

Imprensa ilustrada e Estado Novo

Geanne Paula de Oliveira Silva¹

Resumo: Este trabalho pretende apresentar os resultados obtidos com uma pesquisa monográfica desenvolvida entre os anos de 2006/2008 que teve como documento privilegiado a coleção da revista *Ilustração Brasileira* - maio de 1935 a janeiro de 1944 - cujo objetivo principal foi, a partir de uma breve análise da propaganda política do Estado Novo veiculada na referida revista, evidenciar o esforço e investimento estadonovista numa propaganda de si mesmo e de seu governante em atingir tanto as classes subalternas quanto as classes hegemônicas. Na oportunidade são apresentadas também, sucintamente, as intenções de um projeto de Mestrado em andamento - já que esse é o desdobramento maior da primeira pesquisa - que continua tendo a revista *Ilustração Brasileira* como documento privilegiado, agora mais que fonte, também como objeto de estudo.

Palavras-chave: Revista Ilustração Brasileira; Estado Novo; Propaganda política.

Abstract: This paper aims to present the results of a search monograph developed between the years of 2006/2008 which has privileged document the collection of the magazine *Ilustração Brasileira* - May 1935 to January 1944 - whose main objective was, from a brief analysis of the political propaganda of the new vehicle in that magazine, show the effort and investment in estadonovista propaganda for himself and his government to achieve both classes subaltern as the hegemonic classes. On the occasion will be claim also submitted a draft Master in progress - since this is the largest deployment of the first search – that continues with the revised document as *Ilustração Brasileira* privileged, now more than source, also the object of study.

Key words: Magazine Ilustração Brasileira; Estado Novo; Politic propaganda

Revistando *Ilustração Brasileira*

Fonte principal e documento privilegiado desta pesquisa, a revista *Ilustração Brasileira* é uma entre as muitas publicações da imprensa ilustrada brasileira da primeira metade do século XX, cuja coleção, de maio de 1935 a janeiro de 1944, pertence ao acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História da Universidade Federal de Uberlândia – CDHIS/UFU. Mensário editado pela *Sociedade Anônima O Malho*, no Rio de Janeiro, *Ilustração Brasileira* apresenta grande formato - 36 x 27 cm -, impressa em “papel selecto”², de boa qualidade, espesso e resistente, com “impressão caprichosa”³, de quarenta a sessenta páginas (salvo edições especiais, que passavam de cem páginas), sendo o custo da edição avulsa 3\$000 (três mil réis) e, da assinatura anual, 35\$000 (trinta e cinco mil réis). Quando o

1 Universidade Federal de Uberlândia, Mestranda em História, bolsista CAPES.

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

3 *Idem, ibidem.*

cruzeiro foi instituído como moeda oficial do Brasil, em outubro de 1942, o preço passou a ser Cr\$5.00 (cinco cruzeiros) o número avulso e Cr\$60.00 (sessenta cruzeiros) a assinatura anual.

O *menu de Ilustração Brasileira* compunha-se de muitas “crônicas”⁴, poesias, alguns contos, muitas “reportagens fotográficas” -como eram denominadas as seções em que a imagem fotográfica sobrepunha-se ao texto escrito- e abundantes ilustrações. O conteúdo versava sobre artes, letras, doutrinação política e religiosa, exaltação a personalidades da história brasileira, questões econômicas, críticas literárias e de arte, comportamento, moda, festas e recepções da alta sociedade, acontecimentos nacionais e internacionais, entre outros. A própria revista anunciava que

Mensalmente registrará o ocorrido em artes, letras, ciências, política, religião, economia pública, movimento social em artigos sintéticos escritos por nomes já consagrados, ou por jovens vocações em que se pronunciem as promessas divinas da esperança.⁵

O sumário, quando apresentado, indicava o principal conteúdo da edição, geralmente não conseguindo abarcar tudo. Entre os títulos elencados estão as mais frequentes seções, que são: *De mez a mez*, *Artes e artistas*, *O Rio de hoje e de há 30 anos*, *Instantâneos de todo o mundo*, *Mundanismo*, *Trichromias*. Os diversos números da revista seguiam esse padrão de sumário e distribuição dos conteúdos, com exceção dos cinco números especiais, os quais tratavam de um único tema. São eles: novembro de 1939 - *Edição Comemorativa do Cincoentenário da República*; junho de 1941 - *Edição Especial sobre Turismo no Brasil*; janeiro de 1942 - *Panorama Educacional do Brasil*; agosto de 1942 - *Edição Comemorativa do Centenário da Pacificação do Movimento de 1842*; e dezembro de 1943 - *São Paulo e o Estado Nacional*.

