



Universidade de Brasília
Instituto de Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em História – Área de concentração: História Social
Linha de Pesquisa: Sociedade, Instituições e Poder

Paulo Raphael Pires Feldhues

**TRADIÇÃO E MODERNIDADE NO RECIFE DO ESTADO
NOVO**

Considerações à luz das propagandas política e comercial

Brasília

2010

Paulo Raphael Pires Feldhues

TRADIÇÃO E MODERNIDADE NO RECIFE DO ESTADO NOVO

Considerações à luz das propagandas política e comercial

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em História, pelo Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília – UnB.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Albene Miriam Ferreira Menezes.

Brasília

2010

Paulo Raphael Pires Feldhues

TRADIÇÃO E MODERNIDADE NO RECIFE DO ESTADO NOVO

Considerações à luz das propagandas políticas e comercial

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em História, pelo Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília – UnB.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Albene Miriam Ferreira Menezes.

Aprovado em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Dra. Albene Miriam Ferreira Menezes – Universidade de Brasília / PPGHIS

Dra. Lucilia de Almeida Neves Delgado – Universidade de Brasília / PPGHIS

Dra. Mercedes Gassen Kothe – UPIS / Departamento de História

À Joyce e ao pequeno Gabriel.

Agradecimentos

Ao final destes três anos de pesquisa, dois pelo Mestrado, o resultado que se materializa nestas páginas em muito oculta a rica experiência do fazer acadêmico. São professores, amigos, companheiros, profissionais de áreas tão distintas que colaboraram direta ou indiretamente com este trabalho. Se a solidão da escrita faz-se uma exigência, certamente suas sugestões e apontamentos não foram esquecidos. Agradeço à minha orientadora Albene Menezes, pelo acolhimento profissional e trabalho junto a mim desenvolvido nestes últimos anos, assim como a fundamental ajuda com o idioma alemão. Aos professores do PPGHIS/UnB e em especial às professoras Lucilia Neves Delgado que, sempre muito atenciosa, forneceu valiosas observações sobre meu projeto de pesquisa, e à professora Diva do Couto Gontijo pelo diálogo honesto e fecundo oferecido a partir da leitura de meu projeto ainda em fase inicial.

Agradeço aos amigos que fizeram de Brasília um lugar familiar, de memórias felizes. Meu muito obrigado à Ana Catarina Zema pela amizade que me honra em compartilhar de momentos afetuosos com sua família; a Leandro Bulhões pela ajuda incondicional sempre disposta e pela amizade construída nestes anos de dificuldades e muitas alegrias; a Johnny Roberto Rosa pelas ricas conversas regadas a jazz e uísques que animaram os estudos, assim como pela ajuda com o idioma alemão; a Fábio Henrique Gonçalves pelas observações atentas que colaboraram para melhoria de parte deste estudo; aos amigos que junto a mim dividiram o Conselho Editorial da Revista Em Tempos de História e que fizeram dos encontros um espaço de troca de experiências bastante saudável, agradeço a Marcelo Tadeu, Eric Sales e Ricardo MM.

Aos amigos do Arquivo Nacional pela ajuda sempre disponível, em especial a Paulo Augusto Ramalho, Thomas Herning e a Vivien Ishaq. Sou profundamente grato a Carol Rocha, pela valiosa amizade construída quando trabalhávamos no Arquivo e mantida ainda hoje. Agradeço ao historiador e repentista Chico de Assis pela oportunidade de trabalho e aprendizado oferecida durante esta caminhada; a Rodrigo Fernandes pela amizade e conversas que mostraram uma forma peculiar de estudo; a Fábio Pedro Batista pelo companheirismo franco que compartilhou comigo durante este último ano que dividimos residência.

Também em Recife contei com colaborações de grande importância. Agradeço ao amigo de longa data e historiador Fábio Lúcio Rocha Soares que, sempre presente, ajudou no recolhimento de parte da documentação, um companheirismo que aproxima

nossas famílias. Ao historiador e músico Nalisson Yuri, que nunca economizou esforços para ajudar no que fosse necessário e que me deu o prazer de dividir os primeiros resultados de pesquisa ainda na graduação. A Karl Schurster e família pelo acolhimento fraterno. Aos meus ex-professores da Universidade de Pernambuco pela iniciação profissional e ao professor José Maria Gomes Neto pela embrionária orientação realizada ainda em 2007. Aos companheiros da UFRPE Augusto Lira e Dirceu Marroquim.

Agradeço em especial à minha esposa, Joyce, pela compreensão e paciência que tornaram possíveis o desenvolvimento deste estudo sem maiores conflitos

Sou grato ainda aos funcionários que passaram pelo PPGHis/UnB neste biênio 2008-2009 e que tornaram menos árduas as tarefas burocráticas; a Sandro Vasconcelos, gerente do serviço iconográfico do Museu da Cidade do Recife; aos funcionários do arquivo geral da UFPE; aos funcionários do APEJE e da Fundaj, sobretudo aqueles do setor de microfilmagem, pela boa disposição em ajudar o pesquisador.

Por fim, cabe registrar meu agradecimento à CAPES, órgão que financiou a maior parte desta pesquisa, através da bolsa de mestrado e de subsídios para participação em evento.

*No ponto onde o mar se extingue
E as areias se levantam
Cavaram seus alicerces
Na surda sombra da terra
E levantaram seus muros.
Depois armaram seus flancos:
Trinta bandeiras azuis
Plantadas no litoral.
Hoje, serena, flutua,
Metade roubada ao mar,
Metade à imaginação,
Pois é do sonhos dos homens
Que uma cidade se inventa.*

(Carlos Pena Filho. **Guia Prático da
Cidade do Recife**)

RESUMO

O estudo tem como recorte espacial e temporal o Recife durante o regime do Estado Novo (1937-1945). Nesse contexto, o interventor Agamenon Magalhães foi responsável por promover um conjunto de reformas modernizantes na capital pernambucana, como a edificação de pontes, alargamento de avenidas, expansão da iluminação pública e construção de parques. Conforme registraram jornais do período, também os hábitos da população da capital pernambucana vinham sofrendo alterações. As propagandas comerciais veiculadas nos periódicos do Recife, parte delas de caráter nacional, contribuíram para que os imaginários de modernidade associados à técnica, à ciência e ao progresso, por exemplo, ganhassem maior difusão. A forma como esses imaginários foram reelaborados na capital pernambucana é identificado através de registros do cotidiano social nas páginas dos jornais locais. Nesse sentido, o contexto político do Estado Novo é entendido como um elemento a mais para a compreensão da modernidade em desenvolvimento, uma vez que também a propaganda política foi instrumento de difusão dos ideais governistas. Os imaginários modernos propagaram-se não apenas nos espaços públicos, mas estiveram presentes também na cotidianidade doméstica. De forte peso naquela sociedade dos anos 30 e 40, a tradição aparece como uma variante nas negociações entre uma modernidade que clama o futuro e um presente que ainda toma do passado suas referências. Tomando como perspectiva de análise os imaginários sociais, busca-se examinar neste estudo como a modernidade foi entendida e vivenciada pela sociedade recifense entre os anos de 1937 e 1945, intervalo de tempo em que o Estado Novo vigorou no país. Têm-se como hipóteses que as propagandas política e comercial tiveram fundamental importância na construção dos imaginários de modernidade no Recife; a configuração que a modernidade assumiu no Recife no período em pauta obedeceu aos limites do que foi possível negociar com os valores tradicionais ali construídos anteriormente. O estudo mostrou que o desenvolvimento dos imaginários modernos no período pode ser dividido em dois momentos: 1937-1942, quando as influências foram diversificadas, não havendo um formato específico a ser seguido; e 1942-1945, quando o padrão norte-americano de modernidade ganhou preponderância.

Palavras-chave: Modernidade. Tradição. Imaginário. Estado Novo. Propagandas política e comercial.

RESUMÉ

L'étude traite de la ville de Recife à l'époque de l'Estado Novo (1937-1945). Dans ce contexte, l'administration d'Agamenon Magalhães s'est chargée de promouvoir une série de réformes de modernisation, comme la construction de ponts, l'élargissement des avenues et l'expansion de l'éclairage public et la construction de parcs. Comme les journaux de cette époque ont rapporté, les habitudes de la population de la capitale de Pernambuco ont aussi changé. Les annonces publicitaires diffusées dans les journaux de Recife, une partie d'entre elles de caractère national, contribuèrent pour que les imaginaires de la modernité associés à la technique, la science et le progrès, par exemple, deviennent plus dynamiques. La façon dont ces imaginaires furent reçus et redessinés dans la capitale de Pernambuco est identifiée grâce aux registres de la vie quotidienne dans les hebdomadaires locaux. En ce sens, le contexte politique de l'Estado Novo est considéré comme un élément de plus à la compréhension de la modernité en développement, dans la mesure que la propagande politique fut aussi un instrument de diffusion des idéaux du gouvernement. En ce sens, l'imaginaire moderne s'impose non seulement dans les espaces publics, mais également dans chaque foyer au quotidien. Très importante pour la société de la ville de Recife des années 1930 et 1940, la tradition apparaît comme une alternative dans les négociations entre une modernité qui réclame l'avenir et un présent qui trouve encore dans le passé une source de référence. Prenant comme perspective d'analyse l'imaginaire social, cette étude examine comment la modernité fût-elle comprise et vécue par la société de Recife entre 1937 et 1945, période connue comme "Estado Novo". Nous présentons comme hypothèses que les propagandes politiques et commerciales eurent une importance fondamentale dans la construction des imaginaires de la modernité à Recife ; (et que) la configuration que la modernité assume à cette époque dans la ville de Recife a obéi aux limites de ce qui a été possible négocier avec les valeurs traditionnelles construites à cet endroit auparavant. L'étude a montré que le développement des imaginaires modernes à cette époque peut être divisé en deux périodes: de 1937 à 1942, lorsque les influences sont diverses et qu'il existe un modèle spécifique à suivre, et de 1942 à 1945, lorsque la norme américaine de la modernité gagne du terrain.

Mots-clés: Modernité. Tradition. Imaginaire. "Estado Novo". Propagande politique et commerciale.

LISTA DE SIGLAS

- AIP – Associação de Imprensa de Pernambuco.
- APEJE – Arquivo Público Jordão Emereciano.
- BBC – British Broadcasting Corporation.
- CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.
- CPDOC – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil.
- DEIP – Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda.
- DF – Distrito Federal.
- DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda.
- DOPS – Departamento de Ordem Política e Social.
- DPDC – Departamento de Propaganda e Difusão Cultural.
- DPO – Departamento Oficial de Propaganda.
- E.M.E – Estado Maior do Exército.
- EUA – Estados Unidos da América.
- FGV – Fundação Getúlio Vargas.
- G.E. – General Electric.
- OCCIA – The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs.
- PCB – Partido Comunista Brasileiro.
- PE – Pernambuco.
- RJ – Rio de Janeiro.
- UnB – Universidade de Brasília.
- USA – United States of América.

SUMÁRIO

Introdução.....	13
Capítulo I.	
Tempo Histórico, Tradição e Modernidade: trilhas para interpretar o Recife do Estado Novo.....	25
1.1. Em torno do projeto de sentidos moderno.....	26
1.2. Imaginários e identidades.....	30
1.3. Tempo e modernidade.....	33
1.4. O Recife e seus regimes de historicidade.....	38
Capítulo II.	
Política e Imprensa: uma arquitetura para imaginários possíveis da modernidade.....	46
2.1. Estado moderno e imprensa.....	47
2.2. O DEIP e a imprensa pernambucana nos tempos de Agamenon.....	52
2.3. Propaganda política e seus métodos.....	59
2.4. A ordem e a imprensa.....	64
Capítulo III.	
Modernidade e Propaganda Política: práticas e representações sociais no Recife do Estado Novo.....	69
3.1. Uma cidade em transformação.....	69
3.2. Tradição e modernidade, a cidade ambivalente.....	76
3.3. Disciplina e distinção social na cidade moderna.....	80
3.4. Dos poderes silenciosos.....	87
3.5. Provincianismo e modernidade.....	94
Capítulo IV.	
Sob o Espectro do Conflito Bélico: modernidade e guerra na propaganda comercial.....	98
4.1. Sob o signo da mudança.....	99
4.2. Uma escolha conveniente.....	105
4.3. O capital norte-americano e o ideal de “solidariedade”.....	114

4.4. O fenecer do Estado Novo.....	121
Conclusão.....	126
Fontes e Referências Bibliográficas.....	132
Anexos.....	145

INTRODUÇÃO

Banhado pelo Atlântico e recortado pelos rios Beberibe e Capibaribe, o Recife não escapou à influência das águas. De sua geografia singular lhe veio a vocação para o comércio. Em torno de sua Alfândega floresceu uma vida cotidiana marcada por relações transversais entre os mais variados grupos da região, como aristocratas da cana-de-açúcar, comerciantes, operários e meretrizes. Voltada para o mar, a cidade surgiu sob o signo da modernidade, reforçada ainda no século XVII com a administração do conde Johann Moritz von Nassau-Siegen (1637-1644), que, através de um conjunto de benfeitorias urbanas, projetou a “cidade maurícia” para abrigar o centro do poder holandês no Brasil¹. Ao longo de mais de quatro séculos de história, a cidade foi marcada pelos estreitos contatos, em distintos momentos, com os povos europeus, como portugueses, holandeses, ingleses e alemães. Um povoado que cresceu inicialmente às sombras de Olinda, desenvolveu pouco a pouco sua própria estrutura econômica, fincada, sobretudo, nas riquezas vindas do comércio.

Entre o final do século XIX e início do século XX, um conjunto de mudanças paisagísticas foi experimentado em diversas cidades do Ocidente. As pequenas ruas cederam lugar às grandes avenidas, os automóveis substituíram os veículos de tração animal, a eletricidade ampliou sua presença nos espaços urbanos. Ao passo que a ciência moderna, com suas descobertas e invenções, ampliava sua presença no cotidiano citadino, a sensação de progresso social tomava conta do homem comum habitante destes centros. No Recife, as alterações na paisagem urbana da cidade, assim como nos hábitos de parte de sua população, não foram suficientes para abolir o forte peso da tradição reinante ainda nos anos 1930 e 1940. A tradição, como destacou Hans Georg-Gadamer, é um passado presente que orienta as práticas coletivas e, mesmo que se caracterize pela duração, torna o passado movente, não estático². A validade da tradição, assim, ancora-se na atualização de

¹ O conde Maurício de Nassau (1604-1679), como ficou conhecido no Brasil, possuía origem germânica, embora atuasse como representante da Companhia Neerlandesa das Índias Ocidentais.

² Cabe destacar que para Gadamer, a realidade dos costumes fundamenta sua legitimidade no âmbito da herança histórica e da tradição. Cf. GADAMER, Hans-Georg. Os traços fundamentais de uma teoria da experiência hermenêutica. **Verdade e Método**: Traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

seus significados. Também a modernidade vivenciada na capital pernambucana encontrou os limites do que foi possível negociar com a tradição ali presente.

A *modernidade*, conforme é entendida aqui, refere-se a um conjunto de sensibilidades emergido na Europa e difundido no Ocidente, o qual forneceu uma nova perspectiva de mundo pautada na racionalidade³. Dessa forma, a modernidade associa-se ao entendimento racionalizado feito pelo homem para seu mundo em volta, o que ganha expressão nas práticas sociais. Embora relacionem-se à modernidade, os conceitos de modernização e modernismo distinguem-se por suas abrangências.

Modernização refere-se ao uso pelo indivíduo daquela razão, descrita acima, para transformar o mundo à sua volta. Significa dizer então que o homem se apropria da natureza, colonizando-a, civilizando-a⁴. Na cidade, modificar o ambiente em volta, “domando” a natureza a partir do uso dessa racionalidade significou colocar em prática a modernização urbana. De outra forma, a noção de modernização também é utilizada para designar modificações na esfera do Estado, quando se ampliam seus órgãos e departamentos mediante o critério de aprimoramento técnico. Entendida assim, pressupõe-se modernização, por exemplo, tanto no aterramento e urbanização de áreas antes alagadas, como na burocratização técnica de um Estado.

O *modernismo*, por sua vez, surge, de acordo com Carl Schorske⁵, como referência a um pensamento crítico e reflexivo do século XIX sobre as contradições que marcavam os homens daquele período, profundamente envolvidos por um turbilhão de transformações. As obras de Karl Marx (1818-1883), Friedrich Nietzsche (1844-1900) e Sigmund Freud (1856-1939) exemplificam o caráter criador e ao mesmo tempo ácido de suas reflexões. O progresso da ciência e os ganhos tecnológicos oferecidos ao homem no final do século XIX deslocaram as reflexões sobre o momento vivenciado, passando da crítica ao entusiasmo. O modernismo se converteu então em apologia ao bem estar, ao

³ Para Anthony Giddens, a modernidade refere-se ao estilo, costume de vida ou organização social que emergiu na Europa a partir do século XVII e que posteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência. Cf. GIDDENS, Anthony. Capítulo I. Introdução. In: **As Consequências da Modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991. pp.11-60. José Carlos Reis, por sua vez, compreende que o período da modernidade teve início no século XVI, com a recusa das explicações mágico-religiosas em favor da racionalização do pensamento. Cf. REIS, José Carlos. História da História: civilização ocidental e sentido histórico. In: **História & Teoria: historicismo, modernidade, temporalidade e verdade**. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. pp.15-66.

⁴ RENDÓN, Carlos Enrique Londoño. Algunos referentes sobre la modernidad. **Revista da Universidad Pontificia Bolivariana**. Medellín, set. 1998.

⁵ SCHORSKE, Carl E. **Pensando com a História: indagações na passagem para o modernismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

novo pelo novo; tornou-se, acima de tudo, “fetichização”⁶. No início do século XX, o termo recebeu novo significado, associando-se ao movimento de renovação vivenciado em campos como a literatura, a arquitetura, o teatro, a música e as artes plásticas. Seja na Europa ou no continente americano, o modernismo buscava romper com uma estética definida como “ultrapassada”, propondo-se a apresentar o novo, o contemporâneo. Modernização e modernismo são conceitos que tangenciam nosso campo de análise, a modernidade.

