamento documental:

O Sr. Jayme de Barros, que é o sensato crítico literário de um dos vespertinos cariocas, tem publicado, ultimamente, trabalhos bem interessantes sobre os problemas da política exterior do Brasil. Este seu livro de agora, entretanto, representa contribuição inteiramente nova aos estudos que, entre nós, foram tão seguramente iniciados pelo espírito compreensivo e culto de Pandiá Calógeras¹³⁶, nas páginas admiráveis de seus volumes “De Regência à queda de Rosas” e “Estudos Históricos e Políticos”¹³⁷.

Sobre o mesmo tema, editou-se em 1942 *Um decênio de política externa*, de Jorge Maia, que recebeu menção honrosa no concurso de monografias. Maia era funcionário do Ministério das Relações Exteriores, e as questões e abordagem selecionadas em seu livro eram muito parecidas com as escolhidas por Jayme de Barros, o que evidencia o

¹³³ Jayme de Barros nasceu em 1901, na cidade de Campos dos Goytacazes (RJ), e faleceu em 1986, no Rio de Janeiro.

¹³⁴ O jornalismo no Brasil. *Diário da Noite*, Rio de Janeiro, 26 mar. 1942. p. 17.

¹³⁵ Em português, o título do livro se refere aos sete anos de governo (1930-1937) e, em espanhol, embora seja uma tradução, o título abarca oito anos de governo, ou seja, até 1938.

¹³⁶ João Pandiá Calógeras (1870-1934), nasceu no Rio de Janeiro e, aos vinte anos de idade, formou-se engenheiro na Escola de Minas de Ouro Preto. Ocupou diversos cargos importantes, como o de diretor da Secretaria de Agricultura de Minas Gerais e ministro da Agricultura (1897), bem como foi eleito deputado estadual e federal em várias legislaturas. Foi delegado do Brasil à Conferência de Paz em 1919. Por seus diversos estudos na área de história e geografia, foi sócio efetivo do IHGB, graduado em benemérito a 26 de dezembro de 1929.

¹³⁷ Nossa política exterior de 1930 a 1940. *Vamos Ler!*, Rio de Janeiro, 4 ago. 1941. p. 17.

compartilhamento de projetos e preocupações. Ambos pretenderam mostrar ao leitor a dimensão da obra que o governo Vargas estava empreendendo no período, que resultou na construção de uma “Nova Diplomacia Brasileira”. Essa nova diplomacia estaria alicerçada em três pontos principais: na reforma administrativa promovida pelo Ministério das Relações Exteriores, na efetivação de acordos econômicos com diversos países do mundo e no reforço do pan-americanismo. Desde 1931, essa obra de reforma administrativa do Ministério das Relações Exteriores, liderada pelo ministro Melo Franco, tivera início. Nos anos seguintes, após essa ampla reformulação, era possível constatar que “a diplomacia brasileira restaurou, em episódios memoráveis, seu antigo prestígio no Continente, defendendo com decisão e segurança os interesses do Brasil no mundo” (BARROS, 1941, p. 23).

Os dois autores concordavam que as relações exteriores capitaneadas pelo MRE adquiriram um caráter mais prático, mais favorável ao desenvolvimento da indústria e do comércio, num contexto marcado pelos sérios impactos da Crise de 1929. Nas palavras de Maia (1942, p. 15), “[...] a vida internacional adquiriu um aspecto de concorrência, onde a colocação de um produto é, por vezes, um magno problema diplomático, vital para a nação” – o que evidencia que a diplomacia se orientava cada vez mais no sentido dos problemas econômicos. Entre os serviços mais importantes prestados pela política externa, estava a crescente necessidade de defesa e propaganda dos produtos agrícolas e industriais brasileiros no exterior. A fundação de institutos destinados ao estudo e amparo de alguns desses produtos teria criado uma nova política econômica, com repercussão muito útil no exterior, substituindo a liberdade de exportação, que era “favorável à produção de qualidade inferior, responsável pelo nosso descrédito junto aos mercados compradores” (MAIA, 1942, p. 119).

Nos dois livros, destaca-se a atuação de Afrânio de Mello Franco¹³⁸, o primeiro ministro das Relações Exteriores, que elaborou e firmou diversos acordos provisórios e pactos bilaterais com o intuito de defender os produtos brasileiros das muralhas alfandegárias definidas pelos outros países, sobretudo “as nações desenvolvidas” da Europa e os EUA. Na conjuntura econômica mundial dos anos 1930, os acordos comerciais eram necessários para fomentar a expansão da produção brasileira e proporcionar novos mercados à exportação. Vargas teria orientado, pessoalmente, tais políticas, que fizeram o país avançar em direção à sua independência econômica¹³⁹. Como

¹³⁸ Afrânio de Mello Franco foi ministro das Relações Exteriores de outubro de 1930 a dezembro de 1933.

¹³⁹ Para contornar as dificuldades originadas pela crise de 1929, foi realizada em Londres uma conferência

ambos os autores demonstram, essa possibilidade estava intimamente ligada à política industrial de substituição de importações. Jorge Maia chega a reproduzir uma fala de Vargas à imprensa, no início de 1938: “O nosso problema siderúrgico é, a um tempo, um problema de importância vital para a defesa e aparelhamento das nossas exportações e diversificação das fontes de saldo da nossa balança comercial” (MAIA, 1942, p. 124).

Os livros também destacam o profundo engajamento do presidente na promoção do pan-americanismo. Jayme de Barros abre seu livro com uma citação de Vargas que expressa a tônica da diplomacia brasileira nos dez anos de seu governo: “Habitados a cultivar a paz como diretriz da convivência internacional, continuaremos fiéis ao ideal de fortalecer, cada vez mais, a união dos povos pan-americanos.” Ele diz que, desde a Independência, a intenção do Brasil “tem sido a aproximação, ou entendimento, a perfeita inteligência com todos os países da América” (BARROS, 1941, p. 53). Os autores procuram evidenciar que o país não só promove e apoia a cooperação internacional no continente como possui uma posição de protagonista de sua construção.

Em tempos de guerra na Europa, a ideia da manutenção da paz no continente americano estava na ordem do dia, já que a principal potência americana, os EUA, tinham adotado uma posição de neutralidade, que manteve até 1941. E interessava ao Estado Novo mostrar aos vizinhos, sobretudo aos Estados Unidos, que Getúlio Vargas esteve historicamente comprometido com a promoção da união e harmonia. Barros e Maia ressaltam a assinatura, em 10 de outubro de 1933, no Rio de Janeiro, de um tratado antibélico de não agressão e conciliação por seis países: Brasil, Argentina, Chile, México, Paraguai e Uruguai – que, posteriormente, recebeu a adesão mais de vinte – com a ideia de condenar agressão e aquisições territoriais mediante a força das armas. O alinhamento com os Estados Unidos era uma das discussões mais importantes no momento em que o concurso foi realizado. A amizade com os EUA é percebida como uma característica tradicional da política brasileira e os dois autores defendem que o presidente Getúlio

monetária e econômica em junho e julho de 1933. O Brasil se juntou à trégua aduaneira assinada em 12 de maio de 1932 entre França, Itália, Alemanha, Estados Unidos, Bélgica, Japão e Noruega. Mesmo com todos os esforços do Brasil na ocasião, o café sofreu uma série de restrições comerciais no decorrer de 1933 em vários países europeus, pois foram aumentadas as taxas aduaneiras. Outros produtos, porém, passaram a ser exportados em maior quantidade: carnes congeladas conseguiram novos mercados, como o Canadá, e foi facilitada sua entrada na Grã-Bretanha e Itália; frutas aumentaram sua presença no mercado europeu; algodão, manganês e lã para o Japão (devido à guerra comercial com a Índia). As exportações, em 1933, aumentaram 11,1%. Em 1933, a V Conferência Interamericana de Montevideu foi apontada pelos autores como também importante para as relações comerciais no continente. Outros dados como estes são mobilizados nos estudos para dar legitimidade ao argumento de que a política externa do Brasil teria se modificado radicalmente durante a gestão de Getúlio Vargas como presidente.

Vargas não só procurou continuar essa tradição como “deu-lhe um desenvolvimento maior e acabou realizando aquilo que fora a aspiração constante da nossa diplomacia” (BARROS, 1941, p. 272). Como consequência do trabalho desempenhado em Lima pela comitiva brasileira, o presidente Roosevelt convidou Vargas a enviar seu ministro das Relações Exteriores aos EUA a fim de discutir questões de grande importância para os dois países¹⁴⁰. Pouco depois da visita de Oswaldo Aranha ao país, veio ao Brasil o chefe do Estado-Maior do Exército norte-americano, George Marshall, a convite do general Góes Monteiro, que também visitou os EUA na volta dos americanos. Nas palavras de Barros:

No desenvolvimento dessa sábia política internacional americana, a personalidade do Presidente Getúlio Vargas adquiriu enorme relevo, ao lado da figura do Presidente Roosevelt. A amizade secular que une o Brasil aos Estados Unidos aprofundou suas raízes graças a íntima colaboração desses dois Chefes de Estado, que, de mãos unidas, atraíram todos os países americanos para constituírem o mesmo círculo fraterno, fundindo-se num só bloco, a serviço do mesmo ideal (BARROS, 1941, p. 367).

O nome do chefe de Estado norte-americano aparece em destaque porque, segundo o autor, os presidentes anteriores a Roosevelt se afastaram da Doutrina Monroe. Franklin Roosevelt, por sua vez, teria modificado essa orientação e trabalhado ativamente na promoção de relações amigáveis através da Política da Boa Vizinhança: “Se o pan-americanismo é esse sentimento existente na alma de cada cidadão da América, se a Doutrina de Monroe é esse sentimento transformado em fórmula teórica, a política da boa vizinhança é a prática dessas ideias, a fórmula moderna de uma antiga inspiração” (MAIA, 1942, p. 154). No livro de Jorge Maia, as relações diplomáticas do Brasil com países fora do continente americano são tratadas de forma rápida. No caso da Europa, a tônica era ressaltar a neutralidade do Brasil na Segunda Guerra Mundial, com vistas a manter os acordos econômicos.

Em resumo, a política externa do Estado Novo, em 1940, se traduzia em: neutralidade perante o conflito europeu e colaboração com os países americanos. Porém, no decurso dos acontecimentos dos dois anos seguintes, há uma completa mudança de

¹⁴⁰ O convite chegou por telegrama, em 9 de janeiro de 1939. O presidente americano queria que a visita se realizasse de forma mais rápida, se possível já no dia 1º de fevereiro. “Aceito o convite, uma semana depois embarcou para os Estados Unidos o ministro das Relações Exteriores (Oswaldo Aranha), acompanhado do chefe do seu gabinete, o então cônsul geral João Carlos Muniz, senhores Marcos de Sousa Dantas, posto à sua disposição pelo Banco do Brasil, Luiz Simões Lopes, presidente do Departamento Administrativo do Serviço Público, bem como de um secretário particular, o 2º secretário Sérgio de Lima e Silva” (BARROS, 1941, p. 273).

panorama e o Brasil é levado a reorganizar sua política internacional. Em 1943, foi lançada pela editora Zélio Valverde, como mencionado, uma segunda edição atualizada do livro de Jayme de Barros. Todo conteúdo é idêntico ao anterior, exceto por um novo capítulo, que tem o título “A declaração de guerra. Notificações”. Nele, o autor argumenta que a política pacifista do Brasil se conservou, enquanto foi possível, à margem do conflito deflagrado na Europa. Quando os EUA foram atacados, em dezembro de 1941, retomou-se a cláusula assinada pelo Brasil na Conferência Interamericana de Lima, que previa que, em caso de qualquer agressão contra um dos signatários, o ataque seria a todos. Em agosto de 1942, a Alemanha atacou a soberania do país, afundando cinco navios brasileiros no litoral do Sergipe e da Bahia. Por isso, o autor afirmava: “Fizemos tudo para evitar a guerra, mantendo durante quase três anos uma neutralidade exemplar. Mas, quando a luta nos foi imposta, trazida às nossas próprias praias, só nos cumpria aceitá-la, reafirmando as tradições de altivez, independência e virilidade do nosso povo” (BARROS, 1943, p. 302-303).

3.3 Repercussão internacional das comemorações

As comemorações dos dez anos de governo do presidente Getúlio Vargas foram noticiadas na imprensa estrangeira. Os jornais brasileiros fizeram uma ampla cobertura dessa repercussão internacional. De acordo com *A Batalha*, a imprensa italiana acompanhou os festejos do regime brasileiro com “enorme interesse e simpatia”¹⁴¹. Para demonstrar isso, reproduziu um trecho do jornal *Gazzetta del Popolo*:

Em todos os terrenos de desenvolvimento político, econômico e cultural, experimentado pelo Brasil, o país recebeu o impulso dinâmico do sr. Getúlio Vargas. Sob a sua presidência, o Brasil, onde vivem cerca de milhões de pessoas de origem italiana, demonstrou uma grande compreensão política pelos acontecimentos internacionais e um equilíbrio admirável de pontos de vista¹⁴².

A Batalha também destacou a cobertura da agência de notícias da Alemanha nazista. Os jornalistas alemães ressaltaram o papel de Getúlio na mudança do perfil econômico do Brasil, especialmente na diversificação da economia antes exclusivamente dependente do café. Segundo eles: “As relações econômicas, existentes entre a Alemanha e o Brasil têm se aprofundado e têm aumentado grandemente durante esses dez anos”¹⁴³.

¹⁴¹ A imprensa italiana e o Decênio da Revolução Brasileira. *A Batalha*, Rio de Janeiro, 6 nov. 1940. p. 2.

¹⁴² *Ibidem*.

¹⁴³ O presidente Vargas reintegrou o Brasil na posse de si mesmo. Como a agência noticiosa oficiosa do

E o jornal carioca destaca: “Acentua-se em Berlim, que a Alemanha está ansiosa em recomençar as relações econômicas normais” com o Brasil, “uma vez passada a atual borrasca da guerra, a bonança da paz estreitará ainda mais os íntimos laços que ligaram antes da deflagração da guerra europeia o Reich e o Brasil”¹⁴⁴.

O *Völkischer Beobachter*, jornal do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães, publicou um artigo dedicado às comemorações da fundação do Estado Novo, no qual traçou paralelos entre os governos de Getúlio Vargas e Adolf Hitler¹⁴⁵. Da mesma forma como o Führer na Alemanha, o presidente do Brasil teria compreendido perfeitamente que algo tinha que mudar na máquina governamental “cuja marcha normal estava sendo estorvada pelo parlamento antiquado”. Ambos os governantes sabiam que “a verdadeira democracia, o governo do povo para o povo, não se encontra refestelada nas poltronas douradas dos parlamentos, mas sim na simples e sincera boa vontade de um chefe, que apenas tem em vista o bem-estar do seu povo”. O jornal nazista também ressaltava o papel de Getúlio na valorização das Forças Armadas, que seriam importantes não só para a defesa da nação, mas também uma obra educacional, ensinando aos jovens os valores morais dos quartéis. Por fim, compara as iniciativas de Hitler para a nacionalização da Alemanha: “Antes de Getúlio Vargas perguntando-se a qualquer brasileiro pela sua nacionalidade, ele responderia nomeando seu Estado Natal. Hoje em dia, todos respondem uníssonos: Sou Brasileiro! Como Adolf Hitler nacionalizou a Alemanha, Getúlio Vargas, com sua obra de brasilidade, nacionalizou o Brasil.” A rádio alemã transmitiu uma programação especial, dedicada ao Brasil, no dia 10 de novembro de 1940, na qual a Orquestra Filarmônica de Berlim executou músicas brasileiras, entre elas a *Protofonia do Guarani*, de Carlos Gomes¹⁴⁶. Encerrando a transmissão, o Hino Nacional brasileiro foi tocado e cantado pelo coro do Lehrergesang.

Na Argentina, destacaram-se as valiosas contribuições de três publicações do DIP: *Dos jornais, O Brasil de hoje, de ontem e de amanhã* e a coleção *Decenal da Revolução Brasileira*¹⁴⁷. Essa última é apresentada como a de maior importância das três, pois nela foram publicadas as monografias premiadas:

Os nomes de mais notório relevo no mundo das letras da América do Sul aparecem assinando aquelas monografias, todas exatamente iguais na

Reich analisa o Decênio da Revolução Brasileira. *A Batalha*, Rio de Janeiro, 6 nov. 1940. p. 5.

¹⁴⁴ Ibidem.

¹⁴⁵ As comemorações do Decênio da Revolução Brasileira em Berlim. Na imprensa e no rádio. *A Batalha*, Rio de Janeiro, 12 nov. 1940. p. 5.

¹⁴⁶ Ibidem.

¹⁴⁷ O Departamento de Imprensa e Propaganda e “La Razón”, de Buenos Aires. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano III, n. 27, maio 1943. p. 200.

apresentação e feitura editorial. É, fora de dúvida, uma realização de mérito que contribuiu, e contribuirá ainda mais no futuro, para o desenvolvimento e o progresso das atividades culturais no Brasil¹⁴⁸.

As realizações do regime no decênio foram também divulgadas pelo DIP na revista *Travel in Brazil*, sob o título “The International Fair of Rio de Janeiro”. Sem indicação de autoria, a matéria saiu no primeiro volume, em 1941, para registrar os acontecimentos da feira anual do ano anterior, no Rio de Janeiro. Como já foi destacado, a Feira do Rio teve uma exibição de especial interesse: um balanço das atividades do governo brasileiro durante o decênio 1930-1940. Através dela, o visitante poderia “ver e entender claramente os benefícios e realizações trazidas ao país graças a hábil administração de seu presidente, Dr. Getúlio Vargas”¹⁴⁹.

Abrindo o artigo, no topo da página, há uma grande fotografia do presidente em sua mesa de trabalho, com semblante sério e atento. Logo abaixo, aparece o título em letras grandes. A figura de Vargas e o título são os grandes destaques do artigo, que aborda, de forma bastante objetiva e resumida, o que foi tratado na coleção de livros, fornecendo informações sobre a obra realizada por Vargas em diversas áreas e, como nos livros, utilizando dados estatísticos em tabelas, que quantificavam os investimentos das iniciativas.

Imagem 11: Página interna de *Travel in Brazil*, n. 1, de 1941



Fonte: A autora.

¹⁴⁸ Ibidem.

¹⁴⁹ “[...] will be able to see and clearly understand the benefits and achievements brought to the country by the able administration of its President, Dr. Getulio Vargas”. *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, 1941. p. 27.

Travel in Brazil, como veremos, era uma revista de cultura e publicou apenas esse artigo com a intenção mais explícita de exaltar a figura do presidente Vargas e seus feitos. Isso demonstra o quão importante foram essas comemorações e o quanto o DIP investiu nessa divulgação, já que artigos desse tipo não voltariam a ser publicados no periódico.

Os livros da coleção sobre política externa mostraram a importância que tinha este tema para o regime. O Estado novo viveu a intensificação da Boa Vizinhança em decorrência da deflagração da Segunda Guerra Mundial e, em meio as iniciativas de aproximação dos Estados Unidos com os países da América Latina, o Brasil percebeu nisso vantagens e atuou de forma ativa. O DIP e outros órgãos publicaram muito, tendo o público norte-americano como destinatário.

CAPÍTULO 4

Soft power: um panorama da diplomacia cultural entre Brasil e Estados Unidos através dos impressos

Não basta difundir a obra escrita dentro do próprio torrão; é mister leva-la a outros ambientes, a outras sociedades e países, para que aí possam conhecer nossas realizações, avaliar o nosso progresso e estabelecer sobre bases firmes os títulos que correspondem à cultura.

Cultura Política, 1943.

Nos capítulos anteriores, nos concentramos nas diversas produções editoriais que o Estado Novo dedicou ao público brasileiro. Mas, conforme o trecho citado na epígrafe, retirado da principal revista de propaganda do Estado Novo, a *Cultura Política*¹⁵⁰, a divulgação das ideias do regime não poderia ficar restrita às suas fronteiras. Se o Brasil pretendia projetar a imagem de um país em ascensão e galgar espaço no concerto das nações, especialmente no continente americano, era necessário expandir o alcance dessas ideias e da cultura brasileira para o público estrangeiro. E isso foi feito, sobretudo através de uma série de iniciativas editoriais, públicas e privadas, objeto de análise deste capítulo. Veremos que diversos órgãos governamentais estiveram envolvidos na formulação e execução de projetos de difusão cultural, que incluíam diversas iniciativas, desde missões diplomáticas, intercâmbios e cooperação intelectual e artística, até publicação e distribuição de livros e periódicos, estas últimas de particular interesse para nossa pesquisa.

A divulgação do Brasil no exterior nos anos em que Getúlio Vargas esteve no poder foi bastante ampla. Acordos de cooperação intelectual foram assinados com países europeus, como França e Portugal. Alguns projetos foram mais audaciosos, como a discussão da assinatura de um acordo cultural com o Egito, prevendo a criação de uma cadeira de língua árabe na universidade da capital federal. Entretanto, num momento em que se reforçavam os ideais do pan-americanismo e as tensões na Europa anunciavam um novo conflito mundial, o Brasil do Estado Novo investiu mais pesado na aproximação com seus vizinhos do continente americano, sobretudo com os Estados Unidos.

O estreitamento da relação com os ianques vinha acontecendo desde o início do

¹⁵⁰ O Departamento de Imprensa e Propaganda e “La Razón”, de Buenos Aires. *Cultura Política*. Rio de Janeiro, ano III, n. 27, maio 1943. p. 201.

século XX. Quando o Barão do Rio Branco foi ministro das Relações Exteriores, a aproximação com os EUA era uma forma de garantir a hegemonia do Brasil na América do Sul e, aos poucos, se libertar da dominação britânica. Isso coincide com um momento de expansão do poder econômico dos Estados Unidos no continente americano que, nessa época, dominavam apenas o comércio de três países da América do Sul: Colômbia, Venezuela e Brasil. Mas, neste último, a hegemonia norte-americana se limitava ao setor das exportações, não alcançando os investimentos internos no país. A maior oportunidade para a conquista do mercado brasileiro pelos Estados Unidos surgiu durante a Primeira Guerra Mundial, que fechou os mercados da Europa. Já em 1915, os norte-americanos tomaram a liderança de todo o comércio exterior brasileiro, tanto das exportações como das importações, superando a Inglaterra. De 1919 em diante, os EUA foram progressivamente tomando o lugar que as potências europeias outrora ocupavam no Brasil, não apenas em relação ao comércio. A competição com a Inglaterra envolvia, ainda, as fontes de matérias-primas e o controle dos meios de comunicação e transporte. No curso da Primeira Guerra, os Estados Unidos conseguiram quebrar o monopólio da Inglaterra sobre as comunicações telegráficas do Brasil e, após o término do conflito, sobre as jazidas de ferro.

Ao longo da década de 1920, os bancos norte-americanos conseguiram se tornar os principais credores do Brasil, até que, durante o Estado Novo, o país cortou suas relações financeiras com o British Rothschilds em favor de Wall Street. Já em meio à Segunda Guerra Mundial e no curso da Política da Boa Vizinhança, o governo brasileiro se sentiu cada vez mais pressionado a aproximar-se dos norte-americanos quando, mais uma vez, as relações comerciais com os países europeus ficaram impossibilitadas por um novo conflito. Os EUA, usando meios mais sutis do que intervenções diretas e militares, buscavam garantir sua hegemonia política e econômica no continente.

4.1 A Política da Boa Vizinhança: o *soft power* norte-americano e as relações com o Brasil

O secretário de Estado norte-americano, Colin Powell, na ocasião da International Education Week 2001, ressaltou a importância da “amizade” entre os possíveis futuros líderes que tivessem estudado nos Estados Unidos¹⁵¹. Estudantes estrangeiros, disse

¹⁵¹ “I can think of no more valuable asset to our country than the friendship of future world leaders who have been educated here.” Disponível em: <<https://2001->

Powell, geralmente retornam a seus países de origem com uma boa imagem dos valores e das instituições americanas e, muitos deles, acabam ocupando cargos em que podem influenciar políticas (NYE JR., 2004, p. 45). Essa declaração do secretário de Estado, em pleno século XXI, evidencia que o governo norte-americano continua tendo consciência de que a cultura amplia os canais de entendimento e aproximação entre os povos e nações, “contribuindo para diminuir desconfianças e estereótipos com relação à cultura e/ou estilo de vida de outros povos, bem como contribui para quebrar barreiras, estabelecer e/ou consolidar alianças entre os países” (MESQUITA, 2012, p. 270-1).

Esta dimensão cultural das relações internacionais é denominada por alguns pesquisadores como *soft power*, conceito formulado por Joseph S. Nye Jr. O autor define poder como a habilidade de influenciar o comportamento dos outros para obter os resultados desejados. Isso poderia ser alcançado através do *hard power* (quando se utiliza o poderio militar ou econômico), ou através do que denomina como “a segunda face do poder” ou “*soft power*” (NYE JR., 2004, p. 5). Segundo ele, o “poder brando” seria a habilidade de conseguir o que se deseja através da capacidade de atração, convencimento, adesão etc., ou seja, sem coerção ou compensações econômicas explícitas. Esse tipo de poder depende da cultura e ideias políticas do país, além do investimento na mobilização de certos valores para estimular e conformar as preferências dos outros. Outra forma de pensar e nomear a mesma questão surge com a proposição da categoria “diplomacia cultural”, de Edgard Telles Ribeiro, que pode ser entendida como “a utilização específica da relação cultural para a consecução de objetivos nacionais de natureza não somente cultural, mas também política, comercial ou econômica” (RIBEIRO, 2011, p. 33).

Na literatura sobre o tema, o conceito de *soft power* está quase sempre associado à Política da Boa Vizinhança, formulada durante os governos de Franklin Delano Roosevelt, de 1933 até o fim da guerra. Se, no âmbito doméstico, o presidente colocava em prática um novo esquema de governo – o New Deal – utilizando-se fartamente da propaganda para mobilizar a opinião pública, no âmbito externo, a administração de Roosevelt e Summer Welles, seu subsecretário, introduzia também um novo paradigma de relações com seus vizinhos americanos, até então marcadas por intervenções militares e desrespeito aos direitos de soberania nacional dos países latino-americanos. Para a implementação de seu “poder brando”, ou sua diplomacia cultural, os EUA se utilizaram de diversos meios e canais de divulgação, como as publicações impressas, o cinema, o

2009.state.gov/secretary/former/powell/remarks/2001/4462.htm>. Acesso em: 18 abr. 2018.

rádio, o turismo, as artes, bem como a cooperação técnica e científica e o intercâmbio intelectual. Como afirma Nye Jr. (2004, p. 14), o *soft power* não pertence a um governo ou mesmo ao Estado no mesmo grau que o *hard power*. Empresas privadas, universidades, igrejas e outras organizações não governamentais atuam também na promoção do *soft power*, sendo que os governos precisam garantir que as ideias por elas propagadas trabalhem para reforçar os termos de sua política externa oficial, numa confluência enriquecedora.

A ação do *soft power* é estratégica, sobretudo em tempos de guerra. Não é ocasional que os Estados Unidos tenham intensificado sua Política da Boa Vizinhança durante a Segunda Guerra Mundial. Mas, no caso do Brasil, a influência cultural dos Estados Unidos já vinha se acentuando desde o fim da Primeira Guerra Mundial. O cinema, que Hollywood aperfeiçoou em bases industriais, permitiu uma propaganda de massa do *american way of life*, praticamente expulsando os filmes europeus do mercado cinematográfico brasileiro. Para se ter uma ideia, em 1928, quando as primeiras películas sonoras foram lançadas, dos 941 filmes exibidos no Brasil, 402 (quase 50%) eram de procedência norte-americana (BANDEIRA, 1973, p. 208).

No final dos anos 1930, já com a Segunda Guerra a caminho, a administração de Roosevelt estava convencida de que a segurança dos EUA dependia de sua habilidade de dialogar e captar apoio de outros países, havendo uma grande preocupação com a propaganda que a Alemanha fazia na América Latina, mesmo antes do conflito começar. O Brasil havia assinado diversos acordos bilaterais com o governo nazista e, durante os anos 1930, o país passou a ser o segundo maior comprador dos produtos brasileiros, atrás apenas dos Estados Unidos. Em 1939, a Alemanha emitia sete horas de programação radiofônica por semana para a audiência latino-americana, enquanto os EUA ainda estavam na frente, contabilizando doze horas, mas desejando ampliá-las. Tanto que, em 1941, em plena guerra, os EUA já irradiavam programas diariamente, com vários noticiários em português e espanhol. Agências como a United Press e a Associated Press entraram com toda força no Brasil, garantindo, inclusive, sua hegemonia após o término do conflito mundial (NYE JR., 2004).

Certamente, havia uma desconfiança dos Estados Unidos quanto à filiação ideológica do regime varguista. Sobre a aproximação com a Alemanha, alguns líderes militares brasileiros, como Eurico Gaspar Dutra e Góes Monteiro, achavam que seria interessante abrir os mercados brasileiros à Alemanha como alternativa à dependência econômica em relação à Inglaterra e para prevenir a dominação comercial dos Estados

Unidos. Na opinião desse importante grupo de militares, os nazistas conquistariam grande parte da Europa, e os EUA seriam obrigados a aceitar a nova ordem europeia e mundial, enquanto o Brasil se aproveitaria das relações comerciais com ambas as potências. Outros líderes, como o ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha, achavam que a aproximação com a Alemanha conferia uma negativa feição fascista ao Estado Novo e temiam as tendências antidemocráticas de domínio dos militares.

Após o início da guerra, em 1939, quando a competição imperialista de Hitler se deflagrou pelo *hard power*, os alemães começaram a perder as posições que conquistaram no comércio com o Brasil. Os produtos americanos foram tomando nosso mercado e passaram a constituir 33,5%, em 1939; 51,8%, em 1940; e 60,3% das importações brasileiras, em 1941. As importações de produtos brasileiros pelos Estados Unidos, que passaram de 32,2%, em 1913, para 47,1%, em 1927, alcançaram a porcentagem de 53%, em 1944, e 49,3%, em 1945. Nas palavras de Bandeira (1973, p. 249), “a conflagração da guerra na Europa, mais uma vez, favoreceu o pan-americanismo comercial”.

Até a entrada dos EUA na guerra, o que só ocorre após o ataque a Pearl Harbor, em dezembro de 1941, o Brasil tentou permanecer neutro e conservar suas relações diplomáticas tanto com os países do Eixo quanto com os Aliados. Mas, de acordo com o que McCann (1973) apresenta, essa ambiguidade foi sendo sanada à medida que o governo brasileiro realizou esforços para demonstrar sua independência em relação aos países europeus, sobretudo dos regimes fascista e nazista. Especialmente após a oposição argentina aos EUA na Conferência Interamericana pela Paz em Buenos Aires no ano de 1936, o governo norte-americano passou a ver o Brasil como um ponto de equilíbrio ao país vizinho, preocupado sobretudo com o avanço das ideias nazistas e fascistas na América do Sul e com uma possível aliança entre a Argentina e as forças do Eixo. McCann (1973, p. 8) argumenta que a estabilidade política e econômica do Brasil era tão importante para o equilíbrio do continente e para os planos de defesa dos EUA, que Roosevelt não teve outra alternativa senão manter o apoio a Vargas, mesmo após a instauração do regime ditatorial em 1937. Aos olhos dos norte-americanos, Vargas era ou deveria ser um governante nacionalista, comprometido com o desenvolvimento do país, e não uma ameaça ideológica como os integralistas, nazistas ou fascistas, razão pela qual podia e mesmo devia ser apoiado.

Com o decurso da guerra e, em especial, com a entrada dos EUA no conflito, houve necessidade de intensificar as relações com o Brasil para garantir que o país – crucial para o equilíbrio de forças no continente –, permanecesse aliado. Para isso, os

Estados Unidos concederam-lhe recursos e posições estratégicas. Não à toa, os bancos americanos abriram seus capitais ao Brasil, tendo sido feitos acordos de importação altamente favoráveis, como o da carne brasileira, produto até então comprado em grandes quantidades da Argentina. As relações diplomáticas com o Eixo foram revogadas em 1942, e os Estados Unidos passaram a usar o Nordeste do Brasil para monitorar as atividades alemãs no norte da África.

A “opção” do Brasil de alinhar-se aos EUA era estratégica – e vice-versa, já que a base militar em Natal era a principal garantidora de suprimentos militares para a África e o Oriente. A Boa Vizinhança visava garantir, por vias mais brandas e sutis, a efetivação da Política Hemisférica dos Estados Unidos que, segundo Silvana Mesquita (2012), se definia em alguns pontos principais: eliminar a ameaça nazista no hemisfério; usar o potencial militar dos países latino-americanos para tarefas essencialmente defensivas, utilizando suas bases aéreas e navais; e garantir a cooperação desses países com os Estados Unidos e a estabilidade política da região, bem como o pleno acesso dos ianques às matérias-primas estratégicas. Não podemos deixar de considerar que os Estados Unidos estavam dispostos a fazer uso de seu poderio militar, caso as ações do *soft power* não fossem suficientes para garantir seus interesses.

Em seu livro de memórias, Luiz Vergara, secretário de Getúlio Vargas entre 1936 e 1945, relata alguns detalhes de sua visita a Washington D.C. em 1941, momento em que Roosevelt convocou industriais e empresários para conversar sobre a preparação bélica e psicológica para a guerra, já que os rumos dos acontecimentos indicavam que era impossível permanecer sem se preparar para o possível conflito. Ao chegar aos EUA, Vergara encontrou-se com o general Amaro Bittencourt, que o colocou a par de uma situação urgente: o general Marshall, chefe do estado-maior, estava solicitando ao governo brasileiro “o estudo de providências que eram fundamentais aos planos estratégicos” dos EUA. Nos relatórios e estudos confidenciais que foram enviados pelos ianques, havia um ponto que Bittencourt considerava delicadíssimo e urgente – o aproveitamento de instalações de bases aéreas no Nordeste. Apreensivo, teria dito a Vergara, que narra o episódio:

“Essa parte é fundamental na nossa cooperação militar. Está prevista de modo definitivo. É tão séria que se nós falharmos, os Estados Unidos irão ao extremo de instalar e utilizar essas bases mesmo pela força. O presidente precisa saber disso com urgência. Informe-o de viva voz como se falasse por mim”. No dia seguinte transferi-me para Miami e ali tomei o avião da Pan American de regresso ao Rio (VERGARA, 1960, p. 170).

O governo brasileiro, no entanto, soube aproveitar o momento para pressionar os EUA a liberarem o crédito para a construção da Companhia Siderúrgica Nacional sem estar condicionado ao pagamento da dívida externa. A Alemanha já havia feito uma proposta ao Brasil, e Vargas fez questão de deixar claro que, embora preferisse a colaboração dos capitais norte-americanos, estava disposto a examinar outras propostas, caso estes não quisessem cooperar nos termos demandados pelo Brasil. Temendo que esse episódio fosse uma porta de entrada para os germânicos no continente americano, os bancos ianques concederam a abertura do crédito, fato que selou em definitivo a cooperação entre os dois países.

Após a declaração de guerra ao Eixo, pela primeira vez na história, EUA e Brasil trabalharam militarmente como aliados, em especial quando o Brasil resolveu mandar tropas para o cenário da Segunda Guerra Mundial. A Força Expedicionária Brasileira (FEB) foi enviada para a Itália e conseguiu a primeira rendição alemã em território italiano. Essa participação ativa do país na guerra, ao lado dos Aliados, resultou no estreitamento das relações entre as duas nações. A participação do Brasil na Segunda Guerra elevou o país ao status de nação militar mais proeminente da América Latina, e os militares gradualmente passaram a dominar a política nacional. Foi a primeira vez que soldados latino-americanos combateram na Europa, e o Brasil foi o único país da região a enviar tropas ao conflito.

De acordo com McCann (1973, p. 7), o Brasil compreendeu que teria mais a ganhar do que a perder com a conformação da Política da Boa Vizinhança. E de que forma os Estados Unidos realizavam essa política de aproximação cultural com os outros países da América e, através dela, a construção de sua hegemonia no continente? Em termos práticos, várias iniciativas foram levadas a cabo: a criação de uma estação de rádio pan-americana; o aumento do intercâmbio de estudantes, professores e organizações culturais; “e, atendendo sugestão brasileira, envio de colonos à América Latina para fixar residência permanente e desenvolver os países com vastas áreas férteis” (LINS, 2015, p. 41). Já para aumentar o fluxo turístico entre as Américas, o secretário do Interior, Harold Ickes, em 1941, investiu 30 mil dólares em propaganda da U.S. National Parks na América do Sul. Segundo a coluna do jornalista Drew Pearson, seria a “primeira vez que o governo dos Estados Unidos gastaria alguma verba de publicidade entre os bons vizinhos”¹⁵². Para o colunista, era uma tentativa de reverter uma situação desfavorável, já que os norte-

¹⁵² PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-GoRound*. Nova York, 12 jan. 1941. Apud LINS, 2015, p. 43.

americanos teriam sido superados pelo Brasil em termos de publicidade, que gastava muito mais em publicidade radiofônica nos EUA do que o oposto (LINS, 2015, p. 43).