Ilustração Brasileira passou por três fases de publicação: a primeira iniciou-se em junho de 1909 e foi até 1915, havendo aí uma interrupção; a segunda fase, iniciada em 1920, foi até 1930 e novamente interrompeu-se. Em maio de 1935 as publicações retornam à circulação e, baseado em um estudo coordenado pela historiadora Ana Maria Mauad é possível afirmar que tenham ido até 1958 (Cf. MAUAD, 2006b).

Especialmente em sua terceira fase de publicação, *Ilustração Brasileira* circulava no contexto de um Brasil que se dizia ou se queria moderno. Embora o debate acerca dessa(s)

4 Eram assim identificados, dentro do amplo conceito de “crônica” da época, a maioria dos textos presentes na revista. Ver MARTINS, A. L.. **Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República**. São Paulo: Edusp, 2001, p. 154.

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

“modernidade(s)” esteja posto ainda hoje, no período no qual foram publicadas as edições da coleção estudada, esta modernidade estava um tanto mais encaminhada, se consideradas as muitas ações políticas já desenvolvidas na direção de fazer do Brasil um país moderno. A remodelação da cidade do Rio de Janeiro é um exemplo. A capital republicana, então, não deveria ter mais aspectos que lembrassem a ultrapassada monarquia. Era preciso reformar a capital tropical e moldá-la conforme as cidades temperadas, transformá-la no “cartão-postal” da modernidade brasileira.

Assim, em 1935, quando *Ilustração Brasileira* retornou à circulação, muita coisa já se tinha para contar. Para tal assunto, *Ilustração Brasileira* dedicava uma seção especial: *O Rio de hoje e de há 30 [35, 50] annos*. Esta seção permaneceu em todas as edições da coleção estudada. Compunha-se de duas ou até quatro fotografias de um mesmo local da cidade do Rio de Janeiro: uma (ou duas) contemporânea à revista (1935-1944) e a(s) outra(s) de trinta (trinta e cinco ou cinquenta) anos atrás (1905,1910...). As legendas ou os pequenos textos - já que estes encolhiam perante a imperiosa presença da imagem fotográfica que, supunha-se, falava por si só - que acompanhavam as fotografias evidenciavam a idéia de que, devido a uma política urbanista especialmente desenvolvida para tal fim, o Rio de Janeiro havia se modernizado, e isso era sinal de progresso e motivo de orgulho, ao menos para os editores da revista.

Também abundante da novidade do recurso fotográfico impresso era a seção *Instantâneos de todo o mundo*. Esta seção surgiu em maio de 1936 com a proposta de registrar os principais fatos internacionais, deixando à antiga seção *De mez a mez*, que até então dedicava-se ao registro dos acontecimentos nacionais e internacionais, apenas os fatos ocorridos no país. A partir daí, as duas seções agora distintas, exibiam fartura de fotografias e evidenciam a existência da parceria que começava a se delinear entre fotógrafo e repórter e, principalmente, entre texto escrito e texto visual, recurso bastante utilizado nas reportagens fotográficas a partir de fins da década de 1930.

Outras fotografias tinham espaço na *Ilustração Brasileira*, embora não dentro de uma seção específica. Podemos citar, por exemplo, uma série de fotografias publicadas na revista, exibindo uma figura feminina de renome na época – atrizes, modelos, cantoras, em sua maioria hollywoodianas e, portanto, também ícones da modernidade, ligadas ao cinema de Hollywood – com um cigarro na mão sugerindo o ato de fumar e em bela pose. A legenda vinha esclarecer que aquela modelo dava o exemplo do que era ser uma mulher ousada e, elegante.

O desenho de ilustração ou, como chamou *Ilustração Brasileira*, os *doublés*, também

preenchem as páginas das revistas ilustradas. Ilustradores talentosos ganharam espaço também, entre eles o expressivo J. Carlos. Até artistas plásticos aderiram ao novo mercado impresso, como Tarsila do Amaral e seu desenho do Abaporu na *Revista de Antropofagia*, de 1928.

Percebe-se que *Ilustração Brasileira* foi uma (das) revista(s) ilustrada(s) que usou e abusou da utilização de imagens. Mas, o que é marcante e talvez uma das características que singularizam essa revista, ainda no que se refere aos recursos imagéticos, é a publicação de obras de arte. Em todas as edições, com o título de *Trichromias* anunciado no sumário, uma ou, em sua maioria, duas páginas inteiras eram dedicadas à publicação, com impressão colorida de excelente qualidade, de obras de artistas ligados à Escola Nacional de Belas Artes. Eram artistas⁶ que, em sua maioria, por estarem ligados à Escola, acabaram por ser vistos, ao longo do tempo, como o “outro” que deveria ser combatido para que o modernismo conquistasse espaço e se estabelecesse (Cf. LEHMKUHL,2002:111).