No Brasil, a década de 30 consagrou uma reconfiguração no cenário político. Com a imposição do Estado Novo em 1937, operou-se a ruptura da linha política desenvolvida a partir da chamada “Revolução de 1930”. Também na esfera econômica as mudanças ganharam volume. À “quebra” da bolsa de valores de Nova Iorque, em 1929, seguiu-se a Grande Depressão a qual atingiu quase todo o sistema financeiro mundial que, a exceção da União Soviética, já se encontrava organizado numa rede capitalista de interdependências. A Revolução de 30, que levou Getúlio Vargas à presidência e pôs fim à nomeada Primeira República, nasceu diante de um panorama político-econômico turbulento e, ao mesmo tempo, uma atmosfera cultural otimista, um aparente contra-senso que dialogou com as décadas anteriores.

A crise financeira trouxera a falência de milhares de bancos em quase todo o globo, o desemprego na Alemanha e nos Estados Unidos atingiam taxas alarmantes e o café brasileiro sofria com a constante desvalorização no mercado mundial. Como outra face da mesma moeda, o imaginário de progresso científico demarcava seus espaços na vida cotidiana do homem ocidental.

Nas cidades brasileiras, o rádio ampliava seu público a cada ano. Conforme sublinhou Maria Helena Capelato, enquanto que em fins dos anos 1930 o país contava com 357.921 aparelhos rádio-receptores, em 1942 esse número já era de 659.762, transmitindo, sobretudo, óperas, músicas e textos instrutivos⁷. Também através desse meio de comunicação surgiu o programa *A Hora do Brasil*, criado em 1935 para divulgar as ações do Poder Executivo. A partir do Decreto-Lei 1.949/39, a transmissão do programa tornava-se obrigatória em qualquer estabelecimento comercial que possuísse aparelho de radiodifusão, além de, como registra Angela de Castro Gomes, aconselhar que a

⁶ RENDÓN, Carlos Enrique Londoño. Op.Cit. 1998.

⁷ CAPELATO, Maria Helena R. **Multidões em Cena**: propaganda política no varguismo e no peronismo. São Paulo: FAPESP. 1998.

transmissão se desse por auto-falantes instalados em locais públicos⁸. Vivia-se a Era do Rádio. Os meios de comunicação ampliaram nesse momento seu público e, junto ao rádio, também os jornais, as revistas e o cinema dinamizavam o fluxo de informações cada vez mais vasto.

O quadro político dos anos 30, todavia, mostrava-se controverso. Enquanto que os comunistas, ligados ao Partido Comunista Brasileiro (PCB) e agrupados na Aliança Nacional Libertadora, apoiavam a classe média por entender que a construção do comunismo nacional apenas seria possível após o desenvolvimento das forças produtivas, os integralistas, por meio da Ação Integralista Brasileira, e orientados pela figura de Plínio Salgado, propunham o respeito às hierarquias sociais como meio de manter a ordem e a paz, exibindo o *slogan* “Deus, Pátria e Família”. Em 1935, a Intentona Comunista, ou o Levante Comunista de 35, como também ficou conhecida a fracassada tentativa de golpe do PCB, trouxe conveniente argumento ao governo Vargas para reforçar a autoridade governamental, concentrado maior poder político nas mãos do presidente em detrimento das instituições representativas, erigia-se o autoritarismo⁹ no país. Filinto Müller, chefe de Polícia do Distrito Federal, foi um dos que se destacou pela violência com que cumpria a lei. A prisão do líder comunista Luis Carlos Prestes e a deportação de sua esposa, Olga Benário, à Alemanha nazista, ilustram uma das faces do governo varguista.

A turbulência política vivida no Brasil neste período foi utilizada como justificativa para que princípios democráticos da Constituição Federal de 1934 fossem suprimidos, como demonstra o estabelecimento da censura prévia aos órgãos de comunicação e da extinção de sindicatos considerados suspeitos de “agitação”. Um ambiente de instabilidade estava formado, permitindo ao presidente Vargas aumentar a esperança de ver seu mandato prorrogado em caso de suspensão das eleições marcadas para janeiro de 1938. Suas expectativas, contudo, logo foram frustradas, pois não encontrou apoio no Congresso e nem mesmo entre seus antigos correligionários, como o governador de Pernambuco, Carlos de Lima Cavalcanti.

Em setembro de 1937, Getúlio Vargas anunciou a descoberta do “Plano Cohen”, uma estratégia supostamente organizada por comunistas para derrubar o governo. Dois meses depois, quando os grupos políticos já se preparavam para as eleições, o país

⁸ GOMES, Angela de Castro. **A Invenção do Trabalhismo**. 3.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

⁹ BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. (Orgs.). **Dicionário de Política**. 5. ed. Brasília: UnB; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2002.

acompanhou pelo rádio o pronunciamento presidencial, que instaurou o estado de sítio. Fechado o Congresso Nacional e extintos os partidos políticos, nascia assim o Estado Novo brasileiro sob o argumento da ameaça comunista, amplamente divulgada. A partir de então, pôs-se em marcha a reorganização das forças e atores políticos que comporiam o novo governo, o que levou antigos personagens ao afastamento dos cargos decisórios, como o “tenente civil” Carlos de Lima Cavalcanti. Desse modo, destacou a pesquisadora Dulce Pandolfi¹⁰, o regime estadonovista não foi um “desdobramento natural” da Revolução de 30, mas se caracterizou como resultado das possibilidades surgidas com os enfrentamentos de forças no cenário turbulento dos anos 30.

No plano internacional, a crise financeira que atingiu as economias capitalistas colocou em franca inquietação o ambiente político mundial. Nos Estados Unidos, a política econômica de viés liberal cedeu espaço ao crescente controle governamental. Conforme Albene Menezes¹¹, a política de recuperação econômica desenvolvida ainda no primeiro governo de Franklin Delano Roosevelt (1933-1936) e conhecida como *New Deal*, aplicou métodos orientados pelo pensamento do economista John Maynard Keynes, como as grandes injeções de fundos públicos na economia privada, o *keynesianismo*, como foi chamada a política econômica experimentada, colocou o Estado na tutela parcial da economia nacional, buscando manter a geração de empregos.

De forma variada a intervenção estatal foi experimentada em distintas regiões do globo. No governo brasileiro, foi reforçada a importância da figura do interventor, representante do presidente e escolhido pessoalmente por ele para governar os estados, fazendo da centralização do poder político uma característica do novo regime. No contexto internacional, o Brasil aparecia como mais um país de regime autoritário surgido no período entre guerras, enquanto que no plano interno, a ditadura de Vargas mostrava suas particularidades diante dos governos anteriores da recente República brasileira. O Estado Novo modernizou a administração governamental, ampliando o número de departamentos, órgãos e seções, estavam abertos os caminhos aos técnicos da gestão pública: iniciava-se a era da tecnoburocracia.

¹⁰ PANDOLFI, Dulce. Os anos 30: as incertezas do regime. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de A. Neves. **O Brasil Republicano: O tempo do nacional-estatismo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007. pp. 13-38.

¹¹ MENEZES, Albene Miriam F. As Trocas Comerciais nos Cenários Internacional e da Modernização Vargasista na Década da Grande Depressão (Os Conturbados Anos 1930). In: BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **200 anos de Comércio Exterior**. ApexBrasil, 2008.CD-ROM.

A Grande Depressão dos anos 30 levou a democracia liberal à crise, tornando os regimes autoritários uma atraente possibilidade de salvação. A experiência brasileira não foi exceção e contou com a influência de variantes europeias. Na Itália, o declínio do modelo liberal e o crescente cerceamento das liberdades individuais em detrimento dos poderes do Estado criou um ambiente auspicioso ao surgimento, em 1919, do movimento *Fascio di combattimento* [esquerda de combate]. O fascismo tomou amplitude em 1922, quando Benito Mussolini foi convidado a comandar o país, que atravessava forte deficiência econômica. O corporativismo, característica do novo regime italiano, pautava-se na organização coletiva, tomando como por base a associação representativa dos interesses e das atividades profissionais (as corporações)¹². Também em Portugal o corporativismo foi acolhido. Ali, o regime ultranacionalista de Antonio Salazar, iniciado em 1933, ilustra uma tendência da política do período, a condenação ao pensamento democrático de tendência liberal. O panorama político europeu no período entre guerras (1919-1939) demonstra um momento de radicalização que pode ser observado desde a União Soviética, com o governo de Josef Stalin, à Alemanha, que a partir de 1933 fez de Adolf Hitler seu chanceler, alimentando os projetos expansionistas fecundados pela cúpula do partido nazista. Como acentuou Valmireh Chacon, regimes autoritários expandiram-se por grande parte do Velho Continente, chegando à Polônia, à Hungria, à Romênia, à Iugoslávia, à Grécia e à Espanha, movimentos anti-democráticos (*Quisling*) também estiveram presentes na Noruega, na França, na Holanda, na Eslováquia e em outros países¹³.

O contexto internacional turbulento e as trincheiras políticas travadas no plano interno compuseram parte das condições de produção dos discursos registrados grandes meios de comunicação do Brasil. A propaganda política foi elemento presente ativamente em jornais, revistas, filmes e transmissões radiofônicas. Mais que isso, verifica-se que ideais promulgados pelo regime varguista foram reproduzidos em campanhas publicitárias comerciais, agregando teor político também ao produto anunciado.

Cabe, neste momento, um melhor esclarecimento do que se entende aqui por propaganda e publicidade. Na edição brasileira da obra *A Propaganda Política*, de Jean-Marie Domenach, Nelson Jahr Garcia explica na apresentação que “propaganda” refere-se

¹² BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. (Orgs.). Op. Cit. 2002.

¹³ CHACON, Valmireh. Ideologia e ‘praxis’ do Estado Novo. In: **Estado e Povo no Brasil: as experiências do Estado Novo e da democracia populista: 1937/1964**. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1977.

divulgação de ideias, sejam elas de caráter político ou religioso, enquanto que “publicidade” restringe-se à difusão comunicativa dada a produtos, serviços ou candidatos políticos¹⁴. Acrescenta Nelly de Carvalho, recorrendo a Patrick Charaudeau, que a propaganda é mais abrangente que a publicidade, uma vez que a primeira atua no campo da mensagem política, religiosa, institucional e comercial, ao passo que a segunda está mais vinculada às mensagens comerciais¹⁵. Embora o conceito de propaganda seja utilizado tanto para mensagens políticas como para anúncios comerciais, o mesmo não acontece com o conceito de publicidade, que não se aplica às veiculações discursivas de conteúdo político. Dessa forma, como será trabalhado nas próximas páginas, tem-se “propaganda política” ou “propaganda comercial”, mas apenas “publicidade comercial”.

O período que compreende o Estado Novo brasileiro (1937-1945) fornece rico registro da fusão, pela propaganda comercial, de elementos vinculados à política e à modernidade, como o nacionalismo e trabalhismo, por um lado, e a cientificidade e o ideal de progresso social contínuo, por outro. Busca-se examinar, em particular, como essa relação entre a modernidade e a política se desenvolveu na capital pernambucana.

Recife foi uma das cidades que mais se modificou ao longo do Estado Novo em decorrência das políticas públicas. Figura central e determinante nesse processo foi o interventor federal Agamenon Sérgio de Godoi Magalhães. Em dezembro de 1937, quando acumulava as pastas do Trabalho e Fazenda, Magalhães foi indicado por Vargas para assumir a interventoria do estado de Pernambuco. A posse de Magalhães veio dar não apenas novos rumos à política do estado, afastando as antigas elites, mas também imprimiu um diferente ritmo ao cotidiano social pernambucano. Em pouco tempo seu governo seria considerado um modelo de interventoria, em que a modernização da capital e a modernidade de seus habitantes, apontadas pela imprensa, pelo rádio e mesmo nas telas do cinema, buscavam forjar um imaginário de progresso adquirido com a nova administração. A remodelação urbana do centro do Recife e campanha de combate aos mocambos exemplificam investidas da administração no sentido de criar condições para o florescimento do progresso da cidade.

Católico fervoroso e mariano, Agamenon Magalhães recrutou todo o seu secretariado no seio da Congregação Mariana da Mocidade Acadêmica, criada por Dom

¹⁴ GARCIA, Néson Jahr. Apresentação. In: DOMENACH, Jean-Marie. **A Propaganda Política**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1955.

¹⁵ CARVALHO, Nelly de. Introdução. In: **Publicidade: a linguagem da sedução**. São Paulo: Ática, 1996.

Miguel Valverde, então arcebispo de Olinda e Recife. A Congregação seguia a linha do catolicismo reformado e visava estimular, como ocorreu na Bahia, uma maior participação dos católicos na vida religiosa e combater as ideias consideradas pagãs. A divulgação do movimento mariano pretendia ocorrer por meio de atividades anticomunistas, grandes paradas e retiros religiosos durante o carnaval¹⁶. Os deslocamentos entre o novo e o tradicional dentro dos imaginários modernos deveriam, nas páginas da *Folha da Manhã*, jornal criado pelo próprio interventor, obedecer aos limites do dogma político-religioso.

Os discursos da modernidade no Recife estadonovista adquiriam não só o sentido pretendido pelo Estado, mas o próprio capital privado local e internacional tomavam para seus produtos o fetiche dos novos tempos e, dessa forma, a propaganda comercial assumiu também a função de divulgadora e reformuladora dos imaginários emergentes. Os conflitos pelo predomínio de valores e símbolos grupais mostram que também nas representações cotidianas permaneceu o conteúdo político. Dessa forma, a fixação de uma perspectiva de consenso sobre o mundo toma forma de função político-ideológica dos grupos dominantes¹⁷.

As turbulências internacionais, contudo, ainda se agravariam. Foi o que aconteceu quando a Alemanha invadiu a Polônia em 1939. Uma guerra envolvendo os cinco continentes teve início, um fator que viria dar novos rumos a política desenvolvida pelo governo de Vargas. O fim da neutralidade do Brasil diante do conflito mundial, a partir de 1942, forçou a reformulação dos discursos contemplativos sobretudo à Itália e à Alemanha nos principais meios de comunicação. Um novo conjunto de imaginários deveria ser construído, devidamente alinhado à conjuntura política brasileira. Nesse momento, torna-se mais claro que a propaganda comercial não é mera publicidade, transforma-se, como será visto mais a frente, em *propaganda político-comercial*. As campanhas não visam apenas vender um produto, mas carregam o conteúdo político próprio do seu período. A modernidade ilustrada pelas chamadas publicitárias deveria dispor-se em harmonia com o novo momento, deslocando mais uma vez o sentido do “moderno”.

¹⁶ MELO, Zélia Maria; CAMPOS, Zuleica Dantas Pereira. Família e padrões normativos na classe média do Recife dos anos 30. *Revista Symposium*, Recife, v. 8, n. 2, p. 46-56, jul-dez 2004.

¹⁷ Cf. BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Simbólicas*. 5.ed. São Paulo: Perspectiva, 1999. De outro modo, a historicidade dos valores também pode ser encontrada em NIETZSCHE, Friedrich. *Genealogia da moral: uma polêmica*. São Paulo: Companhia das Letras. 1999.

Dentre os autores que norteiam a perspectiva contemplada em nossa análise destacam-se Zygmunt Bauman, com seus estudos sobre a modernidade, e Hans-Georg Gadamer, com sua obra *Verdade e Método*, a qual foi dado particular interesse às considerações acerca da tradição. Sobre política e propaganda política sublinham-se os trabalhos de Hannah Arendt e Jean-Marie Domenach, este último com a obra *A propaganda política*. Sobre imaginário social recorreremos, sobretudo, a Cornelius Castoriadis. A abordagem proposta toma modernidade e tradição como elementos coetâneos de composição das práticas sociais entre os anos de 1937 e 1945 no Recife. Longe de uma perspectiva dicotômica, busca-se identificar as nuances que compõem as negociações entre o novo e o tradicional.

No momento atual em que as grandes narrativas veem corroer seu poder de explicação, quando a metafísica e as teorias generalizantes entram em crise¹⁸ e a realidade parece fragmentar-se em um mosaico incompleto, as ciências humanas debruçam-se sobre o que vem sendo chamado de “pós-modernidade”. Parece-nos inquietante, e aqui navegamos talvez no sentido inverso da correnteza, buscar melhor compreender o que foi a vivência coletiva no Recife quando ainda não era “pós”. As particularidades históricas desta cidade certamente colaboram para manter a atualidade do tema, e isso ocorre porque as tensões entre o novo e o tradicional apresentam ali um prolongamento que ultrapassa um período definido. Se a interpretação histórica pretende fornecer *uma* compreensão do homem no tempo¹⁹, o objetivo da narrativa aqui construída não pode ser outro senão clarear “zonas de escuridão” desse passado chamado modernidade, proporcionando uma inteligibilidade capaz de estabelecer conexões entre os tempos.

Tomando o Recife ao longo do Estado Novo, podemos retomar neste momento a questão levantada inicialmente: como pensar a modernidade nesse ambiente? O estudo que aqui é apresentado toma os imaginários sociais como perspectiva de abordagem, relacionando práticas e representações sociais. Nosso objeto de pesquisa delimita-se aos imaginários de modernidade presentes na capital pernambucana entre 1937 e 1945 e registrados em jornais daquela cidade, como a *Folha da Manhã*, o *Diário de Pernambuco*, o *Jornal do Commercio* e o *Jornal Pequeno*. Parte-se da seguinte questão norteadora: *como, através dos jornais locais, pode-se identificar a modernidade em desenvolvimento*

¹⁸ Ver LYOTARD, François. **A condição pós-moderna**. 6. ed. Rio de Janeiro: Jose Olympio. 2000.