Em agosto de 1940, com a guerra em curso na Europa, para coordenar as iniciativas de promoção da Boa Vizinhança, foi criado, pelo Conselho de Defesa e Segurança Nacional, o Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA)¹⁵³. Suas funções eram mediar as relações econômicas e culturais dos Estados Unidos com a América Latina, de forma a garantir os postulados da política hemisférica dos ianques. A liderança do OCIAA foi entregue ao magnata Nelson Rockefeller, certamente pelo reconhecimento por parte do governo americano do papel de mediador que ele poderia desempenhar. Algo que ficou evidente na composição do grupo que, com ele, conduziu as atividades do Office: todos os escolhidos pertenciam a grandes grupos econômicos dos EUA. Rockefeller construiu um programa de ação que visava, por um lado, auxiliar as necessidades financeiras, agrícolas, educacionais e de saúde na América Latina, e, por outro lado, mobilizar ideias para fortalecer um espírito de união hemisférica, principalmente a de que as Américas deveriam se unir contra os países do Eixo. Em outras palavras, ele ficou responsável pela formulação e execução de programas ligados a artes, ciências, educação, viagem, rádio, imprensa e cinema “através de uma ação conjunta entre o Departamento de Estado norte-americano e o setor cultural privado, visando fortalecer a defesa nacional e reforçar os vínculos entre as nações do hemisfério ocidental” (MESQUITA, 2012, p. 274).

O OCIAA era composto por três divisões – Comercial e Financeira, de Comunicações e de Relações Culturais – e contou com um total de 1.100 funcionários nos EUA e cerca de 300 na América Latina. No OCIAA, a Divisão de Imprensa e Publicações ocupava uma posição importante e estratégica, já que cerca de 200 dos 1.100 funcionários trabalhavam nessa seção em tempo integral nos Estados Unidos, dentre eles alguns brasileiros, como Orígenes Lessa e Raimundo Magalhães, que era funcionário do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). Em seis anos de existência, o OCIAA gastou 140 milhões de dólares na execução de seus projetos de divulgação cultural.

Algumas iniciativas direcionadas ao Brasil podem ser destacadas para dar uma ideia da magnitude do projeto de aproximação cultural levado a cabo naquele momento. Em termos de cooperação intelectual, foi organizado pela Sociedade Felipe d’Oliveira

¹⁵³ Até 30 de julho de 1941, o organismo chamava-se Coordinator of Commercial and Cultural Relations between the American Republics (CIAA), quando mudou para Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA).

junto ao Comitê Rockefeller um programa de intercâmbio cultural entre os dois países que previa tradução de obras e realização de conferências. Além disso, a Fundação John Simon Guggenheim, de Nova York, concedeu bolsas de estudo para artistas e estudiosos brasileiros e para balanços dos estudos sobre Brasil, Portugal e a língua portuguesa nos Estados Unidos.

Embora o OCIAA, subordinado ao Conselho de Segurança Nacional, fosse responsável pela coordenação da política de aproximação cultural, outros organismos também executaram projetos no âmbito da Boa Vizinhança. Havia o Departamento de Cooperação Intelectual da União Pan-Americana, que era responsável pela organização do Concurso Literário Latino-Americano. A premiação incluía dinheiro – entre mil e dois mil dólares dependendo da categoria – bem como a tradução e publicação do livro nos Estados Unidos. As inscrições eram realizadas em Nova York, e poderiam concorrer obras inéditas ou publicadas a partir da abertura do concurso. Concursos como este, bem como o interesse de editoras privadas na publicação de livros estrangeiros, foram responsáveis pela circulação de livros e intelectuais latino-americanos nos Estados Unidos¹⁵⁴. No caso específico do Brasil, diversos intelectuais e artistas já reconhecidos passaram a transitar pelos círculos norte-americanos.

Gilberto Freyre, por exemplo, foi indicado para reger uma cátedra na Universidade de Harvard. Em sua passagem pelos EUA, ministrando aulas nas universidades de Harvard e Indiana, entre 1943 e 1944, o escritor brasileiro negociou a publicação de *Casa-grande & senzala* em inglês com o editor Lewis Hanke. Suas conferências nas já mencionadas instituições de ensino foram organizadas em um livro, intitulado *Brazil: an Introduction*. Para Nicodemo (2015, p. 12), a tradução de *Casa-grande & senzala* teve um papel central na aproximação entre intelectuais brasileiros e norte-americanos, “porque marca um momento em que Lewis Hanke e a Library of Congress atuam como vetores do Departamento de Estado Norte-Americano”, consolidando uma rede de atuação em torno dos “estudos brasileiros” nos Estados Unidos.

O caso de Candido Portinari também é bastante ilustrativo. Após o grande sucesso de seus quadros expostos no prestigiado Pavilhão do Brasil na Exposição de Nova York, em 1939, o pintor recebeu diversos convites para trabalhos e exposições nos Estados Unidos. Em 1940, suas pinturas foram expostas no Museum of Modern Art (MoMA) e

¹⁵⁴ Em 1944, por exemplo, a Chicago University Press lançou uma edição em inglês do clássico de Euclides da Cunha, *Os sertões*, com o título *Rebellion in the Backlands*.

em algumas outras cidades pelo país, e a Chicago University Press editou um catálogo de suas obras. Toda essa divulgação lhe rendeu encomendas de pessoas influentes, dentre elas o próprio Nelson Rockefeller, além de um convite do diretor da Library of Congress, Archibald MacLeish, para que Portinari fizesse a decoração da entrada da recém-inaugurada Hispanic Foundation.

Todo esse movimento de aproximação “de lá para cá” é bastante conhecido e estudado por diversos autores, como Bandeira (1973), Fontaine (1974), McCann (1973), Moura (1986), Nye Jr. (2002) e Prado (1995). Esses estudos se dedicam à Política da Boa Vizinhança com o intuito de demonstrar as ideias que a nortearam, sua execução e seu alcance na América Latina ou, mais especificamente, no Brasil. Pesquisadores como Nye Jr. salientam que os EUA agregaram à exportação de seu *american way of life* o discurso de defesa da democracia americana, dos direitos humanos e das oportunidades individuais, valores que exerceram grande sedução, ao menos no Ocidente, por serem reconhecidos e compartilhados.

Em suas análises, alguns autores ressaltam o caráter imperialista da Política da Boa Vizinhança e, assim, dão ênfase ao poder dos Estados Unidos, que expande seu *american way of life* na América Latina. Na perspectiva de Johan Galtung, por exemplo, o imperialismo “é uma relação de dominação, com uso de violência estrutural, pela qual uma entidade coletiva influencia outra entidade coletiva (produção de bens, instituições políticas, proteção militar, importação de informação e valores)” (SUPPO, 2012, p. 35). Nesse sentido, o fio condutor da política cultural norte-americana seria persuadir e influenciar através de pensamentos, ideias e produtos, o que constituiria parte fundamental de uma política de dominação imperialista. Esse viés de leitura, como se vê, concebe as relações de dominação praticamente como uma via de mão única, apresentando as relações entre os EUA e a América Latina/Brasil de forma bastante maniqueísta, já que os primeiros detêm um poder quase absoluto de influência, enquanto os latino-americanos são vistos como facilmente influenciáveis e/ou como se não tivessem seus próprios referentes culturais.

Contudo, as relações internacionais culturais caracterizadas pelo conceito de *soft power* são marcadas pela mutualidade e reciprocidade. Por isso, é recorrente o uso da palavra cooperação, já que pressupõe a participação ativa dos países que estabelecem relações culturais entre si. Essa relação, porém, pode ser – e neste caso é – desigual, de forma que “um país que continua no centro dos canais de comunicação populares tem maiores oportunidades que se conheçam suas mensagens e de afetar as preferências dos

outros” (NYE JR., 2002, p. 14), como é o caso dos Estados Unidos.

Ainda assim, se, durante a primeira metade dos anos 1940, houve numerosas iniciativas americanas no bojo da Política da Boa Vizinhança, a ocasião também se mostrou oportuna para o Brasil desenvolver sua própria política cultural para o continente. Os exemplos que acima citamos, embora sejam todos de iniciativas projetadas pelos EUA, representam interessantes oportunidades de divulgação da realidade de um Brasil que pretendia se mostrar moderno. Ter um intelectual do nível de Gilberto Freyre realizando conferências pelo território ianque e, posteriormente, assumindo uma cátedra em uma universidade não era pouca coisa. O destaque que Candido Portinari e sua arte alcançaram entre os norte-americanos, sobretudo os que tinham cargos no governo ou em importantes instituições culturais, certamente também valorizava o nome do país.

Porém, vale destacar que a iniciativa privada e o Estado brasileiros também formularam suas próprias políticas de divulgação e aproximação, num movimento “daqui para lá”. Em 25 de setembro de 1941, Cecília Meireles, então diretora da revista de propaganda turística do DIP nos Estados Unidos, *Travel in Brazil*, publicou uma crônica intitulada “Boa vizinhança” na coluna que mantinha no jornal estado-novista *A Manhã*. Nela afirmou: “A boa vizinhança não é um movimento exclusivo dos Estados Unidos com o Brasil, como poderia parecer a alguns, vista daqui. A boa vizinhança ... [linha interrompida]”¹⁵⁵. A diagramação do jornal excluiu algumas linhas, e a frase ficou incompleta. Mas, após intensa pesquisa nas fontes do período, podemos tomar a liberdade de completar o que Cecília quis dizer nessa afirmação, alertando que o movimento de aproximação cultural no continente americano não era exclusividade dos EUA, embora eles possuíssem mais recursos para tal. Durante o Estado Novo, foram intensas as atividades brasileiras de propaganda e difusão cultural no exterior, todas elas resultado de uma sistemática política do regime, que visava projetar o Brasil nas Américas, em momento de evidente transformação do cenário internacional.

Vargas considerava a embaixada do Brasil em Washington como o mais importante posto diplomático do país. Oswaldo Aranha, embaixador entre 1934 e 1937, época em que se tornou amigo pessoal de Roosevelt e admirador dos EUA, recebia 84 mil dólares por ano; o mais alto salário pago a um oficial brasileiro (McCANN, 1973, p. 51). Os Estados Unidos não só eram os principais compradores do café brasileiro e o maior parceiro comercial do Brasil, como tinham capital para investir no

¹⁵⁵ Boa vizinhança. *A Manhã*. Rio de Janeiro, 25 set. 1941. p. 7.

desenvolvimento industrial que Vargas planejava para o país. Nessa perspectiva, o que pretendemos demonstrar é que o movimento de interesse e aproximação dos Estados Unidos com a Boa Vizinhança não era uma via de mão única. De forma mais modesta, o Brasil, como veremos, também empreendeu esforços para se fazer presente e se tornar conhecido em terras ianques.

4.2 *Soft power* à brasileira: o Brasil vai aos EUA

No dia 3 de maio de 1936, o presidente eleito, Getúlio Vargas, apresentou ao Poder Legislativo o anteprojeto de um programa de propaganda do Brasil no exterior. Em determinado momento de sua fala, explicou aos parlamentares por que este era um tema importante e urgente na agenda política brasileira:

Quanto à propaganda para o exterior, não é exagerado dizer que se torna imprescindível, não apenas com o objetivo de atrair correntes turísticas, mas igualmente para que nos centros civilizados se tenha ideia exata do nosso país. Mesmo entre as nações com as quais mantemos intercâmbio econômico permanente e até secular, só em rodas restritas é o Brasil conhecido. Os juízos pejorativos e injustos, que por vezes aparecem em publicações estrangeiras, são, na maioria dos casos, obra mais da ignorância que de má-fé. Por isso mesmo é que se faz inadiável uma campanha de largas proporções, capaz de orientar, no sentido dos nossos interesses, a simpatia e o justo apreço dos homens civilizados de qualquer nacionalidade¹⁵⁶.

A expressão “no sentido dos nossos interesses” mostra claramente a intenção de se fazer algo direcionado e afinado com uma ampla proposta de divulgação político-cultural, que combatesse juízos “injustos”, vigentes “mais pela ignorância do que por má-fé”. A questão é que éramos muito desconhecidos no exterior, algo que corroborava ainda mais a necessidade de os brasileiros conhecerem seu país, como o discurso nacionalista dos anos 1930 insistia. Portanto, um desconhecimento que competia ao governo brasileiro combater e que não era uma iniciativa política nova, nem quando se voltava para dentro, nem mesmo quando visava outros países. Nos anos 1910 e 1920, o foco da propaganda externa do Brasil se voltava para a Europa e a intenção era mostrar que o país caminhava rumo ao desenvolvimento econômico e social – urbanizando-se e industrializando-se – e que, por isso, já merecia um lugar no concerto das “grandes nações”. Bons exemplos são as festas que se realizaram em comemoração ao Centenário da Independência do Brasil, com uma grande exposição internacional, e também os debates que agitaram o

¹⁵⁶ BRASIL. Mensagem apresentada ao Poder Legislativo em 3 de maio de 1936, pelo Presidente da República, Getúlio Dornelles Vargas. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1936. p. 50-51.

movimento modernista nos anos 1920, colocando, mais uma vez na ordem do dia, no campo político e intelectual, a questão da nacionalidade e de suas relações com o “mundo moderno”.

Após a crise de 1929 e durante os anos 1930, pelas razões já elencadas, a divulgação externa do Brasil vai se deslocar para o continente americano, sobretudo para os Estados Unidos. Em carta dirigida ao presidente Vargas, Oswaldo Aranha, então embaixador, alertava:

Que existem neste país [Estados Unidos] correntes favoráveis ao Brasil, especialmente nas elites governamentais e nas classes militares, especialmente na Marinha. Que a opinião americana, que governa essas elites e essas classes, é e será sempre guiada pelas ideias que melhor e mais efetivamente forem propagadas no país¹⁵⁷.

Para “guiar” as opiniões dos norte-americanos, a propaganda foi orientada no sentido de refutar a ideia difundida entre eles de um país autoritário e afinado com os Estados fascistas europeus, além de atrasado e pobre. O Brasil precisava ser visto como “um país vasto, potencialmente rico, democrático (de modo peculiar), moderno e leal aos Estados Unidos” (LINS, 2015, p. 94). Nessa empreitada, os intelectuais ganhavam posição destacada e estratégica. Eles possuíam certas vantagens em termos de diplomacia cultural, de acordo com Mônica Lessa (2002), já que não eram diretamente associados à política de seus países e, por isso, conseguiam atrair confiança e simpatia de seus pares e da opinião pública, além de serem especialistas em suas áreas de atuação.

Como pontuamos, não foi despropositada a aproximação do regime de Vargas com os intelectuais de maior notoriedade do período, tendo vários deles passado a ocupar cargos na burocracia estatal. Muitos serão atuantes também na divulgação de uma imagem internacional de Brasil, funcionando como “verdadeiros” representantes da nação e da nacionalidade. Nos materiais de divulgação produzidos pelo governo e veiculados no exterior, o Brasil é apresentado como o “país do futuro”, cuja força reside em sua peculiar habilidade de conciliar passado e presente no aproveitamento de seus recursos naturais. Num contexto marcado por mudanças decorrentes da crescente urbanização e industrialização, o país seguia a marcha do progresso e da modernização, com projeto de tornar-se uma nação desenvolvida. Entretanto, de maneira própria e singular, até porque para o Brasil ser moderno “não era esquecer o passado e a vida no

¹⁵⁷ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC GVC. 1937.08.31/2.

campo, embora fosse voltar-se para um futuro mais cidadão que não tinha modelos internacionais” (GOMES, 1999, p. 99).

A exposição de Nova York, em 1939, se mostrou uma ótima ocasião para que o Brasil colocasse em prática esse plano de projeção internacional do país. Para dimensionarmos o investimento que o Estado e a iniciativa privada fizeram nesse evento, podemos usar como exemplo o edifício projetado por Lucio Costa e Oscar Niemeyer para abrigar a representação brasileira na mostra e simbolizar o Brasil modernista que o Estado Novo pretendia mostrar ao mundo. Não só o edifício em si, mas toda a composição dos ambientes internos, idealizada pelo arquiteto Paulo Lester Wiener, afirmava a modernidade e a beleza do país. O progresso, material e econômico, expresso na arquitetura aparecia em harmonia com as riquezas naturais e os elementos culturais de nosso passado histórico, exatamente como no Brasil “real”: uma síntese perfeita de modernidade e tradição. Nos jardins, havia espécies nativas da fauna e da flora brasileiras, como vitórias-régias, tucanos, mutuns, marrecos e tuiuiús. Algumas delas, pela admiração que causaram, foram posteriormente doadas ao zoológico do Central Park, a pedido do diretor do Departamento de Parques e Jardins de Nova York. A exposição de pedras preciosas e de peças do barroco das igrejas coloniais dividia espaço com os murais de Candido Portinari, retratando costumes e festas tradicionais de diversas regiões do Brasil.

A forma como o Brasil é apresentado na Feira de Nova York demonstra de forma bastante clara o que Thiago Nicodemo denominou de brasilidade de exportação, referindo-se à apropriação seletiva que o Estado Novo empreendeu do ideário da vanguarda artística, que resultou na “ascensão do repertório de uma brasilidade ‘modernista’ ao panteão da identidade nacional” (NICODEMO, 2015, p. 2). As discussões em torno da questão nacional, que, durante os anos 1920, estiveram mais restritas aos grupos de vanguarda e suas querelas estéticas, passaram a ocupar, nos anos 1930, um lugar central nos debates e na implementação de políticas públicas culturais. O modernismo, como defende Antonio Candido (1984), teria passado por um processo de “normatização” e “rotinização”, de forma que as ideias renovadoras já haviam sido difundidas e se consolidado num repertório conhecido e compartilhado, se não por todos os brasileiros, por grande parte da população, sobretudo a urbana. A política cultural do Estado Novo iria se fundar com base nesse repertório, assumindo para si a responsabilidade de construir o tão sonhado Brasil moderno e, mais do que isso, de mostrar-se moderno ao mundo.

Nicodemo (2015) identifica um perfil comum entre intelectuais que viajaram em

missão de divulgação cultural aos Estados Unidos na década de 1940, como é o caso de Sérgio Buarque, Rubens Borba de Moraes, Gilberto Freyre, Candido Portinari, Villa-Lobos e José Honório Rodrigues, entre outros. Muitos desses intelectuais, militantes das causas modernistas nos anos 1920, passaram a colaborar em projetos dos três órgãos principais que atuaram na promoção da imagem externa que o Brasil queria projetar: o Departamento de Imprensa e Propaganda, o Ministério da Educação e Saúde e o Ministério das Relações Exteriores. O exemplo da batalha travada em torno do nome de Santos Dumont – defendido como o inventor do avião –, estudado por André Fraga (2017), é paradigmático dessa política cultural, ilustrando a presença dos três órgãos. O MRE, o MES e o DIP empreenderam, ao mesmo tempo, esforços para a consagração da figura de Dumont como um grande herói nacional e internacional, enfrentando e desbancando a pretensão norte-americana de reconhecer internacionalmente os irmãos Wright como os “verdadeiros” inventores do avião. Entre as inúmeras iniciativas promovidas pelo Brasil, com apoio de países latino-americanos e da França, encontra-se a publicação de livros e artigos pelo DIP que destacavam o protagonismo de Dumont, como *O Brasil tem asas: passado, presente e futuro da aeronáutica nacional* (1941) e artigos nas revistas *Cultura Política* e *O Brasil de Hoje, de Ontem e de Amanhã*. No mesmo momento, se publicou um livro biográfico dedicado ao aviador brasileiro na coleção *Vultos. Datas. Realizações*. O Ministério da Educação e Saúde, por sua vez, encomendou a produção do livro *Santos Dumont para crianças* (1942), escrito por Arthur de Miranda Bastos, para fazer parte da coleção *Biblioteca Pátria*. Outro volume foi *Santos Dumont e a conquista do ar* (1941), de Aluizio Napoleão, publicado pelo Ministério das Relações Exteriores e traduzido para o inglês, francês e espanhol, o que evidencia o alcance que se queria dar ao nome do grande herói que inventou o avião, projetando o Brasil no mundo de forma incontestável.

Com relativa autonomia, cada órgão atuava à sua maneira em prol do mesmo objetivo, o que gerava iniciativas um tanto dispersas, que demonstravam a competição por espaços de poder no interior da burocracia estado-novista. Uma competição acirrada, especialmente pelo controle do que era considerado como atividade de propaganda do regime e do país, sobretudo após a criação do DIP, em 1939. Como vimos no segundo capítulo, o decreto de criação do DIP previa que ele centralizaria todos os serviços de propaganda, interna e externamente. Muitas dessas funções eram, anteriormente, da alçada do Ministério da Educação e Saúde, que evidentemente reage à perda. Do mesmo modo, o MRE foi parcialmente tolhido, pois, como afirma Roberta Ferreira (2012), ele

acabou ficando responsável apenas pela promoção da “cooperação intelectual”, tema que já vinha sendo tratado, desde o início do século XX, como de extrema importância nas relações internacionais, mas que era vasto e um tanto indefinido. Tanto que a Comissão Internacional de Cooperação Intelectual (CICI), criada pela Liga das Nações em 1921, definiu em uma assembleia, dez anos depois, que a cooperação intelectual

[...] tem por objetivo a colaboração internacional para garantir o progresso da civilização geral e dos conhecimentos humanos, especialmente o desenvolvimento e a difusão das ciências, das letras e das artes. Desta maneira, busca a criação de um espírito propício à resolução dos problemas internacionais (DUMONT-QUESSARD, 2012, p. 46).

No Brasil, o Serviço de Cooperação Intelectual foi criado em 1936 no Itamaraty, mesmo ano em que o presidente Vargas se dirigiu ao Congresso para defender a importância de uma política voltada para propagar uma imagem positiva do Brasil no exterior. Nas palavras de Ildefonso Falcão, então diretor desse órgão, cabia a este “apresentar o Brasil em todos os seus aspectos culturais, aproximando-o, pelo espírito, dos ambientes cultos, do mundo moderno”¹⁵⁸. Além disso, o instituto defendia que, através de publicações, seria possível nos relacionarmos com todo o “mundo culto”. Tais publicações seriam distribuídas por todos os países membros da Liga das Nações, sendo esse trabalho feito por intelectuais, artistas e cientistas de alto gabarito.

A Divisão de Cooperação Intelectual do MRE contava com poucos recursos financeiros, se comparados às verbas de que dispunham o DIP e o MES. Essa divisão, criada em 1937, acabou por não ter grande poder deliberativo na propaganda cultural do Estado Novo, ocupando-se principalmente da concessão de bolsas de estudo e do intercâmbio tecnológico, e lidando com os trâmites da movimentação de professores e pesquisadores entre o Brasil e outros países. Não é difícil perceber que havia uma clara rivalidade entre o MRE e o MES. Gustavo Capanema, o poderoso ministro da Educação, evitava realizar parcerias ou apoiar as iniciativas daquele ministério, ignorando ou recusando, por exemplo, os pedidos de ajuda financeira feitos pelo Serviço de Cooperação Intelectual. Este era responsável pelo pagamento dos professores em atividade no exterior e tentou, diversas vezes e sem sucesso, ampliar o quadro de docentes. Capanema, ao que indica discordava da forma de atuação da DCI e, possivelmente, queria garantir que esta não acumulasse mais prestígio que o órgão equivalente criado no MES. Isso porque, certamente para concorrer com o programa do Itamaraty, o MES criou o Serviço

¹⁵⁸ Entrevista de Ildefonso Falcão. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 2 de fevereiro de 1936.

Brasileiro de Intercâmbio Intelectual (SBII), como parte de um “programa moderno e prático de propaganda cultural do Brasil no estrangeiro”¹⁵⁹.

Inspirado nos modelos de propaganda alemão, russo, italiano e português, o SBII se formou com o objetivo de intensificar a propaganda e a cooperação intelectual, já que a DCI do Itamaraty, na opinião de Gustavo Capanema, realizava “platônicos intercâmbios”¹⁶⁰, inteiramente insuficientes para suprir as necessidades urgentes de se mostrar a “verdadeira imagem do Brasil” ao mundo. Entre os 28 pontos descritos como objetivos do SBII, encontramos a concessão de bolsas para brasileiros estudarem no exterior (o que o MRE vinha fazendo), a criação de cátedras de literatura brasileira nas universidades dos Estados Unidos e da Europa, a subvenção de revistas estrangeiras para a publicação de textos sobre o Brasil, e até a revisão dos livros de história e geografia dos principais países do mundo, a fim de que disponibilizassem informações exatas e atualizadas de nosso passado e presente.

A competição entre o MRE e o DIP era igualmente explícita. Consideradas as atribuições do Itamaraty, os cinejornais produzidos pelo departamento deveriam ser remetidos para as embaixadas e consulados do Brasil no exterior, que ficavam, portanto, responsáveis pela exibição desses filmes em escolas, universidades ou outras instituições interessadas em informações sobre o Brasil. O acesso aos cinejornais, no entanto, nem sempre era intermediado pelo Itamaraty, dado que o DIP recomendava às embaixadas estrangeiras (e até mesmo às brasileiras) que endereçassem seus pedidos de projeção das películas diretamente ao diretor da Divisão de Cinema e Teatro do órgão.

No DIP, a Divisão de Turismo era a que mais mantinha relações com o exterior e os estrangeiros. Entre 1940 e 1945, foi essa divisão a responsável por receber, ciceronear e fornecer assistência aos visitantes estrangeiros, e, no período da Boa Vizinhança, o fluxo de personalidades norte-americanas para o Brasil não foi desprezível. Estiveram no Brasil os jornalistas John Gunther, Ed Sullivan, Vera Kelsey, Philip Carr e Beatrice Irvin; o ator Douglas Fairbanks, e o ator e diretor Orson Welles, apenas para citar alguns exemplos. O próprio presidente Roosevelt veio ao país em duas ocasiões: a primeira em 1936, antes ainda da criação do DIP, e a segunda em 1943, quando se encontrou com Vargas em Natal para a Conferência de Potengi, marco oficial da entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial.

Uma das mais emblemáticas visitas foi a do cineasta Walt Disney, junto com sua

¹⁵⁹ Documento intitulado “Cooperação intelectual”, do MES. APUD FERREIRA, 2012, p. 66.

¹⁶⁰ *Ibidem*.

comitiva de quinze auxiliares¹⁶¹. Ele desembarcou no Rio de Janeiro em 17 de agosto de 1941 com uma equipe de artistas e foi recebido como convidado especial de Lourival Fontes, o diretor-geral do DIP. Como mostra Pablo Hernandez, toda a programação do cineasta no país foi organizada e executada pelo DIP, sendo Disney sempre acompanhado pelo próprio diretor-geral ou por Assis Figueiredo, diretor da Divisão de Turismo. O *Cinejornal* Brasileiro, produção do DIP, registrava todos os eventos dos quais Disney participava, como encontros e reuniões com autoridades e intelectuais de destaque, festas e recepções (HERNANDEZ, 2015).

A visita foi vista pelas autoridades brasileiras como um fator positivo, que poderia favorecer o prestígio do regime dentro do Brasil e contribuir para uma boa imagem positiva do país no exterior. Durante sua estadia no Brasil, Disney teve que cumprir uma série de afazeres e protocolos que iam além da sua atividade como cineasta e transcendiam o interesse em animação e material para novos filmes, já que estava também cumprindo uma função política designada pela OCIAA. Ele foi recebido por muitos intelectuais brasileiros como um grande artista e como um inovador da área cinematográfica (o próprio Disney chamava suas obras de “poemas animados”). Também se encontrou com o ministro da Educação, que demonstrou grande interesse em filmes educativos e apresentou proposta de cooperação de Disney nesta área. Tanto que Disney chegou a assistir, em 3 de setembro, a uma exibição de filmes educacionais brasileiros feita pelo professor Roquette Pinto. A imagem do Brasil a ser construída por Disney circularia mundialmente e isso, sem dúvida, era uma preocupação para os intelectuais brasileiros. No filme, Donald é turista e Zé Carioca, seu cicerone, apresentando as paisagens do Brasil (no caso, do Rio de Janeiro). A ideia do turismo está muito presente nesse estreitamento de laços e, sem dúvida, também no DIP, que procurou agir, influenciando essa representação.

O DIP, o MES e o MRE eram certamente os principais agentes da divulgação do Brasil internacionalmente, mas não eram os únicos. O Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio também empreendia esforços de propaganda em terras estrangeiras, através do Escritório de Informações Brasileiras no Exterior, sediado na cidade de Nova York¹⁶². Suas funções, entretanto, tinham um caráter nitidamente comercial, “no intuito de fomentar a venda de produtos brasileiros a fim de satisfazer os interesses dos cafeicultores

¹⁶¹ Sobre a visita de Walt Disney ao Brasil, ver: HERNANDEZ, 2015.

¹⁶² Escritórios de Informações Brasileiras também eram mantidos nas cidades de Buenos Aires, Paris e Berlim. Em inglês, recebeu o nome de Brazilian Government Trade Bureau.

e demais elites agrícolas de gêneros exportáveis” (LINS, 2015, p. 22). O Brazilian Government Trade Bureau tinha como funções:

Promover o mais amplo conhecimento do país, fora de suas linhas territoriais, cuidando do duplo aspecto da economia brasileira, já promovendo a saída dos nossos produtos e matérias-primas, já procurando atrair aos centros financeiros capitais e recursos que venham a ativar o desenvolvimento da indústria indígena e a exploração racional da terra. Os escritórios têm, ainda, a função de incrementar o turismo, divulgando os valores científicos e artísticos de nossas coisas e dos nossos homens, despertando a curiosidade e a atenção dos estrangeiros para o nosso país não só como excepcional mercado de matérias-primas, mas uma grande reserva de energias e forças civilizadoras, nessa parte do Continente¹⁶³.

O Escritório cuidava, portanto, da propaganda de produtos brasileiros no estrangeiro, inclusive em exposições e feiras internacionais, e também atuava na atração de capitais e turistas para o país. Essa divulgação era feita por meio da realização de conferências, eventos e exibições de filmes, bem como por meio de ampla variedade de materiais impressos. O Ministério do Trabalho (e outros órgãos) remetiam ao Escritório livros, folhetos, fotografias, mapas e dados estatísticos sobre temas brasileiros, com ênfase nos assuntos econômicos. Tais materiais eram distribuídos e/ou mantidos numa sala de leitura anexa ao Bureau. Eram recebidos “não menos do que 150 publicações diversas mensalmente e [o Bureau] era assinante de 92 jornais norte-americanos” (LINS, 2015, p. 55), dos quais se enviava aos órgãos estatais brasileiros recortes das notícias que os interessassem.

A difusão cultural se constituía, sem dúvida, em uma excelente forma de propaganda econômica, e o desenvolvimento econômico era um dos principais motores da política exterior brasileira no período. E, nesse ponto, a dimensão cultural das relações internacionais era vista como crucial, pois permitia defender os interesses nacionais de maneira mais sutil. É o que fica evidente na carta de Landulfo Borges da Fonseca, vice-cônsul do Brasil em Hamburgo, ainda em 1935:

Ninguém ignora que, se nesta época, as relações internacionais se acham mais eivadas de imperativos econômicos e financeiros do que precisamente de obrigações espirituais, a cooperação intelectual, no entanto, [...] é por vezes veículo de melhores aproximações entre os países que compram e os que vendem. Se a par de sermos os maiores produtores de café e grandes fornecedores de matérias-primas formos também mais conhecidos como povo culto, então penso que teremos avançado no caminho da riqueza a passos bem menos difíceis do que até agora. O problema da cooperação intelectual se transforma assim em problema de conveniência mercantil, não sendo ousadia afirmar que os triunfos econômicos devem ter por companheiros os triunfos da cultura intelectual¹⁶⁴.

¹⁶³ Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1935. p. 60-61.

¹⁶⁴ Carta de A. Borges da Fonseca a Mario de Saint-Brisson, cônsul-geral do Brasil em Hamburgo. Arquivo

Durante a Feira Mundial de Nova York, em 1939, o comissário-geral do Brasil no evento, Armando Vidal, organizou uma festa brasileira, chamada Brazilian Champagne Circus, no Sand's Point Bath Club, em Long Island, local das residências de verão dos magnatas norte-americanos. Apesar do nome, o evento não era uma apresentação do champanhe brasileiro, mas com certeza foi “uma excelente propaganda do Brasil em geral”¹⁶⁵. Todo o clube foi decorado com cinquenta bandeiras do Brasil. A orquestra do pavilhão na feira tocou músicas brasileiras, e a cantora Elsie apresentou números de folclore. Aos convidados – todos membros da alta sociedade nova-iorquina – foram oferecidos pacotes de café torrado, mate e charutos, e, em cima de cada mesa, figurava um exemplar de um livro intitulado *Travel in Brazil*¹⁶⁶, além de outros folhetos de divulgação do país¹⁶⁷. Esse livro foi também enviado para universidades, bibliotecas e outras instituições culturais, como o Metropolitan Museum of Art e o Museum of Modern Art.

Esse episódio deixa explícita a função que os impressos cumpriam na política de divulgação cultural do Brasil no exterior. O exemplar de *Travel in Brazil* foi utilizado como um cartão de visitas do país, por meio do qual os convidados da festa poderiam, enquanto degustavam produtos de origem brasileira e ouviam músicas brasileiras, fazer uma viagem pelo imenso território do país através das fotografias que mostravam belas paisagens naturais, cidades coloniais e modernas. Pretendia-se que a publicação alcançasse muito mais pessoas do que apenas os participantes do evento em Long Island, visto que o livro foi distribuído para universidades e bibliotecas públicas.

Podemos perceber que os idealizadores das políticas de divulgação cultural do período priorizavam meios de difusão com rápido poder de persuasão e influência, “destacando-se os setores de publicação e informação, através da divulgação de livros, revistas e jornais respectivamente” (MESQUITA, 2012, p. 279). Os livros poderiam não ter o formato de maior e mais rápido alcance, mas eram considerados os mais efetivos meios, porque atingiam um público-alvo estratégico: os formadores de opinião, intelectuais e mediadores, ou seja, pessoas e/ou grupos que poderiam usar seus cargos e

Histórico do Itamaraty, 542,6, 464/7042, 2 de dezembro de 1935.

¹⁶⁵ O Brasil na Feira de Nova York. *Correio Paulistano*. São Paulo, 6 out. 1940. p. 8.

¹⁶⁶ Antes do lançamento da revista *Travel in Brazil* pelo DIP, foram publicadas duas edições de um livro com mesmo título pela SAVI (Sociedade Anônima de Viagens Internacionais). A primeira edição foi usada para divulgação do Brasil na Feira Internacional de Nova York, enquanto a segunda foi patrocinada e distribuída pelo Departamento Nacional do Café.

¹⁶⁷ O Brasil na Feira Internacional de Nova Iorque. *Correio Paulistano*. São Paulo, 16 out. 1940, p. 3.

influência para propagar as informações. Não foi à toa que os principais destinos das publicações brasileiras feitas para estrangeiros foram as bibliotecas públicas e de universidades. Se o objetivo de uma política cultural internacional é criar uma percepção positiva do país no exterior, era necessário que o próprio Estado construísse e divulgasse essa imagem desejada. Uma busca realizada em acervos de bibliotecas de universidades norte-americanas revelou que o governo brasileiro, nos anos 1930 e 1940 – e até mesmo antes desse período –, produziu e enviou uma grande quantidade e diversidade de materiais impressos para o exterior. O intuito, obviamente, era tornar o Brasil mais conhecido fora de suas fronteiras em todos os aspectos – econômico, social, político e cultural –, de forma a apresentá-lo como uma das sociedades cultas do mundo moderno.

Entre os programas de colaboração cultural entre o Brasil e os EUA, podemos destacar a assinatura de um acordo, em 24 de junho de 1940, que previa uma troca de publicações oficiais entre os dois países. Foram encarregados de executar tal tarefa o Smithsonian Institution e, no Brasil, o Instituto Nacional do Livro. Em muitos dos exemplares consultados em diversas bibliotecas dos Estados Unidos, foi possível observar a presença das inscrições *gift*, *Gift of DIP*, *gift of issuing Office*, feitas a lápis, indicando que o livro ou revista havia sido enviado diretamente pelo órgão de propaganda brasileiro. As inscrições a lápis, aliadas à expressa indicação do DIP como editora da publicação na capa ou contracapa e a significativa quantidade de títulos sob a guarda de instituições norte-americanas, não deixam dúvidas de que o acordo de cooperação não só foi colocado em prática, como foi executado pelo próprio Departamento, e não exclusivamente pelo INL¹⁶⁸. Conforme informações encontradas na revista *Cultura Política*, constatamos que, entre janeiro e setembro de 1942, a Divisão de Turismo do DIP entrou em contato direto com diversas instituições norte-americanas, às quais forneceu livros, revistas, fotografias e informações diversas. Apenas para o escritório do OCIAA, foi enviada uma remessa de 250 livros “escolhidos entre as melhores obras sobre assuntos históricos, econômicos, jornalísticos, etnográficos, sociais e educativos do Brasil”. O Consulado do Brasil em Los Angeles, por exemplo, para atender a Motion Picture Society for the Americas, recebeu, nos mesmos meses, uma grande coleção de discos de música popular brasileira.