Para Ana Maria Mauad, *Ilustração Brasileira* tinha uma tendência refinada e artística (Cf. MAUAD,2006a). Pela publicação das *Trichromias* já se vê que a afirmação da autora é coerente. *Ilustração Brasileira* realmente dava atenção e importância aos assuntos relacionados às artes plásticas, especialmente se for lembrado o “Prêmio Ilustração Brasileira” - um deles correspondia a cinco anos de assinatura grátis - que a revista oferecia ao vencedor do Salão Nacional de Belas Artes. Mais ainda se considerarmos outras duas seções: *Artes e Artistas* e os textos de Flexa Ribeiro. A seção *Artes e artistas*, a princípio, dedicava-se a registrar os acontecimentos musicais do mês anterior. A partir de 1937, começou a abordar também assuntos referentes ao campo das artes plásticas. Subdividida, então, passou a se encarregar de publicar o ocorrido na área da Música e das “Belas Artes”, como nomeava a revista. Quanto à participação de Flexa Ribeiro, o professor de Arte Decorativa da Escola Nacional de Belas Artes foi o único autor que escreveu em todos os números da coleção estudada, sem exceção, sempre tratando de assuntos relacionados às artes plásticas.

Negar as marcas da modernidade nas páginas dessa revista é quase impossível. É evidente a presença de uma determinada noção de moderno, desde as técnicas gráficas utilizadas até o próprio conteúdo dos textos e fotografias. Mas, *Ilustração Brasileira* celebraria uma estética passadista? Seria ela uma instância de consagração de pintores e literatos ligados à Academia? Afinal, variadas manifestações modernistas já haviam

6 Seguem alguns nomes: Rodolfo Amoêdo, Henrique Cavalleiro, Belmiro de Almeida, João Baptista da Costa, Georgina de Albuquerque, E. Visconti, Henrique Bernardelli, Lucílio de Albuquerque, Pedro Américo, A.Vianna, H. Bracet, Olga Mary, etc.; ilustradores: Paulo Amaral, J. Carlos, Calmon, Helmut, Fragusto, Belmonte.

acontecido e revelado outros nomes que pouco aparecem na revista. Em meio a tantos artistas, Portinari, por exemplo, aparece por três vezes apenas e Di Cavalcanti somente uma vez. Por que outros artistas envolvidos com a Semana de 1922 e com o Salão de 1931 não aparecem? Seria tal atitude considerada pelas elites e pela crítica uma mistura de mau gosto ou, pode-se dizer que a revista estaria entre a modernidade e a tradição? Qual é, afinal, o perfil editorial da revista? Que lugar ocupa na modernidade brasileira?

Propaganda política na revista *Ilustração Brasileira*

Não constava nos Sumários de *Ilustração Brasileira*, mas certamente fazia parte de seu *menu* o vasto conteúdo de propaganda política do Estado Novo. Quando *Ilustração Brasileira* iniciou sua terceira fase de publicações, em maio de 1935, já estava na presidência da república desde o movimento de 1930, completando cinco anos de governo, o gaúcho Getúlio Vargas, que permaneceria no cargo por mais uma década.

A propaganda política do Estado Novo aparecia na revista desde as primeiras edições da coleção estudada, mas, a partir de 1937, ano de instauração oficial do Estado Novo, ela intensifica-se, torna-se freqüente e abundante. *Ilustração Brasileira* veiculou a imagem de um Getúlio Vargas “amigo da juventude”⁷, divulgou as inúmeras inaugurações e exposições do governo⁸, reproduziu os discursos oficiais⁹, noticiou com ênfase os atos do governo através de reportagens, por exemplo, com o título *O que Vargas anda fazendo pelo Brasil em fora*¹⁰, contribuiu para a institucionalização do “19 de abril”, aniversário de Vargas, como data nacional¹¹, etc. Mais que inúmeros textos de engrandecimento ao governo e à figura de Vargas, nas páginas de *Ilustração Brasileira*, imprimia-se também a íntima relação entre censura e propaganda, característica marcante do regime estado-novista, e a intenção de não somente persuadir o público-leitor, legitimar e construir uma imagem positiva do regime, das instituições e do chefe do governo, também de impedir qualquer tipo de oposição e contestação.

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

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

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

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

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

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

A propaganda política do Estado Novo utilizava o que havia de melhor e mais moderno em termos de meios comunicação, além de contar com os melhores nomes como idealizadores e produtores de suas campanhas propagandísticas, recrutados por Lourival Fontes, diretor do Departamento de Imprensa e Propaganda. Os intelectuais que participavam ativamente do regime estado-novista eram de competência e destaque na época. E por que não citar o famoso pintor Cândido Portinari? Vargas também foi pintado pelo retratista de maior prestígio do período, que o retratou fazendo uso da tradição figurativa oriunda da Academia, com toda sua apurada técnica. É preciso relevar o fato de estarmos falando de encomendas, mas, mesmo para estas, seus mentores cuidaram de buscar entre os melhores, seus realizadores.