¹⁹ Cf. BLOCH, Marc. **Apologia da História: ou ofício do historiador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001; Cf. MARROU, Henri-Iréné. **Do Conhecimento Histórico**. 2.ed. Lisboa: Aster, [s.d]; Cf. RÜSEN, Jörn. **Razão histórica**. Teoria da História: os fundamentos da ciência histórica. Brasília: UnB, 2001.

no Recife. São hipóteses plausíveis de verificação: (a) As propagandas política e comercial tiveram fundamental importância na construção dos imaginários de modernidade no âmbito da sociedade recifense do Estado Novo. (b) No período em pauta, assim como em muitos outros lugares, dois formatos de modernidade se disseminaram na sociedade recifense – o alemão e o norte-americano. A interventoria de Agamenon Magalhães, que promoveu uma reorganização dos imaginários modernos e alinou-se aos interesses políticos do regime do Estado Novo, não obstante, não se definiu, até 1942, por nenhuma daquelas opções. Ao contrário, em consonância com o cenário nacional, deixou margem para que esses formatos inspirassem os imaginários de modernidade no Recife. Desse modo, o pensamento alemão e sua proposta de modernidade autoritária, então em voga, foram (assim como a opção de modernidade de inspiração liberal norte-americana) para alguns grupos sociais, recorrentes como possível modalidade de desenvolvimento. (c) A configuração que a modernidade assumiu na cidade durante o Estado Novo obedeceu aos limites do que foi possível negociar com a tradição reinante, com os valores tradicionais ali construídos anteriormente, os quais, em momento algum, foram abolidos em grande escala – o que moldou o perfil conservador da modernidade em construção no Recife do Estado Novo.

Dentre o conjunto documental utilizado como fonte estão relatórios e cartas produzidos e recebidos por órgãos da interventoria de Pernambuco e pelo Estado Maior do Exército, jornais e revistas publicados no Recife e fotografias geradas no período em questão. Parte deste acervo encontra-se distribuído entre os arquivos: Fundação Joaquim Nabuco/PE, Arquivo Público Jordão Emereciano/PE, Fundação Getúlio Vargas/RJ, Arquivo Geral da Universidade Federal de Pernambuco/PE e Centro de Documentação do Exército/DF.

O lugar que Pernambuco ocupa na historiografia sobre o Estado Novo tem crescido nos últimos anos, como demonstra o volume de pesquisa e publicações sobre o tema. Obra referenciada nos estudos sobre Pernambuco no regime de 1937, *Pernambuco de Agamenon Magalhães*, de Dulce Pandolfi, publicado em 1984, volta-se para a perspectiva política institucional, em que Agamenon Magalhães aparece como figura central de estudo. No livro, que possui como recorte temporal os anos de 1937 a 1958, a autora argumenta que o período é marcado por rupturas políticas com o passado. Pandolfi concentra-se sobre o uso político da imprensa, a campanha contra os mocambos no Recife e a política agrícola no estado.

A imprensa tratada na obra de Padolfi é um dos vértices do estudo de Maria das Graças Ataíde de Almeida, *A Construção da Verdade Autoritária*, publicado em 2001. A autora aborda a interventoria de Agamenon Magalhães (1937-1945) privilegiando a análise sobre a Igreja, a Educação e a Imprensa. A narrativa construída pela investigação mostra um Recife em que o anti-semitismo é largamente difundido pela imprensa; na educação o regime busca uma forma de legitimar-se, mantendo a constante vigilância sobre os “comunistas”; e, através do catolicismo, Agamenon e seu secretariado, alistado no seio da Congregação Mariana, procuram imprimir um sentido de cruzadas ao momento vivido.

Contribui para melhor visualização do Estado Novo em Recife a obra publicada em 2007 *Veneza Americana X Mucambópolis*, de Zélia Gominho, que possui como recorte as décadas de 1930 e 1940. No estudo, a Liga Social Contra o Mocambo, criada em 1939, foi seu objeto privilegiado. A autora analisa as mudanças sofridas na capital pernambucana a partir dos projetos envolvendo a infra-estrutura da cidade entre essas duas décadas. Gominho registra os conflitos sociais entre os habitantes dos mocambos, construções localizadas às margens dos rios, e as investidas governamentais para modernizar e higienizar a cidade.

Destaca-se ainda sobre o Estado Novo em Pernambuco as dissertações de Phinolina Cordeiro (2005) e Rafael Rocha (2008), que trazem respectivamente estudos sobre o nazismo em Pernambuco e a propaganda política e censura no período em foco. E como trabalhos biográficos em torno da figura de Agamenon Magalhães, duas obras tomam relevo, *Agamenon Magalhães: uma estrela na testa e um mandacaru no coração*, de José Alberto Ribeiro (2001), e *China Gordo*, de Andrade Lima Filho (1976).

Dentre as obras consultadas, a modernidade aparece apenas enquanto tema tangencial, não permitindo identificar como a população do Recife, ao longo do regime instituído em 1937, percebeu a modernidade em desenvolvimento.

O direcionamento da abordagem dada ao estudo realizado contempla uma análise social em que o exame dos imaginários contribui para melhor compreender as práticas coletivas de seu meio. As propagandas política e comercial, algumas delas de circulação local e outras de âmbito nacional, foram expressões dos imaginários modernos circulantes no Recife entre os anos de 1937 e 1945. Para identificar parte das percepções do recifense em torno desta modernidade, são analisadas as práticas sociais registradas nos jornais, permitindo, assim, visualizar em que medida os hábitos e comportamentos

coletivos aproximam-se ou afastam-se daqueles ideais propagandeados nos periódicos. O presente trabalho vincula-se à linha de pesquisa *Sociedade, Instituições e Poder*.

Como caminho para responder à questão norteadora levantada anteriormente, dividimos a obra em quatro capítulos.

Em *Tempo histórico, tradição e modernidade*, capítulo I, são apresentadas definições preliminares que percorrem toda a narrativa, como tradição, imaginário, modernidade, modernização etc. A partir de então, e em torno da noção de imaginários, é proposta uma discussão acerca da identidade moderna. Tomando o tempo como categoria fundamental das práticas sociais, busca-se refletir sobre suas dimensões nos novos tempos. O Recife do final dos anos 30 surge como local privilegiado das investigações, onde se pretende identificar e analisar distintos regimes de historicidade ali presentes.

No capítulo II, *Política e imprensa*, é examinada a crescente importância que a imprensa ganhou enquanto instrumento do Estado moderno. A estrutura da imprensa governista em Pernambuco ao longo da interventoria de Agamenon Magalhães é o foco da análise, procurando identificar seus métodos jornalísticos empregados na busca de uma “orientação” dos imaginários modernos, relacionando-os aos ideais do regime de 1937.

Sob o título *Modernidade e propaganda política*, o capítulo III refere-se a imaginários modernos em construção no cotidiano do Recife e suas relações com as práticas sociais. Nesse contexto, dá-se destaque às ambivalências presentes nestes imaginários, temática que será discutida. As propagandas comerciais também surgem como uma realidade da cidade moderna, presentes em forma de discursos que cortam a vida comum e diária daqueles habitantes. Os poderes sociais não são práticas exclusivas dos governantes, mas forças transversais que cruzam todo o seio da sociedade. Abordaremos aqui formas de disciplinarização social pertinentes ao Recife moderno.

Sob o espectro do conflito bélico, capítulo final, traz um exame sobre a configuração tomada pela modernidade na capital pernambucana após 1942. Busca-se discutir e analisar a influência do pensamento alemão nesta cidade e a proeminência do modelo norte-americano de modernidade. A participação da propaganda comercial na formação dos imaginários sociais volta a ser discutida. Neste capítulo, ganha destaque o discurso do capital estrangeiro, o qual redirecionou suas campanhas publicitárias de acordo com o contexto da Segunda Guerra. A partir da identificação de mudanças no formato da publicidade comercial buscaremos apontar sua relação com a reorganização dos imaginários de modernidade já no final do Estado Novo.

CAPÍTULO I

TEMPO HISTÓRICO, TRADIÇÃO E MODERNIDADE: TRILHAS PARA INTERPRETAR O RECIFE DO ESTADO NOVO

Existem, pois, estes três tempos na minha mente que não vejo em outra parte: lembrança presente das coisas passadas, visão presente das coisas presentes e esperança presente das coisas futuras.

(Santo Agostinho. **Confissões.**)

Diante da complexidade das organizações sociais, sejam estas inscritas sob qualquer período, a idéia de ruptura em absoluto com um passado recente parece inconcebível. Mesmo as sociedades envolvidas por um acelerado ritmo de mudanças, o débito para com as épocas precedente faz-se confessar na atualização das mais variadas formas de tradição (linguagens, crenças, artes etc.). Se, por um lado, os momentos de passagem enfatizam as diferenças, por outro, as experiências sociais vividas anteriormente não desaparecem com os novos tempos. Interpretações, portanto, as quais buscam identificar períodos em que o novo se edifica sobre uma *tabula rasa*, tal como se os grandes marcos de criação de uma sociedade em nascimento fossem suficientes para destruir ou anular tudo o que os antecedeu, não passam de um sonho niilista. As transições históricas, desse modo, compõem-se também de movimentos de idas e vindas no tempo, escapando à simplicidade de uma cronologia linear.

Distintamente do tempo cronológico, o tempo histórico permite posicionar o sujeito social na temporalidade particular de seu grupo, relacionando o presente do indivíduo com seu futuro projetado e um passado por ele entendido. O vetor temporal nem sempre está apontado para o depois, o adiante. Neste capítulo inicial, busca-se identificar e analisar as diferentes temporalidades presentes no Recife de finais da década de 1930, período politicamente turbulento e marcado pela passagem da ordem constitucional de 1934 para o formato repressivo instituído em 1937, com o Estado Novo. A modernidade aparece aqui como fenômeno norteador da trama do tempo, proporcionando experiências

certamente conflitantes em uma cidade composta de grupos sociais notadamente heterogêneos.

Longe de negar suas particularidades, a capital pernambucana jamais foi uma ilha à deriva no oceano ocidental. Ademais, o trânsito cultural entre esta cidade e outras localidades do Brasil e do mundo alargou-se na aurora do século XX. Envolvido por esse diálogo constante, como então se construíram os imaginários modernos no Recife? Quais as fronteiras por eles levantadas? O tempo histórico parece lançar luzes sobre tais questões. Este será nosso guia nas próximas páginas.

1.1. *Em torno do projeto de sentidos moderno.*

Quando se fala em modernidade, as múltiplas interpretações dadas ao tema logo divergem sobre seu ponto de partida. Tomaremos aqui como referência o final do século XV, quando o desenvolvimento da navegação europeia passa a proporcionar o trânsito por regiões longínquas do globo, capacitando o homem do período a construir experiências de alteridade até então inéditas. De uma forma geral, independentemente do marco que se adote, a chamada modernidade caracteriza-se por uma progressiva aceleração nas mudanças sociais que, até então, ocorriam lentamente e de modo quase imperceptíveis no transcurso de uma geração. O tempo, nesse sentido, ganha um novo significado: as alterações se consomem com velocidade inédita, e o futuro é um horizonte a ser perseguido com ansiedade.

Entende-se aqui a modernidade como um *projeto de sentidos* colocado em desenvolvimento inicialmente na Europa, o qual abrange estilos e costumes de vida, orientando o novo homem a partir de um conjunto de sensibilidades. Nos domínios deste projeto, que também é “civilizador”, encontram-se as populações inscritas sob a influência da tradição ocidental. Irrefreável em sua expansão, o projeto moderno, como identificou Anthony Giddens, dotou o homem de novas formas de perceber, sentir e avaliar o mundo que o cercava²⁰. A utopia da universalidade dos valores buscava fundamento na noção de que a razão era seguramente a fonte do progresso social e individual. Assim, as verdades construídas sob a égide do racionalismo europeu, que já não reconheciam suas fronteiras

²⁰ Cf. GIDDENS, Anthony. **As Conseqüências da Modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

continentais, reclamavam um caráter global, ignorando limites nacionais, culturais e étnicos. Na modernidade, a razão é um produto do ser humano, pretensamente capaz de conduzi-lo à liberdade e à melhores condições sociais e individuais; o homem assume a posição de centro de si mesmo. De modo mais incisivo, o indivíduo tornava-se responsável pelo seu próprio destino, ao passo que declinava o peso da compreensão de que o futuro é um elemento previamente definido por Deus.

Tendo em vista as variadas configurações assumidas pela modernidade nas distintas regiões em que foi vivenciada, pode-se visualizar a experiência moderna em pelo menos três aspectos característicos: (a) a sobreposição da perspectiva laica sobre aquela religiosa; (b) o desenvolvimento acelerado das ciências relacionado à necessidade de tornar toda a realidade apreensível pela racionalidade; e (c) o autodescobrimento do homem como sujeito histórico.

Neste capítulo, argumenta-se que a passagem do século XIX ao XX não consagrou definitivamente a modernidade em todo território brasileiro. O Recife, uma das maiores capitais do país no começo do século passado, exemplifica que mesmo em fins dos anos 1930 as práticas sociais apontavam distintas perspectivas de mundo. Sem embargo, busca-se identificar a construção de imaginários de modernidade na capital pernambucana, assim como as fronteiras e tensões sociais daí geradas.

Dentro do progressivo desencantamento do mundo, a vida cotidiana não permaneceria estática e, ao longo do século XIX, cidades como Viena, Paris e Petersburgo exemplificam a velocidade com que os grandes centros urbanos se modificavam. Marshall Berman observa que ali se pôde encontrar um sujeito mundano, de vida proporcional à sua permanência pelas ruas, revivendo a cada retorno àquele espaço mágico²¹. Na literatura russa, Berman encontra nos textos de Nicolai Gogol descrições do convívio ambíguo entre real e irreal, expresso unicamente na Petersburgo do século XIX. Sexo, dinheiro e amor são desejos reais, levando pessoas a buscarem satisfação através de outras, mas que, ainda devido à intensidade desses impulsos, produzem distorções na percepção que os indivíduos têm um dos outros e de si mesmo.

Para além do Atlântico as mudanças eram também sentidas, e a vida comum ganhava o recorte cada vez mais presente da racionalidade identificada nos discursos científicos. No Brasil, o crescente poder de criar “verdades” fez da ciência um tema

²¹ Cf. BERMAN, Marshall. Petersburgo: O modernismo do subdesenvolvimento. In: **Tudo que é Sólido Desmancha no Ar**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

recorrente na obra de Machado de Assis. Em um de seus contos, a razão fria e alegórica encarnada na figura de um médico pretende julgar os limites da “normalidade” social: “A razão é o perfeito equilíbrio de todas as faculdades; fora daí insânia, insânia e só insânia”²². A literatura no século XIX é um dos arautos da visão da modernidade e das consequências por ela trazida.

As transformações nas cidades brasileiras intensificaram-se com a passagem do século XIX ao XX. Como destacou Ana Maria Mauad, antes do período republicano, a capital do Império nada possuía de metrópole europeia, e foi com as obras do prefeito Pereira Passos (1902-1906) que o Rio de Janeiro acelerou as mudanças em sua paisagem²³. A maior intervenção do governo na capital federal produziu não apenas o remodelamento do seu porto e da Avenida Central (atual Avenida Rio Branco), mas também o controle de epidemias, como a varíola e a febre amarela, que assolavam a população. A multiplicação dos cafés e a construção de jardins públicos favoreceram igualmente a expansão de novas práticas, inserindo a população em uma nova relação entre espaços públicos e privados. Modernidade e progresso fundiram-se num único ideal, tendo a cidade como principal palco.

Com o início da Era Vargas, a partir da chamada “Revolução de 1930”, a industrialização brasileira foi intensificada, tornando mais claros os novos paradigmas de espaço urbano. Os altos edifícios deveriam “racionalizar” cientificamente as cidades e, nesse contexto, distintas capitais brasileiras experimentaram radicais transformações. Foi então nesse contexto que sob a administração do prefeito Otacílio Negrão de Lima (1935-1938), Belo Horizonte vivenciou um surto na construção civil, o qual proporcionou à cidade seus primeiros arranha-céus. Também um grande número de vias foi aberta e asfaltada, de modo que todo o conjunto indicava a entrada em um “processo de mutação direcionado ao progresso e ao futuro.”²⁴ A fundação do Minas Tênis Club, em 1935, com sua rede de convívios sociais, atesta que o processo de mudanças não se operou apenas no

²² ASSIS, Machado de. *O Alienista. Obras Completas*. v.2. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1994. p.10.

²³ Cf. MAUAD, Ana Maria. Imagem e auto-imagem do Segundo Reinado. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.); ALENCASTRO, Luiz Felipe (Org.). *História da Vida Privada no Brasil. Vol.2*. Império: a Côte e a Modernidade Nacional. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. pp. 181-232.

²⁴ SCHUFFNER, Luciana Silva. *O Minas Tênis Club e o Estado Novo: moldando corpo e mente da juventude de Belo Horizonte (1935-1945)*. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais. Belo Horizonte: PUC-MG, PPGCS, 2007. p.53.

plano físico da cidade, mas abrangeu ainda o aspecto comportamental de seus habitantes²⁵. A modernidade no Brasil não foi um exclusivismo de sua capital.

Nesse sentido, também o Recife da década de 1930 inseria-se em uma conjuntura maior, envolvido tanto pelo cenário de transformações nacionais quanto pela euforia de progresso que chegava da Europa através dos livros, jornais, revistas, cinema e relatos de viajantes. O desejo de redimensionar a capital pernambucana a partir de modernas construções foi compartilhado por grupos da intelectualidade do estado. Aníbal Fernandes²⁶, em sua coluna no *Diário de Pernambuco*, lamentava-se, pois “o ano de 38 [1938] não marcou para o Recife um surto ponderável de edificações”, sugerindo que “deve haver uma cooperação mais estreita entre a iniciativa privada e o governo para um mesmo objectivo [sic]²⁷ commum, que é augmentar a área edificada”²⁸.