¹⁶⁸ Vale dizer que é possível que, antes mesmo de 1940, ano da assinatura do acordo formal, o envio de publicações para os Estados Unidos já era uma prática do DIP, pois encontramos nas bibliotecas americanas publicações datadas de 1939 ou produzidas ainda pelo DNP. Porém, não temos elementos para certificar se foram enviadas logo que foram publicadas ou se foram reunidas posteriormente pelo DIP e enviadas após a assinatura do acordo de 1940.

Outro grande parceiro do Brasil nessa política de colaboração cultural era Portugal. Assim como os EUA, Portugal tinha posição destacada nas relações internacionais, mesmo que por razões diferentes. Em 1940, os lusitanos festejaram o Duplo Centenário do Mundo Português, ao que se seguiu, em 1941, uma vigem ao Brasil encabeçada por Antônio Ferro, diretor do Secretariado de Propaganda Nacional (SPN)¹⁶⁹. Nessa ocasião, os dois órgãos de propaganda, o DIP e o SPN, firmaram um acordo de intercâmbio literário, artístico e turístico. O Acordo Cultural Luso-Brasileiro estava previsto para iniciar em janeiro de 1942, porém apenas em março a Seção Portuguesa – criada dentro da Divisão de Turismo especialmente para esse fim – começou a funcionar. As primeiras iniciativas no Brasil foram a distribuição de suplementos literários de autores portugueses para os principais jornais do país, bem como a publicação da revista *Atlântico*, entre 1942 e 1950.

Em Portugal, a Seção Brasileira criada no SPN recebeu e distribuiu para a imprensa colaborações originais de escritores brasileiros, como Adalgisa Nery, Cecília Meireles, Afonso Arinos de Melo Franco, Afrânio Peixoto, Almir de Andrade, Carlos Drummond de Andrade, Mário de Andrade, Jorge de Lima, entre outros nomes de peso da literatura brasileira. Além disso, os livros editados pelo DIP foram enviados para Portugal. Foi também solicitado às editoras privadas e aos autores a doação de cada livro publicado, para que fossem remetidos à Seção Brasileira do SPN, que os fazia com que eles fossem comentados nas principais seções de crítica literária da imprensa portuguesa. Esse trabalho de divulgação fez com que as exportações de livros brasileiros para Portugal aumentassem. Outra finalidade da seção era estimular o intercâmbio entre as instituições culturais do Brasil e de Portugal, como a Biblioteca Nacional, Academia Brasileira de Letras, Arquivo Nacional, Museu Histórico, Instituto Nacional do Livro e a Imprensa Nacional. A Seção Portuguesa do DIP mantinha, ainda, um serviço regular de informações telegráficas sobre a vida cultural brasileira, fornecendo resumos de artigos, estudos, conferências e entrevistas.

Ainda que existam poucos estudos tomando essa questão e esse grande conjunto de fontes produzido para circular fora do Brasil como objeto específico, há muito se sabe que o governo Vargas, principalmente durante o Estado Novo, considerava a propaganda como um elemento essencial das funções do Estado, donde a criação do DIP e de seus predecessores. Nossa pesquisa em acervos norte-americanos pode dimensionar melhor a

¹⁶⁹ Sobre isso, ver: SERRANO, 2009.

imensa importância que esse país ganhou para a política cultural brasileira do período. Nesse caso (mas certamente também em outros, como o de Portugal), fica evidente que a política editorial de divulgação para o exterior foi efetivamente muito ampla e diversificada, com a participação e a competição de vários ministérios, que chegaram a criar órgãos específicos para tratar do tema. Ou seja, esta foi uma diretriz que extrapolou em muito as funções e a ingerência do Departamento de Imprensa e Propaganda, embora ele mantivesse um lugar central na empreitada. Isso traz novidades aos estudos já produzidos sobre o tema, até porque muitos desses órgãos governamentais, inclusive, publicavam livros e periódicos em língua estrangeira – principalmente em inglês, francês e espanhol. Ainda que se possa perceber que o maior investimento em propaganda estivesse direcionado aos Estados Unidos, as publicações em outros idiomas demonstram uma intenção de atingir diferentes públicos, especialmente o formado pelos vizinhos da América Latina, além, é claro, de Portugal, a quem estávamos ligados por laços fraternais¹⁷⁰.

4.3 *What Brazil offers you: os impressos como agentes da Boa Vizinhança e de propaganda do Brasil nos Estados Unidos*

Diversos órgãos governamentais, vinculados ou não à iniciativa privada, utilizaram-se dos impressos como principal meio de divulgação do Brasil no exterior, de forma que estes podem ser considerados como agentes da Política da Boa Vizinhança e instrumentos do *soft power* do Estado Novo, tanto no continente americano quanto fora dele. Alguns desses órgãos também realizavam uma propaganda comercial setorial, através de intensa atividade editorial, como é o caso do Departamento Nacional do Café (DNC), do Instituto Nacional do Mate e da Delegação do Tesouro do Brasileiro. De natureza privada, podemos citar a American Brazilian Association (ABA), organização de propaganda de produtos brasileiros nos EUA, com fortes vínculos com o Itamaraty.

Muitas dessas publicações eram direcionadas ao público externo, sobretudo aos norte-americanos. Como elas são numerosas, seria impossível analisar detalhadamente cada uma sem escapar aos propósitos desta tese. Porém, é interessante dar ao leitor certo panorama do investimento feito pelo governo de Vargas na edição de materiais voltados para o público estrangeiro e, assim, contextualizar melhor o lugar e a circulação da revista

¹⁷⁰ Sobre isto, ver FERREIRA, 2012.

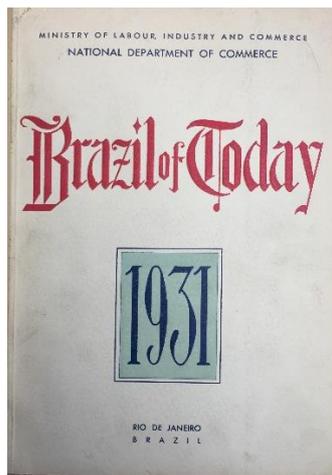
Travel in Brazil, nossa fonte principal e tema do próximo capítulo.

O livro *Brazil of Today* foi publicado em 1931 pelo Departamento Nacional de Indústria e Comércio, órgão subordinado ao Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio (MTIC). Sua primeira edição, contudo, fora em 1929, contendo 106 páginas e textos em português e inglês simultaneamente. As edições posteriores foram ampliadas (174 páginas em 1930 e 216 em 1931) e, por isso, o departamento decidiu publicar edições exclusivamente em português e em inglês. A preparação dos textos e a organização das três edições ficaram a cargo da mesma pessoa: Carlos Alberto Gonçalves, engenheiro agrônomo e primeiro-oficial do departamento. Segundo informações contidas na introdução, os livros seriam distribuídos gratuitamente nos países com os quais o Brasil mantinha relações comerciais, com o intuito de fornecer informações sobre a produção agrícola e industrial, assim como acerca da situação econômica geral do país. Uma versão parecida com a de 1931 saiu em 1934, mas em edição menor em tamanho e com o título *Modern Brazil*, o que evidencia que também era direcionada aos países de língua inglesa. O livro de 1934 também ganhou uma edição bilíngue, em português e francês, chamando-se *Aspectos do Brasil moderno*. A parte em português é acompanhada por ilustrações de produtos brasileiros e alguns mapas temáticos, mostrando características climáticas, geológicas, hidrográficas e a divisão político-administrativa do país. A parte em francês contém, sobretudo, mapas.

Em 1935, o Departamento Nacional de Indústria e Comércio, em parceria com o Departamento Nacional do Café, editou uma nova versão desse mesmo livro, mas em tamanho grande, intitulada *What Brazil Offers You*. Nesse mesmo ano, o Departamento Nacional de Indústria e Comércio publicou *Les Richesses du Brésil*, versão francesa semelhante à última edição de *Brazil of Today*, que, como se vê, tornou-se um texto fundamental em suas várias línguas e formas de apropriação.

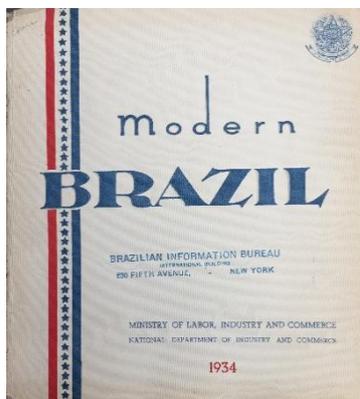
Todos esses livros foram enriquecidos por mapas e gráficos coloridos, além de textos e tabelas. Algumas de suas páginas trazem propagandas de produtos e empresas atuantes no país, como a Bhering Companhia S.A. e a Companhia América Fabril. Abaixo, algumas capas dos livros citados:

Imagem 12: Capa do livro *Brazil of Today*, de 1931 (em inglês)



Fonte: A autora.

Imagem 13: Capa do livro *Modern Brasil*, de 1934 (em inglês)



Fonte: A autora.

Imagem 14: Capa do livro *What Brazil Offers You*, de 1935 (em inglês)



Fonte: A autora.

Livros com abundância de dados econômicos vinham sendo produzidos desde, pelo menos, 1924 pelo Ministério da Fazenda, valendo lembrar que o Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio foi criado em 1930. Encontramos três edições de *Economical data about Brazil*, publicadas em 1924, 1927 e 1929, todas pela Imprensa Nacional. O exemplar de 1924, consultado na biblioteca da Universidade de Harvard, possui um carimbo na capa, onde se lê “*From the Brazilian Consulate General, 17 State Street New York*”, o que indica que a distribuição desse tipo de publicação, na Primeira República, ficava a cargo do Ministério das Relações Exteriores. Encontramos ainda diversos livros em inglês publicados com o mesmo propósito, nas décadas de 1910 e 1920, pelo Serviço de Informações do Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio. Entre eles, por exemplo, *Economical notes of Brazil*, escrito por Idelfonso Simões Lopes em 1921.

A proposta de editar livros, distribuindo informações econômicas sobre o Brasil no exterior, não foi, portanto, uma novidade trazida pelo governo de Getúlio Vargas após 1930. O que conseguimos observar, porém, é que houve uma grande intensificação dessa política, com envolvimento cada vez maior de novos ministérios e departamentos, criados ou ampliados, além de uma significativa melhoria na qualidade das edições. Os livros do pós-1930 trazem capas e ilustrações coloridas, além de diagramação moderna e papel de melhor qualidade. Tudo isso reflete não só um maior investimento estatal nesse tipo de publicação como o próprio desenvolvimento do mercado nacional de livros, sobretudo nos aspectos técnicos.

A publicação da Constituição do Brasil, de 1891, em línguas estrangeiras também era uma realidade anterior à chegada de Getúlio ao poder. Em 1929, a Imprensa Nacional produziu *Constitution of the Republic of the United States of Brazil*. Essa publicação não especifica que departamento ou ministério teria sido responsável pela edição, mas o exemplar consultado na biblioteca na Universidade de Harvard contém uma inscrição a lápis que indica que o livro foi enviado diretamente pela Secretaria de Estado, situada na capital federal do Brasil. As Constituições de 1934 e 1937 também ganharam versões em inglês e foram distribuídas nos EUA. Em 1938, o DIP publicou, numa versão de bolso (o que denota o desejo de grande circulação), *The new Constitution of the United States of Brazil*, impresso na empresa gráfica da *Revista dos Tribunais*, em São Paulo. Já em 1941, com a sigla do DIP, a Constituição voltou a ser publicada em inglês, atualizada com as leis constitucionais 1, 2, 3 e 4, que haviam sido adicionadas ao documento em 1938 e 1940.

O já mencionado Brazilian Government Trade Bureau, criado em 1935, para além da distribuição de materiais recebidos de diversas entidades brasileiras, mantinha uma publicação própria: a revista *Brazil Today*. Esta foi a única revista oficial do governo brasileiro, impressa em território ianque, circulando entre setembro de 1940 e fevereiro de 1942. Ela era vendida por \$0,20 e também distribuída para instituições educacionais e bibliotecas dos EUA e Canadá, bem como a funcionários públicos, organizações turísticas e comerciais, empresários e órgãos da imprensa norte-americana. Entre os principais temas que abordou em seus onze números e um ano e cinco meses de vida, destacam-se matérias sobre “datas comemorativas, geografia, história, arte, descrição de produtos comercializáveis, turismo, obras públicas, personalidades, comércio, estatísticas e dados governamentais” (LINS, 2015, p. 59). É possível depreender, pelo tempo de duração do periódico e pela importância do Bureau, que *Brazil Today* foi uma publicação influente, atingindo amplo e diversificado público.

A partir de 1938, o MRE forneceu subsídios para uma revista, produzida pela American Brazilian Association (ABA), que existia desde 1927 e reunia representantes do governo brasileiro e homens de negócio norte-americanos¹⁷¹. Seu principal objetivo era aumentar as relações comerciais e turísticas entre o Brasil e os Estados Unidos. A revista, cujo nome é *Brazil*, foi lançada no mesmo dia em que foi fundada a ABA, 15 de novembro de 1927, com o propósito de cumprir com os objetivos da associação: divulgando o país, sobretudo o café brasileiro nos Estados Unidos (LINS, 2015, p. 86). No acordo feito em 1938, o MRE pagaria por 500 exemplares mensalmente¹⁷². Desses, 100 seriam enviados ao Brasil e os outros 400 seriam distribuídos a bibliotecas públicas, universidades, associações comerciais e outros órgãos norte-americanos nos quais a divulgação do país fosse estratégica. Diante do sucesso rapidamente alcançado pela publicação, o MRE passou a adquirir e distribuir 1.200 exemplares. Entidades diretamente interessadas na venda do café brasileiro, como o Departamento Nacional do Café, também patrocinaram a revista, que abria espaço para anúncios diversos a um custo de cem dólares por página.

A intensa e bem cuidada atividade editorial do Departamento Nacional do Café merece ser destacada. Criado em 1933 como uma autarquia federal vinculada ao

¹⁷¹ Em 1927, o cônsul-geral de Nova York, Sebastião Sampaio, “reuniu-se com representantes de grupos empresariais e demais ‘amigos do Brasil’ para criar uma organização que pudesse promover ‘relações amistosas, sociais e culturais’ entre Brasil e Estados Unidos” (LINS, 2015, p. 82).

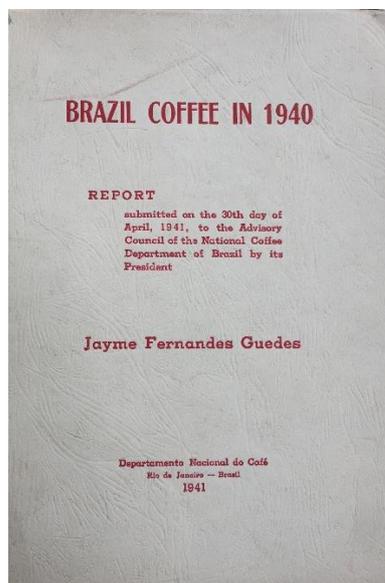
¹⁷² De acordo com Lindercy Lins (2015, p. 89), cada exemplar da revista custava \$0,20, acrescidos de dois centavos de postagem.

Ministério da Fazenda, efetivou-se como órgão executor da política cafeeira do país. Na década de 1930, sua atividade era urgente, visto que a participação do Brasil no mercado mundial de café havia sido reduzida de 60%, entre 1931-1935, para 50%, em 1937, em benefício da Colômbia e de países africanos. Para reverter essa situação, o DNC formulou uma política de valorização do café brasileiro, baixando os preços do produto e reduzindo os impostos de exportação, de forma a torná-lo mais competitivo no exterior. Ao lado dessas medidas, o departamento elaborou uma política para estimular o hábito de consumo de café, de preferência o brasileiro, através de iniciativas editoriais intensas e diversificadas. Percebe-se que o foco das publicações era os Estados Unidos, pois era expressiva a quantidade de material em língua inglesa. Além disso, era direcionada a públicos muito diversos, inclusive ao público infantil. Desde 1865, os EUA eram o maior consumidor do nosso café. No ano de 1912, os norte-americanos compravam 36% de toda produção brasileira do produto. Com a eclosão da Segunda Guerra em 1939, o mercado internacional estava praticamente bloqueado e as trocas de mercadorias com a Europa, inviabilizadas. Os norte-americanos, aos olhos do Departamento Nacional do Café, eram praticamente a única alternativa possível para garantir as exportações, minimizar os impactos na balança comercial brasileira e não gerar grandes prejuízos aos cafeicultores. É fato que o café havia, desde a crise de 1929, perdido sua majestade e não mais comandava a economia brasileira, passando a dividir espaço com outros produtos agrícolas e manufaturados. Mas, ainda assim, era o principal produto de exportação do Brasil, e a grande quantidade de impressos que o DNC publicou para serem distribuídos nos EUA demonstra seu grande investimento para tentar ampliar a venda de café para o mercado ianque.

Alguns materiais possuem as feições que se espera encontrar entre as publicações de um órgão que cuida de assuntos econômicos. Relatórios, como *Brasil Coffee in [ano do relatório]*, foram produzidos entre 1938 e 1943. Versões em língua inglesa de relatórios encaminhados pelo presidente do DNC, Jayme Fernandes Guedes, ao Conselho Consultivo do departamento, que era constituído por um representante das associações de produtores de cada estado cafeeiro do Brasil e um representante comercial de cada porto de exportação – Rio de Janeiro, Santos (SP) e Vitória (ES) –, também ganharam circulação. Eles eram uma espécie de balanço das atividades do DNC e da situação da produção e comercialização do café brasileiro em determinado ano, bem como apresentavam previsões e planejamento para o ano seguinte. Todas as edições eram impressas no Brasil para depois serem encaminhadas aos EUA, e continham apenas textos

em seu conteúdo, ou seja, não havia imagens ou mapas, como em outras publicações, o que certamente se devia a seu objetivo de dar mais informações sobre o produto do que fazer sua publicidade. Mas isso não significava que recebiam menos cuidados gráficos.

Imagem 15: Capa do relatório *Brazil Coffee in 1940*



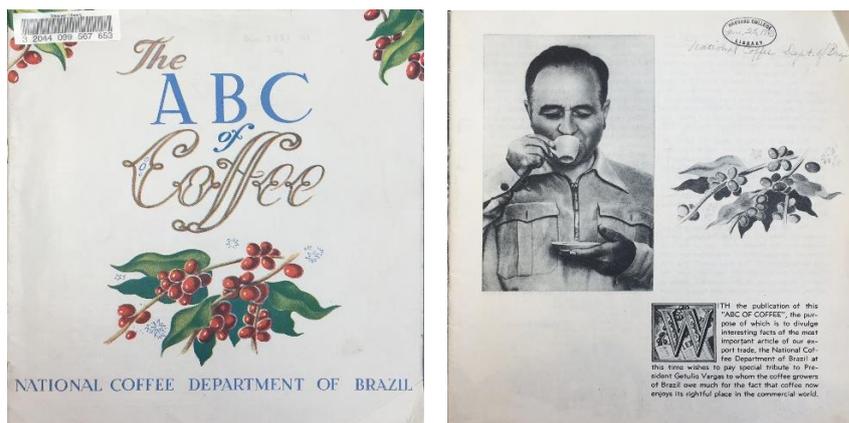
Fonte: A autora.

Edições como essas, com viés mais econômico, não foram as que receberam mais investimento por parte do DNC. O folheto *The ABC of Coffee*, editado em 1941¹⁷³, é bastante ilustrativo do formato de publicação que o departamento priorizou em seu programa editorial para estrangeiros, de corte mais publicitário. Com capa colorida, nela se encontra o título em letras estilizadas, acompanhado de uma bela ilustração de um ramo de café, enquanto outros menores decoram as margens superiores. O grande destaque são as abundantes fotografias de fazendas de café e de todo o processo de produção e comercialização do produto. Assim que o leitor abre o folheto, depara-se, já na primeira página, com o presidente Getúlio Vargas tomando o famoso “cafezinho” brasileiro com uma expressão de deleite. Nas últimas páginas, algumas receitas com café entre os ingredientes, todas adaptadas ao gosto e aos costumes do público norte-americano, como *New England cake*, *Iced mocha* e *Coffee ice cream*. Junto às receitas, a ilustração de uma mãe servindo café a sua filha, com a legenda “Café – uma alegria para as crianças”¹⁷⁴.

¹⁷³ Foi publicado também em francês e espanhol.

¹⁷⁴ No original: “Coffee – a joy to children”.

Imagens 16A e 16B: Primeira página e folha interna, respectivamente, do folheto *ABC of Coffee*



Fonte: A autora.

Muitos outros folhetos semelhantes foram publicados, entre os quais se destacam *This is Brazilian Coffee* (1940), *Brazil Coffee in World and Picture* (1940) e *Brazil... the Land of Opportunity* (1941). De acordo com relatórios publicados na grande imprensa, o Departamento Nacional do Café lançava, anualmente, o *Coffee Calendar*¹⁷⁵, em inglês e espanhol. O Calendário do Café possuía um suporte na parte de trás – um pé americano –, e também uma fita verde e amarela presa em formato de arco, podendo ser usado como um calendário de mesa ou de parede. Cada página continha uma fotografia destacável, que podia se transformar em um cartão postal a ser enviado a alguém, o que multiplicava a circulação do impresso. As cenas retratadas mostravam folhas, flores e frutos das espécies de café cultivadas no Brasil, por vezes dividindo espaço com trabalhadores em ação nas lavouras ou posando para fotos, como a que vemos abaixo, numa das páginas de um exemplar de 1943.

¹⁷⁵ Segundo as informações que conseguimos mapear, o DNC publicou o *Coffee Calendar*, pelo menos, entre 1941 e 1943.

Imagens 17A e 17B: Capa e folha interna, respectivamente, do *Coffee Calendar*, edição de 1943



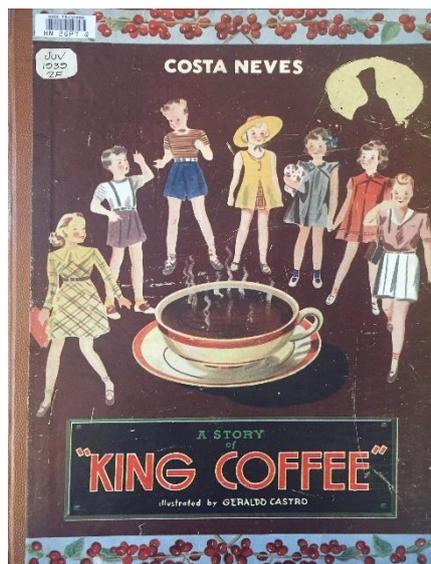
Fonte: A autora.

Entretanto, talvez a publicação mais interessante do DNC seja *A Story of “King Coffee”*, de 1939. Dedicado às crianças norte-americanas, o livro foi escrito por Costa Neves e lindamente ilustrado por Geraldo Castro. Trata-se de uma versão de *História singela do café*, do mesmo ano, que, de acordo com matéria do *Diário de Notícias*, foi feito para ser “distribuído no dia do Brasil (7 de setembro), a todas as crianças das escolas americanas”¹⁷⁶. Theophilo de Andrade, em crítica publicada no mesmo jornal, aplaudiu a iniciativa de Costa Neves e do Departamento Nacional de Café por mandarem distribuir tão interessante história “aos filhos de nossos fregueses”¹⁷⁷, que seriam, no futuro, “ardentes propagandistas” do artigo no qual, naquele momento, ainda se baseava o comércio exterior do país.

¹⁷⁶ O Brasil na Exposição de S. Francisco da Califórnia. A obra de propaganda que está sendo realizada pelo Departamento N. do Café. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 28 abr. 1939. p. 3. Quinhentos exemplares do livro em português foram enviados pelo DNC ao Instituto Nacional do Livro, que se encarregou da distribuição destes para instituições de ensino do Brasil. Uma edição em espanhol também foi editada e distribuída na América Latina.

¹⁷⁷ Bolsa de Café. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 10 jun. 1939. p. 10.

Imagens 18A e 18B: Capa e folha interna, respectivamente, do livro *A Story of "King Coffee"*



Fonte: A autora.

A história do café é contada aos pequenos em 65 páginas ilustradas. O café é apresentado como a maior fonte da saúde e da alegria dos brasileiros. Na página reproduzida acima, Costa Neves estabelece uma relação direta entre o consumo de café e o nível de desenvolvimento social. Após apresentar os países onde a população mais consome o produto (“quilos *per capita*”) – Suécia, Noruega, Dinamarca, Estados Unidos, Finlândia e Bélgica –, ele se dirige a seu leitor: “E agora, meus jovens amigos, vocês viram os fatos. As nações mais intelectualizadas e civilizadas são as maiores consumidoras de café.”¹⁷⁸

A Story of "King Coffee" foi uma das iniciativas de divulgação promovida pelo DNC na Golden Gate International Exposition, em São Francisco, Califórnia, que merece menção por exemplificar o grande investimento feito pelo órgão em propaganda do café e do Brasil. O DNC preparou não só um pavilhão de exposição e degustação do principal produto de exportação brasileiro, como investiu pesado na divulgação do café, através de primorosos materiais impressos. Foram produzidos 20 mil álbuns com cartões postais contendo imagens de todo o Brasil; 700 mil folhetos, em rotogravura, com vistas de fazendas de café; e 200 mil folhetos sobre o café brasileiro. Para mostrar aos norte-americanos o “alto nível cultural brasileiro”, foi elaborado um álbum artístico, com 54 aplicações fotográficas dos mais importantes quadros do Museu Nacional de Belas Artes.

¹⁷⁸ No original: “And now my young friends you have seen the facts. The most intelligent studious and progressive nations are the greatest consumers of coffee.” NEVES, Costa. *A Story of "King Coffee"*. Rio de Janeiro: Departamento Nacional do Café, 1941. p. 59.

No pavilhão do Brasil na exposição, os mostruários de turismo e café eram os de maior tamanho, ocupando cada um deles uma sala inteira. Os visitantes se sentiram muito atraídos, segundo o jornal *Diário de Notícias*, pela exposição de uma coleção de pedras semipreciosas e pelos mapas em relevo que mostravam as linhas aéreas brasileiras, bem como as linhas rodoviárias e ferroviárias. Através de todas essas “realizações”, os norte-americanos tinham “ideia do progresso do Brasil, nação pela qual, neste momento, mostram maior interesse”¹⁷⁹. Não se tratava apenas de fazer divulgação de um produto e fechar acordos comerciais favoráveis à economia brasileira. Todo esse sucesso devia ser acompanhado da promoção de uma imagem positiva do Brasil entre os ianques, com a intenção de contribuir para uma aproximação não só econômica, mas também cultural. Mostrar que o Brasil não era um país atrasado, mas civilizado e moderno, era decisivo para se ganhar um lugar de destaque e parceria com o país hegemônico do continente.

4.3.1 As edições do DIP para estrangeiros

É muito importante observar que a propaganda do DIP no exterior – diferentemente da que é direcionada ao público interno – não está tão centrada em afirmar Getúlio Vargas como grande líder e estadista, em fortalecer sua imagem ou em destacar seus grandes feitos no poder, sobretudo durante o Estado Novo. No capítulo anterior, vimos que esta era a tônica que guiava não só a coleção *Decenal da Revolução Brasileira* mas toda a produção editorial do DIP para o público brasileiro. Nessas publicações, os avanços do país nas mais diversas áreas são aclamados pelos autores, que dão a perceber que a grande obra de Getúlio para os brasileiros foram as políticas sociais por ele implementadas, com destaque para a política trabalhista.

Já na propaganda que o DIP direcionava aos estrangeiros, o objetivo, sem descuidar de Vargas em nenhum momento, era enfatizar o progresso econômico e intelectual que o país alcançara. Obviamente, tal progresso era atribuído a Getúlio Vargas, apresentado como o grande estadista que tornou real a grande obra de modernização. Mas ele não era sempre o foco principal desse discurso de propaganda. Alguns temas ou aspectos centrais desse processo de transformação do país ganham centralidade, o que torna a forma de abordá-los nas publicações essencial. Em geral, todos os temas escolhidos têm vínculos estreitos com as questões mais sensíveis do governo Vargas em

¹⁷⁹ O Brasil na Exposição de S. Francisco da Califórnia. A obra de propaganda que está sendo realizada pelo Departamento N. do Café. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 28 abr. 1939. p. 3.

um determinado momento. Em se tratando de política externa nos anos 1930 e 1940, a elevação do status do Brasil no exterior era não só necessária como urgente, passando, justamente, pelo enfrentamento bem-sucedido de questões consideradas fundamentais para o desenvolvimento de um país.

A propaganda do DIP se utilizava dos mais diversos recursos e materiais. Houve investimento tanto na divulgação de notícias e notas, destinadas a atingir um grande público através da imprensa, como na produção de livros e periódicos direcionados a um público mais restrito/segmentado. A Agência Nacional – que, como vimos, passou a funcionar como um grande jornal dentro do DIP – enviava artigos e notas a 2.225 jornais no exterior, além de editar folhetos e boletins informativos em inglês, francês, espanhol e alemão. Grande parte deles era distribuída em casas comerciais, bolsas de valores e consulados. Jornalistas estrangeiros no Brasil poderiam, ainda, utilizar as instalações da Agência para trabalhar e consultar fontes de pesquisa.

Já ficou claro que a publicação de livros direcionados ao público norte-americano era uma realidade muito antes da eclosão da Segunda Guerra Mundial¹⁸⁰ e, portanto, uma preocupação do órgão que precedeu o DIP, o Departamento Nacional de Propaganda. Sem indicação de data, mas provavelmente em 1938, foi publicado *Brazil: a political and economic study of the country*. Seu conteúdo é bastante parecido com alguns livros e folhetos publicados pelo Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, trazendo informações geográficas, históricas e políticas sobre o Brasil. Mas, graficamente, as edições são bastante diferentes: o livro do DNP contém apenas texto, enquanto os do MTIC têm maior apelo visual, contendo uma grande quantidade de mapas e ilustrações coloridas. A distribuição parece ter ficado a cargo do Conselho Federal de Comércio Exterior¹⁸¹, já que o exemplar consultado na Universidade de Harvard possui um carimbo do órgão na folha de rosto. Uma versão atualizada da publicação de 1938 foi feita em 1942, com o título *Facts and Information about Brazil*. Como se vê, mais uma vez os órgãos de propaganda governamental se utilizavam de um impresso já existente e que havia sido bem aceito para atualizá-lo em nova edição, maximizando recursos e conquistando públicos.

Livros com dados econômicos, porém, não eram o foco das publicações do DIP

¹⁸⁰ Antes da Segunda Guerra Mundial, os órgãos de propaganda publicaram também livros direcionados ao público europeu, como é o caso de *Le Brésil: caractéristiques, géographiques, économiques, historiques, sociales, politiques et intellectuelles* (1937), publicado em francês.

¹⁸¹ Sediado na Avenida Presidente Wilson, 281, na cidade do Rio de Janeiro.

para os EUA, que recaiu, sobretudo, na divulgação turística e em temas ligados à política externa, com ênfase nas relações que se estabeleceram historicamente entre os dois países e no protagonismo de ambos na promoção do pan-americanismo. Bem ilustrativo é o livro *Two Revolutions – F.D. Roosevelt & G. Vargas* (1941), que já na capa expressava ser “*a Good Neighbor report by Danton Jobim*”¹⁸². No exemplar consultado na biblioteca de Harvard, há um carimbo com inscrições a lápis indicando que o livro foi enviado pelo Departamento de Imprensa e Propaganda e recebido em 29 de outubro de 1941. No Brasil, ele foi originalmente publicado pela Civilização Brasileira (ligada à Companhia Editora Nacional) em 1940, com o título *A experiência de Roosevelt e a Revolução Brasileira*. A edição em inglês, traduzida do original pelo professor Corey James Spencer, foi publicada no ano seguinte, com algumas modificações para atender aos interesses do leitor norte-americano¹⁸³. Entre elas, foram incluídos dados dos últimos dez anos da administração de Getúlio Vargas e, ao final do livro, a Constituição do Estado Novo, promulgada em 1937. Impresso no Brasil, pela Victor Bookstore Publishers, sua distribuição nos EUA se deu exclusivamente pela The American News Co. Inc., sediada em Nova York¹⁸⁴.

O autor dedica o livro a Oswaldo Aranha e a Jefferson Caffery¹⁸⁵, “dois grandes apóstolos da amizade fraternal entre as duas maiores nações da América”¹⁸⁶ (JOBIM, 1941, p. 3). A carta de agradecimento e congratulação que Caffery enviou a Jobim após ter recebido um exemplar autografado foi incluída no início da edição em inglês, entre o índice e o prólogo escrito especialmente para os leitores norte-americanos¹⁸⁷. O próprio autor era um jornalista que trabalhou intensamente na ponte entre o Brasil e os EUA, além de ser diretor-geral do Departamento de Propaganda e Turismo do Estado do Rio de Janeiro, nomeado pelo interventor Ernani do Amaral Peixoto em 1938. No ano seguinte, representou o Rio de Janeiro na Exposição de Nova York e no Congresso Interamericano de Turismo, na Califórnia, e foi comentarista do programa de rádio *A marcha da Guerra*, transmitido em todo o Brasil, com patrocínio dos Estados Unidos.

O propósito de Danton Jobim era demonstrar que duas grandes revoluções estavam em curso nos dois países, o Estado Novo e o New Deal, e que os dois regimes

¹⁸² Danton Pinheiro Jobim (1906-1978) nasceu em Avaré (SP) e mudou-se para o Rio de Janeiro nos anos 1920, onde estreou como jornalista no jornal *A Noite*. Nos anos seguintes, foi secretário de redação nos jornais *A Crítica*, *A Manhã*, *A Esquerda* e *A Batalha*. No *Diário Carioca*, trabalhou entre 1933 e 1956.

¹⁸³ Impressões: 10 de março houve a primeira impressão, com 10 mil cópias. Foram feitas mais três reimpressões de 10 mil cópias nos dias 5 de abril, 10 de maio e 5 de junho.

¹⁸⁴ Na última página do livro, encontra-se a informação do preço da edição nos EUA: \$1,50.

¹⁸⁵ Embaixador dos Estados Unidos no Brasil entre 1937 e 1945.

¹⁸⁶ No original: “two great apostles of the fraternal friendship of the two greatest nations of America”.

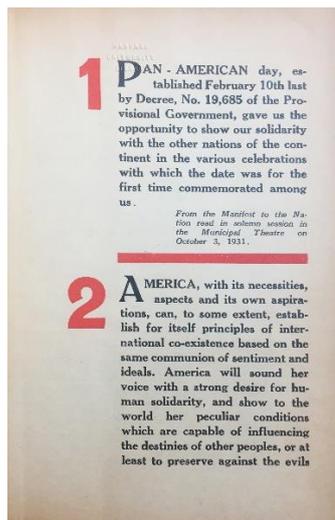
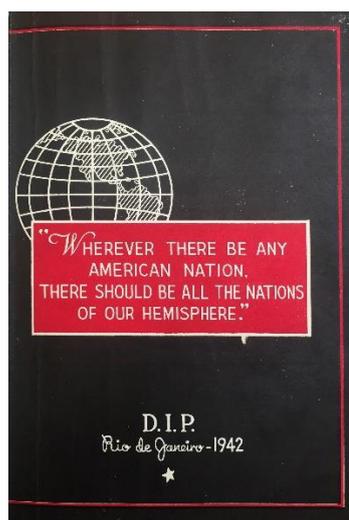
¹⁸⁷ Cujo título é “*For American Readers*”, na página 9.

apresentavam incontáveis paralelos. O próprio Roosevelt estabeleceu essa comparação em seu discurso de despedida após visita ao Brasil, em 1936. Conforme nos mostra Flavio Limonic (2009), Roosevelt afirmou: “Duas pessoas inventaram o New Deal: o Presidente do Brasil e o Presidente dos Estados Unidos.” Mesmo que essas palavras tenham sido proferidas antes de Vargas tornar-se oficialmente um ditador, os dois estadistas são, para Jobim, fenômenos expressivos de sua época, ambos motivados por “grandes causas comuns”. As consequências da Grande Depressão impuseram, a ambos, uma “corajosa revisão dos valores” sobre os quais suas sociedades estavam fundadas, exigindo um crescimento das funções e do intervencionismo do Estado. Em tempos de Boa Vizinhança e pan-americanismo, era muito importante para o Brasil fixar a ideia de que os dois regimes estavam afinados, e que Roosevelt e Vargas compartilhavam o mesmo modelo de governança e o mesmo espírito de cooperação hemisférica.

Seguindo essa linha, vale ainda mencionar duas outras publicações do DIP. Em 1942, esse órgão lançou, sem indicação de autoria, *Brazil in America*, impresso no Brasil pela Gráfica Olímpica Miguel Couto e distribuído nos Estados Unidos. O livro dá um grande destaque para algumas figuras importantes nas relações entre Brasil e EUA naquele momento: os presidentes Getúlio Vargas e Franklin Roosevelt, o chanceler Oswaldo Aranha, o subsecretário de Estado Summer Welles. A imagem que o Estado Novo pretende difundir é a de que Brasil e Estados Unidos têm laços de amizade históricos, e que Getúlio Vargas sempre esteve comprometido com o estreitamento deles. Vargas é apresentado como um ícone do pan-americanismo e grande promotor da Política da Boa Vizinhança. Nesse caso, Vargas evidentemente tem protagonismo, o que evidencia que o próprio presidente era recurso poderoso de aproximação com os EUA.