Falar em imprensa, especificamente em imprensa ilustrada, faz suscitar algumas questões: que interesse tinha o Estado Novo em utilizar os recursos modernos da imprensa ilustrada para a divulgação de sua propaganda? A quem ele pretendia atingir: trabalhadores e analfabetos ou as elites brasileiras, aqueles “modernos republicanos” acertados com o relógio da modernidade, encantados desde o século XIX com as revistas ilustradas? Logo, por que veicular propaganda política num periódico como *Ilustração Brasileira*, “revista de luxo”, como definiu Nelson Sodré (Cf. SODRÉ, 1999:348), consumida por um público letrado e de nível econ mico suficiente para pagar o preço da revista?

Lembremos do conteúdo de *Ilustração Brasileira*: artes, letras, doutrina o política e religiosa, exalta o a personalidades da história brasileira, questões econ micas, acontecimentos nacionais e internacionais, críticas literárias e de arte, comportamento, moda, festas e recep es da alta sociedade, entre outros. Reitero, ainda, suas características: revista de notável primor técnico, papel de qualidade e impressão apurada, de tendência refinada e artística, como afirma Ana Maria Mauad (Cf. MAUAD, 2006a).

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

Como dito, em meio ao diversificado conteúdo, lá estava a propaganda política do Estado Novo, ocupando não poucas páginas ou um espaço pequeno e marginal, ao contrário, ocupando elevado número de páginas inteiras da revista. Não só o Capitalismo, numa fase de expansão, desejoso de mais e mais consumidores, percebeu o potencial e a utilidade que teriam as revistas ilustradas - a publicidade de cosméticos, higiene pessoal, produtos de beleza, sapatos, entre tantos outros, chegariam certamente ao seu alvo através de uma publicação endereçada essencialmente à alta sociedade, com poder aquisitivo suficiente para investir em sua própria aparência -, também o Estado Novo. Se os anunciantes perceberam que atingiriam seu público-alvo através das revistas ilustradas, não teria percebido a mesma coisa a equipe do DIP, a serviço do Estado Novo e, por isso mesmo, empenhou-se em veicular também nelas a propaganda do regime?

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

Pretensões de pesquisa

Se, com a pesquisa realizada, foi identificado o esforço por parte do governo Vargas em atingir com sua propaganda as classes hegemônicas brasileiras, agora é hora de aprofundar as reflexões com uma análise minuciosa desse discurso. Mais que continuidade, a proposta de agora em diante é ir além, a começar pela postura metodológica. *Ilustração Brasileira* continuará sendo o documento principal, mas será, tanto quanto fonte, objeto. Ter a imprensa como fonte é uma opção possível e uma prática há muito utilizada entre historiadores. Mas, torná-la, simultaneamente, fonte e objeto, é outra postura teórico/metodológico, por vezes mais difícil, (porque requer conhecimentos específicos da materialidade do objeto estudado), escolhida, no entanto, para ser enfrentada. Nessa perspectiva, é preciso considerar mais que somente as informações trazidas nas páginas da revista. É preciso considerar também as capacidades gráficas da época, as condições políticas, sociais, culturais de produção, entre outros. Para além do “escrito”, pretendo atentar e considerar a materialidade dos textos, para lembrar Chartier, e as relações estabelecidas entre o texto, suporte e a prática que dele se apodera (Cf. CHARTIER, 1990:127)

Desse modo, poderei alargar meu campo de pesquisa e leitura, estabelecer diálogos com as artes gráficas, por exemplo, e, ainda, retomar antigas intenções, objetivos traçados logo no início do trabalho que, ao longo do tempo, tornaram-se secundários por conta das “remexidas” da própria pesquisa. Retomar, por exemplo, a proposta de abordar os textos visuais mais que superficialmente, numa intertextualidade com os textos escritos. Mais que adentrar o campo das fontes visuais, a pesquisa buscará olhar para o campo da visualidade como “objeto detentor, ele também, de historicidade” (MENESES, 2003).

Enfim, entre “remexidas”, “temperos” e “destemperos” este trabalho se fez. A continuidade dele não deve fugir dessa dinâmica, porque, além de aprender a questionar, a deixar falar e a ouvir os documentos históricos, aprendi que “a vida é mutirão de todos, por todos remexida e temperada” (ROSA, 1994:658). Assim também minha pesquisa.

Referências bibliográficas

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

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

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

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

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

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

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

SODRÉ, N. W.. A grande imprensa. In: **História da imprensa no Brasil**. 4 ed.. Rio de Janeiro, Mauad, 1999, p. 251 – 389.