De outro modo, o cientificismo²⁹ aderiu aos espaços do cotidiano num contínuo proliferar, exemplo mais significativo foi dado pela campanha publicitária da *Nestlé*, caracterizando seu leite maltado como “prático e cientificamente dosado nos seus elementos”³⁰. A ciência moderna não se enclausurou nos laboratórios ou academias, mas penetrou nos lares e se fez consumir na forma de variados produtos. Na época moderna a cientificidade experimentou uma notável expansão em seu poder de legitimidade.

O caráter moderno abarcou práticas e objetos, possibilitando um arranha-céu ou um produto como o leite maltado – exemplos anteriores – serem identificados como *modernos*. Observa-se que a representação simbólica é uma interpretação que os homens atribuem à realidade que os cerca. O simbólico cobre o objeto de significações afetivas, como a raiva, a euforia, a nostalgia etc., capazes de mobilizar e legitimar as ações

²⁵ Idem.

²⁶ Aníbal Fernandes (1894-1962) foi redator chefe do Diário de Pernambuco entre 1934 e 1949. Fernandes costumava escrever periodicamente para este jornal, onde assinava com o epíteto de “Z”.

²⁷ Optamos por preservar a ortografia conforme o original das fontes consultadas. Nas próximas citações não mais utilizaremos o termo “sic” junto as palavras cuja ortografia diverge do atual modelo empregado no Brasil.

²⁸ “Z”. Diário de Pernambuco. In: Revista da Imprensa. **Jornal do Commercio**. Recife. 04 jan. 1939. p.02.

²⁹ Refere-se ao ideal de que tudo é racionalizável e explicável pelo conhecimento científico. A ciência é a norteadora das verdades sociais. Cf. LATOUR, Bruno. **Jamais Fomos Modernos**. São Paulo: Editora 34, 2000. Cf. REIS, José Carlos. **História & Teoria: Historicismo, Modernidade, Temporalidade e Verdade**. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. Cf. BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e Ambivalência**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

³⁰ Anuncio: Não é cansaço é fome... **Jornal do Commercio**. Recife. 04 dez. 1938, p. 05. FUNDAJ. [grifo nosso].

humanas. Nesse sentido, remete-se aqui, especificamente, às representações mobilizadoras de práticas sociais.

1.2. *Imaginários e identidades.*

O imaginário, conforme é entendido aqui, surge como um sistema organizador das imagens produzidas na mente, apresentando-se como uma das formas de interpretação da realidade³¹. Nesse sentido, fazemos nosso o entendimento de Gilbert Durand, quando destaca que a imaginação não permanece em estado fixo, mas é “potência dinâmica que ‘deforma’ as cópias pragmáticas fornecidas pela percepção, e esse dinamismo reformador das sensações torna-se o fundamento de toda a vida psíquica”³². Como característica da produção do imaginário, a interpretação construída não mantém necessariamente uma aderência a todos os aspectos do real, embora tenha alguma correspondência com ele. A apreensão do real pelos imaginários modernos não anula a própria realidade, mas desloca seu sentido, transfigura-o, criando conexões outras. Assim, um arranha-céu corresponde não apenas a uma edificação, um conjunto concreto, mas associa-se à idéia de progresso, visto que a referida construção transita de sua estrutura física para sua estrutura simbólica, carregada de significados.

Embora se possa argumentar que a razão e o método científico inseridos numa expectativa de progresso social e individual forneceram a fé da modernidade, os desdobramentos que daí surgiram foram variados de acordo com cada realidade social. A combinação entre a experiência histórica e os imaginários modernos permitiu que fossem construídas interpretações distintas para as “realidades modernas”. Isso possibilita pensar que a modernidade gerou identidades ao mesmo tempo próximas e distantes entre as diferentes vivências sociais inseridas no âmbito do projeto moderno.

³¹ A literatura e as perspectivas teóricas sobre o imaginário são amplas. Optamos por trabalhar aqui com a vertente a qual toma o imaginário social como uma produção relacionada com a realidade, pois julgamos que as práticas sociais mantêm estreito vínculo com esses mesmos imaginários. Cf. DURAND, Gilbert. **As Estruturas Antropológicas do Imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 1997; Cf. BACHELARD, Gaston. **L’Air et les Songes: Essai sur l’imagination du mouvement**. Paris: José Corti, 1943; Cf. LAPLANTINE, François; TRINDADE, Liana. **O Que é Imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

³² DURAND, Gilbert. Op. Cit. 1997. p.30.

Colocada a questão de outra forma, ação e consequência são elementos constantes à vida humana. Mas, até que medida pode o homem calcular as consequências de suas ações? Dentro do campo das inter-relações e dependências mútuas em que a ação entre os indivíduos se desenvolve, a previsão apenas encobre a incerteza do ato. Cada “peça” que se move altera também o caminho de uma segunda, que, por sua vez, se desdobra na influência sobre uma terceira sem permitir definir até quando se prolongará esta sequência. É como se imaginarmos uma câmara fechada e sem gravidade, onde existam milhares de pequenas bolas flutuando. Basta arremessar uma delas em qualquer direção e dentro de poucos segundos o cálculo feito sobre a trajetória pensada já não é mais válido. Hannah Arendt contribui para pensarmos como isso foi compreendido ao longo dos séculos, “cada um de nós sabe que é ao mesmo tempo agente e vítima nessa cadeia de consequências que os antigos denominavam 'destino', os cristãos 'Providência', e nós, modernos, rebaixamos arrogantemente a mero acaso”³³.

No Recife, quando os valores modernos como cientificismo, individualismo e “progressivismo” disseminaram-se, as práticas associadas a esses ideários também puseram em movimento aquelas “peças”. A razão pela qual a modernidade brasileira jamais seria igual àquela vivida no Velho Continente decorre do fato que a sequência proveniente das ações nunca poderia ser a mesma daquela experimentada na Europa. Isto é, a vivência moderna é indubitavelmente particular a cada localidade, anulando a idéia de uma suposta “transplantação”. A questão pode ser aprofundada se perguntarmos-nos como se opera a construção da identidade e como pensar os imaginários modernos nesse processo.

Ao utilizar o imaginário como janela visualizadora de uma sociedade ocidental, retoma-se, como colocou Cornelius Castoriadis, a idéia de que o prolongamento milenar da herança do pensamento grego permitiu seu auto-aprimoramento e ampliação em torno da tese de que ser é ser algo determinado, assim como, dizer é dizer algo determinado, em que a evolução do pensamento acabou por institucionalizá-lo como razão³⁴. Dentro desses contornos, quando se diz, por exemplo, “isto é um automóvel”, pressupõe-se que já se tenha determinado mentalmente, tanto para quem discursa como para quem ouve, que isto se trata de um automóvel, podendo assim o falante ser compreendido em sua fala. De acordo com Castoriadis, o *legein* pode ser entendido

³³ ARENDT, Hannah. **A Promessa da Política**. Rio de Janeiro: Difel, 2008. p.106.

³⁴ CASTORIADIS, Cornelius. Op.Cit, 1982. p.259.

genericamente como aquilo que define imaginariamente estes objetos³⁵. Mas é preciso observar ainda que quando se diz “isto é um automóvel”, nega-se, ao mesmo tempo, que isto seja qualquer outra coisa que não um automóvel, isso ocorre porque definir é também distinguir. Mas, se assim é feito, o *legein* produz concomitantemente identidade, pois ao dizer isto é “x” e não “y” faz-se uma definição, diferenciando e forjando uma identidade. Tem-se ainda que definir, distinguir, identificar é formar conjuntos. Pois, de outro modo, compreende-se que “2” é diferente de “20”, mas também é compreendido que ambos são números inteiros. Dessa forma, a existência da sociedade enquanto fazer/representar coletivo anônimo está condicionada ao *legein* (distinguir-escolher-estabelecer-juntar-contar-dizer) e a atividade da lógica identitária-conjuntista a qual lhe é incorporada³⁶. Isto é, o fazer/representar social está de acordo, imaginariamente, com objetivos definidos e distintos, podendo ser agrupados ou desagrupados³⁷.

Castoriadis sublinha que desde o momento em que surge o *legein* tem-se um esquema operativo de valor³⁸. E isto se dá porque ocorrências valem enquanto signos. Ao dizer que “isto é um automóvel”, é dito também que “isto *vale como* um automóvel”. Imaginar um objeto é trazer à mente também o valor reconhecido como intrínseco a esse mesmo objeto. Assim, o *legein* também é tido como *teukhein*, ou seja, fazer ser como..., a partir de..., de modo apropriado a... Um signo vale para..., se combinado a outros faz ser... Entendido assim, a existência do *legein* implica o surgimento do *teukhein*. Em última instância, ser e valer não se distinguem, *ser um signo é valer como tal*.

A relação estreita entre imaginário e identidade revela que um objeto ou uma prática muitas vezes se confundem com sua representação. Na modernidade brasileira, esse raciocínio pode ser experimentado em exemplo fornecido por Nelson Schapochnick, quando mostra que no início do período republicano, quando a nobreza viu-se extinta, esse grupo foi levado a forjar novos meios de preservação do seu *status quo*. Não tardou para a órfã elite imperial estabelecer como medida uma titularia honorífica e a difusão do culto à aparência exterior. A burguesia brasileira, por sua vez, viu no afastamento do passado um estímulo à modernização e a sofisticação, favorecendo a autopromoção e a “ostentação de

³⁵ Idem.

³⁶ Ibidem. p.266.

³⁷ Idem.

³⁸ Idem.

indivíduos desenraizados e obcecados em enaltecer sua opulência”³⁹. Observa-se, a partir daí, que, se uma sociedade se identifica como “moderna”, elementos igualmente “modernos” lhe são agrupados por meio da lógica identitária–conjuntista. Os signos da modernidade são modernos (*legein*) enquanto valem como tal (*teukein*).

Os caminhos trilhados pelos grupos burgueses e aristocráticos brasileiros para formulação de seus valores conservaram, mesmo sob a ascendência do signo da modernidade ocidental, particularidades. As distinções fazem-se mais claras quando se toma em comparação a burguesia de Viena no final do século XIX. Enquanto que no Brasil os novos ricos buscavam associar-se à modernidade afastando-se de uma aristocracia decadente pós-império, na capital austríaca a burguesia local recrutou seus líderes políticos no campo do Direito e da Ciência, onde ainda se mantinha forte a tradição pré-iluminista da Contra-Reforma. Dada a intensidade sacramental da religiosidade contra-reformista, sua cultura secular absorveu um caráter representativo, metafórico e, mesmo, teatral, como descreveu Carl Schorske: “Em plena era liberal quando o conteúdo religioso e autorizado da velha ordem aristocrática católica era amplamente rejeitado, o modo sensorial associado a ela continuou a se perpetuar nas estruturas de sentimento e expressão”⁴⁰. O modo como os grupos dominantes, ou em ascensão, relacionaram o novo com o tradicional mostra que as modernidades gestadas nos centros brasileiros não foram exatamente cópias daquelas construídas na Europa.

1.3. *Tempo e modernidade.*

As rápidas transformações em que as cidades do Ocidente foram inseridas pela modernidade tornaram cada vez mais distintas as gerações que se seguiam. O passado possuía um peso cada vez menor na orientação das práticas do presente. Ao contrário, o entusiasmo produzido pela sensação de progresso contínuo conduziu os olhares para o futuro, enquanto que o passado foi preterido como o lugar do obsoleto, do ineficiente, e mesmo da ignorância. A heresia dos novos tempos consumava-se pela repetição do ontem

³⁹ SCHAPOCHNICK, Nelson. Cartões-Postais, Álbuns de Família e Ícones da Intimidade. In: NOVAIS, Ferando A. (Coord.); SEVCENKO, Nicolau. **História da Vida Privada no Brasil. Vol.3.** Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1998. p.496.

⁴⁰ SCHORSKE, Carl. Op. Cit. 2002. p.147.

no hoje, e, na medida em que a aceleração do tempo envelhece o próprio agora, o pecado de um olhar distraído ao que fica já se faz suficiente para comprometer o dever, transformando o desafortunado observador em “estátua de sal”, anacrônico às constantes atualizações de sua época.

O tempo, certamente, é uma dimensão indispensável a todo fenômeno social, mas suas formas de apreensão pelo homem são múltiplas, de acordo com cada sociedade. Na modernidade a ênfase recai sobre o sentimento de descontinuidade, expresso mesmo nas formas de nomeação do universo em volta. A própria nomenclatura dada ao regime de 1937, “Estado Novo”, revela o desejo de forjar um imaginário de distinção diante dos períodos passados, pretende-se fazer vanguarda. Parece oportuno observar que também os tempos anteriores são renomeados em oposição, como ilustra o termo “República Velha”, difundido a partir dos anos 30, em referência ao modelo político que antecedeu a “Revolução de 1930”.

A compreensão desses conjuntos temporais no formato de “blocos” mais ou menos coesos dá-se por meio do *tempo espacializado*⁴¹, um tempo passível de medição, linear, visível no relógio ou no calendário. Observado isoladamente, ele torna homogêneo todos os instantes, iguala os momentos em seu valor. Isto é, uma hora é igual a qualquer outra hora. Seria caótico, como sublinhou Philippe Zarifian, se o ponteiro do relógio demorasse mais em um segundo do que em outro em função daquele possuir mais valor que esse!⁴² Naturalizado, esse tempo espacializado impõe sua ditadura sobre as atividades sociais, torna-se referência não apenas no trabalho, onde é mais visível, mas também na intimidade, em seu aspecto cotidiano. Tudo se submete a cronometria em que a vida é inserida. Um exemplo pode ser encontrado na publicidade das lâminas de barbear *Gillette*, onde a força argumentativa recai sobre a “economia do tempo”.

Hoje, mais do que nunca, o tempo é precioso. O que é simples e rápido entra sempre em primeiro plano nas cogitações do homem moderno. A vertiginosa vida moderna obriga-o a economizar até os minutos. É por isso que os homens praticos não dispensam a Gillette, como instrumento de economia de tempo e dinheiro⁴³.

⁴¹ O conceito de tempo espacializado foi desenvolvido por Henri Bergson e retomado em ZARIFIAN, Phelippe. **Temps et Modernité: Le temps comme enjeu du monde moderne**. Paris: L’Harmattan. 2008.

⁴² ZARIFIAN, Phelippe. Op.Cit. 2008. p.24.

⁴³ Anúncio: O ideal de conforto. **Diário de Pernambuco**. Recife. 20 ago. 1939. p.10. FUNDAJ.

O tradicional hábito de ir à barbearia é colocado em questão. A praticidade de uma fina lâmina de aço descartável que, diferente da navalha, não precisa ser amolada, contribui para pensar o tempo dispensado com práticas tidas cada vez mais como “antiquadas”⁴⁴. Pode-se dizer que o sucesso ou o fracasso da campanha publicitária do produto vincula-se, em grande parte, à “economia do tempo” ser um valor já interiorizado no seio social, pois apenas assim o raciocínio do discurso encontra sentido.

De forma distinta do tempo espacializado, mas não a ele desconexo, tem-se o *tempo subjetivo*, que varia em função das emoções e dos ritmos de vida interior, é caracteristicamente individual, enquanto que o tempo cronológico é uma construção social. Na modernidade, a dinâmica das atividades industriais e comerciais crescentes nos centros urbanos tornou o tempo cronológico instrumento de medição da eficiência e da utilidade das práticas humanas. Contraído entre as horas e a necessidade de produzir em quantidade, o homem moderno viu dilatar o descompasso entre o tempo espacializado e o tempo subjetivo. Em sua análise sobre as ambiguidades entre o tempo rápido e o tempo curto, Lucilia Neves Delgado sublinha que “a inserção no tempo presente é que possibilita ao ser humano dimensionar a temporalidade em seus múltiplos movimentos, abstratos ou concretos”⁴⁵. A autora argumenta que também o sistema simbólico e as representações sociais são construções elaboradas a partir da temporalidade histórica⁴⁶.

Em fins da década de 1930, Annibal M. Machado, escrevendo para os *Diarios Associados*⁴⁷, cadeia de periódicos que inclui o *Diario de Pernambuco*, expôs sua percepção de um tempo acelerado. Sua reflexão parte da constatação de que chegara ao fim o ano de 1938, o qual “foi outro dia que começou, outro dia mesmo!”⁴⁸ Aquele ano não surge como uma exceção em sua velocidade, ou mesmo parece fruto de uma sensibilidade

⁴⁴ A primeira lâmina de barbear foi criada em 1895, pelo americano King Camp Gillette (1855-1932), que fundou, nos Estados Unidos, a *The Gillette Company* em 1901. No Brasil, a marca *Gillette* chegou apenas em 1926. Cf. SALDANHA, Rafael Araújo. ‘A Primeira Faz Tchan.. A Segunda Faz Tchun...’: masculinidades em disputa nas representações dos anúncios da Gillette. **Anais do Seminário Internacional Fazendo Gênero: corpo, violência e poder**. Florianópolis: UFSC, 2008.

⁴⁵ DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. Dinâmicas da memória e da História: representações e multiculturalidade. In: **História Oral: memória, tempo, identidades**. Belo Horizonte: Autêntica. 2006. p.58.

⁴⁶ Idem.

⁴⁷ Os *Diarios Associados* correspondem à rede de jornais sob a organização de Assis Chateaubriand. Em Recife, o *Diario de Pernambuco* representa uma parte desse conjunto que se mantém ainda hoje.