É o que se constata pela segunda publicação do DIP. Ela apresenta uma capa de cor preta, não contendo o título do livro. Porém, junto a um desenho do globo terrestre dividido em meridianos, aparece em destaque uma frase proferida por Getúlio Vargas em um de seus discursos: “Wherever there be any american nation, there should be all the nations of our hemisphere.” O livro é exatamente o que o título – *Excerpts from manifests, speeches and interviews made by President Getúlio Vargas* – sugere: uma coletânea de 128 trechos numerados, todos retirados de falas de Vargas em ocasiões diversas.

Imagens 19A e 19B: Capa e folha interna, respectivamente, do livro *Excerpts from manifests, speeches and interviews made by President Getúlio Vargas*



Fonte: A autora.

As publicações da Divisão de Turismo tinham um viés distinto. Nos termos do decreto de criação do DIP, como vimos, esse setor tinha a função de superintender, organizar e fiscalizar os serviços de turismo interno e externo. Conforme foi reportado por Lourival Fontes no relatório enviado ao presidente da República, em 1941, a guerra teve um impacto negativo no fluxo de turistas estrangeiros para o Brasil. O envio de remessas de livros e revistas para a Europa também ficou prejudicado, e a propaganda turística se desenvolveu focada nos países do continente americano que, naquele momento, fornecia maior coeficiente de visitantes. Em 1940, de acordo com Aquiles (1941), foram distribuídos, nos Estados Unidos, mais de 25 mil folhetos enviados pelo DIP para agências e organizações americanas, entre eles os intitulados *Rio de Janeiro e Poços de Caldas*¹⁸⁸.

A cidade de Poços de Caldas, em Minas Gerais, é apresentada como a maior estância termal da América do Sul. Na capa do folheto, em arte colorida, uma estátua de braços abertos volta-se para uma fonte que jorra água. O exemplar consultado foi editado em língua espanhola, mas é possível inferir que tenha sido publicado também em inglês, já que a maior parte do material do DIP no período seguia esse padrão. A contracapa do folheto também permite a mesma interpretação, pois contém um mapa do continente americano mostrando conexões de cidades brasileiras e de outros países – entre eles os

¹⁸⁸ Não há indicação da data de publicação de ambos os folhetos. Nos exemplares consultados, o carimbo da Universidade de Harvard indica que a biblioteca os recebeu em 13 de janeiro de 1941; é provável que tenham sido editados no final de 1940.

Estados Unidos e o Canadá – com a cidade de Poços de Caldas.

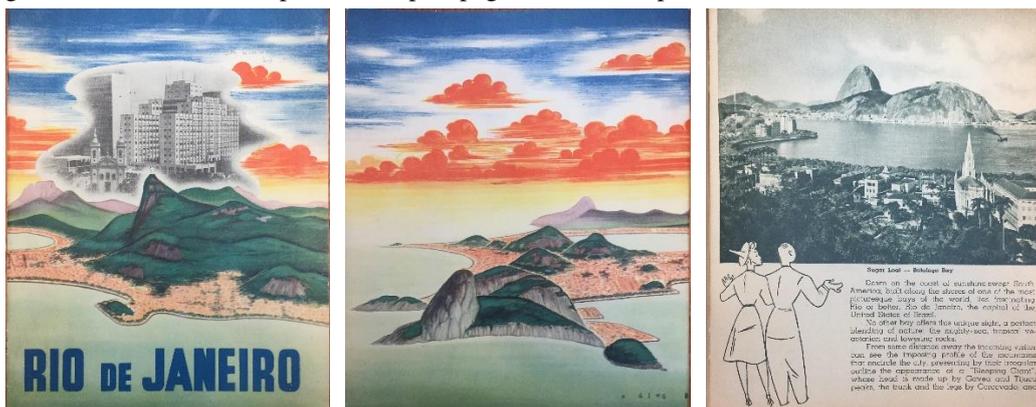
Imagens 20A, 20B e 20C: Capa, contracapa e página interna, respectivamente, do folheto *Poços de Caldas*



Fonte: A autora.

O Rio de Janeiro, por ser a capital federal e a principal porta de entrada de visitantes do país, esteve em destaque na divulgação turística. Em 1937, foi incluído na rota dos principais transatlânticos do mundo e, por isso, a região central nos mapas turísticos era a do porto da cidade, local de entrada da maioria dos turistas estrangeiros. O folheto do DIP dedicado à cidade possui capa e contracapa com uma bela arte colorida, mostrando visões aéreas da Baía de Guanabara, com destaque para o Corcovado e para o Pão de Açúcar. Os guias do período ressaltam sempre a magnitude da Baía de Guanabara. Na capa, pairando sobre o Corcovado e em composição com a ilustração, encontra-se uma fotografia em preto e branco do centro da cidade, em que altos prédios dividem espaço com uma igreja colonial, tecla afinada de convivência da tradição com a modernidade. No interior do folheto, o leitor é guiado pela cidade através de uma combinação de texto, fotografias e desenhos.

Imagens 21A, 21B e 21C: Capa, contracapa e página interna, respectivamente, do folheto *Rio de Janeiro*



Fonte: A autora.

Em entrevista ao *Jornal do Brasil* no dia 11 de outubro de 1941, o jornalista norte-americano Ed Sullivan afirmou que o Brasil ainda era pouco familiar aos seus conterrâneos. Em seu ponto de vista, os estadunidenses conheciam os recursos naturais do Brasil e suas belas paisagens, mas negligenciavam muitos aspectos da realidade brasileira e de seu povo. Nas palavras de Isabella Perrota, os guias turísticos “ajudam a mudar o entendimento de uma viagem e, principalmente, a sua preparação. Eles facilitaram não apenas a mobilidade das pessoas, mas também a mobilidade de ideias sobre lugares e culturas” (PERROTTA, 2015, p. 73). Analisando por essa perspectiva, as publicações da Divisão de Turismo do DIP foram usadas não só para fins turísticos imediatos, mas também como instrumentos de difusão cultural, proporcionando aos estrangeiros os conhecimentos que lhes faltavam sobre o Brasil, o que pode ser percebido na avaliação de Sullivan. Na revista *Cultura Política*, esse ponto é ressaltado:

Os visitantes, que afluem ao país, já não o procuram, apenas, pelo pitoresco de suas paisagens naturais ou pelo que temos de típico, em exotismos que o Criador nos legou. As nossas belezas interessam, mas as coisas belas que a nossa sensibilidade cria já constituem elemento de atração para os turistas, que se informam de nossas artes para admirá-las e divulgá-las no estrangeiro. Os “hand-books” estrangeiros se povoam de informes sobre a nossa música, o nosso teatro, o nosso cinema, o nosso rádio, as nossas artes plásticas. E quando uma Universidade norte-americana chega a estampar um luxuoso álbum sobre a figura de um pintor brasileiro, para divulgá-la, espontaneamente, pelas latitudes artísticas do mundo, é porque já atingimos um índice de progresso artístico digno de tal repercussão¹⁸⁹.

Seguindo esse raciocínio, é possível pensar nos impactos diretos que as políticas editoriais, públicas e privadas, têm sobre o turismo no Brasil. Podemos dizer que a imagem do país no exterior foi muito influenciada por guias de viagem, livros e periódicos de divulgação, folhetos etc. A revista *Travel in Brazil*, também da Divisão de Turismo do DIP, é nosso próximo objeto de análise. Como vimos, ela é parte de um conjunto muito maior e ambicioso de iniciativas do governo que visavam a promoção de uma imagem positiva do país no exterior, com objetivo claro de projetá-lo para o mundo, sobretudo para os vizinhos do continente americano.

Antes de analisarmos esse periódico, portanto, era útil explorar sua articulação a esse universo maior do qual faz parte e com o qual tem relações de identidade e alteridade, o que possibilita mapear grupos e projetos concorrentes (DE LUCA, 2011, p. 52). Depois desse panorama do grande investimento de divulgação a que diversos órgãos brasileiros se dedicaram, podemos passar à análise da revista *Travel in Brazil*, a principal revista de

¹⁸⁹ A ordem política e a evolução artística. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, abr. 1941. p. 282.

propaganda do Departamento de Imprensa e Propaganda nos Estados Unidos.

CAPÍTULO 5

Um *Brazil* para exportação: a revista *Travel in Brazil* e a propaganda do Estado Novo nos Estados Unidos

Em 20 de janeiro de 1949, sob o governo do general Dutra, o *Diário de Notícias* publicou, na primeira página, uma reportagem de Daniel Caetano, na qual o jornalista se mostrava profundamente decepcionado com as políticas públicas voltadas para o desenvolvimento do turismo no Brasil. Em suas palavras:

Turismo não é encostar um navio no porto do Rio às vésperas do Carnaval e dele sair um milheiro de americanos que se espalham na cidade uns poucos dias, depois do que o navio zarpa levando todo o mundo. Muita gente no Brasil sabe que turismo é indústria, negócio para montar estabelecimento, com freguesia permanente durante o ano todo.

Acontece que por ignorância, preguiça ou incapacidade, os homens do governo indicados para a iniciativas elementares no assunto permanecem inativos; fato, aliás, que não se observa apenas em relação aos homens de agora, pois sempre foi assim. Por ocasião do Departamento de Imprensa e Propaganda, em plena ditadura, criou-se uma divisão de turismo naquele órgão, mas, por natureza, fadada a desaparecer com a extinção da censura de imprensa. A tentativa não passou de arremedo. O que se fez de melhor na referida divisão foi publicar uma revista em inglês, *Travel in Brazil*, 1942, da qual saíram uns dez números com reportagens de bons escritores brasileiros. No mais, o departamento se empenhou em tomar atitudes muito ao sabor da época¹⁹⁰.

Escrevendo já no final da década de 1940, o jornalista associa o DIP e suas iniciativas aos regimes ditatoriais, sendo cópias malfeitas dos órgãos de propaganda de sabor fascista, o que não poderia ter continuidade com o retorno do país à democracia e à liberdade de imprensa. Como afirmamos, a utilização dos meios de comunicação de massa para a divulgação de ideias e valores é uma característica desse período, e essa estratégia foi amplamente utilizada também por Estados democráticos e liberais, além dos autoritários e nazifascistas. No âmbito das relações internacionais, a cultura desponta como recurso estratégico de aproximação entre os povos, reforçando laços políticos e econômicos. Ela se torna cada vez mais a base fundamental do poder dos Estados e de sua diplomacia na chamada “era da informação”.

Embora, compreensivelmente, o jornalista desqualifique tudo o que se fez “pelo turismo” durante o Estado Novo, ele se refere à revista *Travel in Brazil* não só como uma das poucas realizações positivas de um órgão de propaganda ditatorial, mas como a melhor iniciativa da Divisão de Turismo do DIP. Considerando o contexto político, esse

¹⁹⁰ CAETANO, Daniel. Sobre turismo, com alguma esperança. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 20 jan. 1949. p. 1. Grifo no original.

tipo de menção era um grande elogio, sobretudo porque, como vimos, uma série de outras iniciativas de caráter editorial foram realizadas por esse departamento diretamente subordinado à Presidência da República. Assim, vale perguntar, que revista era essa? Que imagem do Brasil ela pretendia propagar no exterior? Qual sua inserção no projeto político e nas relações internacionais do período? Que papel ela cumpriu na política de divulgação do país em terras estrangeiras? O que se pode saber de sua recepção e das avaliações que sobre ela foram feitas, a exemplo da de Daniel Caetano?

5.1 Cecília Meireles e a revista *Travel in Brazil*

Durante as décadas iniciais do século XX, pode-se dizer que era uma constante e um consenso, entre intelectuais e políticos, o diagnóstico de que o Brasil era praticamente desconhecido pelos próprios brasileiros e, muito mais ainda, no exterior. Nesse caso, o pequeno número de informações difundido era permeado por clichês e imagens pejorativas e desatualizadas. Uma visão construída e consolidada por séculos de circulação de relatos de viajantes estrangeiros, sobretudo europeus, que viam o Brasil com “z”, isto é, com os olhos “dos outros”. Aliás, isso só acontecia porque os próprios brasileiros não se dedicavam a “descobrir” o Brasil: a pesquisar, escrever e divulgar o que era seu país. Portanto, uma das questões mais importante para os intelectuais da primeira metade do século passado era encontrar meios para o Brasil mostrar-se ao mundo através de relatos de brasileiros, com uma perspectiva “verdadeiramente nacional”, o que se acentua com o estabelecimento do Estado Novo. Nesse regime autoritário de investimento em políticas culturais, foi realizado um grande esforço de mobilização dos melhores intelectuais do país, tendo em vista sua colaboração em inúmeras iniciativas governamentais no campo cultural. De maneiras as mais variadas, literatos, músicos e artistas plásticos deviam se engajar nessa política de conhecer e divulgar o Brasil, tornando-se agentes de uma política cultural refinada e atualizada. Essa política cultural seria coordenada pelo Estado, com o objetivo de promover uma ação de caráter nacionalista própria do regime autoritário estado-novista.

A principal revista de divulgação do Brasil no exterior teria que ser dirigida por alguém com alto reconhecimento e ser composta por artigos de autoria de intelectuais de peso, capazes de traduzir, para os estrangeiros, “o sentido da brasilidade” que o Estado Novo pretendia construir e propagandear. Esse projeto deu certo, embora tenha durado pouco. Para a direção da *Travel in Brazil* foi convidada a poetisa Cecília Meireles, figura

atuante no círculo de intelectuais modernistas e militante no campo da educação nas décadas de 1920-1930. Além disso, seu primeiro marido, o português Fernando Correia Dias, era pintor e também ilustrador de diversos livros e jornais cariocas, o que expandia sua rede de sociabilidade intelectual¹⁹¹.

O casal fez parte, durante toda a década de 1920, do grupo editorial das revistas *Terra de Sol*¹⁹² e *Festa*¹⁹³, ambas classificadas por seu grupo editorial como revistas de “arte e pensamento”. Correia Dias ilustrou diversas páginas do primeiro periódico com desenhos da fauna e flora brasileiras, inspirados na arte marajoara, e Cecília Meireles publicou, em ambas, textos e desenhos. O círculo intelectual que se reunia em torno de *Festa* se autodenominava “modernistas espiritualistas”, “unidos em torno da raiz simbolista e do espiritualismo católico” (GOMES, 1999; DE LUCA, 2011, p. 84). Essa raiz simbolista era vista por esse grupo de intelectuais como signo de brasilidade e modernidade, e em seus debates percebe-se uma intensa conjugação entre universalismo, nacionalismo e espiritualismo.

Cecília Meireles se encaixava muito bem nesse “modernismo espiritualista”, mesmo que não se sentisse totalmente parte do grupo, por não concordar com a ênfase em um caráter essencialmente católico. Cecília era uma defensora da paz, e sua militância para a promoção do entendimento entre os povos a fez trilhar o caminho do universalismo, utilizando-se do folclore para estabelecer semelhanças entre as diferentes culturas, sobretudo após a deflagração da Segunda Guerra Mundial. Tal perspectiva, entretanto, não é incompatível com o nacionalismo do Estado Novo e com o investimento na busca de uma identidade “verdadeiramente nacional”, pois “a universalidade é uma forma de expressão das nacionalidades, em um amplo contexto humanitário” (GOMES, 1999, p. 70). Este traço marcaria toda a trajetória da poetisa, seja em suas produções literárias, em seus artigos na imprensa, na militância por causas educacionais ou pelo movimento

¹⁹¹ Quando Correia Dias chegou ao Brasil, já era bastante reconhecido no campo das artes plásticas e um dos ícones do modernismo em sua terra natal. Estudou pintura, gravura e desenho no Liceu de Coimbra. Colaborou com algumas publicações portuguesas, como a *Rajada – Revista de Crítica, Artes e Letras*, da qual foi editor artístico em 1912, e *A Águia*. No Rio de Janeiro, colaborou com muitos periódicos, como *O Diário de Notícias*, *O País*, a revista *Fon-Fon!*, e a *Revista da Semana*.

¹⁹² Doze números da revista circularam durante todo o ano de 1924.

¹⁹³ A revista *Festa*, mensário de arte e pensamento, foi lançada no Rio de Janeiro em outubro de 1927, tendo circulado até janeiro de 1929 em sua primeira fase, num total de 13 números. Foi relançada em julho de 1934 com novo subtítulo – revista de arte e pensamento –, e encerrou suas atividades em agosto de 1935. Tasso da Silveira e Andrade Muricy foram os principais nomes da publicação, consagrando em *Árvore Nova* e *Festa* uma parceria editorial iniciada com *América Latina*, que teve seis números publicados entre agosto de 1919 e fevereiro de 1920. O projeto da revista foi efetivado na casa de Cecília Meireles e Correia Dias, no bairro do Estácio. Na segunda fase, a própria Cecília publicou, nela, seus desenhos. Ver: GOMES, 1999.

folclórico. Assim, esta seria sua posição como editora da revista *Travel in Brazil*.

Mas, antes disso, em junho de 1930, ela assumiu a direção de uma página diária no jornal *Diário de Notícias*, que se dispunha a tratar de um tema cada vez mais presente no debate político da época: a educação. Como uma das signatárias do Manifesto dos Pioneiros da Educação Nova, de 1932, Cecília passou a militar pela causa educacional através de sua página na imprensa carioca. Mesmo após o fim da Página da Educação, em 1933, a poetisa se manteve atuante na esfera educacional, tanto que, em 1941, se responsabilizou pela coluna Professores e Estudantes, no jornal oficioso do Estado Novo, *A Manhã*. Nos primeiros meses de atividade, abordou diversos assuntos ligados à educação, mas a partir de 31 de janeiro de 1942, iniciou a publicação de uma série de estudos do folclore infantil, intitulada *Infância e Folclore*.

Foi nessa época que Cecília Meireles passou a dirigir a *Travel in Brazil*, uma revista inteiramente voltada para o público estrangeiro. Ela, como vimos, era alguém que tinha importante e longa experiência de participação em revistas de “alta cultura” e em jornais de grande circulação. Era, assim, uma intelectual experimentada na área de divulgação e intercâmbio cultural, em especial durante os anos 1930, tanto por sua ação político-cultural na imprensa como por suas viagens internacionais. Por sua ascendência lusitana e seu matrimônio com Correia Dias, Cecília mantinha estreitas relações com intelectuais portugueses, dentre estes a poetisa Fernanda de Castro¹⁹⁴, esposa do ministro da Propaganda de Portugal, António Ferro. Havia, na época, um alto investimento por parte de intelectuais brasileiros e portugueses em promover intercâmbio de experiências, e Cecília estava incluída nesse círculo de interlocução sobre educação, literatura, folclore, entre outros temas.

Em setembro de 1934, por exemplo, o casal viajou para Portugal a convite de Fernanda de Castro, que nutria profunda admiração pela obra literária da amiga, devido “ao profundo conhecimento das questões educacionais, da experiência pioneira que vinha sendo realizada no Distrito Federal e das boas relações que possuía em quase todos os países do continente” (PIMENTA, 2008, p. 76). Nessa viagem, Cecília realizou uma série de comunicações para divulgar o que vinha sendo realizado na capital brasileira em termos educacionais, colocando o Brasil numa posição importante no debate

¹⁹⁴ Maria Fernanda Teles de Castro e Quadro Ferro (1900-1994), escritora nascida em Lisboa, dedicou-se à escrita de poesia, romances, contos e peças de teatro. Possui obras premiadas, como *Náufragos* (1920) e *Maria da Lua* (1945). Foi fundadora da Associação Nacional de Parques Infantis de Portugal. Em 1922, casou-se com Antonio Joaquim Tavares Ferro (1895-1956), também escritor e jornalista. Foi um político influente no Estado Novo português, atuando como diretor do Secretariado de Propaganda Nacional (SPN).

internacional sobre o tema e, ao mesmo tempo, destacando-se como porta-voz do movimento da Escola Nova. Tratou principalmente das reformas educacionais de Fernando de Azevedo¹⁹⁵ e de Anísio Teixeira¹⁹⁶, bem como da criação da Biblioteca Infantil do Distrito Federal, da qual foi diretora¹⁹⁷.

A educação não foi o único tema das conferências proferidas por ela em Portugal. Em uma de suas apresentações, Cecília falou sobre a literatura modernista do Brasil, aproveitando para apresentar, aos ouvintes, alguns poetas pouco conhecidos nas terras lusitanas, como era o caso de Manuel Bandeira, Oswald de Andrade, Mário de Andrade, Jorge de Lima e Carlos Drummond de Andrade. O folclore também apareceu como assunto de uma de suas palestras, na qual expôs uma série de desenhos produzidos por ela mesma, entre os anos de 1926 e 1934, chamados de “estudos de gesto, ritmo e indumentária”¹⁹⁸. A repercussão de suas apresentações foi tão grande, que foram publicadas em 1935, juntamente com suas ilustrações, na revista *Mundo Português*¹⁹⁹.

Mais tarde, em 1940, e já trabalhando para o Departamento de Imprensa e Propaganda, viajou para os Estados Unidos para ministrar aulas de cultura e literatura brasileira na Universidade do Texas²⁰⁰. Na mesma ocasião, visitou a União Pan-Americana, em Washington, acompanhada do professor e seu segundo marido, Heitor Grillo. Foi nesse contexto que a futura diretora da *Travel in Brazil* iniciou um contato mais próximo com o público-alvo da revista que viria a encabeçar em 1941. A viagem

¹⁹⁵ Em 1928, iniciou-se a Reforma Educativa do Distrito Federal conduzida por Fernando de Azevedo, diretor de Instrução Pública à época e amigo pessoal de Cecília Meireles. Foi considerada uma das mais radicais reformas educativas que se efetivaram no Brasil até então, porque produziu uma ruptura no pensamento pedagógico dominante desde o Império, repercutindo sobre diversos estados da União.

¹⁹⁶ Anísio Teixeira foi nomeado inspetor-geral do Ensino de Salvador em 1924. Em sua gestão, empreendeu uma reforma no ensino público da capital baiana, orientado pelos princípios da Escola Nova. Foi um dos grandes entusiastas do Manifesto dos Pioneiros da Educação Nova (1932) e agiu em defesa de seus ideais em sua gestão como diretor de Instrução Pública do Distrito Federal (1931-1935). Nessa empreitada, realizou a integração da rede municipal de educação e criou a Universidade do Distrito Federal (1935).

¹⁹⁷ Cecília Meireles esteve à frente de um projeto pioneiro no país: a criação da Biblioteca Infantil do Distrito Federal, localizada no Pavilhão Mourisco, em Botafogo. Essa iniciativa fazia parte da política de criação de bibliotecas implementada na gestão de Anísio Teixeira no Departamento de Educação do Distrito Federal (1931-1935).

¹⁹⁸ Tais desenhos e escritos foram reunidos e publicados pela Funarte em 1983. MEIRELES, Cecília. *Batuque, samba e macumba: estudos de gesto e ritmo – 1926-1934*. Rio de Janeiro: Funarte/INF, 1983.

¹⁹⁹ A partir dessas gravuras feitas de aquarela, nanquim e crayon, Cecília Meireles revela a forma como vê as manifestações da cultura popular especialmente relacionadas ao tema do folclore no Brasil. Como o próprio nome dado por ela à exposição já indica – “Batuque, samba e macumba: estudos de gesto e ritmo” –, Cecília aborda a figura do negro associada a manifestações ligadas à festa e à religião, tendo sua expressão um ar de positividade e afirmação, em vez de discriminação e desvalorização. As figuras eleitas pela pintora – as baianas e os bambas – são individualizadas em cada tela confeccionada, ganhando grande destaque e revelando riqueza na indumentária.

²⁰⁰ A partir de então, sucedem-se viagens em intervalos regulares: México, Uruguai, Argentina, Açores, França, Bélgica, Holanda, Índia, Porto Rico e Israel. Em várias ocasiões, Cecília Meireles difundiu nossa cultura através de conferências e publicações locais.

não só lhe rendeu prestígio internacional e aproximação com os norte-americanos, mas também a indicação de seu nome para a coluna Professores e Estudantes, do jornal *A Manhã*, como já se disse. Nessa coluna, além de publicar uma série de poesias e crônicas sobre educação e folclore, também passou a abordar aspectos da cultura ianque e discutir o que os brasileiros poderiam aprender com eles.

A Segunda Guerra Mundial, já em curso, com as bandeiras da luta contra o fascismo e de defesa da democracia, gerou grande impacto na intelectualidade internacionalmente. No Brasil, o alinhamento com os EUA, a declaração de guerra ao Eixo e a subsequente participação do país no teatro de operações, com o envio de tropas, obrigatoriamente direcionou o olhar de toda a mídia, impressa e falada, para os Estados Unidos. Cecília Meireles não foi uma exceção. Em sua crônica “Passado, presente e futuro”, ela deixa explícito esse deslocamento, quando afirma que “Portugal é, para o Brasil, o amoroso passado; os Estados Unidos estão sendo uma espécie de sedutor do presente. Mas o Brasil é o futuro”²⁰¹. Em outras palavras, Cecília se engajava, com papel ativo, na Política da Boa Vizinhança direcionada ao Brasil pelos EUA.

Suas crônicas em *A Manhã* também nos ajudam a entender o que Cecília, como diretora de uma revista da Divisão de Turismo do DIP, pensava sobre a importância do desenvolvimento das atividades de divulgação do país no exterior. Em 15 de agosto de 1941, publicou a crônica “Lin Yutang e o turismo”, apresentando o livro *The importance of living* (1937), do autor chinês citado no título. Ele faz, entre outras críticas à vida ocidental, a crítica ao turismo, que começara por prazer e acabara se transformando numa indústria. Meireles aproveita essa crítica para defender suas próprias ideias sobre o turismo, dizendo que ele devia ser “[...] uma oportunidade para as boas relações entre os povos”²⁰². As viagens, cada vez mais apressadas e mecânicas, oferecidas pelos programas estabelecidos por empresas turísticas não eram, contudo, capazes de proporcionar essa obra educacional, humanitária e civilizatória²⁰³. Quem sai em viagem, segundo ela, vai buscar algo diferente, que estimule sua sensibilidade, que dê novas perspectivas ao espírito, que explique o mundo e os homens. E mesmo os que “não viajam, e, sem malícia, compram os livros que aparecem sobre países estranhos, procurando conhecê-los e estudá-los, são possíveis amigos, que um livro mal orientado é capaz de desviar ou

²⁰¹ Passado, presente e futuro. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 14 set. 1941.

²⁰² Lin Yutang e o turismo. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 15 ago. 1941.

²⁰³ Cecília Meireles tinha uma concepção bastante ampla da educação e suas possibilidades: “O campo da educação é sem limites, pois ilimitadas são as oportunidades de se tentar o melhoramento humano.” Educação e turismo. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 25 set. 1941.

desnutrir”²⁰⁴. Nesse sentido, faz uma crítica tanto aos “livros imprudentes” escritos por turistas como aos guias de viagem tradicionais, cuja única função é direcionar o turista aos pontos imperdíveis do destino, com pouca ou nenhuma preocupação com os aspectos sociais, históricos e culturais do local que se visitava e se devia conhecer.

A revista *Travel in Brazil*, portanto, se apresentou à Cecília Meireles como uma oportunidade de produzir um informativo rico e adequado para uma viagem pelo Brasil, sem que o turista precisasse deixar seu local de moradia. Cecília acreditava que esse tipo de material constituía “uma das propagandas mais fáceis e eficientes de qualquer país”²⁰⁵, quer para estrangeiros, quer para os próprios brasileiros. Já na crônica “O amor à terra”, publicada em 27 de agosto de 1941, a poetisa mostrava que o turismo era capaz de proporcionar, ao mesmo tempo, sentimentos de identidade nacional e de humanismo universal:

Para a grandeza do Brasil, é essencial o amor à terra. E não sei de país que possua tantos encantos naturais, para serem fruídos não apenas pelos turistas, como agora intensivamente se procura fazer, mas pelos naturais, a quem as frivolidades do urbanismo entontecem e extraviam²⁰⁶.

Por isso, as revistas de propaganda turística e demais publicações feitas com a mesma finalidade deviam ser largamente distribuídas pelas escolas e pelos lares, de modo a promover um conhecimento amplo das belas coisas que possuímos. Fica nítido que Cecília reconhece que o sentimento de afeição para com a pátria é um elemento necessário a qualquer país que pretenda crescer e se desenvolver nos mais variados aspectos. Na verdade, as revistas turísticas eram pensadas para serem distribuídas ou vendidas a estrangeiros, e costumavam fazer propaganda das maravilhas do país para atrair visitantes de todo o mundo, negligenciando a população local. A autora alertava para a necessidade de que os próprios brasileiros conhecessem as belezas de sua pátria, já que estas se encontram nas áreas mais afastadas dos centros urbanos e, com as proporções geográficas do Brasil, todos nós seríamos, a seu ver, mais ou menos turistas em nossa própria terra. Com tal tipo de perspectiva, que informações essas publicações deveriam apresentar, tanto aos nativos como aos estrangeiros? A própria Cecília responde à questão, ao afirmar que “[...] constituem material turístico: de um lado, as realizações e as atividades peculiares de um povo – de outro, as características naturais de um país ou região”²⁰⁷. O

²⁰⁴ Ibidem.

²⁰⁵ Ibidem.

²⁰⁶ O amor à terra. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 27 ago. 1941.

²⁰⁷ Educação e turismo. Op. cit.

que ela classifica como “realizações” seriam monumentos, instituições, urbanismo, arquitetura e arte em geral. Já as “atividades peculiares de um povo” seriam seus traços culturais, as técnicas e “fazer”, as peças artísticas e folclóricas. Exatamente tudo aquilo que irá aparecer nas páginas da *Travel in Brazil*.

5.2 *Travel in Brazil*: uma revista para americano ver, ler e viajar...

Na ocasião das Festas Centenárias de Portugal, em 1941, o jornalista Geysa Boscoli foi a Portugal como representante do Departamento Nacional de Café. Na ocasião, por intermédio do embaixador do Brasil no território luso, encontrou-se com António de Oliveira Salazar, chefe do governo, e ofereceu-lhe um exemplar da revista *Travel in Brazil*, registrando, para seus leitores, a reação do importante líder político:

Agora, Sua Excelência folheia o exemplar do “Travel in Brazil” que lhe acabara de entregar. Em dado momento, sua mão para entre duas páginas. Estavam ali indicadas duas preciosas fotografias de não me lembro bem qual das nossas igrejas da Baía ou de Pernambuco. O estilo barroco era evidente. Se as suas legendas não elucidassem, aquelas gravuras bem poderiam ser apresentadas como de igrejas portuguesas...

S. Ex. comenta:

– Os brasileiros não podem negar a sua origem portuguesa.

E continuando a folhear calmamente:

– Tudo como aqui. Tudo exatamente igual!²⁰⁸

Embora saibamos muito bem que o forte nacionalismo dos ideólogos do Estado Novo brasileiro tivesse como objetivo demarcar a singularidade do país, demonstrando, por exemplo, que o Brasil não era um “grande Portugal”, os caminhos da diplomacia cultural e da propaganda governamental eram mais sutis. Eles queriam, sem ignorar nem assinalar as profundas marcas identitárias nacionais, estabelecer uma “comunidade de sentidos” entre o Brasil e os outros países do mundo, buscando, para tanto, explorar dimensões de nossa cultura em chave capaz de criar aproximação e também admiração. O profundo sentimento de identificação que as fotos de igrejas barrocas da *Travel in Brazil* despertou em Salazar é prova contundente disso. Em diversos artigos da publicação, aliás, a herança de Portugal é ressaltada positivamente, demonstrando-se como devíamos ao nosso passado colonial muitos aspectos fundamentais de nossa cultura, inclusive, e com destaque, nossa língua. Mas a revista, como já ficou evidente, não era escrita em português, e sim em inglês, evidenciando que estava destinada, especialmente, ao público norte-americano. Não foi, portanto, casual que tenham sido as fotografias, e

²⁰⁸ Salazar m’a dit... *Revista Carioca*, Rio de Janeiro, 1941, ano VI, n. 289. p. 8.

não um texto qualquer da publicação, que suscitasse a “afeição” de Salazar. Mas, ainda assim, foi o objeto escolhido para impressionar e sensibilizar, ao mesmo tempo, o presidente português.

O relato de Boscoli deixa evidente que a *Travel in Brazil* era distribuída no exterior, sobretudo nos Estados Unidos, como uma espécie de cartão de visitas do Brasil. Porém, um cartão de visitas que não se limitava à informação de dados ou às instruções de como se fazer contato, mas que gerava empatia e mobilizava, emocionalmente, o leitor estrangeiro que o tivesse em mãos. Especificamente, no âmbito da Política da Boa Vizinhança, a *Travel in Brazil* foi um dos agentes de aproximação entre o Brasil e os Estados Unidos através do turismo.

Além de incrementar a economia do país, ao divulgar o Brasil, o DIP considerava que o turismo possuía uma função civilizatória, que não se contrapunha à de propaganda. Em análise sobre as representações sociais acerca do fenômeno turístico nos jornais paulistanos *Folha da Manhã* e *Folha da Noite* nas décadas de 1920 e 1930, Valéria Guimarães concluiu que o turismo era apresentado nessas décadas “como solução para o desenvolvimento econômico da nação, para a modernização do país e para a aceleração do seu processo civilizatório, isto é, do seu maior grau de aproximação dos valores das sociedades europeias ocidentais” (GUIMARÃES, 2013, p. 224). A autora mostra, ainda, a tendência dos periódicos em representar o turista internacional “ideal”, imaginado como rico e civilizado, constituindo-se em público-alvo a quem se dirigiam as publicações turísticas – como é o caso da revista *Travel in Brazil*.

Mas embora a revista fosse classificada como turística e produzida pela Divisão de Turismo, ela não obedecia ao modelo dos já tradicionais guias de viagens, produzidos e comercializados desde o século XIX²⁰⁹. Os guias tinham como objetivo orientar o olhar do turista, apresentando-lhe os locais que mereciam ser visitados e as sugestões de roteiros, exaltando as qualidades e particularidades que os tornavam imperdíveis. Como afirma Castro (1999, p. 84), “eles antecipam a experiência daquele que viaja, que muitas vezes sente prazer no simples reconhecimento in loco daquilo que já viu ou leu”. Já na *Travel in Brazil*, o leitor imaginado não é tratado como turista nessa perspectiva restrita, de forma que a revista não é um guia de viagens convencional, que se limita a indicar o que não poderia deixar de ser visto.

Indiscutivelmente, a “política da boa vizinhança” já tem mostrado suas vantagens em muita coisa, mas os seus resultados completos só aparecerão no

²⁰⁹ Sobre isso, ver: PERROTA, 2015.

futuro, talvez não muito remoto. Para tanto, é preciso que os povos americanos se aproximem e se conheçam, que haja uma solidariedade continental cimentada na amizade entre os povos de cada país.

A propaganda, os acordos, os tratados, etc., não serão suficientes. É indispensável que os povos se conheçam²¹⁰.

A proposta de tornar o país mais conhecido no exterior se alicerçava claramente no desejo de “tocar” as mentes e os corações do público leitor da revista. Ele devia conhecer melhor o Brasil (com Z), para desejar “viajar”, física ou simbolicamente, para o Brasil (com S). Tratava-se de estimular o turismo, mas também e principalmente de criar um sentimento de respeito e admiração pelo país. Isso não era pouco e exigiu a construção de diversas estratégias pelo DIP, sobretudo pelos intelectuais diretamente envolvidos na produção da revista. Considerada por alguns de seus contemporâneos como a melhor iniciativa da Divisão de Turismo²¹¹, os aspectos materiais da *Travel in Brazil* são um dos primeiros pontos a evidenciar o grande investimento realizado nessa iniciativa.

5.2.1 Uma vista panorâmica da revista e de suas temáticas

Travel in Brazil era impressa no Passeio, Centro do Rio de Janeiro, pelo Studio Erico²¹², que fazia trabalhos de ilustração diversificados, inclusive para propaganda comercial. No *Almanak Laemmert: administrativo, mercantil e industrial*, de 1940, o estúdio aparece na categoria “desenhistas”, na seção dos classificados. O Studio parece ter possuído boas relações com o governo, realizando diversos trabalhos sob sua encomenda. Em 1942, por exemplo, foram encomendados pôsteres de cinco metros, com temática de guerra, para serem colocados na sede do Ministério da Guerra, na sede do DIP e no edifício do jornal *A Noite*, locais onde se montariam postos de distribuição gratuita de “Instruções práticas de defesa antiaérea” à população. A iniciativa era uma parceria entre o Ministério da Guerra e o DIP, e os postos distribuiriam folhetos, gráficos, cartazes e instruções sobre como proceder em caso de bombardeios. O posto central

²¹⁰ LOPES, Cid Ferreira. Impressões de viagem aos Estados Unidos. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano III, n. 29, jul. 1943. p. 108.