⁴⁸ MACHADO, Annibal M. A Velocidade do Tempo. **Diario de Pernambuco**. Recife, 05 dez. 1938. p.05. FUNDAJ.

particular do autor, cuja observação aponta “que todos agora estejam pensando assim em face da disparada dos últimos anos”⁴⁹. Tal como aquele que, caminhando no interior de um trem, não toma conhecimento de seu movimento exterior, a medida da aceleração apenas se mostra diante da habilidade de quem ao próprio tempo permite-se evadir. Uma experiência contemplada quase mesmo pelo efeito da inércia. Por um breve instante A. Machado escapa à correnteza desse rio e questiona se não seria ilusão duvidar de seu ritmo:

Mas essa ilusão nascida de um elemento abstrato – a fuga do tempo – tem uma experiência real verificada pela constancia e unanimidade dos que a experimentam. É a sensação de escoamento rápido dos dias e compreensão de que alguma coisa nos está fugindo, alguma coisa que estamos perdendo⁵⁰.

A angústia das horas faz de tudo perecível. O *Diario de Pernambuco*, por meio de seu articulista A. Machado, forneceu uma percepção dos novos tempos que, conforme entendeu o autor da matéria, “se o tempo está correndo desse jeito, é porque tudo em que elle deixava signal tem durado pouco. Os acontecimentos aceleram seu rythmo, fazem envelhecer depressa as apparencias e formas de vida”⁵¹. Naturalmente, o parâmetro de comparação utilizado pelo jornalista é uma época não muito distante em que a permanência ainda tornava válida a referência ao passado. No turbilhão da modernidade, não consolidada na totalidade de seu projeto, vive-se a aflição do vazio produzido pela brecha entre distintos *regimes de historicidade*⁵². Conclui então A. Machado que “na verdade é apenas uma crise de grande envergadura que se armou”⁵³.

Enquanto defensora das verdades produzidas por métodos racionais, a modernidade inclina-se a rechaçar toda forma de conceituação elaborada previamente, sem verificação (*pré-noções* ou *pré-conceitos*). Desse modo, quando o pensamento moderno condiciona a credibilidade dos saberes ao crivo da razão, produz o descrédito da “autoridade” enquanto fonte de legitimidade. Foi mediante este enfrentamento com a “pré-

⁴⁹ Idem.

⁵⁰ Idem.

⁵¹ Idem.

⁵² Cf. HARTOG, François. **Régime d’Historicité**: présentisme et expérience du temps. Paris: Seuil. 2003.

⁵³ MACHADO. Annibal M. Op.Cit. 1938. p.05.

noção de autoridade” que o racionalismo dos tempos modernos colocou em desenvolvimento a despontualização dos saberes tradicionais⁵⁴, pondo em xeque conhecimentos prolongados por gerações e sem comprovação empírica. Na perspectiva moderna, o respeito pela autoridade do passado, quando não fundamentado na razão, conduz ao erro interpretativo. Busca-se a libertação de um mundo místico, tomado por superstições. A ausência de embasamento racional, neste entendimento, faz da autoridade da tradição um vazio, carente de legitimidade perante as práticas do presente.

O ideal de ruptura total colide com a realidade mais densa em que se organizam as sociedades. Nesse aspecto, a região que hoje compõe o Nordeste brasileiro⁵⁵, em sua configuração sócio-cultural ao longo dos séculos, demonstra nuances presentes em momentos de transformação. Foi sobre o solo argiloso de húmus e de barro avermelhado ou escuro do nordeste agrário, como entendeu Gilberto Freyre, que se edificou a civilização do açúcar⁵⁶, abrangendo desde o recôncavo baiano até faixas do Maranhão. Em pleno início do século XX, a modernidade emergente no Recife deparou-se com o prolongamento desta civilização, já declinante, em seu aspecto mórbido. A pretensão de

⁵⁴ Gadamer demonstra que a autoridade não é necessariamente fonte de erro interpretativo, pois entende que “a autoridade das pessoas não tem seu fundamento último num ato de submissão e de abdicação da razão, mas num ato de reconhecimento e de conhecimento: reconhece-se que o outro está acima de nós em juízo e perspectiva e que, por consequência, seu juízo precede, ou seja, tem primazia em relação ao nosso próprio”. A autoridade não se outorga, adquire-se, e tem de ser adquirida se a ela se pretende apelar. Assim, autoridade liga-se, não à obediência, mas ao (re)conhecimento. GADAMER, Hans-Georg. Op.Cit. 1999. p.419-420.

⁵⁵ A ideia de “Nordeste brasileiro” é utilizada aqui enquanto referência geográfica. Todavia, cabe destacar que a própria noção de região como núcleo cultural dá-se apenas em meados da década de 1910, como ressaltou Durval Muniz. Também é preciso sublinhar que a configuração atual, abrangendo nove estados, ocorre quando o Piauí e o Maranhão, na década de 1950, e a Bahia, na década de 1970, foram incorporados à região. Cf. ALBUQUERQUE Jr., Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 3. ed. Recife: Massangana; São Paulo: Cortez. 2006.

⁵⁶ O conceito de “civilização” certamente admite uma série de variações. Na introdução do primeiro volume de sua obra, *O Processo Civilizador*, Norbert Elias refere-se a “civilização” enquanto um variado conjunto de fatos que abrange o nível tecnológico, o tipo de maneiras, o desenvolvimento dos conhecimentos científicos, as ideias religiosas e os costumes. O conceito, como trata o autor, “expressa a consciência que o Ocidente tem de si mesmo. Poderíamos até dizer: a consciência nacional”. ELIAS, Norbert. “Introdução”. In: **O Processo Civilizador**. Vol.1: Uma História dos Costumes. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994. p.23. Também Fernand Braudel (2004) contribui para reflexão sobre o conceito, entendendo as “civilizações” como um passado vivo, uma mentalidade coletiva. Civilização, fazemos aqui nossa a compreensão de Braudel, é uma estrutura psicológica cujas mudanças ocorrem de modo mais lento que aquelas que se operam nas sociedades. Cf. BRAUDEL, Fernand. **Gramática das Civilizações**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004. Para uma reflexão mais próxima do contexto pernambucano, utilizamos neste trabalho o conceito de “civilização da cana”, desenvolvido por Gilberto Freyre. Nesta perspectiva, a economia canavieira forneceu ao nordestino um perfil de comportamento e de sensibilidade que transpassou gerações. A civilização edificada naquela região brasileira produziu um contorno psicológico característico dos contatos sociais paternalísticos e hierarquizados florescidos com a cultura canavieira, somado ainda à relação do homem com o meio ecológico à sua volta. Cf. FREYRE, Gilberto. **Nordeste: aspectos da influência da cana sobre a vida e paisagem no Nordeste do Brasil**. 7. ed. Recife: Global. 2004.

uma cidade moderna, portanto, somente seria possível mediante a negociação entre o novo e o tradicional.

Os ricos estudos de Freyre mostram que a monocultura latifundiária monossexual – e escravocrata em seu maior período – forneceu à região um perfil contraditório: cavalheiresco e machista; criador em aspectos políticos, artísticos e intelectuais, mas também doentio, desequilibrado na distribuição de riquezas. Da relação do homem nordestino com a terra, a água, a mata e os animais foram criados seus valores e tradições, seu conjunto de sensibilidades⁵⁷. O declínio da economia canavieira não foi suficiente para abolir por completo os modos de percepção ali construídos. Os medos exagerados do ar, do sereno, do sol, dos vermes da terra e da água atestam que a relação do homem com seu meio não passava necessariamente por uma faculdade inscrita na esfera da racionalidade. Da tensão entre a tradição, herdeira em parte daquela civilização do açúcar, e a modernidade são ditadas as possibilidades de consagração do novo na capital pernambucana de fins dos anos 1930.

1.4. *O Recife e seus regimes de historicidade.*

O Recife não estava preparado para receber o Estado Novo com os imaginários de modernidade hegemônicos. No ano da implantação do novo regime, em 1937, um evento ocorrido na praia de Pau Amarelo, distante 20 quilômetros do centro da capital, deixava à mostra parte dos conflitos latentes no seio daquela sociedade. Em janeiro daquele ano o *Diário de Pernambuco* e o *Jornal Pequeno*⁵⁸ publicaram uma série de reportagens sobre uma suposta “cacimba milagrosa”. Segundo a versão de populares, que se aglomeraram ao redor do poço, tudo teve início quando uma criança, que recolhia lenha com sua mãe na mata, avistou uma pequena fenda com água ao lado de uma imagem de Nossa Senhora. Fatigado e sedento, o jovem correu para beber daquela água, recuperando logo em seguida sua “alegria” e “disposição”. A mãe do menino levou a imagem à sua casa

⁵⁷ Cf. FREYRE, Gilberto. Op. Cit. 2004.

⁵⁸ O *Jornal Pequeno* possuiu grande circulação no Recife na primeira metade do século XX. Com um preço inferior ao *Diário de Pernambuco*, contemplava um público leitor formado, sobretudo, pelos trabalhadores de baixo poder aquisitivo. Para maior detalhamento da imprensa pernambucana no período, ver NASCIMENTO, Luiz do. **História da Imprensa de Pernambuco (1821-1954)**: Vol.III Diários do Recife. (1901-1954), Recife: UFPE, 1967.

e, entendendo como milagroso o fato ocorrido, tratou de espalhar o caso entre seus conhecidos. Desde então, centenas de pessoas passaram a visitar diariamente o local. A cacimba, cuja profundidade não ultrapassava um metro, mantinha o mesmo nível de água, mesmo que dali fossem retirados inúmeros baldes d'água dia e noite. De acordo com o artigo “Uma Cacimba Milagrosa na Praia de N. S. Do Ó”, publicado no *Jornal Pequeno*, o local passou a ser visitados por um grande número de romeiros, que ali

(...) enchem seus vasilhames d'agua e vão tomar banho dentro da matta. Depois do banho não vestem a roupa que levavam. Trocam por outra limpa e jogam a roupa usada perto da cacimba onde já existe um verdadeiro monte, inclusive sapatos velhos, marrafas etc. Até óculos ali se encontram.

Alguns doentes lavam o rosto ou os pés mesmo nas proximidades da cacimba; enquanto outros apenas bebem da agua miraculoza, sentindo-se logo melhorados.(...) Dantes um ponto deserto, hoje já se encontram barracas e pequenas casinhas onde se vende comida e garrafa aos romeiros. E dia a dia o número de crentes vae augmentando cada qual na esperança de uma cura para os seus males⁵⁹.

O caso ganhou repercussão também no interior do estado, de onde “já começava a vir gente de trem, de automóvel e a pé”⁶⁰. Não tardou para que as autoridades sanitárias tomassem providência e, após visita de dois médicos da “Assistencia a Psychopathas” ao local, a cacimba foi interditada. Um periódico noticiou que a interdição ocorreu quando o poço já contava com “intensissimo movimento” e “a credence popular já era tanta que quem não se sentia doente ia beber a agua de poderes sobrenaturaes para acertar no bicho. Quem não tivesse doença e bebesse da agua, sonhava com o milhar...”⁶¹.

O jornalista Mario Melo, colunista do *Jornal Pequeno*, mostrou em seu comentário sobre o “poço milagroso” o quão distintas eram as perspectivas de mundo, naquele momento, entre os grupos sociais da capital:

É preciso combater a ignorância e não permitir a propagação do fanatismo (...) censurava-se tanto o fanatismo do Joazeiro do Padre Cicero. Joazeiro está encravado no sertão, para lá da Serra do Araripe, Pau Amarelo está quase as barbas do Recife. Como justificar-se a

⁵⁹ UMA CACIMBA Milagrosa na Praia de N. S. do Ó. **Jornal Pequeno**. Recife. 08 jan. 1937. p.01. APEJE.

⁶⁰ Idem.

⁶¹ É INTERDITADA a cacimba milagrosa da praia de N. S. do Ó. **Jornal Pequeno**. Recife. 13 jan. 1937. p.01. APEJE.

propagação do fanatismo assim tão perto dum meio que se presume civilizado? (...) Quanto aos romeiros, aos pobres crédulos que preferem garrafadas de curandeiros a medicamentos prescritos por médicos e manipulados por farmacêuticos, devemos ter apenas comiseração. Mas é preciso educa-los, orienta-los para a verdade”⁶².

A cura e a verdade, para o jornalista, encontravam-se expressamente nos métodos científicos, representados ali pela medicina. Dentro do raciocínio moderno, as noções de salvação e redenção da tradição judaico-cristã se secularizam e ganham o formato de crença no progresso por meio da ciência⁶³. A modernidade, em seu projeto de sentidos, fez constante a busca pela libertação do homem do “mundo das sombras”, pretende-se tirá-lo da caverna e expô-lo à luz da “realidade”. Contrapondo a matéria jornalística e o artigo de Melo sobre o caso, vê-se que em torno da hostilidade da natureza – representada ali pela doença – debatem-se os métodos. A magia – água milagrosa e garrafadas de ervas – surge para parte da população como meio disponível no mundo natural para combater essa própria natureza em sua adversidade, é uma oposição à racionalidade moderna.

O tema levantado pelo jornal colabora na compreensão de que os tempos históricos não se posicionam de forma linear, sobrepondo-se sequencialmente. A habitual divisão de períodos encobre os diálogos que permeiam as sociedades. Assim entendendo, a análise dicotômica entre o tradicional e o moderno, entre o que foi e o que passou a ser, não corresponde à complexidade social, marcada por tortuosos jogos de negociações. No Recife que acolheria o Estado Novo alguns meses mais tarde coexistiam temporalidades diversas, o que se permite pensar em distintos regimes de historicidade. A vivência do tempo social não foi a mesma para os grupos que compuseram a sociedade recifense da segunda metade dos anos 30.

Diante de um catolicismo popular⁶⁴, em que a população se apropria e resignifica ao seu modo as representações até então controladas pela Igreja Católica, a ortodoxia vê-se incapaz de gerir as possibilidades do cotidiano, o qual se configura como espaço de desvios dos poderes estabelecidos. A matéria jornalística permite pensar que

⁶² MELO, Mario. Ontem, Hoje e Amanhã. **Jornal Pequeno**. Recife. 13 jan 1937. p.04. APEJE.

⁶³ FEATHERSTONE, Mike. **O Desmanche da Cultura**: globalização, pós-modernidade e identidade. São Paulo: Studio Nobel, SESC. 1997.p.125.

⁶⁴ Cf. ANDRADE, Solange Ramos de. O catolicismo popular no Brasil: notas sobre um campo de estudos. **Revista Espaço Acadêmico**. Maringá. n. 67, ano VI. 2006.

para uma parte daquela sociedade a esperança de cura fundamentava-se na autoridade de um passado em que a ciência ainda não havia fincado bases sólidas. Os costumes, observados ali nas práticas de magia em torno da “água milagrosa”, sustenta sua validade na tradição. Encontram respaldo teórico essas ponderações no pensamento de Hans-Georg Gadamer quando este afirmar que,

O que é consagrado pela tradição e pela herança histórica possui uma autoridade que se tornou anônima, e nosso ser histórico e finito está determinado pelo fato de que também a autoridade do que foi transmitido, e não somente o que possui fundamentos evidentes, tem poder sobre essa base (...)⁶⁵.

O caso do “poço milagroso”, com os distintos posicionamentos dos populares e das autoridades, expõe as variedades de formas de pensar e sentir atuantes no Recife do período, que, não raro, se colocaram em confronto. Como coloca Reinhart Koselleck, o tempo histórico não se apresenta como mera cronologia, mas se relaciona ao modo como cada sociedade vivencia as conexões de seu presente tanto com o passado lembrado quanto com suas projeções de futuro⁶⁶. Os chamados “romeiros” demonstram uma crença compartilhada na qual o peso da tradição orienta o presente. Aqui, o passado é atualizado, ressignificado, ganha corpo nas práticas cotidianas. Mas também os grupos representados pelos discursos jornalísticos vivenciam uma crença compartilhada. Por este lado, é a fé na ciência e no progresso contínuo que dominam a perspectiva. Na medida em que se consome a idéia de um presente superior ao passado e ainda de futuro melhor que o presente, as expectativas se distanciam progressivamente das experiências. Identificam-se então dois regimes de historicidade contemporâneos. O primeiro deles construído sob uma temporalidade espiralar em que a experiência social fornece a instrumentalidade para interpretação do presente, capacitando a atualização de um passado próximo. No segundo, fala-se do regime moderno de historicidade, a subjetividade do tempo se edifica na relação entre um presente que se autodestrói, envelhece, e um futuro que condensa a expectativa de progresso. Aqui, é subtraído o peso do passado na interpretação do presente, e o tempo linear pretende conduzir o homem ao aperfeiçoamento infinito da individualidade e do conjunto social.

⁶⁵ GADAMER, Hans-Georg. Op.Cit. 1999. p.421.

⁶⁶ Cf. KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado**: contribuições à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro. Contraponto: PUC-Rio. 2006.

Pode-se dizer que o posicionamento individual ao lado de um ou de outro grupo dá-se por identificação com as perspectivas de mundo e, mais ainda, pelo reconhecimento de sensibilidades compartilhadas (destacamos aqui a percepção do tempo). A identidade coletiva forma-se pela lógica identitária-conjuntista inerente ao *legein*, como descrito mais acima, que, ao reconhecer elementos próprios de uma dada identidade em outros, permite que seja pensado uma identificação em conjunto. Se assim pode ser compreendido, torna-se mais claro que a identidade moderna compartilhada por grupos do Recife em fins dos anos 30 dá origem a uma “comunidade imaginada”, pois seus membros jamais conhecerão a totalidade dos indivíduos que a compõe, mas que se ligam uns aos outros pela imagem de uma comunhão, existente apenas na mente⁶⁷.

De outra forma, a matéria jornalística traz um verdadeiro embate político sobre as interpretações de mundo, expondo-o explicitamente: “é preciso combater a ignorância e não permitir a propagação do fanatismo”. Fazer das práticas sociais materialização do conhecimento científico pretende ser o passaporte para retirar aquela população do “universo das sombras”. A transformação, contudo, não se restringe à esfera individual, ela quer ser extensiva, é uma alteridade radical e coletiva que representa uma transcendência diante do passado⁶⁸. Valendo-se mais uma vez da lógica identitária em que o *legein* é definir e distinguir simultaneamente, a identidade moderna é reforçada quando se coloca diante de uma experiência de alteridade. O não-moderno é o “ignorante”, o “fanático”, aquele que “prefere garrafadas de curandeiros”, enquanto que o homem moderno aparece como o “civilizado”, aquele que opta por “medicamentos prescritos por médicos” e o que detém a “verdade” redentora. Aqui se chega às fronteiras da cidade moderna, lugar limite onde, uma vez ultrapassado, as práticas do novo homem são irreconhecíveis; onde as representações imaginárias agregadas aos símbolos modernos se dissolvem, perdem o sentido familiar. É preciso então alargar as fronteiras, ou seja, “civilizar” as regiões de “selvageria”.

O Recife que recebeu o Estado Novo, como observado, era formado por um conjunto de identidades que muitas vezes relacionavam-se sob tensões. Isso acentua que os sujeitos construtores da história, conforme destaca Lucília Neves Delgado, são também de

⁶⁷ Fazemos nosso o entendimento de Benedict Anderson quando afirma que todas as comunidades maiores que uma aldeia são imaginadas. ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**: reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo. Lisboa: Edições 70. 2005. pp.25-26.

⁶⁸ SANTOS, Francisco de Araújo. **A emergência da modernidade**: atitudes, tipos e modelos. Petrópolis: Vozes. 1990. pp.21-22.

origens sociais diversas e “inúmeras vezes defendem ideais e programas opostos, o que é peculiar à heterogeneidade do mundo em que vivemos”⁶⁹. Ao se identificar um grupo como moderno, tem-se que os valores pertinentes à modernidade, como perspectiva de mundo pautada na racionalidade e ideal de progresso, por exemplo, são reconhecidos pelos indivíduos desse conjunto. Delgado esclarece que “as identidades são representações coletivas contextualizadas e relativas a povos, comunidades, pessoas, já que a humanidade não é genérica nem caracterizada por universalismo abstrato”⁷⁰. Nesse sentido, a identificação do indivíduo com seu grupo e o reconhecimento dessa coletividade como particular dá-se por meio da comparação com o outro, o diferente. Em última instância, “não há identidade sem alteridade, sem comparação”⁷¹.

O homem moderno toma, ao seu modo, parte do mundo objetivo, lhe dá um sentido determinado e lhe atribui valores diversos. Ele existe “conjuntizando partes do mundo”⁷². O imaginário social, conforme destacou Cornelius Castoriadis, é antes de tudo uma “criação de significação”⁷³, o que permite pensar que as culturas exigem um sistema simbólico, de onde vem sua eficácia. Nesse campo, as relações de sentido não se restringem a mera comunicação, mas são sobretudo manifestações de força. Retomando o caso do “poço milagroso”, a narrativa publicada a respeito no jornal descreve o acontecimento, mas na medida em que o faz produz um sentido específico. No comentário que segue à matéria, a razão moderna, instrumentalizada pela ciência médica, oferece os valores interpretativos que tornam claramente a questão um campo de luta. Verifica-se que na identificação do indivíduo não-moderno também lhe é dado um valor (*teukhein*). O sentido atribuído deslegitima outras formas de compreensão, opera-se uma relação de força. Como lembra Gaston Bachelard, “toda valorização é verticalização”⁷⁴.

Observa-se que o jornal, longe de realizar o “transporte” da informação, é produtor de criações sócio-simbólicas, e o jornalista, um reformulador do mundo perceptível. Nesse sentido, pode-se questionar então: o que é a notícia? Ela existe apenas

⁶⁹ DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. Dinâmicas da memória e da História: representações e multiculturalidade. In: Op. Cit. 2006. p.55.

⁷⁰ Ibidem. p.61.

⁷¹ Idem.

⁷² CASTORIADIS, Cornelius. Op.Cit. 1982. p.271.

⁷³ Ibidem. p.277.

⁷⁴ BACHELARD, Gaston. Op. Cit. 1943. p.18.

enquanto discurso jornalístico, revestindo o acontecimento com suas particularidades interpretativas, seja do jornalista que escreve ou da orientação do jornal em que é divulgada. O objeto tema da notícia é narrado a partir de seu significado e, essencialmente ali, “a escolha dos termos, a ordem de apresentação, a seleção dos fatos pressupõe inevitavelmente a existência de juízos de valor. Tudo isso, portanto, recria o real e se transforma num novo real”⁷⁵. A configuração em que o dado jornalístico é apresentado expõe o embate em torno da legitimação dos sentidos que ocorre no interior da cultura, um confronto que também é político.

No momento em que a experiência humana coletiva, em sua cotidianidade, emerge aos olhos do investigador, tornam-se visíveis com ela as relações de força presentes em práticas que habitam pequenos espaços. Em sua noção mais ampla, a política é o conjunto de cálculos e *negociações* que orienta parte das ações entre os homens, visando seus interesses explícitos ou subterrâneos. Ela exige a negociação na medida em que opera sobre a pluralidade humana, tratando da convivência entre diferentes – os homens estão em igualdade relativa, pois são humanos, mas preservam individualidades⁷⁶. Fazer valer um conjunto de símbolos com sua rede de significados é, portanto, um embate que envolve negociações, tornando o jornal um importante instrumento de luta, um campo de batalha e de legitimação.

O imaginário social, por sua vez, é região de confrontos entre exercícios de poderes. A partir dos imaginários construídos por cada sociedade, seus integrantes interpretam símbolos e eventos, atribuindo sentidos específicos. Na medida em que o homem moderno exterioriza sua relação com o mundo localizado que o cerca, a cidade, mais que um espaço geométrico, torna-se um espaço antropológico. A modernidade edificou-se sobre esse espaço existencial, povoando-o com seus símbolos e sentidos, fazendo-se reconhecível, onde, para além de suas fronteiras, tudo é estrangeiro. Seu caráter universalista aponta a pretensão de agregar o “outro”, o não-moderno. Assim, põe-se em marcha uma verdadeira “cruzada” contra esse exilado de seus domínios, buscando a tudo “civilizar”.

O caso do “poço milagroso” e as discussões aventadas ao seu respeito mostram que, poucos meses antes da implantação do Estado Novo em Pernambuco, a sociedade

⁷⁵ MOTTA, Luiz Gonzaga. Teoria da notícia: relações entre o real e o simbólico. In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. 2 ed. Brasília. UnB. 2002. p.316.

⁷⁶ Cf. ARENDT, Hannah. Introdução ‘na’ Política In: **A Promessa da Política**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2008.

recifense não cultuava, ao menos de forma hegemônica, os imaginários modernos presentes na cidade. O novo interventor federal, no entanto, sabia da força contida na palavra escrita, e a imprensa logo passou a ser local privilegiado das investidas do governo. Movia-se então uma rígida busca pelo “controle” sobre os formatos possíveis que a modernidade poderia assumir no estado, conforme será visto no capítulo seguinte.

CAPÍTULO II

POLÍTICA E IMPRENSA

UMA ARQUITETURA PARA IMAGINÁRIOS POSSÍVEIS DA MODERNIDADE

*O que era então limpo, ou puro,
Puro ou limpo, restou
Como a sintaxe no escuro,
E a língua exata ocultou.*

(José Carlos Targino. **Camaleão.**)

Conforme sugerido no capítulo anterior, os grandes marcos consagrados como divisores de águas entre dois períodos não são suficientes para alterar de imediato toda a estrutura psicológica da sociedade; isto é, no conjunto das relações humanas não há um automatismo absoluto. Isso contribui a pensar quando da instalação do Estado Novo, em 10 de novembro de 1937. Também ali, o início de uma nova vivência política não significou, de modo “reflexivo”, a adoção de práticas sociais condizentes com os ideais do regime recém-implantado. Para além da autoridade da lei, a estabilidade deste governo, que não fora eleito, foi buscada no apoio amplo dos distintos grupos sociais brasileiros. A utilização em grande escala do rádio e da imprensa atesta que a relação entre governantes e povo ganhava um sentido diferenciado na década de 30, os meios de comunicação de massa surgiram como eficientes recursos da administração pública. O projeto estadonovista defendia a intervenção do Estado na economia, suprimindo as fragilidades e deficiências da iniciativa privada. O presidente Vargas apresentava como meta o desenvolvimento econômico do Brasil, superando o atraso nacional e equiparando o país às grandes nações do período. Assim, construir imaginários sociais capazes de assegurar a adesão das massas a esse projeto era uma forma de aderir legitimidade ao modelo político imposto.

O Estado Novo demonstrou vivaz atualidade diante dos meios de comunicação disponíveis em seu tempo. O contexto político internacional em que se inseriu aponta aproximações com diferentes métodos de comunicação experimentados no exterior. Transformado em importante ferramenta na condução da política pelos estados modernos, o jornal informa o leitor ao mesmo tempo em que interpreta os fatos, a versão jornalística constitui-se em força produtora de mitos e de “monstros”. Dessa forma, também os

imaginários modernos reproduzidos e recriados nas páginas dos periódicos brasileiros defrontaram-se com uma expressão política de forte carga simbólica. Orientada por um eficiente corpo técnico, a propaganda do regime iniciado em 1937 buscou adaptar aqueles imaginários já circulantes aos ideais do governo. Neste capítulo será examinada, no primeiro momento, a relação da imprensa com o estado moderno; e em seguida, analisada a estrutura da imprensa governista em Pernambuco, assim como seus métodos de propaganda política e sua relação com a modernidade vivenciada no período.

2.1. *Estado moderno e imprensa.*

O historiador francês Jacques Revel, em seu trabalho *A Invenção da Sociedade*, retoma as frequentes viagens realizadas pelos soberanos franceses entre os séculos XIV e XVII, mostrando, a partir daí, que tal empreendimento pretendia restabelecer um poder e um reino em ameaças⁷⁷. O deslocamento do rei reforçava a delimitação do seu território; em outras palavras, ele reafirmava sua posse. Com a formação dos Estados modernos nacionais, que na Europa se estende desde a segunda metade do século XV ao século XIX, o exercício da soberania encontrou expressão através da cobrança de impostos e da presença armada.

A primeira metade do século XX acompanhou o nascimento e o desenvolvimento de distintos regimes, os quais fizeram uso de instrumentos políticos até então pouco experimentados em seu potencial. A utilização do rádio, do cinema e da imprensa por governos de nações tão particulares como Inglaterra, Itália, China, Alemanha, Argentina e Brasil explicita muito mais que um novo formato de comunicação entre Estado e população, demonstra o ingresso em definitivo das massas no “jogo político”⁷⁸. Enquanto a presença física do governante demarcava a extensão de influência do Estado na França analisada por Revel, os meios de comunicação consolidaram-se como prolongamentos do corpo estatal nas primeiras décadas do século passado.

⁷⁷ REVEL, Jacques. Conhecimento do território, produção do território: França, séculos XIII-XIX. In: **A Invenção da Sociedade**. Lisboa: DIFEL, 1989.

⁷⁸ SOUZA NETO, José Maria Gomes de. **Engenho de sons, imagens e palavras**: ditadura e propaganda na primeira metade do século XX. Dissertação (Mestrado em História) Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, PE, 2000.

Da invenção da imprensa, ainda no século XV por Johann Gutemberg, até seu uso como veículo de propaganda política, um longo caminho foi percorrido tendo como um dos obstáculos seu elevado custo. Pouquíssimos jornais conquistaram tiragens com expressivos números. O *Times* foi uma exceção, como mostrou Jean-Marie Domenach, pois já em 1825 contava com 17.000 assinantes⁷⁹. O autor explica que a existência do jornal moderno foi possível mediante quatro fatores:

- Invenção da rotativa, aumentando a tiragem e reduzindo o preço simultaneamente;
- Publicidade, trazendo novos recursos pela venda de espaços no periódico;
- Aceleração da distribuição, possível depois da estrada de ferro, do automóvel e do avião; e
- Aceleração da circularidade da informação, após criação do telégrafo e das grandes agências de informação.

A expansão da imprensa, contudo, não ocorreu de modo conjunto nas sociedades ocidentais. Em Portugal, é apenas após a Lei de Liberdade de Imprensa, datada de 1821, que o jornalismo de opinião alcança amplitude no país, evento que já havia acontecido em outros países como na Inglaterra, em início do século XVII, e na França, no último quartel do mesmo século.

Ainda no século XIX, uma mudança significativa operada em termos de *habitat* e demografia caracterizou a evolução de diferentes sociedades para um contexto perigoso que se daria no século seguinte. Entre 1800 e 1932, a população europeia aumentou 165%⁸⁰, ampliando, sobretudo, as cidades industriais, enquanto que as zonas rurais, em alguns países, despovoaram-se. A impessoalidade da rua urbana substituiu, aos poucos, a familiaridade dos contornos da aldeia⁸¹.

O sujeito comum transformava-se progressivamente em cidadão, era inserido em um conjunto de direitos e deveres sob a órbita do Estado moderno, cabia-lhe o exercício do sufrágio, mas também o peso dos impostos. Nesse cenário, também os conflitos envolvendo nações poderiam compelir mudanças na esfera da vida cotidiana, e,

⁷⁹ DOMENACH, Jean-Marie. **A Propaganda Política**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1955. p.15.

⁸⁰ Idem. p.14.

⁸¹ A literatura do século XIX fornece preciosos registros sobre a relação do homem moderno com os espaços urbanos. Ver o estudo de Berman sobre Charles Bauderlaire e Nicolai Gogol em BERMAN, Marshall. Op. Cit., 2007.

não raro, o indivíduo nacional era convocado a participar de guerras, que não mais se restringiam ao campo de mercenários. A política externa do Estado transbordou neste momento do corpo diplomático. O novo homem-de-direito fazia-se cidadão de responsabilidades, mudança percebida em sua participação na vida pública. Assim, a opinião ganhou moldes de instrumento de política exterior. Mais que isso, Jürgen Habermas lembra que as condições econômicas no âmbito do Estado moderno possuem interesse geral, ampliando-se os emaranhados de dependência⁸². Isto é, diferente das sociedades antigas, a relação moderna entre esfera pública e privada dá-se mediante a constituição do “social”. O autor argumenta que a formação do Estado de Direito, ao consolidar o Estado burguês, instituiu a esfera pública operando politicamente como um órgão do próprio Estado, a fim de assegurar institucionalmente um vínculo harmônico entre a lei e a opinião pública⁸³.

Antes mesmo da Primeira Grande Guerra em 1914, o alemão Wilhelm Bauer nominou de *opinião pública estática* os costumes, hábitos e estruturas de uma sociedade – o que se chama atualmente de história das mentalidades –, e designou de *opinião pública dinâmica* a reação, em forma de opinião, diante de acontecimentos, como uma guerra, por exemplo. A massificação dos centros urbanos associada à insegurança do cotidiano industrial, às ameaças de crise econômica e de guerras contribuíram para gerar uma população “ávida de informações, influenciáveis e suscetíveis de brutais reações”⁸⁴. O jornal, ao interpretar a rotina da cidade, revela parte dessas oscilações coletivas expressas na opinião pública dinâmica.

Habermas, mais uma vez, entende que as formas de representação social ocorrem apenas na esfera pública e, nesse sentido, a imprensa também é local de visualização dos códigos de conduta social⁸⁵. As expressões do discurso público nos jornais, por exemplo, representam grupos portadores dos meios de acesso à imprensa que, todavia, reivindicam o papel de porta-voz do grande público e, muitas vezes, de seu educador. Conclui dessa forma Habermas, que o interesse de grupo é o que fundamenta a opinião pública⁸⁶.

⁸² HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Tempo Brasileiro, 2003, p.33.

⁸³ HABERMAS, Jürgen. Op. Cit. 2003.

⁸⁴ DOMENACH, Jean-Marie. Op.Cit. 1955. p.14-15.

⁸⁵ HABERMAS, Jürgen. Op. Cit. 2003.

⁸⁶ Idem.

O século XX é um período privilegiado para análises dos usos feitos por variados governos dos meios de comunicação. Cabe observar que tanto a publicidade comercial quanto a propaganda política repousam sobre o campo do imaginário, e cujos limites contornam um espaço de confronto. O objeto e sua representação nem sempre se encontram em afinação. A consciência da existência de um abismo entre o ser e a forma como o é percebido ganhou formato político variado ao longo dos séculos e, no Estado moderno, tomou expressão no exaustivo trabalho sobre a imagem pessoal ou de grupo a partir de um eficiente instrumento, a imprensa⁸⁷. O exercício do dever público não acaba em seu ato, mas prolonga-se na exigência do “fazer ser percebido como”. São ainda sob os termos desta construção imagético-discursiva que Ciro Marcondes Filho justifica, no caso alemão, o malogro do Partido Comunista Alemão, que:

(...) foi tão pouco convincente, do ponto de vista da convicção, do amadurecimento e da autonomia, que não foi preciso um empenho extraordinário para que as massas operárias se deixassem conduzir pelo discurso aparentemente socialista dos fascistas⁸⁸.

O Ministro da Propaganda do governo alemão, Joseph Goebbels, sabia que muito do sucesso do *III Reich* se vincularia à imagem do regime nazista sugerida ao povo germânico: “Seu objetivo [a imprensa] não é informar, transmitir fatos claros e objetivos, senão incitar, estimular, mover. Para nós, a imprensa é a propaganda com meios jornalísticos”⁸⁹.

As transformações sociais chegadas ao século XX fizeram do contexto político internacional dos anos 30 e 40 um perigoso barril de pólvora. No momento em que o presidente Getúlio Vargas e seus aliados deflagraram o golpe que instaurou o Estado Novo no Brasil, em 1937, a Europa já comportava governos ditatoriais, por exemplo, na Alemanha, com Hitler, na Itália, com Mussolini e em Portugal, com Salazar. A crise da democracia liberal, intensificada pela “quebra” da bolsa de valores de Nova Iorque em

⁸⁷ Nicolau Maquiavel exemplifica o uso político dessa consciência no século XVI, quando sugere que um príncipe não precisa possuir todas as virtudes de um bom príncipe, mas é fundamental que pareça tê-las. Cf. MAQUIAVEL, Nicolau. **O Príncipe**. 6. ed. São Paulo: Martin Claret, 2008.