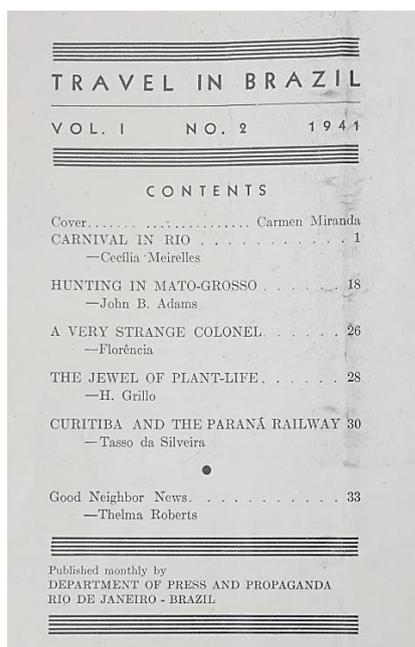
²¹¹ Como na reportagem de Daniel Caetano no *Diário de Notícias* que citamos na abertura deste capítulo.

²¹² A maioria das revistas possui a indicação do estúdio na contracapa. As que não possuem seguem o mesmo padrão das anteriores, o que nos leva a inferir que tenham sido montadas e impressas no mesmo lugar. A exceção é a edição de 1944, quando a revista passou a se chamar *This is Brazil*. Não há indicação de quem imprimiu a revista, e a tipografia mudou. O papel da capa, que antes era brilhoso, nessa revista é fosco. Por isso, não podemos afirmar se foi impressa também pelo Studio Erico.

funcionava justamente no Palácio Tiradentes, sede do DIP.

Travel in Brazil era, portanto, um dos produtos culturais de responsabilidade desse Studio que, tudo indica, era graficamente muito competente. Examinando a revista, vê-se que, na face interna da capa, apareciam todas as informações referentes ao número: título, volume, número da publicação, ano e o índice dos artigos com seus autores. Nela, indicase também que o DIP é o editor da revista.

Imagem 22: Face interna da revista *Travel in Brazil* nº 2, de 1941



The image shows the inside cover of the magazine 'Travel in Brazil', issue No. 2, Vol. 1, 1941. The page is titled 'TRAVEL IN BRAZIL' and 'VOL. 1 NO. 2 1941'. Below the title is a section titled 'CONTENTS' which lists the following articles and authors with their respective page numbers:

Article Title	Author	Page
Cover	Carmen Miranda	
CARNIVAL IN RIO	Cecília Meirelles	1
HUNTING IN MATO-GROSSO	John B. Adams	18
A VERY STRANGE COLONEL	Florência	26
THE JEWEL OF PLANT-LIFE	H. Grillo	28
CURITIBA AND THE PARANÁ RAILWAY	Tasso da Silveira	30
Good Neighbor News	Thelma Roberts	33

At the bottom of the page, it states: 'Published monthly by DEPARTMENT OF PRESS AND PROPAGANDA RIO DE JANEIRO - BRAZIL'.

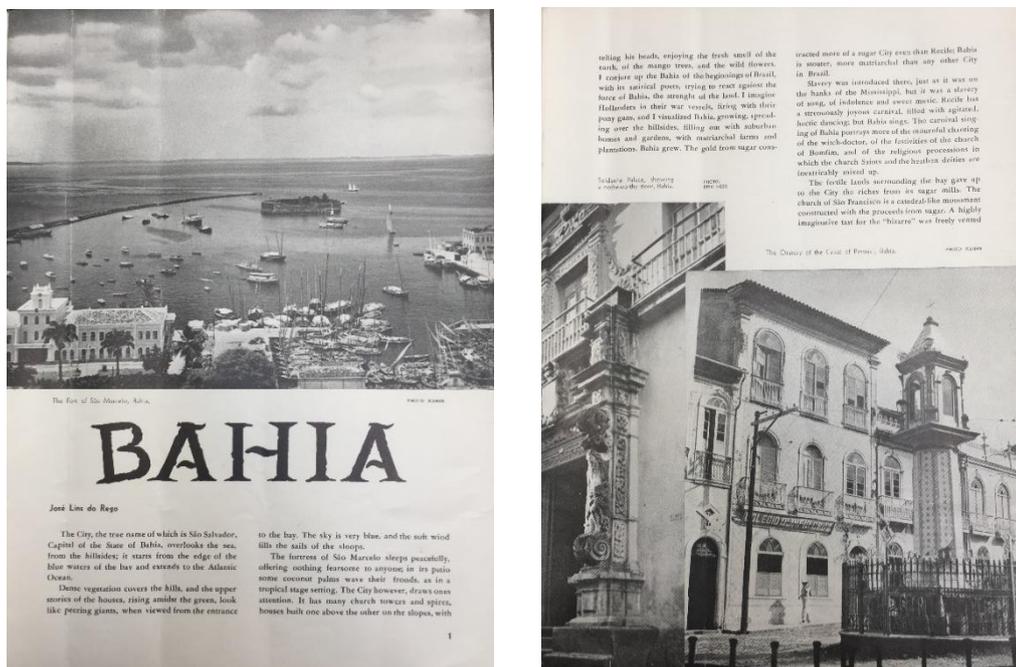
Fonte: A autora.

A periodicidade é indicada como mensal, mas nosso levantamento mostra que saíram apenas quatro números em 1941, três números em 1942 e apenas um em 1944, com um novo título – *This is Brazil*. Essa mudança de nome reflete um traço característico da função da Divisão de Turismo do DIP, já abordado: muito mais que incentivar o fluxo de turistas e indicar lugares a serem visitados, o objetivo da revista era promover uma imagem positiva do país e torná-lo conhecido. Com a saída da palavra “*travel*” do título, a publicação se afasta de uma interpretação literal e restrita da noção de “viagem” e deixa explícita a intenção de mostrar “o que é o Brasil”. Entretanto, em tempos de guerra, a tentativa de retomada do projeto não conseguiu sobreviver à gestão do DIP por um militar. Os novos tempos imprimiram uma nova orientação às linhas editoriais desse departamento.

A disposição gráfica do texto de todos os artigos é feita em duas colunas, com diagramação montada para dar destaque aos títulos estilizados e às fotografias, o que

demonstra um cuidado gráfico importante para deixá-la mais atraente, ampliando sua capacidade de mobilizar sentimentos e gerar identificação com os leitores.

Imagens 23A e 23B: Páginas internas de *Travel in Brazil*, nº 1, de 1942



Fonte: A autora.

As capas e contracapas de *Travel in Brazil* eram sempre coloridas e denotam impressionante cuidado artístico. Elas foram produzidas pelo pintor, desenhista, ilustrador, cenógrafo, decorador e figurinista Sansão Castelo Branco, nascido em Teresina no ano de 1920. O artista morou no Rio de Janeiro entre 1939 e 1955, e sua saída do estado do Piauí para o Distrito Federal se deu para estudar na Escola Nacional de Belas Artes, na qual se tornou discípulo de Henrique Cavalleiro²¹³. Na década de 1940, ele trabalhou na decoração do Palácio Quitandinha, em Petrópolis. Fez ilustrações e capas para diversas revistas, como a *Rio*, *Rio Magazine* e a *São Paulo Magazine*. Também preparou diversas festas de Carnaval no Hotel Glória e no Tijuca Tênis Clube. Sua ligação com Cecília Meireles ultrapassava a produção de capas e contracapas para a *Travel in Brazil*, pois colaborou em diversas de suas crônicas na coluna Professores e Estudantes do jornal *A Manhã*.

²¹³ Henrique Campos Cavalleiro (1892-1975) era pintor, desenhista, caricaturista, ilustrador e professor. Nos anos 1920, colaborou com os periódicos *Fon-Fon*, *A Manhã*, *O Teatro*, *O Jornal*, *Ilustração Brasileira* e *O Cruzeiro*. Em 1938, assumiu a cadeira de arte decorativa na Escola Nacional de Belas Artes, na qual lecionou até fins dos anos 1960.

Em comentário sobre o primeiro número da revista do DIP, uma nota no jornal *Gazeta de Notícias* afirma que a revista possuía “impressão nítida, mesmo luxuosa”, que dava “à publicação em apreço um excelente aspecto e é, sem favor, uma das boas propagandas que temos ultimamente”²¹⁴. O título aparecia sempre em caixa alta, na parte inferior, na capa e na contracapa, e sua cor variava de acordo com a arte escolhida para compor cada edição. Podemos dizer que o conjunto de capas é uma prévia iconográfica do que o leitor iria encontrar em forma de texto em alguns dos artigos dos oito exemplares da revista. Para a primeira capa da *Travel in Brazil*, foi escolhida uma belíssima ilustração de orquídeas brasileiras. A exuberância da natureza é traço historicamente destacado nos relatos dos viajantes que por aqui passaram desde o início da colonização, e era um dos aspectos que atraíam os turistas estrangeiros. Como desde muito se sabia e o turismo exploraria, Brasil era associado ao exotismo e à exuberância, ligados a um imaginário de paraíso tropical²¹⁵.

Imagem 24A e 24 B: Capa e contracapa, respectivamente, do primeiro número de *Travel in Brazil*, 1941



Fonte: A autora.

²¹⁴ Trabalhos de propaganda do DIP. *Gazeta de Notícias*, Rio de Janeiro, 4 mar. 1941. p. 6.

²¹⁵ No número seguinte, saiu um artigo sobre esse tipo de planta, escrito pelo marido de Cecília Meireles, Heitor Grillo. Em “The jewel of plant-life”, ele apresenta o Brasil como um dos países mais ricos em orquídeas selvagens, “o paraíso para ‘caçadores de orquídeas’ e colecionadores”. Informa que, até 1932, foram catalogadas mais de duas mil espécies, enquanto novas variedades continuam sendo descobertas. Fala sobre os principais tipos encontrados nas diversas regiões do país. Com diagramação moderna, traz o título com letras estilizadas no centro das duas páginas do artigo, e o texto é acompanhado de duas fotografias, que mostram duas variedades de orquídeas encontradas no país.

Contudo, como a intenção era mostrar aos estrangeiros que o Brasil era muito mais que seus recursos naturais, nenhum dos artigos que compuseram esse primeiro volume tratava das orquídeas da capa ou de qualquer outro aspecto da fauna ou da flora brasileiras. O leitor estrangeiro, atraído pela arte da capa, que dialogava diretamente com o imaginário que já possuía sobre o país, abria a revista e passava a conhecer outro Brasil, provavelmente ainda por ele desconhecido. Os artigos desse número tratavam de história, arquitetura, música, arte popular e até da Feira Internacional sediada no Rio de Janeiro em 1940, quando se comemorou o Decenal da Revolução de 1930.

Em “Brazil, this wonderful land”, texto de abertura da revista, Cecília Meireles descreve sua terra natal com toda a sutileza de sua lira poética. No artigo, a diretora da revista apresenta a tônica que guiará a publicação, bastante explícita na montagem desse primeiro volume: Cecília faz uma apresentação do país, mostrando como ele congrega natureza tropical e exuberante, aspectos históricos e tradições da cultura popular com a modernidade. No topo da página, iniciando o artigo, uma foto panorâmica da praia de Copacabana, com o Morro da Urca ao fundo – cenário de um dos mais famosos balneários do mundo, que certamente causaria grande admiração entre os norte-americanos.

Imagem 25: Página interna do primeiro número de *Travel in Brazil*, 1941

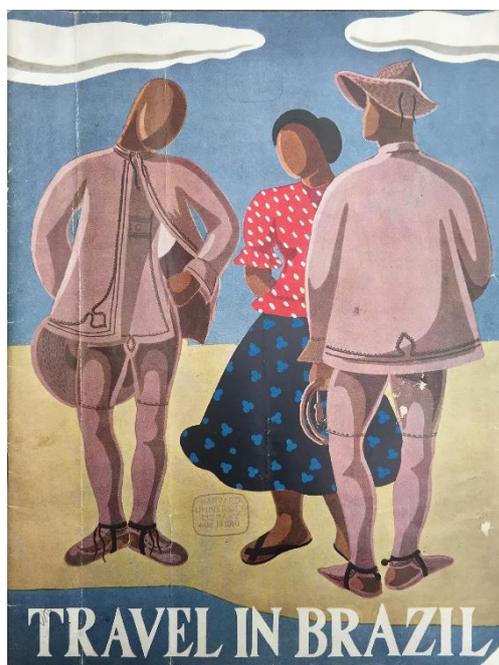
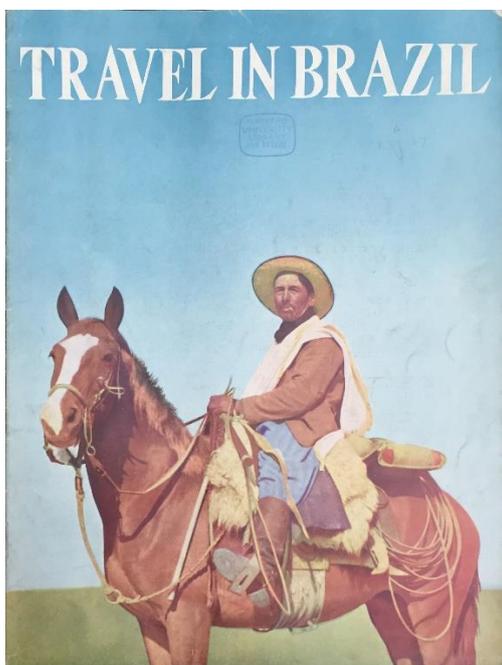


Fonte: A autora.

Seguindo a lógica de apresentar um Brasil rico e diversificado para além de sua natureza, todas as demais capas exibem aspectos socioculturais do país. Duas delas

expõem o que se chamava à época de “tipos regionais brasileiros”: o número 3, de 1941, traz uma bela ilustração de gaúchos nos pampas do Sul; e o segundo número do ano de 1942 expõe outro tipo regional brasileiro, o vaqueiro, em seu “habitat” – os sertões do Brasil. Para dar sentido às capas, as respectivas revistas trazem os artigos “The Gaúcho”, de Tasso da Silveira, e “The Vaqueiro”, redigido por Octavio Domingues.

Imagens 26A e 26B: Capas do nº 3 (1941) e do nº 2 (1942), respectivamente, de *Travel in Brazil*



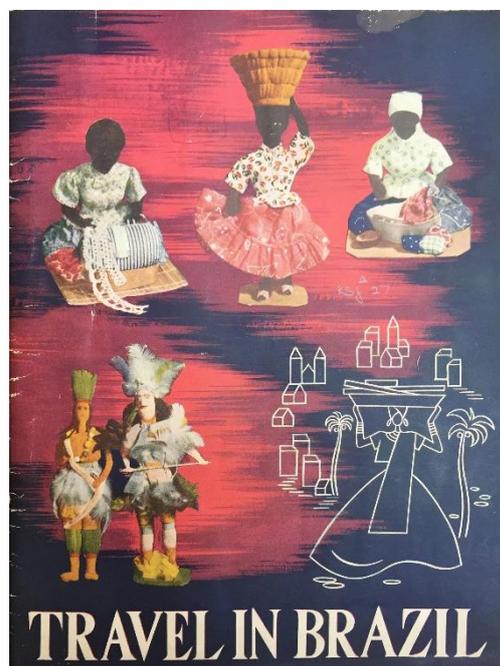
Fonte: A autora.

Festas, músicas, danças e artesanato aparecem como expressões da brasilidade que o Estado Novo pretendia exportar. Cecília se refere a isso como folclore, que, em sua visão e na de muitos outros estudiosos seus contemporâneos, “reúne as tradições, superstições, usos e costumes dos povos, [e] merece ser colocado em elevado nível de apreço, principalmente porque ele é um resumo vivo da alma coletiva, sua mais ingênuo forma de revelação e contato”²¹⁶. Essa concepção de folclore está relacionada com o sentido atribuído à cultura popular na época. Segundo a diretora da revista, “as coisas populares” são vistas como aquilo que caracteriza e identifica um país e que lhe dão personalidade única. Por conseguinte, as capas deveriam estampar esse “espírito brasileiro” que se pretendia apresentar aos norte-americanos. No segundo número de 1941, a composição de uma fotografia de Carmen Miranda com a arte de Castelo Branco

²¹⁶ MEIRELES, Cecília. Walt Disney no Brasil. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 29 ago. 1941.

queria expressar a beleza e a alegria do Carnaval carioca. Já em 1942, *Travel in Brazil* exhibe os bonecos do artesanato popular – considerados por Cecília “uma das coisas mais pitorescas do folclore de um povo”²¹⁷ –, representando os tipos populares de diferentes regiões do Brasil.

Imagens 27A e 27B: Capas do nº 2 (1941) e do nº 1 (1942), respectivamente, de *Travel in Brazil*

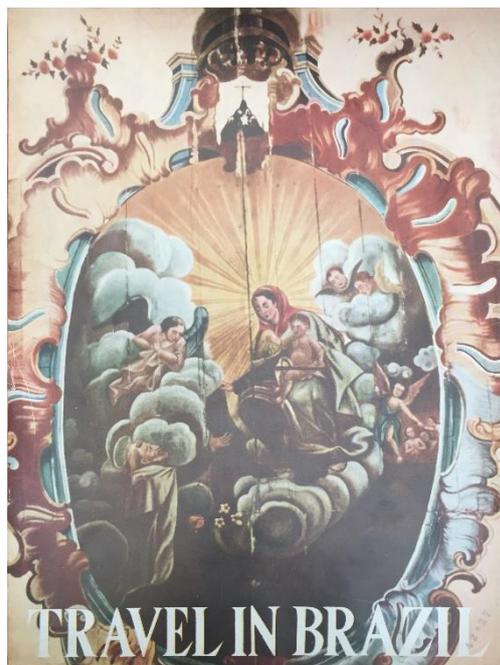


Fonte: A autora.

O passado colonial brasileiro também recebe grande destaque na *Travel in Brazil*, sobretudo a arquitetura e a arte barrocas. O estilo barroco das cidades mineiras foi escolhido para estampar a capa e a contracapa do quarto número da revista, em 1941. Nelas, encontram-se belas fotografias da estátua de Nossa Senhora do Ó, encontrada no altar principal da Igreja de Sabará, Minas Gerais, e de uma pintura de Joaquim Gonçalves da Rocha, de 1818, exibida no teto da Igreja de Nossa Senhora do Carmo, na mesma cidade.

²¹⁷ *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, 1942. p. 19.

Imagens 28A e 28B: Capa e contracapa, respectivamente, de *Travel in Brazil* nº 4, de 1941

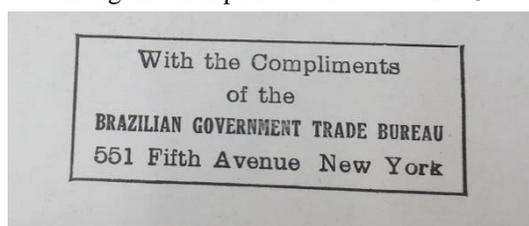


Fonte: A autora.

Para a valorização desse passado colonial, foram fundamentais as viagens feitas pelos intelectuais modernistas ao interior do Brasil nos anos 1920, como as realizadas por Mário de Andrade ao Norte e Nordeste, descritas no livro *Diário de um turista aprendiz*. Esses intelectuais buscavam “recuperar” o passado colonial do país e, para tanto, identificavam (na verdade, definiam) as construções consideradas expressões de brasilidade e materializações da diversidade e autenticidade da nacionalidade. Diversos intelectuais mineiros, que ocuparam cargos burocráticos nas esferas estaduais e federais, como Alceu Amoroso Lima e Afonso Arinos de Melo Franco, destacaram a “necessidade de salvar o passado nacional brasileiro materializado através das construções antigas das cidades mortas, classificando-o como um ato patriótico” (AGUIAR, 2013, p. 183).

Em alguns volumes da revista, encontramos o carimbo do Brazilian Government Trade Bureau, o que indica que o Departamento de Imprensa e Propaganda utilizou o escritório de informações do Brasil no exterior como intermediário para a divulgação de suas publicações.

Imagem 29: Carimbo encontrado na face interna da capa e/ou da contracapa em alguns exemplares de *Travel in Brazil*



Fonte: A autora.

Considerando notícias veiculadas na revista *Cultura Política*, ao lado de nossos levantamentos feitos em acervos nos Estados Unidos, concluímos que o Bureau enviava as revistas, principalmente, para as universidades e bibliotecas públicas²¹⁸. Mostramos, no capítulo anterior, que essa distribuição estava diretamente ligada ao acordo de cooperação cultural assinado entre os dois países, em 1940, bem como a um projeto do governo brasileiro de projeção internacional do país. Podemos inferir que, no Brasil, as revistas eram enviadas às redações dos principais jornais nacionais para divulgação, pois encontrei referências acusando o recebimento de volumes da publicação em diversos deles.

5.2.2 Os colaboradores da *Travel in Brazil*

Quem eram os intelectuais envolvidos nesse projeto? Que imagem de Brasil, mais especificamente, eles pretendiam exportar?

Como mostra o Quadro 10, a grande maioria dos articulistas da *Travel in Brazil* era composta de intelectuais brasileiros, e isso está de acordo com o projeto de divulgação no exterior, pelo qual o Brasil se mostraria pelos olhos dos próprios brasileiros, e não mais pelos de estrangeiros.

²¹⁸ Lista completa das instituições norte-americanas que receberam o material enviado pelo DIP: New York Public Library; University of Michigan; Shepard School, St. Louis (MO); University of Nebraska; The University of Texas; Harvard University; Chark University; The Pan-American Institute of Culture, Cambridge (MA); The University of Akron (OH); Middletrian High School (VA); Boston University; Kern Country Union High School and Senior College (CA); Baker College (KS); University of Wisconsin; University of Oklahoma; Tulane University (LA); Southern School Supply Company (LA); The University of Connecticut; Culver Military University (IN); Simons University (IN); Librarian Princetown University (NJ); Louisiana State University; Williams College (MA); Public Library, Hammondsport (NY); Kent State University (OH); Library Carlton College (MN); Northwestern University (IL); Occidental College (CA); University of Kentucky; University of Southern California; University of California Librarian; University of San Antonio (TX); University of Pennsylvania; University of Florida.

Quadro 10: Composição dos articulistas de *Travel in Brazil*

ARTICULISTAS DA TRAVEL IN BRAZIL	
Total de artigos publicados em 8 revistas	45
Número de articulistas	28
Brasileiros	22 (79%)
Estrangeiros	06 (21%)

Fonte: A autora.

Os colaboradores estrangeiros, por sua vez, eram basicamente jornalistas norte-americanos que trabalhavam no Brasil como correspondentes e atuavam, ao mesmo tempo, como promotores da Política da Boa Vizinhança. Eles são sempre apresentados na grande imprensa brasileira da época como “grandes amigos do Brasil”, que colaboravam para divulgar uma boa imagem do país no exterior.

Além da preferência por escritores nacionais, outro traço da revista é a sua grande diversidade em termos autorais. Dos 28 articulistas, apenas 3 escreveram mais de um artigo, enquanto 24 deles escreveram apenas um. Cecília Meireles foi quem mais publicou artigos na revista – 9 são de sua autoria, sendo 6 deles assinados por ela, e 3 com seu pseudônimo, Florência²¹⁹. Vemos, assim, que suas visões e ideias se impunham na revista, não só como diretora mas também como autora de grande parte dos artigos e como responsável pela seleção de colaboradores, geralmente pertencentes a seu círculo de amizades e afinidades.

²¹⁹ Foi possível identificar que Florência era um pseudônimo de Cecília Meireles porque ela o utilizou em concurso de tradução de um poema promovido pelo jornal *A Manhã*. Sobre isso, ver: O concurso de tradução de “Pensamento da América”. O vencedor ocultou seu nome sob um segundo pseudônimo. Quem é Florência? *A Manhã*, Rio de Janeiro, 30 set. 1941. p. 8; Cecília Meireles vencedora do concurso de “Pensamento da América”. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 9 out. 1941. Pensamento da América (página semanal).

Quadro 11: Quantidade de artigos escritos por cada articulista de *Travel in Brazil*

NÚMERO DE ARTIGOS POR ARTICULISTA				
Cecília Meireles	06 (13,3%)	09 (20%)	Angelo A. Murgel	01 (2,2%)
Florência (Cecília Meireles)	03 (6,7%)		Manuel Bandeira	01 (2,2%)
Tasso da Silveira		04 (8,9%)	Aloízio Napoleão	01 (2,2%)
Mário de Andrade		03 (6,7%)	Raimundo Magalhães Jr.	01 (2,2%)
Paulo Rónai		01 (2,2%)	Henry Albert Phillips	01 (2,2%)
Sérgio Buarque de Holanda		01 (2,2%)	J. Regueira Costa	01 (2,2%)
Aires da Mata Machado Filho		01 (2,2%)	Gert Malmgren	01 (2,2%)
Nóbrega da Cunha		01 (2,2%)	José Lins do Rego	01 (2,2%)
Austen Amaro		01 (2,2%)	Oswaldo Frota-Pessoa	01 (2,2%)
John B. Adams		01 (2,2%)	Octavio Domingues	01 (2,2%)
Heitor Grillo		01 (2,2%)	Antonio Paím	01 (2,2%)
Menotti del Picchia		01 (2,2%)	Rubem Navarro	01 (2,2%)
Rachel de Queiroz		01 (2,2%)	Philip L. Goodwin	01 (2,2%)
Vera Kelsey		01 (2,2%)	Gentil Puget	01 (2,2%)

Fonte: A autora.

Os outros dois intelectuais que mais escreveram artigos foram Tasso da Silveira, que publicou quatro, e Mário de Andrade, que assinou três colaborações. Ambos eram bastante próximos a Cecília. Tasso foi um dos principais nomes da revista *Festa*, portanto, seus vínculos com diretora de *Travel in Brazil* remontavam aos anos 1920. Nascido no Paraná, três dos quatro artigos que escreveu versam sobre a região Sul do Brasil: “Curitiba and the Parana Railway”, sobre a cidade de Curitiba, capital do Paraná; “The Gaúcho”, sobre esse tipo regional; e “Matte tea”, sobre a produção e benefícios do consumo do chá mate.

Mário de Andrade e Cecília eram igualmente chegados. Na correspondência trocada entre eles²²⁰, conseguimos perceber o sentimento de admiração mútua que nutriam um pelo outro. Dois de seus três artigos foram sobre música, tema sobre o qual possuía larga experiência. Mário era musicólogo e crítico musical, além de poeta, cronista, contista, romancista e estudioso do folclore. Escreveu, por exemplo, para o *Diário de S. Paulo*, entre 1933 e 1935, e para a *Revista do Brasil*, de 1938 a 1940. Em seus textos sobre música, não tratava apenas de aspectos técnicos, nem realizava apenas

²²⁰ A correspondência entre Cecília Meireles e Mário de Andrade encontra-se publicada no livro: MEIRELES, Cecília. *Cecília e Mário*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1996.

avaliações sobre cantores, compositores e concertos. Ele fazia mais: “colocava em pauta a relação entre o público e música, esmiuçada a partir de diferentes perspectivas” (LUCA, 2011, p. 215).

A atuação de Cecília Meireles na Página de Educação, seção do *Diário de Notícias*, foi propiciada por Nóbrega da Cunha – articulista na *Travel* –, um dos fundadores do jornal, o primeiro a dedicar uma página inteira ao tema da educação. Ele também era amigo de Correia Dias, tendo sido, inclusive, padrinho de uma das filhas do casal. Como educador se destacou por sua inserção no grupo dos signatários do Manifesto dos Pioneiros da Educação Nova, de 1932. E, como jornalista, pela luta, na imprensa, pela melhoria das condições de ensino no Distrito Federal e no país. Dias produzia também as ilustrações da *Revista do Brasil*, que recebia artigos de Prudente de Moraes, Manuel Bandeira, Sérgio Buarque de Holanda, e estes dois últimos viriam a ser colaboradores da *Travel in Brazil*, anos mais tarde. Bandeira, além disso, havia sido professor de Cecília Meireles na Escola Normal, ainda nos anos 1910.

Vale ainda destacar a colaboração de Heitor Grillo²²¹, que, além de ser o segundo marido de Cecília Meireles, transitava entre o seletivo grupo de professores universitários da capital federal e mantinham boas relações com o regime estado-novista. Foi ele o responsável pela racionalização do abastecimento alimentar do Distrito Federal, pela transformação da Escola Nacional de Agronomia²²² num centro de pesquisa durante sua gestão como diretor – cargo para o qual foi nomeado pelo próprio presidente Getúlio Vargas. O casal compartilhava interesses relacionados à educação e realizam colaborações nos trabalhos um do outro, à exemplo da participação de Cecília no projeto de ampliação e modernização da Escola Nacional de Agronomia. De acordo com Lôbo (2010, p. 66),

Cecília participou desse projeto, com sugestões. Foi sua a ideia de convidar a artista plástica Maria Helena Vieira da Silva, em 1943, para fazer o painel em azulejos, em estilo marajoara, do refeitório dos estudantes. Heitor Grillo não somente acatou essa sugestão como também a de encomendar ao pintor Arpad Szenes, marido de Maria Helena, quatorze telas representativas dos cientistas responsáveis pelo desenvolvimento da Botânica, com a finalidade de decorar a sala de reuniões do Conselho da Escola.

Grillo, por sua vez, colaborou com a revista organizada por sua esposa, escrevendo um artigo sobre as famosas orquídeas brasileiras, retratadas na capa do primeiro volume, intitulado *The jewel of plant-life*.

²²¹ Heitor Vinicius da Silveira Grillo casou-se com Cecília Meireles em 1940.

²²² Atual Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ).

Colaborar com a principal revista de divulgação do Brasil no exterior, produzida pelo Departamento de Imprensa e Propaganda, certamente trazia vantagens, tanto que intelectuais de renome figuravam entre os colaboradores. Em uma das cartas que enviou a Mário de Andrade, solicitando artigos para a publicação, Cecília Meireles acrescentou observação importante na margem superior do papel: “*e pagam 200\$000” (MEIRELES, 1996, p. 296). Para termos noção do que esse valor representava à época, podemos comparar com o que era pago pela *Revista do Brasil*: 100\$000 por artigo, de três a seis páginas datilografadas (DE LUCA, 2011, p. 147). Ou seja, a metade do valor pago pelo DIP por cada contribuição, que possuía, em geral, o mesmo número de páginas. A revista *Lanterna Verde*, da Sociedade Felipe d’Oliveira, que circulou entre 1934 e 1944, era uma das poucas que remuneravam seus articulistas, 10\$000 por artigo. Intelectuais como Mário de Andrade podiam fazer rapidamente a comparação de valores, já que contribuía com ambas no mesmo período. A mesma Sociedade Felipe d’Oliveira concedia, anualmente, um prêmio por livro publicado ou pelo conjunto da obra. Em 1937, Manuel Bandeira ganhou 5 mil cruzeiros e declarou que, até aquele momento, nunca vira tanto dinheiro em suas mãos (GOMES, 1999, p. 90). Ainda que Bandeira, ao relatar suas memórias, tenha confundido a moeda corrente naquele momento, que era réis e não cruzeiro, o importante aqui a ressaltar é que para ele aquele prêmio representou uma alta soma de dinheiro.

Revistas de cultura e arte, como as já mencionadas *Festa*, *Terra de Sol* e *Klaxon*, geralmente passavam por problemas financeiros e tinham imensa dificuldade de se manter em circulação, vivendo de assinaturas, subscrições e anúncios, que muitas vezes não eram suficientes nem para cobrir seus gastos. De acordo com Gomes (1999, p. 58), a periodicidade e duração de algumas dessas revistas se explica pela existência de um mecenas. *Festa*, por exemplo, se manteve com o patrocínio de Moyses Marcondes, médico paranaense amigo de Nestor Vitor, um reconhecido crítico literário e escritor, natural do mesmo estado, aliás, como os dois principais nomes do periódico. *Lanterna Verde*, mencionada acima, dependia inteiramente da Sociedade Felipe D’ Oliveira, vale dizer, do mecenato do tio do homenageado, um rico empresário do setor farmacêutico. Nos anos 1930, o Estado aparecerá como esse grande mecenas, fomentando produções intelectuais diversas, bem como remunerando muito bem as contribuições para as revistas produzidas pelos diversos órgãos estatais. Revistas como a *Travel in Brazil* aparecem como “lugares de articulação de pessoas e ideias que precisam de suportes materiais e simbólicos para fazer circular seus projetos” (GOMES, 1999, p. 58).

No caso dos colaboradores estrangeiros, como se disse, sendo intelectuais norte-americanos que moravam no Brasil, eles ficavam constantemente indo e vindo, com a missão precípua de divulgar “o melhor” do país nos EUA. Circulando entre a intelectualidade brasileira, contribuía com outros veículos de comunicação e estavam bastante afinados com o objetivo da revista. O jornalista John B. Adams, por exemplo, era o apresentador do programa de rádio semanal de notícias sobre o Brasil nos Estados Unidos, uma das maiores iniciativas de propaganda no exterior e parte do intercâmbio radiofônico do DIP com a CBS²²³. Já Thelma Roberts²²⁴ levava a seus conterrâneos principalmente “notícias da Boa Vizinhança”, além de representar, na América Latina, os jornais de sua cidade natal, Chicago. Henry Albert Phillips, também jornalista, era redator da *North American Newspapers Alliance* (Nana) e realizou, em 1941, um longo inquérito econômico pela América do Sul. Nesse ano, viajou pelo Brasil a fim de coletar informações para um livro²²⁵, indo de Recife para Belém e de lá para Manaus. Aproveitando sua visita, o DIP solicitou a Phillips um artigo no qual tratasse de sua viagem e apresentasse o que viu aos norte-americanos.

Travel in Brazil possui também um artigo da jornalista, escritora e professora da North Dakota State University Vera Kelsey, que publicou vários livros sobre o Brasil. Algo que evidencia o esforço sistemático desse grupo de intelectuais de, também eles, compreenderem e explicarem o Brasil para o público de leitores norte-americano. Entre tais livros, estava *Seven Keys to Brazil*, publicado em 1940 pela editora Funk & Wagnalls. Quando do lançamento, o jornal *Correio da Manhã* teceu os seguintes comentários:

O novo livro foi muito bem recebido pela crítica nova yorkina e constitui um grande serviço ao Brasil e aos Estados Unidos e muito servirá para ainda maior aproximação entre os dois maiores países americanos. Facilitará a compreensão, nos Estados Unidos, desse grande país, que tem um território maior que o território continental da União Norte-Americana (fato que muitos desconhecem nos Estados Unidos), e cujo fato aparece como fadado a ser um dos mais brilhantes do mundo²²⁶.

Outro livro de Kelsey, *Six Great Men of Brazil*²²⁷ (1942), da série New World

²²³ A transmissão semanal de notícias sobre o Brasil nos Estados Unidos teve início em 20 de dezembro de 1940. Programa de música carnavalesca para os Estados Unidos. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 22 fev. 1941. p. 1.

²²⁴ Não foram encontradas muitas informações sobre a jornalista. Apenas uma notícia do *Jornal do Brasil*, de 18 de outubro de 1942, referindo-se ao seu suicídio na cidade de Buenos Aires, na Argentina.

²²⁵ O livro em questão era, provavelmente, *Brazil – Bulwark of the inter-American Relations*, publicado em 1945.

²²⁶ As sete chaves do Brasil. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 19 dez. 1940. p. 9.

²²⁷ KELSEY, Vera. *Six great men of Brazil*. Illustrated by Stephen J. Voorhies. Boston: D.C Heath and Company, 1942.

Neighbors, como o título sugere, consiste numa biografia ilustrada – e prefaciada pelo reconhecido educador Lourenço Filho – de seis personalidades brasileiras em diversas atividades: Pedro II, o “bom imperador”; General Caxias, “soldado, estadista e herói”; Baron Mauá, o “pai da indústria brasileira”; Carlos Gomes, o “melhor compositor brasileiro”; Santos Dumont, “pioneiro da aviação”; e General Rondon, “protetor dos índios”. A coleção à que o livro pertencia foi editada pela D.C. Heath and Company, entre 1941 e 1944, tendo como objetivo introduzir “a história e o espírito” das culturas latino-americanas nas escolas estadunidenses. A mesma autora escreveu obras de ficção e mistério, como a novela *The Owl Sang Three Times* (1941), que tematizava a vida da colônia norte-americana do Rio de Janeiro, mostrando suas potencialidades para a intensificação das relações entre os dois países. Publicou, ainda, *Brazilian Frontier* (1939), *Brazil in Capitals* (1942), e *Maria Rosa* (1942). Vera Kelsey, por si só, mereceria atenção especial, pois evidencia o empenho desse grupo de intelectuais, sendo das mais férteis autoras em atividade entre 1939 e 1942.

O arquiteto norte-americano Philip L. Goodwin também escreveu para a revista. Para dimensionar sua importância na cooperação entre Brasil e EUA, vale mencionar que, em viagem por terras ianques, já em 1949, Henrique Mindlin registrou que, no Museu de Arte Moderna de Nova York (MoMA), costumavam dizer que o Brasil teria sido descoberto duas vezes: uma por Pedro Álvares Cabral e outra por Phil Goodwin, o responsável por mostrar ao mundo “em uma apresentação primorosa e eloquente, os trabalhos dos arquitetos moços do Brasil”²²⁸. Mindlin está se referindo à atuação de Goodwin como presidente da Comissão de Relações Estrangeiras do Instituto Americano de Arquitetura e da Comissão de Arquitetura do MoMA, por meio do qual organizou, em 1943, uma exibição de arquitetura brasileira²²⁹. Para tanto, passou vários meses no Brasil coletando material e, segundo o jornal *A Manhã*, chegou à conclusão de que “o Governo Brasileiro está na vanguarda de todos os outros governos do Hemisfério Ocidental no seu ativo encorajamento da arquitetura moderna”²³⁰. Goodwin teria afirmado, ainda, que o mais belo edifício governamental do hemisfério ocidental era o prédio do Ministério da Educação e Saúde, localizado no Rio de Janeiro, e que as “capitais do mundo que

²²⁸ Notas de viagem. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 3 jul. 1949. p. 4.

²²⁹ A exposição foi inaugurada em 13 de fevereiro de 1943. Em março de 1944, a exposição veio para o Brasil e foi exibida na Galeria Prestes Maia, como parceria entre a Prefeitura Municipal de São Paulo e o MoMA. Exposição Brasil-Builds. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 17 mar. 1944. p. 2.

²³⁰ As realizações da arquitetura brasileira em exposição na América do Norte. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 2 fev. 1943. p. 6.

necessitarão de ser reedificadas após a guerra não podem encontrar melhores modelos do que os moderníssimos edifícios da capital do Brasil”²³¹. No mesmo ano, foi lançado pelo MoMA um livro, *Brazil Builds*²³², escrito por Goodwin e ilustrado com as fotografias que compuseram a exposição de G. E. Kidder Smith. Para a *Travel in Brazil*, ele escreveu um artigo sobre seu tema de maior interesse: a arquitetura brasileira, tanto antiga quanto moderna.

Dois dos colaboradores estrangeiros não eram norte-americanos. Paulo Rónai, nascido numa família judaica na Hungria, transferiu-se para o Brasil durante a Segunda Guerra Mundial. Aqui travou relações de amizade com intelectuais brasileiros, entre eles Carlos Drummond de Andrade, Guimarães Rosa e Cecília Meireles, que lhe encomendou um artigo para a revista do DIP sobre as impressões que teve do Rio de Janeiro quando chegou da Europa. Já Gert Malmgren – bailarino sueco, detentor da medalha de ouro concedida pelo Concurso Internacional de Danças realizado em 1939 em Bruxelas – tinha um perfil diferente dos demais. Primeira figura do Ballet Jooss, ficou no Rio de Janeiro dirigindo uma escola de balé clássico e moderno e um grupo de bailarinos brasileiros, dedicados a apresentar apenas danças sobre temas nacionais²³³. O Ballet Jooss, de fama mundial, visitou o Brasil em 1939, ocasião em que Gert preferiu ficar no país, com a intenção de estudar a música brasileira. Não era norte-americano, mas possuía boas relações com alguns órgãos do regime Vargas. Fazia apresentações de dança com canções populares de várias partes do mundo, inclusive com diálogos dos dramaturgos Álvaro Moreira e Joracy Camargo, para as quais obteve patrocínio do Ministério Capanema²³⁴. Escreveu também artigos para a imprensa, tendo publicado no *Diário de Notícias*²³⁵, por exemplo. Para a *Travel*, escreveu justamente sobre duas danças típicas brasileiras, o frevo e o samba.

5.3 Viajando nas páginas da *Travel in Brazil*: “brasilidade de exportação”

Como se disse, a revista teve oito números, lançados entre 1941 e 1944, após uma

²³¹ Ibidem.

²³² Entre as obras apresentadas, destacam-se: o edifício da Associação Brasileira de Imprensa, no Rio de Janeiro, de autoria dos irmãos Roberto; o Cassino, Restaurante e Iate Clube de Belo Horizonte, projetado por Oscar Niemeyer; as casas emuradas de São Paulo, de autoria de Rudoísky; e o novo edifício do Ministério da Educação, no Rio de Janeiro. A arquitetura moderna brasileira nos Estados Unidos. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 27 maio 1943. p. 6.

²³³ *A Noite*, Rio de Janeiro, 3 jan. 1942. p. 1 e 9.

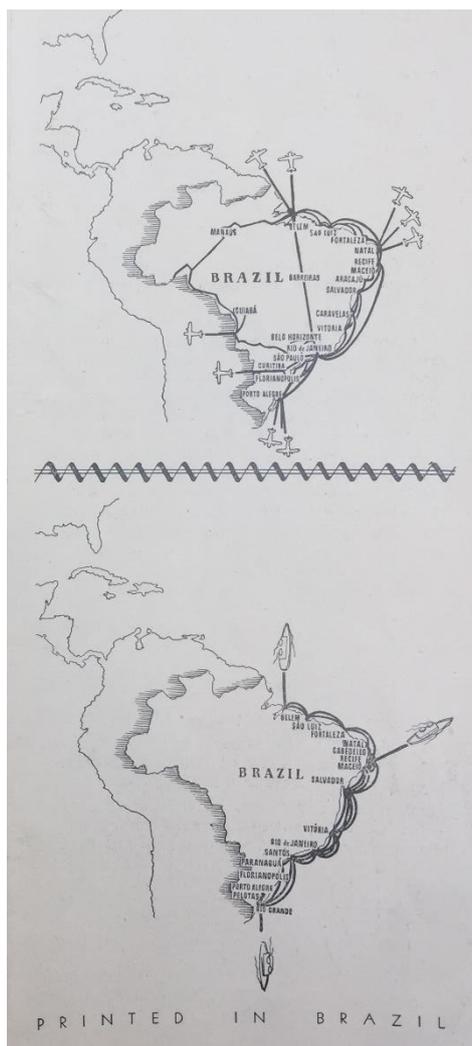
²³⁴ *Diário da Noite*, Rio de Janeiro, 18 out. 1943. p. 8.

²³⁵ Augusto Rodrigues e a documentação do “Frevo”. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 1 mar. 1942.

interrupção em 1943. Em tempos de guerra na Europa, as viagens para o Velho Continente foram inviabilizadas, e o Estado Novo viu aí uma oportunidade de captar os fluxos turísticos para o Brasil, aproveitando-se da aproximação que os Estados Unidos realizavam com a América Latina. A *Travel in Brazil* procurava cumprir esse papel de atração, divulgando no exterior as iniciativas do regime que dizia estar transformando o país num destino moderno e preparado para receber visitantes dos países “mais desenvolvidos”. Mais que isso, a publicação representava o esforço do governo brasileiro em se fazer presente nos Estados Unidos em tempos de Boa Vizinhança.

Dessa forma, a seção intitulada Good Neighbor News, que saiu na última página da segunda edição da *Travel in Brazil*, em 1941, deixava explícita tal intenção. Era composta de nove pequenas notas, divididas em blocos, escritas pela jornalista norte-americana Thelma Roberts, que buscavam levar a seus conterrâneos “notícias da Boa Vizinhança”. Elas vinham acompanhadas de duas ilustrações do mapa do Brasil – uma com as principais cidades e aeroportos; a outra com os principais portos. A partir das imagens, mostrava-se que o território do país, de dimensões continentais, possuía diversas conexões aéreas e marítimas com a Europa e os EUA.

Imagem 30: Página interna de *Travel in Brazil*, nº 2, de 1941



Fonte: A autora.

Em uma das notas, Thelma Roberts informa que o inglês estaria rapidamente se tornando a “segunda língua” mais popular no Brasil. Novos guias em inglês estariam sendo preparados para todas as principais cidades ilustradas nos mapas, já que o governo brasileiro esperava que parte dos 500 mil norte-americanos que realizavam viagens anuais ao exterior fossem “seduzidos pela América do Sul”. Segundo ela, “o Brasil quer garantir que os turistas dos Estados Unidos realmente venham conhecer e gostem do país”²³⁶. Em outra nota, ela informa os preços da viagem e os custos das principais atrações da cidade do Rio de Janeiro:

Você pode ter uma viagem de ida ao Rio e volta por \$300! Rápidos navios fretados oferecem confortáveis viagens marítimas para os modernos “viajantes com orçamento”... o custo da viagem é de \$261 para 32 dias de cruzeiro. E os gastos diários no Brasil são pequenos, como \$1,50 para hotel e alimentação.

²³⁶ “Brazil wants to be sure U.S. tourists really do come to know and like this country.” *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, 1941. p. 33. Tradução minha.

Excursões para o Pão de Açúcar são meros 40 centavos, um cruzeiro para as ilhas da Baía de Guanabara, 5 centavos, excursão ao Corcovado, 40 centavos, para ver as inesquecíveis e espetaculares visões panorâmicas do Rio²³⁷.

Além dessas informações diretamente relacionadas ao turismo, as demais notas dão notícias de acontecimentos importantes nas relações entre os dois países. Uma delas destaca que Thomas J. Watson, presidente do International Business Machines, depois de visitar o Brasil no ano anterior, estava comissionando o Sr. Valentim F. Bouças para a compra de oito pinturas de artistas brasileiros, de forma a enriquecer sua coleção de pinturas em Nova York. As últimas notícias mencionavam os visitantes que o Brasil havia recebido de diversas cidades dos Estados Unidos no mês anterior, incluindo representantes de grandes empresas, personalidades famosas e funcionários do governo norte-americano²³⁸.

O conteúdo selecionado para compor a seção Good Neighbor News é uma pequena amostra do que será abordado de forma mais detalhada nos oito volumes da *Travel in Brazil*. Através das capas, vimos que a revista procurou traduzir o país para os estrangeiros, retratando uma grande diversidade de características físicas e culturais, já que a ideia era fazer com que o leitor, por meio de suas páginas, viajasse através do Brasil. A principal estratégia para sensibilizar o público ianque, seu alvo preferencial, era apresentar o Brasil e os brasileiros como “civilizados” e bastante próximos dos padrões compartilhados pelos norte-americanos, ainda que conservassem suas particularidades culturais, decorrentes de formações históricas diferenciadas. Os brasileiros são mostrados como construtores do progresso e da modernização, defensores da educação técnica, dos altos valores morais e das tradições da família. Esta não era uma tarefa fácil, pois era preciso destruir uma imagem de povo selvagem, escravista, com costumes exóticos e primitivos, que viviam em cidades pelas quais circulavam, junto às pessoas, até animais selvagens! Embora isso não seja dito explicitamente, é o que se procura fazer ao se dar

²³⁷ “You can have a trip to Rio and return for \$300! Fast freight boats offer homey sea-tours to modern ‘budget travelers’... cost of trip \$261 for 32-day cruise. And expenses in Brazil can cost as little as \$1,50 a day for hotel and meals. ‘Excursions’ to Sugar Loaf, are a mere 40c, a two-hour cruise to emerald isles down Guanabara Bay, 5c. Trip to Corcovado, 40c, to see the unforgettable spectacle of Rio’s panorama of cities.” *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, 1941. p. 33. Tradução minha.

²³⁸ A revista cita os seguintes nomes: Warren Lee Pierson, do Export-Import Bank; Carl H. Minor, presidente da General Electric, e Mrs. Minor; Arnold Welles, filho de Sumner Welles; Iron Hardin, do governo federal norte-americano; Arthur L. Fields, da American Chamber of Commerce, e sua esposa. Outras cidades além de Nova Iorque foram representadas por: C. E. Sutter, Hartford, Conn.; Robt. L. Skidmore, Indianapolis; Stoddard Johnston, Charleston; Orvilla Row, Portland; Mr. and Mrs. B. A. Rowells, Los Angeles; R. M. Nicholson, Seattle; Dr. and Mrs. Martin Cooley, Washington; Isaac Miller Hamilton, Chicago; Russel S. Pope, Bay City; Mr. and Mrs. John P. Harris, Hutchinson, Kansas; Ashby L. Blake, Raleigh, N. C.

ênfase no que tínhamos de mais moderno: um país cada vez mais industrializado, “o país do futuro”, que se construía a largos passos no presente.

Nesse universo de textos, procuramos identificar os temas que ganharam maior ênfase e, após a classificação dos artigos, elaboramos o quadro abaixo:

Quadro 12: Quantitativo de temas abordados em *Travel in Brazil*

TEMAS DOS ARTIGOS DA <i>TRAVEL IN BRAZIL</i>	
Cultura popular	16 (35,6%)
Viagens	15 (33,3%)
Cultura material	08 (17,8%)
Aspectos/recursos naturais	03 (2,2%)
História	01 (2,2%)
Propaganda do regime	01 (2,2%)
Good Neighbor News	01 (2,2%)
Total de artigos	45

Fonte: A autora.

O quadro deixa nítido que os aspectos culturais do Brasil eram o grande destaque da revista, sendo o tema principal de um total de vinte e quatro artigos. O maior número deles – dezesseis – versa sobre o que classificamos como “cultura popular”, e dedica-se a apresentar aspectos da identidade brasileira, principalmente o que Cecília Meireles e outros intelectuais do período classificavam como nosso folclore: festas, religiosidade, música, artesanato, danças, em resumo, tudo o que materializava a “alma coletiva” do povo brasileiro. Os oito artigos que identificamos como “cultura material” apresentam o que o recém-criado Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) priorizou em sua política de preservação do patrimônio histórico: cidades barrocas e seu conjunto arquitetônico e de arte sacra, como Ouro Preto, Olinda e o centro histórico de

Salvador.

Outra linha importante – com quinze artigos – seguia uma proposta mais ligada ao tema de turismo e viagens, pois apresentava lugares do Brasil a serem visitados. Nesse caso, a perspectiva adotada nos artigos podia ser a de um visitante estrangeiro ou a de um autor brasileiro, que nasceu ou possuía relações com o local em questão. Nela, procurava-se apresentar cidades de todas as regiões do Brasil, destacando seus aspectos naturais, históricos e culturais, sempre congregando aspectos tradicionais e modernos.

O artigo sobre “História” saiu no primeiro número da *Travel in Brazil*, no qual Sérgio Buarque de Holanda procurou apresentar aos leitores aspectos da história do Brasil, desde a chegada dos exploradores portugueses em 1500, passando pela colonização, invasões francesa e holandesa, traçando paralelos com a administração inglesa e espanhola de suas possessões na América. Quanto à “Propaganda do regime”, nos referimos ao já citado artigo sobre a Feira Internacional do Rio de Janeiro, em 1940, que apresentava o pavilhão comemorativo do “Decenal da Revolução”.

Priorizamos, nos dois próximos itens, apresentar os temas que receberam mais artigos segundo a classificação que estabelecemos: “viagens” e “cultura popular”.

5.3.1 Viagens através do Brasil

A apresentação dos lugares turísticos do Brasil foi pensada para mexer especialmente com o imaginário do leitor estrangeiro, sobretudo norte-americano. Um dos mais interessantes e expressivos artigos desse tipo é “Hunting in Mato Grosso”, escrito pelo norte-americano John B. Adams. Nele, o autor descreve as maravilhas que viveu em viagem de três semanas feita pouco tempo antes ao Mato Grosso, que lhe propiciaram histórias de caça que muitos considerariam “contos da carochinha”. Adams falou também sobre essa experiência em uma de suas transmissões no rádio, na qual contou a história do romance entre Sasha Siemel e Edith Bray²³⁹. Siemel era um famoso explorador russo, conhecido por sua profissão de caçador de tigres, o que fazia há 24 anos. Ele havia liderado diversas expedições de norte-americanos, incluindo o presidente Theodore Roosevelt. Edith era uma moça rica da Filadélfia, que veio com Sasha ao Brasil numa excursão de caça e, no ano seguinte, mudou-se definitivamente para o Mato Grosso. Foi quando se casou com Siemel, que já vivia da caça e do turismo na selva mato-

²³⁹ Como se faz propaganda do Brasil – John Adams e a Columbia Broadcasting System – um romance nas selvas de Mato Grosso. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 20 set. 1941. p. 5.

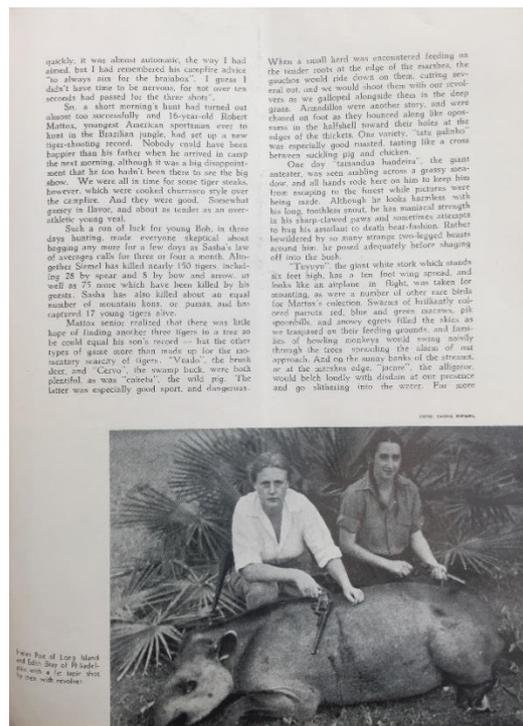
grossense.

A aventura de Adams foi organizada de última hora por George Mattox, gerente da filial brasileira de uma empresa norte-americana, como despedida para seu filho Robert, de dezesseis anos, que em breve partiria para seu primeiro ano na Universidade da Pensilvânia. Entre ganhar um carro de segunda mão ou aventurar-se numa expedição de caça no Mato Grosso, Robert havia escolhido a segunda opção, sendo ele um *gun-loving*²⁴⁰, como a maioria dos jovens americanos. Sabendo que seu filho não poderia fazer sozinho uma viagem à selva, Mattox se juntou a Sasha Siemel e Edith Bray, a qual ele considerava a “primeira-dama do campo”.

Já na abertura do artigo, Adams deixa explícito seu propósito: incentivar o leitor a aventurar-se num dos mais inexplorados paraísos de caça, muito mais próximo e acessível que o Pundjab, na África, ou as planícies do Tibet – dois dos destinos mais procurados pelos caçadores norte-americanos. A estratégia de aproximar as informações da realidade do leitor é algumas vezes utilizada, como na passagem em que o autor vai explicar o tamanho do estado brasileiro: “[...] Mato Grosso, segundo maior estado da República brasileira, e duas vezes maior que o Texas [...]”²⁴¹. Ainda que fosse impossível comparar a diversidade de animais das savanas africanas com a do Centro-Oeste do Brasil, Adams garante que Mato Grosso era capaz de satisfazer qualquer pessoa apaixonada por caça (com armas ou câmeras). As onças eram a grande atração, com sua ferocidade já conhecida, mas ele descreve a diversidade de espécies que o grupo conseguiu observar ou capturar durante sua estadia. Assim, o texto do jornalista menciona também jacarés, ariranhas, macacos, capivaras, entre outros tantos animais característicos da região, descrevendo, detalhadamente, as cenas e aventuras vivenciadas na expedição. Ao lado da narrativa, as fotografias fornecem ao leitor algumas imagens, aguçando ainda mais sua curiosidade e imaginação, com destaque para, além das onças, piranhas, antas e tuiuiús.

²⁴⁰ Expressão em língua inglesa usada para caracterizar pessoas que gostam de armas de fogo.

²⁴¹ ADAMS, J. B. Hunting in Mato Grosso. *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, 1941. p. 18.



Hunting in Mato-Grosso

John B. Adams

If you are wondering where to go for that next big game hunting trip, why not go hunting the South American way? Combine a little "good neighborhood" with jungle adventure and take a romp into the wild and untamed bush country of Mato-Grosso, second largest state in the Brazilian republic, and more than twice the size of Texas. Though far less publicized as a sportsman's paradise than the African veldt, the Pampas, or the Tibetan plateau, the green belt country of western Brazil is one of the world's most virgin-true and least exploited happy hunting grounds.

I have just returned from a three weeks hunting trip into the Mato-Grosso with an American sportsman and his son, in company with Sasha Siemel, Brazilian sportsman made famous in Julian Higgins's books "Tiger Man" and "Green Hill" — and the things I saw, if told with the slightest embellishment, would immediately cause me to be invited to membership in that famous Wisconsin club for wolves of old tales. For it isn't often that one can tell of shooting three

tigers in ten seconds, of seeing great schools of man-eating fish, of shooting 20 pound crocodiles, and storks that look as big as small airplanes.

But one need not resort to fiction when discussing Mato-Grosso. Wild life is so abundant and so varied as if Father Noah had been shipwrecked there and opened wide the gates of his ark. It doesn't have all the African or Asian types of game, it is true, but it does have enough variety to satisfy the most insane big game hunter, whether he is hunting with gun, spear or camera.

Tigers or "onças" as the South American Indians are called, are of course the big attraction, and every bit as ferocious as the more publicized Asiatic or Bengal tigers, the large ones measured up to ten feet in length, tip to tip. During our two weeks of actual hunting our party bagged three tigers, caught two more alive, and took practically all types of game, including ocelots, wild jag, armadillo, giant anteaters, ostriches, crocodiles, 20 pound ducks, giant storks — with ten foot wingspreads — wild parrots and game birds by the scores, and many of the heretofore

quickly, it was almost automatic, the way I had aimed, but I had remembered his campfire advice "to always aim for the broadside." If great I didn't have time to be nervous, for not over ten seconds had passed for the three shots.

On a short morning's hunt had turned out almost too successfully and 15-year-old Robert Mattos, youngest American sportsman ever to hunt in the Brazilian jungle, had set up a new tiger-hunting record. Nobody could have been bigger than his father when he arrived in camp the next morning, although it was a big disappointment that he too hadn't been there to see the big show. We were all in time for some tiger steaks, however, which were cooked chermoussa style over the campfire. And they were good. Somewhat gamey in flavor, and about as tender as an over-athletic young veal.

Such a run of luck for young Bob, in three days hunting, made everyone skeptical about bagging any more for a few days as Sasha's law of averages calls for three or four a month. Altogether Siemel has killed nearly 150 tigers, including 28 by spear and 8 by bow and arrow, as well as 75 more which have been killed by his guests. Sasha has also killed about an equal number of mountain leopards, or panthers, and has captured 17 young tigers alive.

Mattos senior realized that there was little hope of finding another three tigers to a tree as he could equal his son's record — but the other types of game more than made up for the necessary scarcity of tigers. "Veado," the brush hog, and "Caxiru," the swampy buck were both plentiful as was "coneta," the wild pig. The latter was especially good sport, and dangerous.

When a small herd was encountered feeding on the tender roots at the edge of the marshes, the quail would take cover on them, cutting several out, and we would shoot them with our revolvers as we galloped alongside them in the deep water. Armadillos were another story, and were chased on foot as they hounded along the opposite edges of the ditches. Our variety, "late galinheira" was especially good roasted, tasting like a cross between suckling pig and chicken.

One day "tamanduá bandida" — the giant anteater, was seen scurrying across a grassy meadow, and all hands rode here on him to keep him from escaping to the forest while pictures were being made. Although he looks harmless with his long, toothless snout, he has marvellous strength in his sharp-clawed paws and sometimes attempts to bring his assailant to death by his tail. Rather headstrong by so many strange two-legged beasts around him, he posed adequately before shagging off into the bush.

"Teyron," the giant white stork which stands six feet high, has a ten-foot wing spread, and looks like an airplane in flight, was taken for mounting, as were a number of other rare birds for Mattos's collection. Several of brilliantly colored parrots, red, blue and green amazons, pink quetzils, and snowy egrets filled the skies as we tramped on their feeding grounds, and families of howling monkeys would swing merrily through the trees, recalling the clang of our approach. And on the sunny banks of the stream, or at the garden edge, "jacaris," the alligators, would bellow loudly with disdain at our presence and go villaging into the water. For some

Photo: Bob of Long Island and Edith Boy of Rhode Island, with a large point, by one with mother.

Fonte: A autora.

Detalhes práticos também são fornecidos aos turistas em potencial. O autor menciona a distância do Rio de Janeiro a Mato Grosso como absolutamente superável. Apresenta o local como sendo acessível: três dias e três noites do Rio de Janeiro de trem; oito horas em avião, que sai semanalmente do Rio; ou três dias de avião, partindo de Nova Iorque. Ressalta que é uma região livre de doenças tropicais como malária e febre amarela, e que os insetos não são um grande problema. O clima é confortável durante o inverno do hemisfério sul, mas chuvoso e abafado nos meses de verão. Em sua aventura, ele foi de avião até Campo Grande e, depois, pegou um trem até a estação de Miranda, com duração de sete horas. Lá ele encontrou Sasha, e todos partiram de veículo por mais duas horas até a Estância Miranda, um enorme rancho que serve como base de caça. De lá, mais um dia a cavalo, por aproximadamente 22 milhas em direção a uma campina, que, na época das chuvas, é alagada. No local, existe um estruturado acampamento permanente, onde os grupos liderados por Sasha realizam suas refeições e descansam durante a noite.

No ano anterior à publicação desse artigo na *Travel in Brazil*, o DIP havia realizado em suas dependências uma sessão cinematográfica intitulada "Caçadas em Mato Grosso", com imagens feitas por Sasha Siemel em uma de suas expedições. O

próprio Siemel estava presente na ocasião e fez, aos jornalistas, uma exposição sobre suas caçadas, para que os espectadores pudessem conhecer mais sobre “esta nova fonte de atrações que é o chamado turismo de caça”²⁴². O Mato Grosso, segundo o DIP, estaria se tornando famoso entre os caçadores do “Big Game” como a terra da perigosa onça e de outros grandes animais selvagens. Essa expansão do turismo para a região Centro-Oeste se incluiria na política governamental da “Marcha para o Oeste”, idealizada pelo presidente Vargas com o objetivo de ocupar o território brasileiro. Para tanto, investia-se na construção da nova estrada de ferro transcontinental do Brasil à Bolívia, “cortando o coração da América do Sul e abrindo vastas e pouco conhecidas regiões para as viagens turísticas”²⁴³.

Contudo, artigos como “Hunting in Mato Grosso” poderiam, de forma isolada, dar ao leitor norte-americano a ideia de que o Brasil era, de fato, um lugar selvagem. Por isso, a revista se aplica em, ao lado de textos como esse, apresentar as principais cidades brasileiras. O Rio de Janeiro aparece em destaque, e as belezas e atrativos naturais da cidade são exaltados em diversos artigos, escritos tanto por autores nacionais como estrangeiros. Com uma fotografia aérea e noturna da Avenida Atlântica abrindo o artigo e com o título se sobrepondo a ela, Paulo Rónai (tradutor, revisor, crítico, que se naturalizaria brasileiro) apresenta o seu texto “A European’s impression of Rio in 1941”. Nele, o autor relata que, para chegar ao Rio, teve que viajar de Budapeste, na Hungria, até Lisboa, em Portugal, passando pela Alemanha, Suíça, França e Espanha. Após descrever os dias tristes do cotidiano da Europa em guerra, expõe seu deslumbramento ao atracar na Baía de Guanabara, que se revelou a seus olhos como o presságio da terra prometida, como uma “Nova Canaã”: “Nem mesmo entre as inspiradoras montanhas nevadas da Suíça experienciamos reação semelhante diante de tamanha beleza.”²⁴⁴ O espetáculo oferecido pela natureza era inegável e já compunha o imaginário dos estrangeiros sobre o Brasil.

A Travel in Brazil se propõe a apresentar um Brasil moderno, ainda desconhecido da maioria do mundo. Por isso, Ronái continua seu relato afirmando que todo viajante carrega em seu íntimo dois sentimentos contraditórios. Um é o desejo de descobrir lugares

²⁴² Caçadas em Mato Grosso. *Diário Carioca*, Rio de Janeiro, 16 jan. 1940. p. 5.

²⁴³ “[...] cutting through heart of South America and opening vast and little-know regions to tourist travel”. *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, 1941. p. 33. Tradução minha.

²⁴⁴ “Not even amongst the aweinspiring, snowy mountain scenes of Switzerland, did we experience such reation to overwhelming excess of beauty.” *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 4, 1941. p. 15. Tradução minha.

novos, procurar novas sensações e experiências. Isso o Rio de Janeiro, diz ele, satisfaz facilmente. O segundo sentimento é a saudade de casa, da terra natal, que o Rio, inesperadamente, também apraz, pois “tem muitas partes que fazem lembrar as esquinas do velho Continente”²⁴⁵. Aproveita o ensejo para descrever cenas do cotidiano da cidade, como contemplar o mar de um dos cafés da Avenida Atlântica; observar o movimento de carros a partir de um dos prédios da Avenida Rio Branco; e, se o turista se distrai por um momento, pode “pensar que se está no topo do ‘Arco do Triunfo’ em Paris”. A noite é ainda mais favorável para despertar essas memórias, pois a escuridão esconde as diferenças e acentua as similaridades. O Largo do Boticário com sua fonte e barulho de córrego lembraria Flandres, por exemplo. A estrada na Floresta da Tijuca ou a ilha de Paquetá também lembrariam aspectos de cidades europeias. A fusão de sensações na Rua do Ouvidor, com suas perfumarias e cafeterias, que exalam “o vigoroso aroma do puro café brasileiro, coisa desconhecida por muito tempo na Europa, onde só se encontram substitutos lamentáveis”²⁴⁶. Todo esse relato é acompanhado de fotografias: os cafés e livrarias citadas, a Avenida Rio Branco, o lago no Jardim Botânico, mostrando lírios d’água e o reflexo do Corcovado, e uma vista da estrada que sobe a montanha da Tijuca. O autor finaliza seu artigo de forma bastante expressiva:

Rio de Janeiro, nós te agradecemos, por ter realizado para nós o milagre de unir o novo e o velho; o conhecido e o desconhecido; a revelação e a saudade. Nós te agradecemos, por ter preparado para nós as inesgotáveis riquezas de um jovem Continente, e, ao mesmo tempo, preservando tantos tesouros sentimentais e intelectuais de nossa sofrida velha Europa²⁴⁷.

A revista tenta diversificar a visão do turista sobre o Brasil apresentando outras cidades turísticas do país, para além da capital federal. Menotti del Picchia²⁴⁸ apresenta

²⁴⁵ “Rio has many bits which recall corners of the old Continent.” *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 4, 1941. p. 18. Tradução minha.

²⁴⁶ “[...] the healthy aroma of pure Brazilian coffee emanates, a thing unknown for a long time in Europe, where only very lamentable substitutes are to be found”. *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 4, 1941. p. 19. Tradução minha.

²⁴⁷ “Rio de Janeiro, we thank thee, for having realized for us the miracle of uniting the new and the old; the known and the ignored; the revelation and the longing. We thank thee, for having prepared for us the inexhaustible riches of a young Continent, and, at the same time, preserving so many of sentimental and intellectual treasures of our aching old Europe.” *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 4, 1941. p. 19. Tradução minha.

²⁴⁸ Paulo Menotti Del Picchia (1892-1988) foi um jornalista, escritor e político paulista, descendente direto de imigrantes italianos. Contribuiu com diversos veículos da imprensa paulista e carioca, como *A Gazeta*, *O Correio Paulistano* e *Diário da Noite*, tendo inclusive fundado o jornal *A Noite*. Participou da Semana de Arte Moderna de 1922 e do movimento Verde-Amarelo. Foi o primeiro diretor do Departamento de Imprensa e Propaganda do Estado de São Paulo. Seu destaque como poeta lhe conferiu um lugar na Academia Brasileira de Letras em 1943, tendo publicado obras como *Juca Mulato* (1917), *Máscaras* (1919), *A angústia de D. João* (1922), *O amor de Dulcinéia* (1926), *República dos Estados Unidos do Brasil* (1928) e *Chuva de pedra* (1925).

sua terra natal como um destino interessante no artigo “São Paulo, city of tourists”, ressaltando suas peculiaridades e atrativos. A metrópole é apresentada como um polo que congrega tanto um parque industrial moderno – com destaque para o bairro do Brás – como a proximidade das áreas produtoras de café, acessíveis através da melhor malha ferroviária do país. Como estratégia narrativa, ele descreve um passeio de carro pelos bairros residenciais, passando pelos lugares mostrados nas fotografias – a Escola Estadual de Medicina de São Paulo, o novo Hospital das Clínicas, o viaduto da ferrovia São Paulo-Santos e o estádio Pacaembu. As imagens também retratam o Porto de Santos e uma vista dos campos de secagem de café.

José Lins do Rego²⁴⁹, autor do artigo “Bahia”, leva o leitor a um passeio pela cidade de São Salvador, a capital do estado. Descreve a Baía de Todos os Santos, o Forte de São Marcelo, as colinas cobertas de vegetação, casas coloridas e torres de igrejas, o vento suave, o céu azul, “um clima quase mediterrâneo”²⁵⁰. Mostra ao leitor a cidade de Salvador com um colorido peculiar, uma culinária própria e ruas repletas de luzes e do chacoalhar dos bondes. A Bahia tem, de acordo com ele, seu modo de vida particular, com toda sua doçura característica, “exemplificando para todo o Brasil, a característica verdadeiramente baiana, a cordialidade do brasileiro”²⁵¹. Citando Gilberto Freyre, declara que Salvador seria a cidade mãe das outras cidades do Brasil, como “um seio que nos deu tanto do leite da cordialidade humana, e força”²⁵².

Em “The last lap of a journey to Belo Horizonte”, Austen Amaro²⁵³ guia o público pelas ruas da capital do estado de Minas Gerais, famoso por suas riquezas minerais. O autor narra de forma poética sua saída de Nova Lima, o trajeto e a chegada em Belo Horizonte, salientando suas sensações em estar nesse lugar. A ideia é passar uma imagem

²⁴⁹ José Lins do Rego Cavalcanti (1901-1957), escritor nascido na cidade de Pilar, na Paraíba, se destaca no campo literário através de seus romances regionalistas. Descendente de uma família de senhores de engenho, Lins do Rego conhecia bem o cotidiano dessas propriedades, já que ele mesmo nasceu em um deles, o Engenho Corredor. Seus romances *Menino de engenho* (1932), *Bangüê* (1934) e *Usina* (1936) abordam a temática da decadência dos engenhos de açúcar e os problemas sociais das áreas rurais nordestinas. Sua atuação não se limitou à produção desse tipo de romance; o escritor paraibano também trabalhou como jornalista, colaborando com jornais como *O Globo* e *Diários Associados*. Foi eleito em 1955 para a Academia Brasileira de Letras, sucedendo Aaulfo de Paiva.

²⁵⁰ *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, 1942. p. 3. Tradução minha.

²⁵¹ “[...] exemplifying to all, that truly Bahian characteristic, ‘the cordiality of the Brazilian’”. *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, 1942. p. 4. Tradução minha.

²⁵² “[...] the swelling breast that has given to us so much of the milk of human kindness, and strength.” *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, 1942. p. 4. Tradução minha.

²⁵³ Austen Amaro de Moura Drummond (1901-1991), poeta nascido em Belo Horizonte, era primo de Carlos Drummond de Andrade. Lançou, em 1926, *Juiz de Fora – Poema lírico*, considerado o primeiro livro modernista publicado em Minas Gerais, com ilustrações de Pedro Nava. Publicou, ainda, *Ante o mistério do amor e da morte!* (1930), *Poemetos à feição do Oriente* (1939), e *Imaginária Hélade* (1971).

de cidade moderna, com belos prédios, cinemas, bancos, praças, bares, *cable cars*, etc. Há várias fotografias, em especial da Avenida Afonso Pena e da rotatória Sete de Setembro. Tasso da Silveira tem intenção semelhante no artigo “Curitiba and the Paraná Railway”, no qual apresenta a cidade e a estrada de ferro Curitiba-Paranaguá aos turistas, delineando as maravilhas de seu trajeto e a grande obra de engenharia de sua construção, projetada por Antonio Rebouças e construída por Teixeira Soares. Tasso retrata Curitiba como uma metrópole provincial, essencialmente saudável devido ao seu clima e salubridade. Ademais, é um centro de intensa vida material e intelectual, um sereno refúgio de beleza e tranquilidade para todos, inclusive para artistas de outras partes do Brasil. Em suas palavras, “Curitiba é a última parada de uma das mais extraordinárias e belas estradas de ferro do mundo e agora começa a atrair turistas internacionais”²⁵⁴.

“Wings over Brazil”²⁵⁵, publicado no primeiro número de 1942, é igualmente característico dessa ideia que a revista pretendia passar ao leitor estrangeiro. Foi escrito pelo jornalista norte-americano Henry Albert Phillips. Como ele passou grande parte do tempo voando em sua viagem de reconhecimento pela América do Sul, escreveu para o DIP as impressões que teve ao “ler o país do alto”. Desse lugar tão especial, o grande destaque é a grandiosidade da natureza. Na visão de Phillips, a intervenção humana se torna pequena do alto: “o homem tem que fazer algo colossal para conseguir ser visto das alturas”²⁵⁶, diz ele. Menciona diversas cidades: Belém, Natal, Salvador. Suas descrições da arquitetura das cidades de Recife e Salvador contrastam com as de Porto Alegre e Curitiba, onde ele afirma ter ficado impressionadíssimo com a modernidade de alguns prédios.