⁸⁸ MARCONDES FILHO, Ciro. Imaginário, o arquiteto da revolução. In: MARCONDES FILHO, Ciro. (org.). **A Linguagem da Sedução: A conquista das consciências pela fantasia**. São Paulo: Com-Arte, 1985. p.09.

⁸⁹ GOEBBELS, Joseph. *apud*. MARCONDES FILHO, Ciro. Op. Cit. 1985. p.11.

1929, fez do autoritarismo uma sedutora alternativa na aurora dos anos 30, momento em que a instabilidade do modelo de Estado democrático tornava saliente sua fragilidade.

No Brasil, a fracassada tentativa de golpe dos comunistas em 1935 havia sido utilizada pelo governo Vargas para majorar o apoio popular às hostilidades a esse grupo. O pânico da presença comunista foi largamente difundido pelos meios de comunicação, e a propaganda, que amedrontava os grupos de médio poder econômico, forjava um terreno fecundo para o golpe que se aproximava. Em setembro de 1937 as forças do governo anunciaram a descoberta do “Plano Cohen”, suposto projeto comunista que visava um golpe de Estado. Dessa forma, em 10 de novembro daquele ano, o Senado e a Câmara Federal foram fechados, as instituições legislativas estaduais e municipais foram dissolvidas e uma nova constituição foi outorgada, chamada de “polaca”, em referência à constituição polonesa do período⁹⁰. Pelo rádio, o presidente Getúlio Vargas anunciou o início do Estado Novo.

A Constituição hoje promulgada criou uma nova estrutura legal, sem alterar o que se considera substancial nos sistemas de opinião: manteve a forma democrática, o processo representativo e a autonomia dos Estados, dentro das linhas tradicionais da federação orgânica⁹¹.

A sugerida manutenção da forma democrática, expressa no trecho acima, se mostrou duvidosa. A partir daí, foram estabelecidos o fim dos partidos políticos, a censura nos meios de comunicação, o fortalecimento do Poder Executivo e o controle da vida política no país, com a perseguição e prisão dos inimigos do regime implantado.

Antes de Getúlio, o Brasil não contava com uma legislação específica no que tange à imprensa. O Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), foi criado em 1939, em substituição ao Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC) que, em 1934, já havia substituído o Departamento Oficial de Propaganda (DOP), possuindo ambos limitada estrutura. O novo departamento, o DIP, ganhou um diferencial aspecto técnico. Dirigido pelo jornalista e intelectual Lourival Flores, este órgão deveria “centralizar, coordenar, orientar e supervisionar a propaganda nacional interna ou externa, servir,

⁹⁰ O epíteto de “polaca” também possuía conotação pejorativa, pois remetia a um termo comumente usado nos centros urbanos brasileiros para designar “prostituta”.

⁹¹ O discurso “Proclamação ao povo brasileiro” foi transmitido pelo rádio para todo o país em 10 nov. 1937 e reproduzido em: VARGAS, Getúlio. **A Nova Política do Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1941. Vol. V. p. 28.

permanentemente, como elemento auxiliar de informação dos ministérios e entidades públicas e privadas”⁹².

Maria Helena Capelato, em sua obra *Multidões em Cena*⁹³, destacou que tanto a propaganda política do Estado Novo quanto a peronista inspiraram-se no nazi-fascismo, ganhando novo sentido ao adaptar-se às conjunturas sulamericanas e influenciando para negar a pluralidade da vida social em troca da construção da imagem de uma sociedade unida e harmônica. As intervenções do DIP pretenderam, dessa forma, legitimar o ideal de unidade nacional, harmonia social, intervencionismo econômico e centralização política.

Em 18 de dezembro de 1937 foi inaugurada a “Comissão de Doutrina e Divulgação do Regime”, no Rio de Janeiro. No evento, que contou com o comparecimento de grande número de jornalistas da capital federal, o Ministro da Justiça, Francisco de Campos, declarou que aquela vultuosa presença “demonstrava o propósito da imprensa de colaborar na obra eminentemente nacional de divulgar dentro e fóra do país os princípios fundamentais do novo regime”⁹⁴. O ministro salientou que a “Comissão” criada era apenas o início de um projeto maior, o qual em breve contaria também com uma organização de grande amplitude, destinada à propaganda anti-comunista.

2.2. *O DEIP e a imprensa pernambucana nos tempos de Agamenon.*

Talvez o formato mais desenvolvido de uso da imprensa pelo Estado Novo, em suas interventorias regionais, tenha se dado em Pernambuco ao longo do governo de Agamenon Magalhães, considerado por Vargas uma interventoria modelo⁹⁵. Dono de grande influência política, Magalhães ocupou até sua morte, em 1952, um conjunto expressivo de cargos-chaves do cenário político brasileiro: foi deputado estadual e federal, interventor, presidente de partido, governador e ministro de Estado. Natural do município de Serra Talhada, sertão do estado, era católico fervoroso e membro da Congregação Mariana, filho do juiz e deputado estadual Sérgio Magalhães, tornou-se bacharel pela

⁹² SOUZA NETO, José Maria Gomes de. Op. Cit. 2000. p.70.

⁹³ CAPELATO, Maria Helena R. Op.Cit., 1998. p.19.

⁹⁴ O ESTADO e a Imprensa. **Jornal Pequeno**. Recife. 20 dez. 1937, p.01. APEJE.

⁹⁵ Cf. PANDOLFI, Dulce. **Pernambuco de Agamenon Magalhães: consolidação e crise de uma elite política**. Recife: Massangana, 1984; Cf. SOUZA NETO, José Maria Gomes de. Op.Cit. 2000.

Faculdade de Direito do Recife em 1916. Agamenon foi professor de geografia do Ginásio Pernambucano, onde pode demonstrar a influência intelectual do geógrafo alemão e determinista Friedrich Ratzel. Em meados da década de 20 ingressou no universo do jornalismo, inicialmente como redator do jornal *A Província*. Tornou-se deputado estadual e posteriormente federal; em 1934 recebeu convite de Vargas para assumir a pasta do Trabalho, Indústria e Comércio e, em 1937, passou a acumular também o Ministério da Justiça. Como ministro de Estado, tomou uma postura centralizadora e anticomunista, mas defendeu ao mesmo tempo que a repressão não se constituía no único caminho para solucionar os problemas sociais. Como defensor de uma legislação antiliberal, Agamenon pretendia o fortalecimento de um sindicalismo cujo papel fosse de integração entre capital e trabalho, assim como o de reforço da unidade nacional.

Deflagrado o golpe que instaurou o Estado Novo, Agamenon Magalhães, um crítico da democracia liberal, apareceu como o nome ideal para assumir a interventoria de Pernambuco. Isso se concretizou em dezembro de 1937. As particularidades do interventor logo seriam demonstradas ao longo de sua administração. Agamenon se mostraria um habilidoso doutrinador.

A nomeação do novo interventor provocou uma reestruturação no cenário político pernambucano. Interrompia-se naquele momento o governo de Carlos de Lima Cavalcanti, colaborador de Vargas na “Revolução de 1930” e opositor declarado de Agamenon. Enquanto na maioria das federações o Golpe de 1937 representou a acomodação das antigas elites já instaladas na administração, em Pernambuco ocorreu o inverso e o grupo representado por Cavalcanti foi afastado dos cargos decisórios do estado.

Iniciativas do futuro governador sinalizavam sua sintonia com os poderes dos meios de comunicação. Duas semanas antes de assumir seu posto, Agamenon Magalhães colocou em circulação no Recife o jornal *Folha da Manhã*, o qual seria o porta-voz do novo regime. A diretoria do periódico foi composta por Artur de Moura (diretor-presidente), Leôncio Araujo (diretor-tesoureiro) e Diniz Perylo (diretor-secretário), cabendo a José Campello o cargo de editor-chefe. Em apenas três meses após o início de sua publicação, o jornal passou a contar com duas edições diárias. Enquanto a edição matinal, destinada aos grupos mais abastados, trazia uma linguagem mais trabalhada, a edição vespertina, de valor inferior pela baixa qualidade do papel, continha maior número de imagens, destinando-se aos trabalhadores em geral.

A edição vespertina, também chamada de “Folha Verde”, devido à coloração de suas páginas, trazia uma estratégia diferenciada, visando atingir as massas. As imagens

e as manchetes jornalísticas ganhavam maior representatividade, sobrepondo muitas vezes o conteúdo da matéria. A própria formatação dessa edição dificultava uma leitura sequencial da esquerda para direita e de cima para baixo, pois a variedade de formatos e tamanhos de letras impelia o olhar para uma posição mais adiante. Conforme apontou o estudo Maria Ataíde de Almeida, o periódico atingiu, já em 1939, uma média de 15 mil leitores diários, contabilizando suas duas edições⁹⁶. Os dados são complementados por Zélia Gominho, que identificou, a partir dos registros do Relatório Estatístico do DOPS, elaborado neste mesmo ano, uma população alfabetizada no Recife de 67,7%⁹⁷, em um universo de 352 mil habitantes⁹⁸. Em carta a Luís Vergara, secretário do presidente Vargas, Magalhães afirmava ter criado a *Folha*

com o objetivo de ter a serviço do Estado dois jornais leves, exclusivamente de propaganda, nos quais doutrinava diariamente. Concluiu afirmando que a sua pequena tipografia, quatro linotipos e uma impressora instalados num barracão da Travessa Madre de Deus, no bairro do Recife Antigo, existia somente em função de uma propaganda: a do Estado Novo.⁹⁹

A máquina propagandística montada pelo governo ganhou força no momento em que, sem aparente motivo, renunciou em 1938 a então gestão administrativa da Associação de Imprensa de Pernambuco (AIP), levando a entidade a realizar eleições em assembleia extraordinária, a fim de compor nova diretoria. Contando com reduzido número de associados, foi eleito como presidente o jornalista José Campello, anti-semita declarado, nacionalista, membro da Congregação Mariana e redator-chefe da *Folha da Manhã*. Erigia-se, assim, a base que levaria a arquitetura da imprensa autoritária, agregando as particularidades do novo governo pernambucano – que, em oposição irônica, Gilberto Freyre logo classificou de “nazi-jesuitismo”¹⁰⁰. Observa-se que a busca pelo consenso

⁹⁶ ALMEIDA, Maria das Graças Andrade Ataíde de. *Folha da Manhã: a reprodução da infâmia*. In: **A Construção da Verdade Autoritária**. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP. 2001. pp.163-235.

⁹⁷ GOMINHO, Zélia de Oliveira. *A Cidade Veneza*. In: **Veneza Americana x Mucambópolis: o Estado Novo na cidade do Recife (décadas de 30 e 40)**. Olinda: Livro Rápido, 2007. pp.75-134.

⁹⁸ Cf. COMISSÃO CENSITÁRIA NACIONAL. **Situação demográfica, municípios de mais de 50 000 habitantes**. [Rio de Janeiro], 1940. Arquivo IBGE, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

⁹⁹ ALMEIDA, Maria das Graças Andrade Ataíde de. Op. Cit. 2001. p.166.

¹⁰⁰ FREYRE, Gilberto. *apud*. SOUZA NETO, José Maria Gomes de. ‘O importante não é falar, mas ser ouvido’: meio e entremeios da propaganda de Agamenon Magalhães em Pernambuco (1937-45). **Saeculum**, João Pessoa, UFPB, n.10, jan. 2004. pp. 47-64.

legitimador foi a força motriz geradora do periódico *Folha da Manhã*. A formação de um imaginário de unidade, englobando governantes e massas, precisava de um “cenário teatral” nutrido diariamente com imagens e palavras: tal foi o papel da *Folha da Manhã*.

A consciência da importância da propaganda política esteve presente entre os organizadores desse periódico, conforme é exemplificado no artigo “Da necessidade da propaganda”, assinado por José Campello e publicado em novembro de 1938¹⁰¹. De acordo com o autor, a propaganda não é um instrumento restrito às atividades econômicas, mas deve ter sua utilidade desdobrada sobre outros campos, divulgando ideais políticos, sociais e culturais, observando sempre a “intelligencia e bom gosto que são elementos principais do seu sucesso”¹⁰². Cresce a relevância da propaganda porque, entende Campello, leva ao conhecimento da população as grandes obras e benefícios que um regime político é capaz de produzir a partir de sua doutrina, deslocando-se do terreno especulativo para as realidades concretas¹⁰³.

No início dos anos 1940, um corpo técnico foi formado para aperfeiçoar e executar a propaganda da interventoria Agamenon Magalhães. A especialização do uso dos meios de comunicação em massa recebeu importante acréscimo com a criação do Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda.

Em março de 1942 foi instalado na rua Conde da Boa Vista, nº.145, centro da cidade, o Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda (DEIP), cuja finalidade, em contato com o DIP, era “realizar uma obra de defesa nacional e propagação dos ideais”¹⁰⁴. A inauguração do Departamento contou com a presença de jornalistas do estado e diretores da Rádio Clube de Pernambuco¹⁰⁵. Em discurso, o redator-chefe do *Diário de Pernambuco*, Aníbal Fernandes, comentou a “satisfação com que a imprensa pernambucana recebia a fundação do DEIP ao qual essa mesma imprensa iria prestar sua

¹⁰¹ CAMPELLO, José. Da necessidade da propaganda. In: **Folha da Manhã**. Edição matutina. Recife, 08 nov. 1938. APEJE.

¹⁰² Idem.

¹⁰³ Idem.

¹⁰⁴ Relatório das Atividades do DEIP no ano de 1943. Fundo de Interventoria nº 16. APEJE.

¹⁰⁵ A Rádio Clube de Pernambuco foi fundada em 06 de abril de 1919, por um grupo de amadores sob a lideranças de Augusto Joaquim Ferreira, mas apenas em 1923 organizou-se como emissora. Até o início dos anos 30 não havia no Brasil uma legislação específica para tratar dos assuntos relativos à radiodifusão. Assim, foi apenas em 1935 que a Rádio Clube recebeu permissão oficial para realizar suas atividades. Em 1952, a Rádio passou a integrar o grupo Diários Associados, por iniciativa de Assis Chateaubriand. Cf. CÂMARA, Renato Phaelante da. Introdução. In: **Fragmentos da história da Rádio Clube de Pernambuco**. Recife: CEPE, 1994.

colaboração decidida”¹⁰⁶. De igual forma Sebastião Estanislau, representando a Rádio Clube, enfatizou a disposição desta rádio em contribuir com o Departamento no que chamou de “obra comum de engrandecimento do estado e de coesão nacional”¹⁰⁷.

A articulação entre a imprensa local e as orientações do DIP ficou a cargo de Nilo Pereira, diretor do DEIP. Natural de Ceará-Mirim, Rio Grande do Norte, Pereira bacharelou-se em Ciências Jurídicas e Sociais pela Faculdade de Direito do Recife e escolhido como orador de sua turma impressionou até mesmo o interventor, que o convidou para integrar a administração. A nomeação não foi motivada pela mera empatia despertada, mas a experiência do novo diretor, escrevendo desde os quinze anos para os jornais de Natal, somada naturalmente à sua habilidade com a oratória, dava-lhe as credenciais necessárias para o cargo.

O Departamento, contudo, não seria um simples reproduzidor das vontades centrais. O DEIP tornou-se um eficiente instrumento para visualização da interventoria de Agamenon Magalhães. Como acentuou Nilo Pereira durante a inauguração do Departamento, “o govêrno de Pernambuco vem levando a efeito uma obra de recuperação humana e social a que ninguém poderá ficar indiferente”¹⁰⁸. Razão pela qual um dos fins do DEIP era “tornar cada vez mais conhecida essa obra e essa cruzada, que fazia de Pernambuco um Estado-padrão”¹⁰⁹.

No Relatório das Atividades do DEIP no Ano de 1943 ganhou destaque a exposição organizada pelo Departamento sobre as realizações do Estado Novo em Pernambuco. Gráficos, fotografias e um documentário compunham a mostra que foi, inicialmente, apresentada na capital da República, aproveitando as comemorações do quinto ano do regime. Nilo Pereira, diretor do DEIP, justificou a exposição afirmando que:

Todos os pernambucanos, amigos de sua terra e entusiastas do progresso que se vem verificando desde que o Estado Nacional foi implantado, não podiam deixar de estar vivamente interessados no conhecimento da obra administrativa que o govêrno vem levando a cabo, com tenacidade e visão aguda dos nossos problemas. Daí o interesse em conhecer, através dessa Exposição, realizada com tanto êxito no Rio de Janeiro, o trabalho de conjunto que a atual administração está fazendo com aplausos de todos os homens de bem¹¹⁰.

¹⁰⁶ Idem.

¹⁰⁷ Idem.

¹⁰⁸ Idem.

¹⁰⁹ Idem.

¹¹⁰ Idem.

Em retorno a Pernambuco, a mostra foi realizada em Recife, ganhando logo depois o interior do estado, passando por Pesqueira, Caruaru e Vitória de Santo Antão. O evento foi levado ainda para a Paraíba onde, a pedido do diretor do Departamento de Estatísticas de João Pessoa, realizou-se naquela capital.

O DEIP concentrou suas atividades na publicidade e divulgação de notas doutrinárias, comunicados, reportagens e notícias, tudo cuidadosamente elaborado pelos técnicos do Departamento. As divulgações orientadas pela interventoria não se restringiam à Rádio Clube de Pernambuco ou à imprensa local, mas também jornais, revistas e rádios situados em diversas capitais brasileiras recebiam “sugestões” de matérias. Em referência à publicidade da administração Agamenon Magalhães em outros estados, o DEIP realizou, através do Banco do Brasil, frequentes depósitos em favor dos mais variados periódicos, como a *Gazeta de Notícias*, de Fortaleza, e *O Globo*, do Rio de Janeiro. Mais importante que a extraordinária visualização dada às mudanças ocorridas em Pernambuco foi a forma como as notícias eram divulgadas, tudo sob o criterioso controle técnico que fazia o tratamento da informação a ser divulgada.