Todas as cidades são apresentadas aos leitores através de fotografias que acompanham o texto, endossando a imagem de um país de natureza exuberante, passado colonial e cidades modernas. As legendas complementam as fotografias e reforçam a mensagem: “Elevador Lacerda – Salvador, Bahia. Rápido serviço de passageiros entre as partes baixa e alta da cidade é oferecido pelos grandes elevadores desta moderna torre”²⁵⁷; “A Paróquia de Santo Antonio no Recife: esplêndido exemplo do estilo colonial”²⁵⁸, e

²⁵⁴ “Curitiba is the terminus for one of the most remarkable and beautiful railroads in the whole world and it now begins to attract international tourism”. *Travel in Brazil*. vol. 1, n° 2, 1942. p. 32.

²⁵⁵ Asas sobre o Brasil.

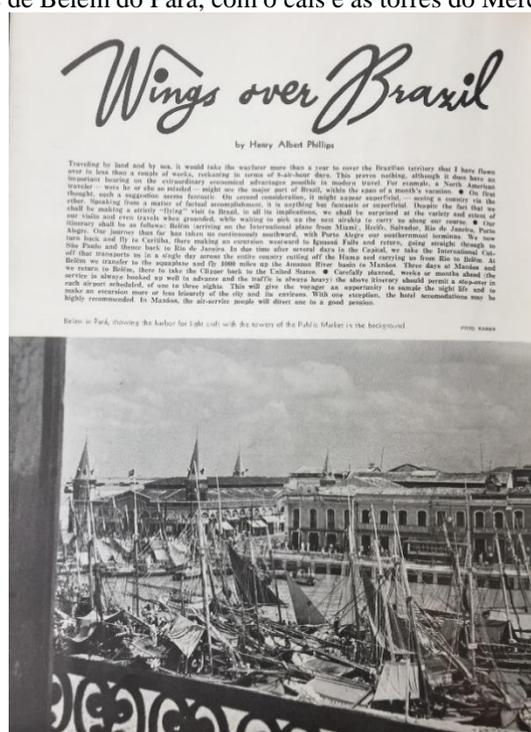
²⁵⁶ “(...) man has to do something colossal, to appear to any advantage from a couple of miles in the air”. *Travel in Brazil*. Rio de Janeiro. vol. 2, n° 1, 1942. p. 24.

²⁵⁷ Do original: “Elevator ‘Lacerda’ – Salvador, Bahia. Rapid passenger service between the lower and upper sections of the city is provided by the large elevator in this modern tower”. *Travel in Brazil*. vol. 2, n° 1, 1942. p. 27.

²⁵⁸ “The Parish Church of Santo Antonio in Recife: a splendid example of colonial style”. *Travel in Brazil*,

também “Tudo de mais moderno em hotelaria pode ser encontrado nesse magnífico ‘Grande Hotel’ em Recife”²⁵⁹; “Avenida Borges de Medeiros – Porto Alegre – Rio Grande do Sul. Nos últimos anos essa Metrópole meridional foi completamente modernizada”²⁶⁰. “O famoso Teatro Municipal de Manaus, Amazonas, mostrando o luxuoso mosaico das calçadas”²⁶¹. Em síntese, a mensagem de Phillips a seus compatriotas era de que estava muito impressionado com o fato de que “mesmo com toda sua vastidão, o Brasil possui um alto grau de refinamento cultural e civilização que qualquer outro país da América do Sul que vimos do ar”²⁶².

Imagem 32: Primeira página do artigo “Wings over Brazil”
Na fotografia, a cidade de Belém do Pará, com o cais e as torres do Mercado Municipal ao fundo



Fonte: A autora.

Após o título e o nome do autor, a primeira página traz um texto introdutório para convencer o leitor da viabilidade do roteiro de viagem que Henry Phillips fez sobrevoando

Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, 1942. p. 25. Tradução minha.

²⁵⁹ “Everything modern in accommodation can be obtained in this magnificent ‘Grande Hotel’ in Recife”. *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, 1942. p. 26. Tradução minha.

²⁶⁰ “Borges de Medeiros Av – Porto Alegre – Rio Grande do Sul. During the last few years this Southern Metropolis has become completely modernized”. *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, 1942. p. 30. Tradução minha.

²⁶¹ “The famous Municipal Theatre of Manaus, Amazonas, showing the luxurious mosaic pavements”. *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, 1942. p. 32. Tradução minha.

²⁶² “We are highly impressed with the fact that all its vastness, square mile for square mile, Brazil shows a higher state of cultivation and so-called civilization than any other South American country we have seen from the air”. *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, 1942. p. 30. Tradução minha.

o Brasil. Essa modalidade possibilita o turista conhecer, em pouco mais de duas semanas, um território que só poderia ser explorado em mais de um ano se a viagem fosse por terra ou mar. E tal empreitada era possível porque, nas palavras de Phillips, “o turista que embarcar nesta jornada estará fazendo muito mais que uma viagem de avião, ele estará vendo de cima abaixo, de dentro para fora, o país do futuro”²⁶³. Em trinta dias de viagem, o autor visitou Belém (chegando de avião diretamente de Miami), Recife, Salvador, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba (com excursão para as Cataratas do Iguaçu) e São Paulo. Após a jornada por várias cidades, pegou um “International Cutoff” na capital federal, que o transportou direto a Belém, de onde partiu para Manaus em aquaplano. De volta a Belém, embarcou no voo direto para os EUA. A ideia do texto era dar ao leitor uma pequena amostra da infinita variedade encontrada nessa viagem de 12 mil milhas aéreas.

Como se tem insistido, todos os artigos são fartamente ilustrados com belíssimas fotografias, nas quais o leitor pode visualizar o que os textos expõem. As imagens pretendem conferir legitimidade ao discurso veiculado; a assinatura de alguns artigos por estrangeiros provenientes da Europa e dos Estados Unidos cumpre função semelhante. Ou seja, havia o endosso de pessoas que estariam acostumadas com os mais altos padrões de vida, nos quais o Brasil se espelhava na sua caminhada em direção à modernização. Os autores norte-americanos reconhecem o país como civilizado e, assim, o apresenta a seus compatriotas.

Esse discurso de exaltação da modernização do país ao lado da majestade da natureza é parte integrante da linha de ação da propaganda do governo estado-novista, consagrando-se no lema da “Revolução em marcha”. Embora os artigos não façam defesas diretas do regime ou do chefe de governo, eles constroem uma narrativa conjunta que ressalta os avanços e as melhorias pelas quais as cidades passaram nos “últimos anos”. Cabia à revista *Travel in Brazil* ser um dos instrumentos de divulgação de um Brasil que caminhava a largos passos em direção à modernidade, com um governo que estaria desenvolvendo todas as potencialidades da nação brasileira.

5.3.2 O folclore como um retrato do povo brasileiro

²⁶³ “The traveler who makes this journey will be doing more than merely making an airplane trip, he will be seeing from top to bottom, inside and out, the Country of the Future”. *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, 1942. p. 32.

*A valorização do nosso folclore trará como consequência uma maior unidade ao nosso nacionalismo, pois só através do estudo das nossas danças, nossas comidas, nossas lendas próprias, poderemos ter um verdadeiro retrato do nosso povo, e mais tarde, comparando-o com o de outros povos, chegaremos a estabelecer o que eles têm de comum, colaborando assim, para a maior compreensão entre os homens*²⁶⁴.

As palavras acima foram proferidas por Cecília Meireles em entrevista ao jornal *O Globo* em 1950. Sua dedicação ao estudo do folclore e sua vinculação à educação coincidem com um contexto de duas grandes guerras, nas quais o mundo revivia os horrores que a folclorista tanto gostaria que não se repetissem. Por isso, o folclore se apresentava para ela – e para outros intelectuais do período – como uma forma de buscar o entendimento entre os povos: a compreensão do que é transitório e do que é permanente. O folclore seria o humanismo básico; uma linguagem comum aos diferentes povos e um elo entre os séculos.

Não é, portanto, nenhuma coincidência que este tenha sido o tema priorizado por ela na composição da *Travel in Brazil*. O tema mereceu dezesseis artigos, distribuídos entre os oito volumes da revista, além de ter sido estampado em quatro de suas capas. *Travel in Brazil* procurava gerar identificação e aproximação entre os povos (o norte-americano, em especial), mostrando o que o Brasil tinha em comum e o que tinha de singular. As peculiaridades despertavam curiosidade, interesse, e poderiam contribuir para o aumento do fluxo de turistas. Nessa empreitada, alguns aspectos eram priorizados, enquanto outros eram rechaçados. Dentro de um amplo repertório cultural, o que o Departamento de Imprensa e Propaganda escolheu mostrar aos ianques?

O Brasil estava passando por um processo de invenção e reinvenção de tradições, tal como postulado por Hobsbawm e Ranger (2012), em que a identidade nacional continuava sendo um tema-chave entre os intelectuais. De maneiras diferenciadas, eles se apropriam de símbolos, linguagens e objetos do “passado da sociedade brasileira”, recriando esse mesmo passado com o objetivo de conferir-lhe identidade e coesão. No processo de constituição de uma identidade brasileira, reviver o passado (passado enquanto tradição, que conserva um conjunto de costumes partilhados) no presente é uma necessidade constante, na medida em que é essa identificação de uma história em comum (factual e/ou mítica) que mantém a estabilidade e a coesão de um grupo. A memória, que monumentaliza o passado, garante que ele se mantenha presente no cotidiano das pessoas

²⁶⁴ Palavras de Cecília Meireles em entrevista para o jornal *O Globo*, em 21 de julho de 1950.

que partilham de uma mesma tradição. Nesse sentido, o folclore se apresenta como um campo frutífero de realização dessa coesão, uma vez que possibilita a vivência do passado e a ligação sentimental do grupo com sua herança cultural.

A brasilidade se expressaria através do “povo brasileiro” e seus costumes, especialmente através do que chamavam de cultura popular. Festas, música, comida, danças, artesanato, arquitetura, religiosidade – o povo estaria materializado em todas essas expressões culturais. Buscava-se, sobretudo, os elementos da cultura popular que constituiriam o povo brasileiro, por essência resultado de uma miscigenação racial e cultural. Nesse sentido, *Travel in Brazil* é uma das expressões da dimensão estratégica que o turismo alcançou na política do Estado Novo, que apostou na valorização do binômio mestiçagem/civilização como a mais perfeita tradução da brasilidade (O’DONNELL, 2013, p. 67).

Falando de um conjunto de artigos da *Revista do Brasil* que abordava os negros, Tânia de Luca se refere à perspectiva culturalista adotada, que valoriza, por exemplo, “a musicalidade que provém da África, o samba como expressão legítima da brasilidade e a união propiciada pela lavagem do Bonfim” (LUCA, 2011, p. 187). As interpretações que dotavam de positividade a diversidade racial não apenas estavam difundidas entre os intelectuais do período, como conseguiram alcançar projetos governamentais e políticas culturais e editoriais, que caracterizavam a mestiçagem como traço característico de seu povo. Seguindo essa perspectiva, *Travel in Brazil* apresenta a música como a expressão mais original da nacionalidade brasileira: “Não há a menor sombra de dúvida nos dias de hoje (nossos visitantes estrangeiros são os primeiros a afirmar isso) de que a música brasileira é a mais rica e a mais original das Américas.”²⁶⁵ Isso é o que afirma Mário de Andrade nos artigos “Brazilian Music” e “The music of carnival”, publicados no primeiro número de 1941 e no terceiro de 1942, respectivamente. Todas as músicas de carnaval demonstram a riqueza de ritmos do Brasil, que se baseiam principalmente em instrumentos de percussão bastante variados, que produzem diversos tons e sons. O Carnaval do Brasil é apresentado como a mais entusiástica manifestação da felicidade humana, e a música é a protagonista desse festival.

Embora a mestiçagem e a diversidade racial e cultural do Brasil fossem apresentadas nos artigos da *Travel* com um viés positivo, não se pode esquecer do jogo

²⁶⁵ “There is not the slightest shadow of doubt today, (our foreign visitors are the first to affirm it) that the native music of Brazil is the richest and most original in all the Americas.” *Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, 1941. p. 13.

de forças e das ambiguidades características de qualquer contexto político. Após ter sido convidado, pela amiga, a produzir um artigo para a revista, Mário escreve, em 21 de março de 1941:

Me lembro meio sim meio não que você me falara apenas em artigos sobre música e folclore, não era mesmo? Folclore com fotografias e sem o indispensável comparecimento dos nossos irmãos em S. Benedito é quase impossível e provavelmente a *Travel in Brazil* obedece a essa lei diplomática que afirma não haver negros no Brasil com z. Si tiver algum tempinho me esclareça sobre os projetos arianizadores do DIP e o limite dos meus assuntos (MEIRELES, 1996, p. 295).

Quatro dias depois, Cecília responde:

Falei-lhe sobre folclore e música – mas V. não tem limites: mande-nos o que entender. Desde que seja sobre o Brasil e seja bonito, está bem. Quanto à turma de S. Benedito, foi um custo, mas consegui metê-la nas ilustrações de uma coisa minha sobre Carnaval p^a o 2^o n^o. O chefe gosta mesmo é das senhoras sedosas que posam no Cassino. Em todo caso, creio que admite a turma como “folclore”. Ai! ajude-me nesta África! (MEIRELES, 1996, p. 295).

Como podemos observar, havia uma censura por parte do DIP aos temas dos artigos e às fotografias que seriam vistas pelo público internacional, principalmente no que diz respeito às manifestações culturais negras. Havia também uma negociação desenvolvida pela editora da revista que, por vezes, conseguia fazer com que alguns dos assuntos e imagens “proibidos” ou malvistas fossem incluídos de alguma forma. Em outra carta que ela escreveu a Mário, no início de 1942, diz: “[...] a revista *Travel in Brazil* tem melhorado muito, e já se pode falar de assuntos de todas as ‘cores’ – preto, branco, marrom, etc.*” (MEIRELES, 1996, p. 296). Porém, em agosto do mesmo ano, coincidentemente ou não, no momento em que o Brasil declara guerra ao Eixo, houve um retrocesso nas orientações da revista, e Cecília alerta Mário em mais uma de suas cartas: “Tenha cuidado com o material humano que apareça em alguma foto: voltamos ao regime exclusivamente ariano” (MEIRELES, 1996, p. 300).

Quando Cecília mencionou, em sua carta a Mário de Andrade de março de 1941, “uma coisa minha sobre Carnaval”, estava se referindo ao artigo “Carnival in Rio”, que saiu no segundo número da revista, no ano de 1941. Cecília imprime em seu texto o tom folclorístico de suas crônicas na coluna Professores e Estudantes, no jornal *A Manhã*. Nessa perspectiva, os costumes e tradições estariam se perdendo com a modernidade, a crescente urbanização e os avanços tecnológicos. Por isso, ela começa o texto fazendo referência às “pessoas que lamentam que o Carnaval não é mais como antigamente”, referindo-se a uma série de jogos e brincadeiras pouco a pouco esquecidas pelas novas

gerações, algumas delas estritamente proibidas pela polícia há anos (como o Zé Pereira e os limões de cheiro).

Imagens 33A e 33B: Primeiras páginas do artigo “Carnival in Rio” na *Travel in Brazil* n. 2, de 1941



Fonte: A autora.

O objetivo do artigo é convencer o leitor estrangeiro da importância que os brasileiros dão a essas festividades, as sensações vividas, a dedicação no preparo das fantasias, a animação de todos, da mais alta à mais baixa classe social. Na avaliação de Cecília, o Carnaval é uma grande festa que reúne todos os brasileiros, convivendo em harmonia. Cecília faz questão de ressaltar as “origens” negras de diversos traços dessa e de outras festividades, porém, mesmo assim, os negros não são retratados nas fotografias – não só nesse artigo, mas na revista de forma geral. O Brasil com Z, moderno, industrial e “civilizado”, não desejava mostrar-se negro aos norte-americanos.

A população de cor, entretanto, aparece em formato de bonecos, descritos por Cecília Meireles em seus dois artigos intitulados “Brazilian Dolls”. Uma fotografia ocupa toda a primeira página do artigo, mostrando uma boneca vestida de baiana no mercado da cidade de São Salvador. O artigo começa descrevendo o caráter exótico, aromático e pitoresco desse mercado, com tabaco, culinária e artigos religiosos “primitivos” de religiões negras africanas. Junto a isso tudo, ganham destaque as bonecas, usualmente feitas em casa pela babá ou pela avó. Naquele momento, Cecília afirma, elas eram

encontradas apenas nas casas mais humildes. Nas mais abastadas teriam sido substituídas por outras, industrializadas e não tão encantadoras. Os bonecos mostrados no artigo são do estado do Pará, muito provavelmente de uma coleção pertencente à própria autora²⁶⁶. Um de seus trechos evidencia como essas questões estavam sendo veiculadas na revista:

Nesta pequena coleção pode-se notar uma síntese da História do Brasil. Primeiro havia os índios, com seus cestos e arcos, serpentes e penas. Depois vieram os brancos europeus para cultivar o solo, formar fazendas e explorar o território. Finalmente, o alegre negro chega, e através de suas mãos todos os trabalhos domésticos foram feitos: cozinhar, lavar, etc., e quaisquer outras formas de ajuda necessárias a seus patrões. Esses bonecos são tão autênticos que parecem vivos, especialmente os “little negroes”, que parecem prestes a irromper em música alegre²⁶⁷.

Esses bonecos representam, para Cecília, uma das coisas mais pitorescas do folclore de um povo, algo que, de certa forma, o materializa, tornando-o visível e compreensível.

A miscigenação aparece ainda em outros traços culturais brasileiros, conforme expõe Nóbrega da Cunha em “Brazilian hand-made lace”. Em quase todas as casas do Nordeste e da região central do Brasil, mulheres tecem maravilhas em fios, com a mesma habilidade e paciência de suas predecessoras holandesas e portuguesas, utilizando o mesmo trabalhoso método manual de um tempo em que máquinas de tricô ou de costura eram desconhecidas. O artesanato das mulheres nordestinas reproduz fielmente os padrões europeus, mas também cria novos *designs* e padrões, baseando-se em “coisas naturais do Brasil”, como flores, borboletas e pássaros.

Gert Malmgren, em “Two brazilian dances”, disserta sobre a época do Carnaval, época das chamadas “danças brasileiras” – o frevo e o samba. Elas são apresentadas como as mais originais e belas danças folclóricas do mundo, e não é preciso escola para ensiná-las, pois seriam inatas aos brasileiros. Segundo Gert, o brasileiro possui um talento natural para a música e a dança, um senso de ritmo espontâneo, derivado das “manifestações

²⁶⁶ Seu acervo era tão grande e importante que chegou a ser notícia de jornal. O *Diário Carioca* fez, no dia 18 de novembro de 1958, uma reportagem sobre a coleção da poetisa, que afirmou tê-la iniciado apenas com bonecas, “bonequinhas de trapo, bruxas, feitas à mão de todas as partes do mundo”. Depois, seus amigos passaram a presentear-las com lembranças diferentes, como objetos de cerâmica, de palha ou de madeira, apitos, lanternas, entre outros itens. Questionada sobre a importância dessa atividade, Cecília declarou que essas coleções-museus são aulas vivas de sociologia e psicologia, na medida em que mostram a capacidade criadora e a técnica dos artistas populares. Poetisa Cecília faz coleção de bonecas. *Diário Carioca*, Rio de Janeiro, 18 nov. 1958.

²⁶⁷ “In this small collection one may note a synthesis of Brazilian History. First there were the Indians, with their bows and arrows, serpents and feathers. Afterwards came the white Europeans to till the soil, form ranches and exploit this immense territory. Finally, the laughing negro arrives, into whose hands all the domestic duties were given: cooking, washing etc., and any and all other forms of help needed by their patrons. These dolls are so natural that they seem to be alive, especially the little negroes, who seem about to burst into joyful song.” MEIRELES, Cecília. *Brazilian Dolls. Travel in Brazil*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, 1942. p. 19. Tradução minha.

religiosas primitivas”, naquele tempo ainda presentes na “Macumba”. Entre as várias fotografias que mostram homens dançando, encontra-se uma dos cinegrafistas de Orson Welles filmando a *performance* de um grupo de frevo. Caso o leitor se animasse a aprender as danças, o autor alerta: ninguém resiste ao ritmo do samba, mas não consegue dançá-lo plenamente quem não possui o “temperamento brasileiro”.

Em se tratando especialmente do público norte-americano, Cecília Meireles, como diretora da *Travel in Brazil*, compreendia que o folclore poderia despertar ainda mais interesse pelo fato de conjugar aspectos de um passado “tradicional”, que era deles desconhecido. O folclore é visto como uma “sobrevivência de costumes populares” que caminham para o desaparecimento. Essa visão do folclore como prolongamento de um passado no presente é corrente entre o grupo de intelectuais folcloristas, no qual Cecília Meireles se insere. Em seu imaginário sobre os EUA, estava a ideia de que era um país jovem que já nasceu moderno, e que rapidamente se tornou urbano e industrial. Em 1941, Cecília declarou, em uma de suas crônicas no *A Manhã*, que “para os Estados Unidos, tradição é matéria turística, que a gente vê, de vez em quando, nos museus, e por outros lugares especializados [...]”²⁶⁸.

A revista *Travel in Brazil* proporcionaria ao leitor uma viagem pelo país com a intenção de propagar uma imagem positiva de seu povo e de sua cultura. Para tal, a editora investe no conceito de um país que é moderno e caminha a largos passos nesse sentido. Mas que também conserva suas raízes históricas e culturais, seus aspectos pitorescos e suas particularidades, fruto da colonização europeia e da miscigenação com negros e indígenas. Conserva também uma natureza ainda tocada e exuberante, que convive de forma harmônica com cidades modernas.

Assim, vale retomar uma entrevista concedida ao jornal *A Noite* por Armando Vidal, comissário-geral do Brasil na Feira Internacional de Nova York, na qual ele deixa explícita a perspectiva que orientava a Divisão de Turismo do DIP:

– Para mim, o primeiro problema do Brasil, nos Estados Unidos, é o de torná-lo conhecido. Este conhecimento deve abranger a sua história, principalmente da formação do seu desenvolvimento cultural e a demonstração de como o Brasil, embora situado em plena zona do trópico, formou uma civilização ocidental idêntica à civilização europeia ou norte-americana. A demonstração da riqueza econômica do Brasil precisa ser feita através da divulgação da sua geografia econômica, do mesmo passo que o ensinamento da geografia física do Brasil.

A revista *Travel in Brazil*, ao lado de outras publicações do DIP voltadas para

²⁶⁸ MEIRELES, Cecília. Passado, presente e futuro. Op. cit.

estrangeiros, é uma clara iniciativa que pretendia reverter esse cenário de desconhecimento, incentivando o estreitamento das relações entre os países, especialmente através do turismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar a atividade editorial do Departamento de Imprensa e Propaganda, de forma a mostrar que esse órgão foi o principal *locus* da política cultural e de legitimação do Estado Novo. O propósito desta tese é contribuir para as discussões sobre o lugar que os impressos ocupam na construção da vida política e nas transformações sociais. Consideramos a imprensa como um ator político, que veicula discursos para fazer política e, portanto, a edição como um local de ação, divulgação e formação de opiniões, e como um canal de mobilização. Nesse contexto social em que é reconhecido o poder dos discursos de ordenar, transformar e formular o mundo, o livro ganha destaque, assume um papel civilizador, promotor de educação e progresso cultural.

Para tal, consideramos a função dos intelectuais e dos mediadores culturais, sobretudo a figura do editor, que se profissionalizou e passou a desempenhar, a partir dos anos 1930, um trabalho especializado. O mercado editorial se expandiu em tamanho e circulação – se tornando efetivamente nacional –, os impressos tiveram sua qualidade técnica melhorada, ampliaram-se os atores envolvidos. Nos anos 1930, intelectuais foram chamados a se engajar num projeto de conhecer e divulgar o Brasil, tornando-se agentes de uma política cultural coordenada pelo Estado e pensada para atingir tanto brasileiros como estrangeiros. Ao mesmo tempo, as editoras lançaram mão de novas estratégias editoriais – as coleções –, com destaque para as brasileiras, que ampliaram o alcance de um saber até aquele momento restrito aos muros das associações de letrados, academias de letras ou institutos científicos.

O Estado se projetou como um ator nessa esfera, de forma que observamos uma confluência entre este e a iniciativa privada na propagação do livro como agente civilizatório e transformador da sociedade. O Estado se fez presente de várias formas, seja financiando publicações, instituindo concursos e prêmios literários e científicos, regulando importações e cotas de papel, seja editando, ele mesmo, livros e periódicos em diversos órgãos públicos.

A partir disso, foi possível constatar que o governo que assumiu o poder em 1930 já estava, desde o início, ciente da importância dos meios de comunicação de massa e da necessidade de o Estado se dedicar à “formação do povo”, num sentido amplo. Os meios de comunicação passaram não só a ser uma realidade na política, mas também a ocupar um espaço importante e estratégico nas burocracias estatais, seja em regimes de

orientação autoritária ou democrática. Nesse contexto, então, o DIP foi criado para ser o porta-voz do regime, passando a ser o responsável, pelo menos em teoria, pela publicidade e propaganda de todos os órgãos governamentais, incluindo ministérios, departamentos e institutos. Dentre suas tão variadas atividades, recortamos sua produção editorial e a ação das divisões de Divulgação e de Turismo.

Em meio a uma produção tão vasta, concentramos a análise na coleção *Decenal da Revolução Brasileira*, um conjunto de publicações selecionadas por meio de concurso promovido pelo DIP como parte de um conjunto maior de comemorações dos dez anos da Revolução de 1930. O terceiro capítulo da tese procurou mostrar o grande investimento feito pelo regime na divulgação, de forma ampla e para um amplo público, de uma narrativa gloriosa sobre o presidente Vargas e a década de 1930.

As monografias premiadas deveriam possuir valor de depoimento histórico sobre as realizações de Getúlio Vargas em diversas áreas, com o propósito de conformar uma memória sobre “a década getuliana”. Os livros vêm para monumentalizar a interpretação positiva do decênio. Os eventos, as cerimônias e rituais cívicos passam; os livros resistem ao tempo. Eles foram pensados para testemunhar para o futuro, de forma “confiável e desapaixonada”, apoiada em fatos, dados e documentos, as grandes transformações do país promovidas por Getúlio. Inclusive a ideia-chave da coleção – a ideia de uma “Revolução em marcha” – se projeta para o futuro: todos os autores ressaltam que a “Revolução não terminou”, que ela prossegue.

No quarto capítulo, traçamos um panorama do investimento feito pelo Estado Novo na edição de impressos para o público estrangeiro com a intenção de contextualizar a produção e circulação da revista *Travel in Brazil*. A cultura foi utilizada como forma de aproximação entre os povos e se torna a base do poder dos Estados e de sua diplomacia, reforçando laços políticos e econômicos. Procuramos mostrar que o Brasil desenvolveu sua própria política cultural e investiu na divulgação de sua realidade como um país moderno em vias aceleradas de desenvolvimento, que buscava um lugar no concerto das “grandes nações”.

O período de pesquisas na biblioteca da Universidade de Harvard foi crucial para a ampliação da visão sobre a divulgação do Brasil nos Estados Unidos. A instituição permite acesso aos depósitos e, desta forma, pude ter contato com toda a seção de livros sobre o Brasil, separados tematicamente. Encontrei não só livros e periódicos do DIP, mas uma expressiva quantidade de publicações de diversos outros departamentos, ministérios e institutos brasileiros. Livros com dados econômicos, estatísticos,

geográficos, climáticos, culturais, enfim, produções que mostraram a amplitude dos esforços que o governo Vargas empreendeu para que o Brasil se fizesse presente e se tornasse conhecido no exterior, especialmente nos Estados Unidos. A produção do Departamento Nacional do Café é impressionante, e não há ainda estudos sobre isso. O DNC investiu pesado na divulgação do café brasileiro nos Estados Unidos, visando ampliar o mercado consumidor do produto e influenciar o hábito de consumo norte-americano, até mesmo entre as crianças.

Em meio a tantas possibilidades, centramos a análise na revista *Travel in Brazil*, produzida pelo DIP para ser um dos agentes de aproximação entre o Brasil e os Estados Unidos através do turismo, não só para estimular o fluxo de turistas e incrementar a economia, mas principalmente para criar um sentimento de respeito e admiração pelo país. Foi distribuída como um cartão de visitas, apresentando um Brasil (com z) rico e diversificado para além de sua exuberante natureza, aspecto já presente no imaginário dos estrangeiros. Coube à *Travel in Brazil* ser um dos instrumentos de divulgação do país do futuro, ou seja, de um Brasil que caminhava a largos passos em direção à modernidade sem, contudo, perder conexão com suas raízes históricas e culturais.

Este trabalho não encerra as discussões dos temas aqui trabalhados. Há muitos que ainda precisam ser mais bem explorados, mesmo os que parecem esgotados. Mais do que responder a perguntas, esperamos que este trabalho suscite novos questionamentos e novos olhares, sobre temas já trabalhados ou sobre caminhos que ainda estão por ser trilhados. A descoberta de novas fontes “burocráticas” do DIP poderia contribuir para uma análise mais completa e detalhada de seu funcionamento, de suas divisões internas e dos atores envolvidos, que ocuparam cargos na grande estrutura que se montou para cuidar da imagem do regime, bem como da censura. No Arquivo Nacional, no Fundo Gabinete Civil da Presidência, apenas uma lata (510) encontra-se identificada como “DIP”. Mais de 400 latas possuem uma documentação classificada de forma bastante genérica como “diversos”. Como o Departamento de Imprensa e Propaganda era diretamente subordinado à presidência, é bastante provável que existam outros documentos espalhados por essas “latas” sem identificação precisa.

Algumas questões pertinentes, por escaparem ao propósito desta pesquisa, ficaram de lado, mas merecem ser destacadas. As discussões sobre o preço do papel e do controle estatal sobre a isenção de taxas de importação foram importantes e acirradas nos anos 1930 e 1940, como mencionamos muito rapidamente no primeiro capítulo. Uma análise

mais detalhada pode ajudar a pensar as estratégias de controle da imprensa criadas pelo Estado brasileiro, para além da censura prévia. É sintomático que a isenção de taxas de importação de papel para livros e equipamentos gráficos só tenha sido concedida em 1946, após o final do regime ditatorial, apesar da mobilização de editores de peso – alguns, inclusive, com boas relações com o regime, como José Olympio – através da Associação Profissional de Empresas de livros e Publicações Culturais.

Em síntese, não faltam fontes e temas da chamada “Era Vargas” a serem analisados. E, para concluir a tese, cito um trecho da revista *Cultura Política*, de maio de 1943, que resume bem o projeto do DIP que aqui procurei examinar:

[...] o Departamento de Imprensa e Propaganda prestou sempre apoio e ajuda eficiente à divulgação de todos os livros, folhetos e trabalhos que de uma ou de outra forma tem afinidade com a ação que o governo do Brasil vem desenvolvendo. As publicações dos diversos organismos oficiais, memoriais e documentações que afetam as mais altas dependências do Estado são reproduzidas por esta organização de “imprensa e propaganda”, que, como o nome indica, leva a efeito uma inteligente e modelar obra propagandística cuja ressonância chega a todos os países da América do Sul e da América do Norte, além das nações do continente europeu²⁶⁹.

²⁶⁹ O Departamento de Imprensa e Propaganda e “La Razón”, de Buenos Aires. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano III, n. 27, maio 1943. p. 199.

FONTES E REFERÊNCIAS

1 Fontes

1.1 Arquivos

Arquivo Histórico do Itamaraty. AHI-MR.

Casa de Rui Babosa. Arquivo Museu da Literatura. Fundo José Olympio.

Entrevista Almir de Andrade I. CPDOC-FGV.

Fundo Gustavo Capanema. CPDOC-FGV.

Fundo Getúlio Vargas. CPDOC-FGV.

Relatório de Atividades do Departamento de Imprensa e Propaganda. 1941. Arquivo Nacional. Fundo Gabinete Civil da Presidência, lata 510.

1.2 Legislação

Constituição Federal do Brasil (1937). Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao37.htm>. Acesso em: 02 out. 2016.

Decreto 20.033, de 25 de maio de 1931. Disponível em:

<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20033-25-maio-1931-517651-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 20 set. 2016.

Decreto 20.138, de 22 de junho de 1931. Disponível em:

<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-20138-22-junho-1931-518072-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 20 set. 2016.

Decreto 21.152, de 14 de março de 1932. Disponível em:

<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21152-14-marco-1932-517016-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 20 set. 2016.

Decreto nº 24.023, de 21 de março de 1934. Disponível em:

<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-24023-21-marco-1934-503402-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 20 set. 2016.

Decreto nº 5.077, de 29 de dezembro de 1939. Disponível em:

<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-5077-29-dezembro-1939-345395-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 24 set. 2014.

1.3 Imprensa

A AÇÃO DO Itamaraty nos dez últimos anos. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 24 dez. 1940. p. 3.

A ARQUITETURA moderna brasileira nos Estados Unidos. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 27 maio 1943.

- A IMPRENSA E A propaganda. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano II, n. 21, 10 nov. 1942.
- A IMPRENSA ITALIANA e o Decênio da Revolução Brasileira. *A Batalha*, Rio de Janeiro, 6 nov. 1940. p. 2.
- A INAUGURAÇÃO da XIII Feira Internacional de Amostras. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 12 nov. 1940.
- A ORDEM política e a evolução artística. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, abr. 1941. p. 282.
- A REVOLUÇÃO prossegue. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano I, n. 4, jun. 1941.
- A SITUAÇÃO: declarações do Sr. José Américo. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 22 fev. 1945. p. 1.
- AS ATIVIDADES culturais do D.I.P. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano II, n. 20, out. 1942.
- AS COMEMORAÇÕES do Decênio da Revolução Brasileira em Berlim. Na imprensa e no rádio. *A Batalha*, Rio de Janeiro, 12 nov. 1940. p. 5.
- AS REALIZAÇÕES na pasta da Educação no governo Getúlio Vargas. *A Noite*, Rio de Janeiro, 8 jan. 1941. p. 2.
- AS SETE chaves do Brasil. *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 19 dez. 1940. p. 9.
- AUGUSTO Rodrigues e a documentação do “Frevo”. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 1 mar. 1942.
- BOA vizinhança. *A Manhã*. Rio de Janeiro, 25 set. 1941. p. 7.
- BOLSA de Café. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 10 jun. 1939. p. 10.
- CAÇADAS em Mato Grosso. *Diário Carioca*, Rio de Janeiro, 16 jan. 1940. p. 5.
- CAETANO, Daniel. Sobre turismo, com alguma esperança. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 20 jan. 1949. p. 1.
- CECÍLIA Meireles vencedora do concurso de “Pensamento da América”. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 9 out. 1941. Pensamento da América (página semanal).
- COMEMORAÇÃO decenal da revolução brasileira. Concurso de monografias promovido pelo DIP. *A Batalha*, Rio de Janeiro, 30 jul. 1940. p. 2.
- COMO se faz propaganda do Brasil – John Adams e a Columbia Broadcasting System – um romance nas selvas de Mato Grosso. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 20 set. 1941. p. 5.
- EDUCAÇÃO e turismo. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 25 set. 1941.
- ENTREVISTA DE Idelfonso Falcão. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 2 fev. 1936.
- EXPOSIÇÃO Brasil-Builds. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 17 mar. 1944. p. 2.
- I CAN THINK of no more valuable asset to our country than the friendship of future world leaders who have been educated here. Disponível em: <<https://2001-2009.state.gov/secretary/former/powell/remarks/2001/4462.htm>>. Acesso: 18 abr. 2018.
- INICIAM-SE amanhã as comemorações do Decênio da Revolução Brasileira. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 2 nov. 1940. p. 6.

- LIN Yutang e o turismo. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 15 ago. 1941.
- LOPES, Cid Ferreira. Impressões de viagem aos Estados Unidos. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano III, n. 29, jul. 1943.
- MEIRELES, Cecília. Walt Disney no Brasil. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 29 ago. 1941.
- NOSSA POLÍTICA exterior de 1930 a 1940. *Vamos Ler!*, Rio de Janeiro, 4 ago. 1941. p. 17.
- O AMOR à terra. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 27 ago. 1941.
- O BRASIL NA FEIRA de Nova York. *Correio Paulistano*. São Paulo, 6 out. 1940. p. 8.
- O BRASIL NA ESPOSIÇÃO de S. Francisco da Califórnia. A obra de propaganda que está sendo realizada pelo Departamento N. do Café. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 28 abr. 1939. p. 3.
- O CONCURSO de tradução de “Pensamento da América”. O vencedor ocultou seu nome sob um segundo pseudônimo. Quem é Florência? *A Manhã*, Rio de Janeiro, 30 set. 1941.
- O DEPARTAMENTO DE IMPRENSA e Propaganda e “La Razón”, de Buenos Aires. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano III, n. 27, maio 1943.
- O DEPARTAMENTO OFFICIAL de Publicidade é um organismo para fazer falar e jamais para supprimir a palavra! *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 3 jul. 1931. p. 5.
- O DIP e o Palácio Tiradentes. *Diário Carioca*, Rio de Janeiro, 27 out. 1945. p. 1.
- O PRESIDENTE Vargas reintegrou o Brasil na posse de si mesmo. Como a agência noticiosa oficiosa do Reich analisa o Decênio da Revolução Brasileira. *A Batalha*, Rio de Janeiro, 6 nov. 1940. p. 5.
- PARA COMEMORAR o 10º aniversário do governo Getúlio Vargas. *A Noite*, Rio de Janeiro, 27 ago. 1940. p. 3.
- PASSADO, presente e futuro. *A Manhã*, Rio de Janeiro, 14 set. 1941.
- PERSPECTIVAS otimistas para o Brasil. *A Noite*, Rio de Janeiro, 4 jan. 1940. p. 2.
- POETISA Cecília faz coleção de bonecas. *Diário Carioca*, Rio de Janeiro, 18 nov. 1958.
- PROGRAMA de música carnavalesca para os Estados Unidos. *Diário de Notícias*, Rio de Janeiro, 22 fev. 1941. p. 1.
- SALAZAR m’a dit... *Revista Carioca*, Rio de Janeiro, 1941, ano VI, n. 289. p. 8.
- SALGADO, Álvaro. Radiofusão, fator social. *Cultura Política*, Rio de Janeiro, ano I, n. 6, ago. 1941.
- TRABALHOS de propaganda do DIP. *Gazeta de Notícias*, Rio de Janeiro, 4 mar. 1941. p. 6.
- XIII FEIRA Internacional de Amostras. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 12 nov. 1940. p. 10.

1.4 Livros

MEIRELES, Cecília. *Cecília e Mário*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1996.

2 Referências

2.1 Artigos e livros

- ABREU, João Capistrano de. *Correspondência de Capistrano de Abreu*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976. 3. v. Apud: FRANZINI, Fábio. *À sombra das palmeiras: A Coleção Documentos Brasileiros e as transformações da historiografia nacional (1936-1959)*. Tese (Doutorado em História)—Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.
- ABREU, Martha; DANTAS, Carolina V. Música popular, folclore e nação no Brasil, 1890-1920. In: CARVALHO, José Murilo de (Org.). *Nação e cidadania no Império: novos horizontes*. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- AGUIAR, Leila Bianchi. Cidade morta, cidade monumento, cidade turística: a construção de memórias sobre Ouro Preto. In: CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valéria; MAGALHÃES, Aline (Org.). *História do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013. p. 177-195.
- ALMEIDA, Renato. Cecília Meireles, uma companheira. *Revista Folclore*, Vitória, v. XV, n. 78-80, jan./dez. 1964.
- ANDRADE, Almir de. *Força, cultura e liberdade: origens históricas e tendências atuais da evolução política do Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1940.
- ANDRADE, Carlos Drummond de. *Passeios na ilha*. São Paulo: Cosac Naify, 2011.
- ANDRADE, Rodrigo Mello Franco de. Discurso no Mausoléu dos Inconfidentes. *Revista do Globo*, Porto Alegre, v. 14, n. 318, 21 abr. 1942. Apud: AGUIAR, Leila Bianchi. Cidade morta, cidade monumento, cidade turística: a construção de memórias sobre Ouro Preto. In: CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valéria; MAGALHÃES, Aline (Org.). *História do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013. p. 177-195.
- BANDEIRA, Moniz. *Presença dos Estados Unidos no Brasil: dois séculos de história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1973.
- BASTOS, Elide Rugai. A revista *Cultura Política* e a influência de Ortega y Gasset. In: BASTOS, Elide R.; RIDENTI, Marcelo; ROLLAND, Denis (Org.). *Intelectuais: sociedade e política*. São Paulo: Cortez, 2003.
- BERSTEIN, Serge. A cultura política. In: RIOUX, Jean-Pierre; SIRINELLI, Jean-François (Org.). *Para uma História Cultural*. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.
- BIGNOTTO, Cilza C. *Novas perspectivas sobre as práticas editoriais de Monteiro Lobato (1918-1925)*. 2007. Tese (Doutorado em Teoria e História Literária)—Instituto de Estudos da Linguagem (IEL), Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.
- BOMENY, Helena. Manifesto dos Pioneiros da Educação Nova. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/JK/artigos/Educacao/ManifestoPioneiros>>. Acesso em 20 set. 2016.

- _____. Novos talentos, vícios antigos: os renovadores e a política educacional. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 11, 1993.
- BOTELHO, André; SCHWARCZ, Lilia M. (Org.). *Um enigma chamado Brasil: 29 intérpretes e um país*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- BREWER, Jeutonne P. *The Federal Writers Project: a bibliography*. Metuchen, N.J.: Scarecrow Press, 1994.
- CAMARGO, Angélica Ricci. O amparo ao teatro durante o governo Vargas: uma discussão sobre a concessão de subvenções. Simpósio Nacional de História, 26., 2011, São Paulo. *Anais...* São Paulo: ANPUH, 2011.
- CÂNDIDO, Antônio. A Revolução de 1930 e a cultura. *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, v. 2, nº 4, p. 27-36, abr. 1984.
- CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em cena*. Propaganda política no varguismo e no peronismo. Campinas: Papyrus, 1998.
- CARONE, Edgard. *O Estado Novo (1937-1945)*. Rio de Janeiro: Difel, 1977.
- _____. *A Terceira República (1937-1945)*. Rio de Janeiro: Difel, 1976.
- CARVALHO, Marcus Vinicius C. O Instituto Nacional do Livro e os modernistas: questões para a História da Educação Brasileira. *Cadernos de História da Educação*. Uberlândia, v. 11, n. 2, jul./dez. 2012.
- CASTRO, Celso. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, Gilberto (Org.). *Antropologia urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- _____. A natureza turística do Rio de Janeiro. In: BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETO, Margarita (Org.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: Papyrus, 2002.
- CASTRO, Celso; FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Destino: Cidade Maravilhosa. In: CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valéria; MAGALHÃES, Aline (Org.). *História do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.
- CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valéria; MAGALHÃES, Aline (Org.). *História do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.
- CECCANTINI, João Luís. De raro poder fecundante: Lobato editor. In: LAJOLO, Marisa; CECCANTINI, João Luís (Org.). *Monteiro Lobato, livro a livro: obra infantil*. São Paulo: Editora UNESP: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009.
- CHARTIER, Roger. *A mão do autor e a mente do editor*. São Paulo: Editora Unesp, 2014.
- COSTA, Vanda Maria Ribeiro. Corporativismo e justiça social: o projeto de Oliveira Vianna. In: BASTOS, Élide R.; MORAES, João Q. de. (Org.). *O pensamento de Oliveira Vianna*. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.
- CRESPO, Flavia Ribeiro. O Itamaraty e a cultura brasileira: 1945-1964. In: SUPPO, Hugo R.; LESSA, Mônica L. (Org.). *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012.
- DAIBERT, André B. D. A “natureza turística” de Petrópolis: uma reflexão através dos seus principais guias turísticos. In: CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valéria; MAGALHÃES, Aline (Org.). *História do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro:

Editora FGV, 2013. p. 97-111.

DE LUCA, Tania Regina. *Leituras, projetos e (Re)vista(s) do Brasil (1916-1944)*. Tese (Livre Docência)–UNESP, Assis (SP), 2009.

_____. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: um estudo de caso. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 31, n. 61, 2011.

DINIZ, Eli. O Estado Novo: estrutura de poder e relações de classes. In: FAUSTO, Boris. (Org.). *História geral da civilização brasileira*. São Paulo: Difel, 1981. t. III, v. 3. p. 77-120.

DUMONT-QUESSARD, Juliette. O Brasil no Instituto Internacional de Cooperação Intelectual (1924-1946): primeiro passo na construção de uma diplomacia cultural. In: SUPPO, Hugo R.; LESSA, Mônica L. (Org.). *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012.

DUTRA, Eliana de Freitas. História e historiadores na Coleção Brasileira: o presenteísmo como perspectiva? In: _____. *O Brasil em dois tempos: história, pensamento social e tempo presente*. Belo Horizonte: Autêntica, 2013. p. 47-76.

DUTRA, Eliana de Freitas; MOLLIER, Jean-Yves (Org.). *Política, nação e edição: o lugar dos impressos na construção da vida política. Brasil, Europa e Américas nos séculos XVIII-XX*. São Paulo: Annablume, 2006.

FERREIRA, Marieta de Moraes. Manhã, A (1941) (Verbetes). In: *Dicionário Histórico Biográfico Brasileiro pós-1930*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

_____. Diário de Notícias (Verbetes). *Dicionário Histórico Biográfico Brasileiro pós-1930*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

FERREIRA, Roberta Lima. Difusão cultural e projeção internacional: o Brasil na América Latina (1937-45). SUPPO, Hugo R.; LESSA, Mônica L. (Org.). *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012.

FONTAINE, Roger W. *Brasil and the United States: Toward a maturing relationship*. Washington: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1974.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

FRAGA, André Barbosa. *Os heróis da pátria: política cultural e História do Brasil no governo Vargas*. Curitiba: Prismas, 2015.

_____. *O Brasil tem asas: a construção de uma mentalidade aeronáutica no governo Vargas*. Tese (Doutorado em História)–Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017.

FRANZINI, Fábio. *À sombra das palmeiras: A Coleção Documentos Brasileiros e as transformações da historiografia nacional (1936-1959)*. Tese (Doutorado em História)–Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

GOMES, Angela de Castro. Confronto e compromisso no processo de constitucionalização (1930-1935). In: FAUSTO, Boris (Org.). *História geral da civilização brasileira*. São Paulo: Difel, 1981. t. III, v. 3, p. 9-75.

_____. A práxis corporativa de Oliveira Vianna. In: BASTOS, Élide R.; MORAES, João

- Q. de. (Org.). *O pensamento de Oliveira Vianna*. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.
- _____. Estado Novo: ambiguidades e heranças de um regime autoritário. *Ciência Hoje*, Rio de Janeiro, v. 23, n. 133, nov. 1997.
- _____. Nas malhas do feitiço: o historiador e os encantos dos arquivos privados. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 21, 1998, p. 129-150.
- _____. *Essa gente do Rio...: modernismo e nacionalismo*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.
- _____. (Org.) *Capanema: o ministro e seu ministério*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.
- _____. Propaganda política, construção do tempo e do mito Vargas: o Calendário de 1940. In: BASTOS, Elide R.; RIDENTI, Marcelo; ROLLAND, Denis (Org.). *Intelectuais: sociedade e política*. São Paulo: Cortez, 2003.
- _____. *A invenção do trabalhismo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005a .
- _____. História, historiografia e cultura política no Brasil: algumas reflexões. In: SOIHET, Rachel; BICALHO, Maria Fernanda B.; GOUVÊA, Maria de Fátima Silva (Org.). *Culturas políticas: ensaios de história cultural, história política e ensino de história*. Rio de Janeiro: Mauad, 2005b. p. 21-44.
- _____. Cultura política e Cultura histórica no Estado Novo. In: ABREU, M.; SOIHET, R.; GONTIJO, R. (Org.). *Cultura política e leituras do passado*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: Faperj, 2007.
- _____. *A República, a História e o IHGB*. Belo Horizonte: Argumentum, 2009.
- _____. Estado Novo: ambiguidades e heranças do autoritarismo no Brasil. In: ROLLEMBERG, Denise; QUADRAT, Samantha Viz (Org.). *A construção social dos regimes autoritários*. Brasil e América Latina. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. p. 35-70. v. 2.
- _____. *História e historiadores*. Rio de Janeiro: FGV, 2013. (Edição digital).
- _____. Educação, ciência e edição: consagração intelectual dos periódicos às coleções. In: *Revista Brasileira de História da Ciência*. Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 6-15, jan./jun. 2014.
- GUIMARÃES, Valéria Lima. O turismo brasileiro nas páginas dos jornais paulistanos *Folha da Manhã* e *Folha da Noite* (1930-1945). In: CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valéria; MAGALHÃES, Aline (Org.). *História do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013. p. 211-228.
- GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990.
- HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil: sua história*. São Paulo: EDUSP, 2012.
- HAUSSEN, Doris Fagundes. *Rádio e política: tempos de Vargas e Perón*. Tese (Doutorado em Comunicações)—ECA, São Paulo, 1992.
- HERNANDEZ, Pablo. *Cinema e Política da Boa Vizinhaça: a expedição de Walt Disney ao Brasil*. Dissertação (Mestrado em História)—Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), Rio de Janeiro, 2015.

- HERZ, Mônica. A dimensão cultural das relações internacionais: proposta teórico-metodológica. *Contexto Internacional*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 3, p. 61-76, jun./dez. 1987.
- HOBBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2012.
- HORTA, José Silvério B. *Gustavo Capanema*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco: Editora Massangana, 2010. (Coleção Educadores).
- LACERDA, Aline Lopes. Fotografia e propaganda política: Capanema e o projeto editorial da Obra Getuliana. In: GOMES, Angela de Castro (Org.) *Capanema: o ministro e seu ministério*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.
- LESSA, Mônica Leite. Relações culturais internacionais. In: MENEZES, Lena Medeiros de; MUNTEAL FILHO, Oswaldo; ROLLEMBERG, Denise (Org.). *Olhares sobre o político: novos ângulos, novas perspectivas*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002.
- LIMONCIC, Flávio. *Os inventores do New Deal: Estado e sindicato no combate à Grande Depressão*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.
- LINS, Lindercy. *To sell a product or to sell an idea: a propaganda oficial do Brasil nos Estados Unidos da América (1930-1945)*. Tese (Doutorado em História)–Programa de Pós-Graduação em História Social da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.
- LÔBO, Yolanda L. *Cecília Meireles*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco: Editora Massangana, 2010. (Coleção Educadores).
- MARGALHO, Maurício G. Indústrias Klabin do Paraná de Celulose: sociogênese do projeto político-empresarial (1930-1940). *História e Perspectivas*, Uberlândia, v. 48, p. 99-126, jan./jul. 2013.
- MATOS, Cláudia. *Acertei no milhar: samba e malandragem no tempo de Getúlio*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- MCCANN, Frank D. *The Brazilian-American Alliance (1937-1945)*. New Jersey: Princeton University Press, 1973.
- MEDEIROS, Nuno. A edição de livros como formulação do mundo: ideias e casos. *Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)*, São Paulo, v. 4, n. 2, jul./dez. 2015.
- _____. *Edição e editores: o mundo do livro em Portugal – 1940-1970*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 2010.
- MEIRELES, Cecília. *Crônicas de educação*. Apresentação e planejamento editorial: Leodegário A. de Azevedo Filho. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001. 5 v.
- _____. *Poesia completa: Cecília Meireles*. Organização e apresentação: Antônio Carlos Secchin. Estudo introdutório: Miguel Sanches Neto. Biografia: Eliane Zagury. Bibliografia crítica e comentada: Ana Maria Domingues de Oliveira. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001. v. 2.
- _____. *Cecília Meireles: poesia e antologia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Agir, 1982.
- _____. Artes populares. In: ANDRADE, Rodrigo M. F. de (coord.) *As artes plásticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Instituto Larragoiti, 1952.
- MESQUITA, Silvana de Queiroz N. O papel das *Seleções* do Reader's Digest na

estratégia da política cultural norte-americana (1942-1946). In: SUPPO, Hugo R.; LESSA, Mônica L. (Org.). *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012.

MICELI, Sergio. *Intelectuais à brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MOTTA, Rodrigo Patto Sá. O diabo nas bibliotecas comunistas: repressão e censura no Brasil dos anos 1930. In: DUTRA, Eliana de Freitas; MOLLIER, Jean-Yves (Org.). *Política, nação e edição: o lugar dos impressos na construção da vida política – Brasil, Europa e Américas nos séculos XVIII-XX*. São Paulo: Annablume, 2006.

MOURA, Gérson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

_____. *Relações exteriores do Brasil: 1939-1950 – mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012.

NICODEMO, Thiago L. Brasilidade de exportação. Apresentação dos caminhos de uma pesquisa em curso. Encontro do Fórum de Teoria da História e História da Historiografia, 1., 2015, Rio de Janeiro.

NYE JR., Joseph S. *O paradoxo do poder americano: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada*. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

_____. *Soft Power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs, 2004.

O'DONNELL, Julia. Uma Copacabana para o mundo: a década de 1920 e a invenção do Rio Atlântico. In: CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valéria; MAGALHÃES, Aline (Org.). *História do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013. p. 53-69.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi; VELLOSO, Mônica Pimenta; GOMES, Angela de Castro. *Estado Novo, ideologia e poder*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.

OLIVEIRA, Lucia Lippi. O intelectual do DIP: Lourival Fontes e o Estado Novo. In: BOMENY, Helena (Org.). *Constelação Capanema: intelectuais e políticas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001. p. 37-58.

PANDOLFI, Dulce. (Org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 1999.

PARRELA, Ivana. Coleções e publicações documentais no Brasil: estratégias e temporalidades – 1930-1990. In: DUTRA, Eliana de Freitas. *O Brasil em dois tempos: história, pensamento social e tempo presente*. Belo Horizonte: Autêntica, 2013. p. 47-76.

PENNA, Maria Luiza. *Fernando de Azevedo*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco: Editora Massangana, 2010. (Coleção Educadores).

PERROTA, Isabella. A construção dos atrativos turísticos do Rio de Janeiro a partir de seus primeiros guias para viajantes. In: CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valéria; MAGALHÃES, Aline (Org.). *História do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013. p. 37-52.

_____. *Promenades do Rio. A turistificação da cidade pelos guias de viagem de 1873 a 1939*. Rio de Janeiro: Hybris Design, 2015.

PIMENTA, Jussara. *Leitura e encantamento: a Biblioteca Infantil do Pavilhão Mourisco*.

In: NEVES, Margarida de Souza; LÔBO, Yolanda Lima; MIGNOT, Ana Chrystina V. (Org.). *Cecília Meireles: a poética da educação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Loyola, 2001.

- _____. *As duas margens do Atlântico: um projeto de integração entre dois povos na viagem de Cecília Meireles a Portugal (1934)*. Tese (Doutorado em Educação)–Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Educação, Rio de Janeiro, 2008.
- PONTES, Heloísa. Retratos do Brasil: um estudo dos editores, das editoras e das “Coleções Brasilianas”, nas décadas de 1930, 40 e 50. *BIB – Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, n. 26, p. 56-89, 2º sem. 1988.
- PRADO, Maria Ligia Coelho. Ser ou não ser um bom vizinho: América Latina e Estados Unidos durante a guerra. *Revista USP*, São Paulo, v. 26, p. 52-61, jun./ago. 1995.
- RIBEIRO, Edgard Telles. *Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira*. Brasília: FUNAG, 2011.
- ROLLAND, Denis. O estatuto da cultura no Brasil do Estado Novo: entre o controle das culturas nacionais e a instrumentalização das culturas estrangeiras. In: BASTOS, Elide R.; RIDENTI, Marcelo; ROLLAND, Denis (Org.). *Intelectuais: sociedade e política*. São Paulo: Cortez, 2003.
- ROLLEMBERG, Denise; QUADRAT, Samantha Viz. Apresentação. In: ROLLEMBERG, Denise; QUADRAT, Samantha Viz (Org.). *A construção social dos regimes autoritários. Brasil e América Latina*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. v. 2. p. 11-32.
- SANTOMAURO, Fernando. De Brésil to Brazil. A política cultural como instrumento de poder: os casos da França e Estados Unidos no Brasil na primeira metade do século XX. In: SUPPO, Hugo R.; LESSA, Mônica L. (Org.). *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012.
- SCHWARTZMAN, Simon; BOMENY, Helena; COSTA, Vanda Maria Ribeiro (Org.). *Tempos de Capanema*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV: Paz e Terra, 2000.
- SENA, Yara M. *Uma leitura do relatório do inquérito “Leituras infantis” de Cecília Meireles*. Dissertação (Mestrado em Educação)–Unicamp/Faculdade de Educação, Campinas, 2010.
- SERRANO, Gisella de; PEREIRA, Matheus Henrique. Papel para livros: encruzilhadas e futuros passados do mercado editorial brasileiro nos anos 1930-1940. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30., 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0297-1.pdf>>. Acesso em 20 ago. 2017.
- SERRANO, Gisella de. *Caravelas de papel: a política editorial do Acordo Cultural de 1941 e o pan-lusitanismo (1941-1949)*. Tese (Doutorado em História)–Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.
- SILVEIRA, Joel. *Na fogueira: memórias*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.
- SIRINELLI, Jean-François. Os intelectuais. In: RÉMOND, René. *Por uma história política*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.

- _____. A geração. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de Moraes (Org.). *Usos e abusos da história oral*. 5. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2002. p. 131-137.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *Memórias de um escritor*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970.
- _____. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- SORÁ, Gustavo. *Brasilianas: José Olympio e a gênese do mercado editorial brasileiro*. São Paulo: EDUSP: Com-Arte, 2010.
- SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação (1889-1945)*. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2003.
- SUPPO, Hugo R. Gilberto Freyre e a imagem do Brasil no mundo. *Cena Internacional – Revista de Análise em Política Internacional*, Brasília, ano 5, n. 2, 2003.
- _____. O papel da dimensão cultural nos principais paradigmas das relações internacionais. In: SUPPO, Hugo R.; LESSA, Mônica L. (Org.). *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012.
- SUPPO, Hugo R.; LESSA, Mônica L. (Org.). *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2012.
- TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.
- _____. Cultura e dominação: relações culturais entre o Brasil e os Estados Unidos durante a Guerra Fria. *Perspectivas*, São Paulo, v. 27, p. 111-122, 2005.
- VALUPI, Maria. *Antologia poética*. Portugal: Quase Edições, 2007.
- VELHO, Gilberto. *Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas*. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- VELLOSO, Mônica P. *Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo*. Rio de Janeiro: CPDOC/FGV, 1987.
- _____. A brasilidade verde-amarela: nacionalismo e regionalismo paulista. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 11, p. 89-112, 1993.
- VENANCIO, Giselle M. Brasileira segunda fase: percurso editorial de uma coleção que sintetiza o Brasil. In: DUTRA, Eliana de Freitas. *O Brasil em dois tempos: história, pensamento social e tempo presente*. Belo Horizonte: Autêntica, 2013. p. 109-126.
- VILHENA, Luis Rodolfo. *Projeto e missão: o movimento folclórico brasileiro –1947-1964*. Rio de Janeiro: Funarte: Fundação Getúlio Vargas, 1997.
- WILLIAMS, Daryle. *Culture wars in Brazil: The first Vargas Regime, 1930-1945*. Durham: Duke University Press, 2001.

2.2 Sites

<<http://www.dicionarioinformal.com.br/insonso/>>. Acesso em: 3 jul. 2016.

<<http://rioantigofotos.blogspot.com.br/2010/02/o-pavilhao-mourisco-o-motivo-porque.html>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

ANEXO – PRODUÇÃO IMPRESSA DO DIP

Sem indicação de autoria

- 20 anos de trágica experiência: a verdade sobre a Rússia Soviética.* DNP, 1938.
- A juventude no Estado Novo: textos do presidente Getúlio Vargas, extraídos de discursos, manifestos e entrevistas à imprensa.* DIP, s/d.
- As colônias agrícolas nacionais e a valorização do trabalhador nacional.* DIP, 1941.
- As realizações do governo do presidente Getúlio Vargas no Departamento Nacional de Portos e Navegação.* DIP, 1942.
- Catecismo cívico do Brasil Novo.* DPDC, 1937.
- Catecismo cívico do Estado Novo.* DNP, 1938.
- Celebrações do Decênio 1930-1940.* DIP, 1941.
- Comemorações do Estado Nacional: 1932-1942, na voz das classes e na palavra do chefe.* DIP, 1943.
- Defendamos o futuro!: a participação de elementos estrangeiros no levante comunista de novembro de 1935.* Série Ao Serviço do Brasil. DPDC, 1936.
- Estado Novo. Cinco anos de unidade e ação – 1937-1942.* DIP, 1942.
- Getúlio Vargas para os escolares: 19 de abril de 1940.* DIP, 1940.
- Getúlio Vargas, coerência nas atitudes.* DIP, 1941.
- Getúlio Vargas, o amigo das crianças.* DIP, 1940.
- Getúlio Vargas: sua vida e seu mandato histórico.* DIP, 1940.
- História de um menino de São Borja: a vida do presidente Getúlio Vargas contada por Tia Olga aos seus sobrinhos Rosa Maria e Chico-Chicote.* DNP, 1939.
- O 19 de abril.* Editora Zélio Valverde/DIP, 1942.
- O Brasil dos nossos dias.* DIP, 1940.
- O elogio proletário de Getúlio Vargas.* DNP, 1939.
- O Estado Novo.* DNP, 1939.
- O exemplo da América e o exemplo do Brasil.* DIP, 1942.
- O nume tutelar das massas trabalhadoras do Brasil.* DIP, 1942.
- O pensamento político do presidente.* Reunião de editoriais e artigos de *Cultura Política.* DIP, 1943.
- Os grandes problemas nacionais.* Coleção. DIP, 1942.
- Paz e guerra. A política exterior dos EUA de 1931 a 1941.* DIP, 1943.

Poços de Caldas. DIP,1940 (Divisão de Turismo).

Promessas e realizações: a solução das grandes theses jurídicas, políticas e sociais no governo Vargas. DNP, 1938.

Quem foi que fez, quem foi que disse. DIP, 1940.

Rio de Janeiro. DIP, 1940 (Divisão de Turismo).

Rio de Janeiro. DIP,1940 (Divisão de Turismo).

Com indicação de autoria

ALBUQUERQUE, Amarílio de. *A história do hino nacional brasileiro*. DIP, 1944.

ALMEIDA, Antônio Figueira de. *A Constituição de dez de novembro explicada ao povo*. DIP, 1940.

ALMEIDA, Rui. *Oração à bandeira*. DIP, 1939.

AMADO, Gilberto. *Perfil do presidente Getúlio Vargas*. DNP, 1936.

ANDRADE, Almir de. *Força, cultura e liberdade: origens históricas e tendências atuais da evolução política do Brasil*. José Olympio/DIP, 1940.

AQUILES, Aristeu. *Aspectos da ação do DIP*. DIP, 1941.

ARANHA, Oswaldo; SOARES, José Roberto de Macedo. *A revolução e a América: o presidente Getúlio Vargas e a diplomacia (1930-1940)*. DIP, 1941.

ARRAES, Gilberto. *Terra redimida: o presidente Getúlio Vargas e a expressão de suas realizações no Nordeste Brasileiro*. DNP, 1937.

ARRAES, Raymundo de Monte. *O Estado Novo e suas diretrizes*. José Olympio/DIP, 1939.

AUSTREGESILO, Antonio. *Oswaldo Cruz (vida e obra)*. DIP, 1944.

AVELINO, Georgino. *Uma biografia para gente nova*. DIP, 1941.

BARBOSA, Horta. *Constituição dos Estados Unidos do Brasil: decretada em 10 de novembro de 1937*. DIP, 1940.

BARRETO FILHO, Mello. *Anchieta e Getúlio Vargas: iniciativas e realizações*. DIP, 1942.

BARROS, Jayme de. *A política exterior do Brasil: 1930-1940*. DIP, 1941.

BARROSO, Alfredo. *Getúlio Vargas para crianças*. DIP, 1942.

BERFORD, Álvaro Bittencourt. *O Estado nacional e a Constituição de 1937*. DIP, 1944.

BRANDÃO, Alonso Caldas; SOUZA, Orlando Teixeira. *Legislação Getúlio Vargas 1930-1942*. DIP, 1944.

BRANDÃO, Teixeira; MELO, Vieira de. *A nova política ferroviária do Brasil*. DIP,

1941.

CAMARGO, Joracy. *A retirada da laguna: reconstituição teatral radiofônica dos principais episódios*. DNP, 1938.

CAMARGO, Joracy. *Teatro da criança: pequenas comédias juvenis e infantis para uso das escolas, clubes, associações e casas de famílias*. PONGETTI/DNP, 1938.

CAMARGO, Joracy. *O Duque de Caxias: diálogo radiofônico sobre a vida militar do patrono do exército brasileiro, segundo as obras de Eudoro Berlink, Vilhena de Moraes e Afonso de Carvalho*. DIP, 1939.

CAMARGO, Joracy. *O fim do primeiro reinado: reconstituição teatral-radio-fônica dos últimos episódios da abdicação de D. Pedro I*. DIP, 1939.

CAMARGO, Joracy. *Getúlio Vargas e a inteligência nacional*. DIP, 1940.

CAPANEMA, Gustavo; CAMPOS, Francisco; REIS, João Marques dos. *Os grandes dias do Brasil Novo*. DIP, 1939.

CARNEIRO, Eryma. *As autarquias e as sociedades de economia mista no Estado Novo*. DIP, 1941.

CARRAZZONI, André. *Getúlio Vargas*. José Olympio/DIP, 1939.

CARTIER, Horácio. *Política sanitária*. DIP, 1941.

CARVALHO, Luiz Antônio da Costa. *As realizações do governo Getúlio Vargas no campo do direito*. DIP, 1942.

CARVALHO, Mario Orlando de. *Tendências da economia nacional*. DIP, 1942.

CARVALHO, Menelick. *A Revolução de 1930 e o município*. DIP, 1942.

COSTA, Artur de Souza. *Panorama financeiro e econômico da República*. DIP, 1941.

COSTA, Fernando. *Realizações do presidente Getúlio Vargas no Ministério da Agricultura*. DIP, 1941.

COSTA FILHO, Gomes da. *Carta do Brasil*. Rio de Janeiro. DIP, 1941.

CRUZ, Henrique Dias da. *Os morros cariocas no novo regime*. DIP, 1941.

CRUZ, Henrique Dias da. *Os subúrbios cariocas no regime do Estado Novo*. DIP, 1942.

DANTAS, Mercedes. *A força nacionalizadora do Estado Novo*. DIP, 1942.

DINIZ, Zolachio. *Getúlio Vargas, estadista, orador, homem de coração*. DIP, 1942.

DODSWORTH, Henrique; FONTOURA, João das Neves; MONTEIRO, Góis. *Uma grande data*. DIP, 1941.

DUARTE, Cândido. *A organização municipal no governo Getúlio Vargas*. DIP, 1942.

DUARTE, Gil. *A paisagem legal do Estado Novo*. José Olympio/DIP, 1941.

DUTRA, Eurico Gaspar. *O Exército em dez anos de governo do presidente Vargas*. DIP,

1941.

ENTIL, Alcides. *As idéias do Presidente Getúlio Vargas: síntese do pensamento d' "A Nova Política do Brasil"*. José Olympio/DIP, 1939.

FIGUEIREDO, José de Lima. *Brasil militar*. DIP, 1944.

FORNARI, Ernani. *O que os brasileiros devem saber*. DIP, 1941.

FRISCHAUER, Paul. *Presidente Vargas*. DIP, 1943.

GALVÃO, Francisco. *As diretrizes do Estado Novo*. DIP, 1942.

GRIECO, Donatelo. *O Brasil tem asas: passado, presente e futuro da aeronáutica nacional (leituras cívicas para a Juventude Brasileira)*. DIP, 1941.

GUIMARÃES, Osias. *Amor à terra*. DIP, 1941.

IBIAPINA, J. de Mattos. *O Brasil de ontem e de hoje*. DIP, 1942.

JARDIM, Germano G. *A administração pública e a estatística: o papel e a missão de um órgão central de estatísticas no quadro das realizações do governo Getúlio Vargas*. DIP, 1941.

LIMA, João de Mendonça. *Comunicações, transportes e obras públicas no decênio 1930-1940*. DIP, 1941.

LOPES, Luciano. *Tiradentes*. Coleção Vultos. Datas. Realizações. DIP, 1944.

MACEDO, Sérgio. *Getúlio Vargas e o culto à nacionalidade*. DIP, 1941.

MACHADO, Leão. *Uma revolução em marcha*. DIP, 1942.

MACIEL FILHO, José Soares. *O homem providencial*. DNP, 1938.

MAIA, Jorge. *Um decênio de política externa*. DIP, 1942.

MARCONDES FILHO, Alexandre. *Vocações da unidade: conferências e discursos*. José Olympio/DIP, 1941.

MARCONDES FILHO, Alexandre. *O Dia da Imprensa*. DIP, 1942.

MARCONDES FILHO. *O Presidente Getúlio Vargas: um estadista como ainda não surgira no Brasil*. DIP, s/d.

MAUL, Carlos. *Getúlio Vargas, homem do seu meio e do seu tempo*. DIP, 1940.

MEDEYROS, J. Paulo de. *Getúlio Vargas reformador social*. DIP, 1941.

MENEZES, Djacir. *Brasil econômico*. DIP, 1944.

MONTEIRO, Elviro. *Breves considerações sobre a fisionomia político-social do Brasil*. DIP, 1941.

MONTELLO, Josué. *Os holandeses no Maranhão*. Coleção Vultos. Datas. Realizações. DIP, 1945.

ORICO, Osvaldo. *Ideário político de Getúlio Vargas*. DIP, 1943.

PADILHA, João. *O Brasil na posse de si mesmo*. DIP, 1941.

PEIXOTO, Silvio. *Aspectos históricos do Estado Novo*. DIP, 1940.

PESSOA, Alfredo. *Um homem que governa*. DIP, 1942.

PINTO, Luiz. *Vida do general Manoel Luis Osório*. Coleção Vultos. Datas. Realizações. DNI, 1945.

PIZARRO, Loureiro. *Getúlio Vargas e a política luso-brasileira*. Zélio Valverde/DIP, 1941.

REGO, Alcides Marinho. *A vitória do direito operário no governo de Getúlio Vargas*. DIP, 1942.

RODRIGUES, Lysias Augusto. *Brasil aeronáutico*. DIP, 1944.

ROLLEMBERG, Luiz Dias. *Aspectos e perspectivas da economia nacional*. DIP, 1941.

RUBENS, Carlos. *As artes plásticas no Brasil e o Estado Novo*. DIP, 1941.

SALES, Apolônio. *O Ministério da Agricultura no governo Getúlio Vargas – 1930-1944*. DIP, 1945.

SANTOS, Francisco Martins dos. *O fato moral e o fato social da década getuliana*. DIP, 1940.

SILVA, Augusto Carlos de Souza; VILLAR, Frederico. *Brasil – potência naval*. DNP, 1938.

SILVA, Moacir M. F. *Rodovia Getúlio Vargas*. Coleção Vultos. Datas. Realizações. DIP, 1944.

SODRÉ, Hélio. *Quintino Bocaiúva*. DIP, 1944.

SOMBRA, Severino Sombra. *Forças Armadas e direção política*. DIP, 1941.

SOUSA, Otacílio Pinto Cordeiro de. *Aspectos da produção animal no Estado Novo*. DIP, 1941.

SOUZA, Odete. *Evolução do comunismo no Brasil*. DNP, 1939.

TEIXEIRA, Osvaldo. *Getúlio Vargas e a arte no Brasil*. DIP, 1940.

VARGAS, Getúlio. *O Estado Novo e o momento brasileiro: entrevista concedida à imprensa*. DNP, 1938.

VARGAS, Getúlio Dornelles. *A nova política do Brasil*. José Olympio/DNP, 1938.

VARGAS, Getúlio. *Foi no poder que me tornei vosso amigo*. DNP, 1939.

VARGAS NETTO, Manoel. *General Vargas*. DNP, 1938.

VARGAS NETTO, Manoel. *Getúlio Vargas*. DIP, 1943.

VIANNA, José de Segadas. *Brasil trabalhista*. DIP, 1944.

VIANNA, Hélio. *Matias de Albuquerque, biografia*. DIP, 1944.

VILLA-LOBOS, Heitor. *A música nacionalista no Estado Novo*. DIP, 1941.

Publicações direcionadas para estrangeiros

BARROS, Jayme de. *Ocho anos de política exterior del Brasil*. DNP, 1938.

La personalidad del presidente Getúlio Vargas. DNP, 1938. (impresso no México).

PATRIC, Antony. *Toward the winning goal*. DIP, 1940.

KLINGHOFFER, Hans. *La pensée politique du président Getúlio Vargas*. DIP, 1940.

Poços de Caldas. DIP, 1940. (em espanhol).

JOBIM, Danton. *Two Revolutions*. DIP, 1941.

Constitution of the United States of Brazil. DIP, 1941.

Facts and information about Brazil. DIP, 1942.

Brazil in America. DIP, 1942.

Travel in Brazil/This is Brazil (1941-1944)

Periódicos

Publicações (1939-1945)

O Brasil de Hoje, de Ontem e de Amanhã (1940-1943)

Reportagens (1941)

Dos Jornais (1941-1943)

Travel in Brazil/This is Brazil (1941-1944)

Cultura Política (1941-1945)

Revista Estudos e Conferências (1942)

Anuário da Imprensa Brasileira (1942)

Dos Jornais e do Rádio (1943)

Revista Brasil-Reportagens (1944)