Todas as campanhas cívicas levadas a efeito na capital pernambucana em 1942 foram intermediadas pelo DEIP e largamente propagandeadas pelos órgãos de comunicação, conforme exemplificou o relatório daquele do ano:

(...) à luta contra o mocambo, que frisamos em primeiro lugar pelo sentido humano e cristão; ao mês nacional da borracha, por determinação, aliás, do DIP, e em colaboração com a Legião Brasileira de Assistência, secção de Pernambuco, e a Rubber Development Corporation;¹¹¹ a Semana da Pátria, durante a qual fizemos largo trabalho de divulgação e publicidade; as grandes homenagens a Felipe Camarão, levadas a efeito pelo govêrno do Estado, classes armadas, Instituto Arqueológico e povo pernambucano tendo, nessa ocasião, êste departamento distribuído aos jornais um perfil histórico desse guerrilheiro, organizado pelo Chefe de Secção de Divulgação deste DEIP; à luta contra o latifúndio improdutivo (...); ao cooperativismo, tão largamente disseminado por todo o Estado; à campanha das taxas telegráficas, em homenagem ao Exmo. Senhor

¹¹¹ Com a eclosão da Segunda Guerra, em 1939, intensificou-se a demanda por borracha, levando os governos brasileiro e norte-americano a buscarem maior eficiência para a extração do produto. De acordo com o Decreto-Lei 5.813/43, art. 1º. “Fica aprovado o Acordo sobre recrutamento, encaminhamento e colocação de trabalhadores para Amazônia celebrado pelo Coordenador da Mobilização Econômica e pelo Presidente da Comissão de Controle dos Acordos de Washington com a Rubber Development Corporation em 6 de setembro de 1943”. BRASIL. Decreto-Lei nº 5.813/43 de 14 de setembro de 1943. Aprova o acordo relativo ao recrutamento, encaminhamento e colocação de trabalhadores para a Amazônia, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www3.dataprev.gov.br/sislex/paginas/24/1943/5813.htm>> Acesso em: 12 jan. 2008.

Presidente Getúlio Vargas, e revertendo em benefício do fundo escolar; à semana do Estado Nacional (...) e a homenagem às vítimas da revolução comunista de novembro de 1935¹¹².

A extensa lista de campanhas cívicas orientadas pelo Departamento mostra o quão estreito foi seu relacionamento com os órgãos de comunicação do estado. Apenas em seu primeiro ano de funcionamento, o DEIP distribuiu aos jornais 78 discursos, 227 notícias, 56 reportagens, 897 fotografias, 11 comunicados e 12 decretos-leis¹¹³.

O Departamento não apenas “orientava” os órgãos de comunicação local como ainda possuía suas próprias publicações. Aproveitando o 4º. Aniversário da Liga Social Contra o Mocambo, foi lançado o *Guia Social do Recife*, de caráter turístico e dividido em duas partes: na primeira, apresentava-se a campanha contra o mocambo e seu “sentido humano e cristão”; na segunda, mostrava-se as “indicações turísticas das vilas operárias construídas pela Liga Social Contra o Mocambo e pela iniciativa particular”¹¹⁴. Diversos discursos também ganharam o formato de publicação, sendo impressos na Imprensa Oficial.

O conhecimento sobre a propaganda moderna fez do cinema um recurso relevante às finalidades do Departamento, que realizou ampla distribuição de filmes técnicos e de propagandas elaborados pelo Ministério da Agricultura. As filmagens realizadas no estado buscavam focalizar aspectos do progresso da vida pernambucana, como a colonização do bairro do Ibura, a moderna colônia penal de Itamaracá e o novo Jardim Botânico. Um recente mercado cinematográfico surgia no estado, quase duas décadas após a efervescência do chamado “ciclo do Recife”¹¹⁵. A constatação da ampliação desse mercado, concentrado até então no eixo Rio-São Paulo, é dada pela seguinte carta, enviada ao DEIP em 1943:

¹¹² Relatório das Atividades do DEIP no ano de 1943. Fundo de Interventoria nº 16. APEJE.

¹¹³ Idem.

¹¹⁴ Idem.

¹¹⁵ Mesmo sob os desafios da cinematografia brasileira nos anos 1920, o cinema nacional contou com importantes ciclos regionais, como aqueles experimentados em São Paulo, no Rio de Janeiro, em Belo Horizonte, no Rio Grande do Sul e em Pernambuco. O ciclo do Recife foi um dos mais férteis. O filme *A Filha do Advogado* (1926), dirigido por J. Soares e exibido em trinta e um cinemas do Rio de Janeiro, exemplifica a notoriedade da produção local. Ver TRINDADE, Isabella Leite *et al.* A modernidade das salas de cinema no Recife. In: **Anais do Seminário Docomomo Brasil**, 6. 2005, Niterói. Disponível em: <<http://www.docomomo.org.br/seminario%206%20pdfs/Isabella%20Leite%20Trindade.pdf>>. Acesso em 22 jul. 2008.

Com a criação do Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda, de que há muito precisa o grande Estado de Pernambuco, sei que se criou também, a divisão de cinema, órgão indispensável à propaganda moderna. E é esse o motivo que me leva a dirigir-lhe esta carta. Sou cinematografista com uma longa prática, de muitos anos, de arte e da indústria do cinema. Já dirigi, mesmo, uma grande empresa, em São Paulo, vindo depois para o Rio, onde estou, atualmente, como técnico de duas empresas - "Aviação Films" e "Filmoteca Cultural LTDA." A divisão de cinema do DEIP de Pernambuco precisará, fatalmente, de um cinematografista prático, cujos conhecimentos facilitem a organização desse departamento. Assim, venho oferecer a V.S. os meus serviços¹¹⁶.

A proposta demonstra, por outro lado, o alcance da propaganda colocada em prática pela interventoria pernambucana. O "intercâmbio cultural" com os demais estados fazia parte do regimento do DEIP. O prestígio alcançado pelo Departamento, conquistado pelo "exato cumprimento das disposições contidas no regimento"¹¹⁷, ocultaram, de certo modo, as dificuldades crescentes já em seu primeiro ano de funcionamento:

O corpo de funcionários é reduzido e ficou constituído, além do diretor, por funcionários requisitados de outras repartições e extra-numerários. Ocorre, ainda, que dois desses funcionários, pertencentes à Secção de Divulgação, com a categoria de redatores, foram convocados ao serviço ativo do exército Nacional. Destarte, o nosso corpo de funcionários, já reduzido, ficou sensivelmente desfalcado¹¹⁸.

O envolvimento pessoal de Nilo Pereira e a contribuição da imprensa local fizeram do Departamento um importante tentáculo da interventoria na orientação de imaginários sociais convenientes ao regime. O formato que a modernidade poderia tomar, certamente, encontrou as investidas dos poderes do Estado.

2.3. *Propaganda política e seus métodos.*

¹¹⁶ Carta enviada ao DEIP em abril de 1943. Fundo Interventoria, nº 06. APEJE.

¹¹⁷ Relatório das Atividades do DEIP no ano de 1943. Fundo de Interventoria nº 16. APEJE.

¹¹⁸ Idem.

Muitos dos métodos propagandísticos utilizados no continente europeu foram adaptados e aplicados ao longo do Estado Novo brasileiro, operava-se então uma atualização quanto à propaganda política moderna. A primeira metade do século XX experimentou uma rápida e exaustiva evolução das práticas propagandísticas, realizada em meio ao contexto de forte tensão entre nações do velho continente. Quando o Ministério da Propaganda da Inglaterra, através do Lord Northcliffe, alcançou com seu trabalho um grande número de deserções no lado alemão, os analistas da propaganda germânica, liderados por Joseph Goebbels, não hesitaram em estudar o sucesso inglês e as falhas alemãs para modificar suas técnicas¹¹⁹.

Na Alemanha do *III Reich*, os símbolos relacionados ao nazismo dominavam os espaços públicos, hinos, fardas, tochas, bandeiras, tudo em intensa sincronia, produzindo uma extasiante atmosfera sensorial. A repetição de gestos e palavras pelas massas durante as aparições de Hitler garantiram ao *Führer* a coesão das multidões. O cenário não só aterrorizava o adversário, mas inflamava o devotamento revestido pelo fascínio ardente. Ao êxito da propaganda nazista não se pode negar a importância da ilusão de onipresença, provocada pelo bombardeio de signos e gerando a sensação de que tudo remetia a uma mensagem. Líder e Partido estavam nas ruas, fábricas e mesmo nas paredes da intimidade doméstica.

Leis próprias geriram a propaganda política do período, podendo ser visualizadas tanto através dos governos europeus como no Brasil, com o Estado Novo. Jean-Marie Domenach, em seu clássico estudo *A Propaganda Política*, encontrou características em comum na propaganda dos regimes da primeira metade do século XX. É oportuno observar como a metodologia brasileira aproximou-se daquelas utilizadas na propaganda política estrangeira.

Um dos métodos trabalhados por governos europeus foi o da “simplificação e do inimigo único”¹²⁰. A propaganda pulverizada, com grande número de ideias, atacando diversos inimigos, dificilmente atingiria bons resultados diante da multidão. Simplificar, portanto, é uma necessidade, dividindo a argumentação em pontos claros. Deve-se enfatizar um objetivo por vez, concentrando a energia discursiva. As campanhas hitleristas souberam bem utilizar esta tática quando, mesmo possuindo diversos inimigos, focalizaram os em etapas distintas.

¹¹⁹ SOUZA NETO, José Maria Gomes de. Op. Cit. 2000. pp.46-51.

¹²⁰ DOMENACH, Jean-Marie. Op.Cit. 1955.

A imprensa governista em Pernambuco não fez diferente. Recorrendo ao seu domínio sobre parte da imprensa, a elite política do estado nomeou e perseguiu seus adversários. O comunismo foi o alvo inicial, justificando a existência do próprio regime. A *Folha da Manhã* noticiava então com grande frequência o perigo das “hordas de Moscou”. Em outro momento, os artigos de José Campello encontraram no judeu o grande inimigo da pátria¹²¹. Na alternância entre os “demônios” a serem exorcizados, vê-se que a particularidade das características do interventor e seu grupo de aliados deram a essa focalização inimigos próprios. Esse foi o caso dos cultos ubandistas, levados à clandestinidade pela cúpula mariana instalada no governo do estado. Paulo Cavalcanti conta que “para o fim de cadastrar os ‘terreiros’ e as sessões de ‘baixo espiritismo’, criou-se uma Liga de Higiene Mental, como se se tratassem de casos sujeitos a estudos psiquiátricos”¹²². Edificava-se, assim, mais um inimigo da moderna “civilização” idealizada pela elite governista no estado. Sejam comunistas, judeus ou ubandistas, os “adversários” declarados pela imprensa governista eram focalizados em momentos diferentes, concentrando a ofensiva em um “inimigo” por vez.

O princípio da “ampliação e desfiguração” foi também largamente utilizado por distintos governos dos anos 1930 e 1940¹²³. Tal recurso não foi ignorado pelos colaboradores e editores da *Folha da Manhã*. Toda e qualquer informação que pudesse vir a contribuir com as ideias difundidas pelo governo deveria ser trabalhada de forma ampliada, mesmo que, para isso, fosse necessário desfigurar o dado, a fim de atingir a sensibilidade pretendida. As notícias julgadas importantes não deveriam ser divulgadas em seu “estado bruto”, senão após o devido “tratamento”. Até o ano de 1942, quando o Brasil se posicionou diante do conflito mundial ao lado dos Aliados, a imprensa divulgou

¹²¹ Maria Luiza Tucci Carneiro observa que a diferente do anti-semitismo tradicional, que fincou bases no conflito entre catolicismo e judaísmo, o anti-semitismo moderno se apóia em pseudoteorias científicas antropológicas e etnológicas iniciadas no século XX. A autora destaca que a relação estreita que se deu entre Igreja e Estado no Brasil por longos séculos não deixou às margens da educação uma mentalidade cristã. O anti-semitismo moderno reassume uma teologia cristã, recuperando mitos medievais e reforçando a idéia do judeu como anti-Cristo, traidor, explorador, ganancioso (centra-se na imagem de Judas) e herege por tradição. Cf. CARNEIRO, Maria Luiza Tucci. **O Anti-semitismo na Era Vargas**: fantasmas de uma geração (1930-1945). São Paulo: Perspectiva, 2001. Consultar especificamente a “Parte II: O Anti-Semitismo nas Tramas da Política Nacional”. pp.45-102.

¹²² CAVALCANTI, Paulo. **A Luta Clandestina**: o caso eu conto como o caso foi. Recife: Editora Guararapes. 1985. p.21.

¹²³ Domenach mostra que quando os Estados Unidos enfrentaram problemas com greves no governo Roosevelt, a imprensa nazista não noticiava “Roosevelt realiza uma arbitragem, recusando os grevistas”, mas “Os grevistas respondem à estúpida política social de Roosevelt com a recusa da arbitragem”. DOMENACH, Jean-Marie. Op. Cit. 1955. p.61.

diversos artigos em apreciação a Hitler e Mussoline. O secretariado do governo pernambucano, convocado entre os congregados marianos, não hesitou em aprovar a perseguição semita empreendida pelo regime *nazi*. As notícias vindas da Europa eram revestidas de preconceito marcante. Sobretudo José Campello, em seus textos, buscava enfatizar que a cidade vivia a ameaça de tornar-se uma “grande sinagoga”. Assim, as notícias de fugas de judeus do Velho Continente ganhavam os seguintes contornos: “levas de judeus chegam em todos os vapores procurando guarida no território nacional: médicos, advogados, farmacêuticos, agiotas, enfim um aluvião de parasitas, desabitados a produzir”¹²⁴. Nota-se que o dado da imigração judaica não era infundado. Embora o “jornalismo oficial” não se tenha mantido sobre criações absolutamente irreais, a notícia era apresentada de tal modo desfigurado que a ficção entrava em conflito com a realidade¹²⁵. Os imaginários construídos em torno do judeu apareciam como contraponto ao novo homem brasileiro idealizado pelo regime de 1937, que, como destacou Ataíde de Almeida, deveria ser “honesto, bondoso, saudável, limpo, trabalhador, nacionalista e essencialmente católico”¹²⁶.

As aproximações entre a propaganda política europeia e aquela desenvolvida em Pernambuco mostraram nova sintonia pelo princípio da “orquestração”. A repetição exaustiva foi um elemento valorizado na prática propagandística. A simples repetição, no entanto, poderia produzir efeito inverso, levando o público alvo ao tédio, à irritação ou mesmo à banalidade do conteúdo sugerido. Por isso, as campanhas limitavam-se a repetir um pequeno número de ideias com formatos diferentes. Tratava-se de vestir com novas cores o mesmo tema. A orquestração consistiu em trabalhar um determinado assunto repetidamente em diversos órgãos de propaganda, adaptando sua apresentação a diversos públicos. Assim, a imprensa, o rádio, o teatro e mesmo o cinema, através de produções encomendadas, poderiam ser mobilizados simultaneamente para trabalhar uma dada ideia.

¹²⁴ PARA SANEAR o país. **Folha da Manhã**. Edição vespertina, Recife. 06 mai. 1938. p.08. APEJE.

¹²⁵ Não descordamos da posição de Alcir Lenharo ao identificar a “mentira como recurso da dominação” do Estado Novo, mas é também possível observar no período o uso da *desfiguração* e *ampliação* de dados verídicos. De acordo com Lenharo, “Sob o signo da mentira, o Estado Novo fincou suas raízes. Ao justificar o golpe como iniciativa que vinha ao encontro das ‘legítimas aspirações de todos os brasileiros’, cinicamente se armou um quadro de terror e ameaças (...). A introdução do cinismo e da mentira como recursos de dominação política, cingem-se num mesmo plano a censura, a deleção, a tortura.” LENHARO, Alcir. **Sacralização da Política**. Campinas: Papirus, 1986. p.38.

¹²⁶ ALMEIDA, Maria das Graças Andrade Ataíde de. Folha da Manhã: a reprodução da infâmia. In: **A Construção da Verdade Autoritária**. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP. 2001. p. 186.

No governo de Agamenon Magalhães identifica-se o uso deste princípio na campanha de combate aos mocambos da cidade do Recife. Acabar com as habitações “primitivas” – ou assim fazer parecer – constituiu-se em exigência para justificar o imaginário de que a capital pernambucana entrava no conjunto das cidades modernas sob as iniciativas do Estado. Uma verdadeira guerra foi então deflagrada pela imprensa contra essas “moradias insalubres”. Os resultados de uma iniciativa aparentemente vitoriosa eram divulgados nos principais jornais do Recife, buscando legitimação na opinião pública. Ao mesmo tempo em que a imprensa salientava cotidianamente a importância de acabar com os mocambos¹²⁷, Waldemar de Oliveira, com o grupo Gente Nossa, dirigia o espetáculo *Mocambo*, encenado no teatro Santa Isabel. O ideário governista vestia-se literalmente de representação teatral, ganhando força em formato artístico. O teatro somava-se aos jornais e aos rádios numa exposição orquestrada do mesmo tema. O discurso governista repetia-se sob diferentes vestes.

Ao longo de toda a interventoria de Agamenon Magalhães, a imprensa se apresentou como instrumento indispensável à ampliação da influência do governo. Nesse sentido, a *Folha da Manhã*, tal como foi relacionada, consagrou-se ao mesmo tempo como “dispositivo de poder” – por ter sido meio pelo qual os discursos governistas se prolongaram – e como geradora de “espaços”, ou seja, regiões em que os poderes instituídos não anulam os desvios do sujeito. Isso revela que a leitura do periódico não foi simples assimilação daquilo ali expresso, senão criação de confrontos entre o pensamento do leitor e o próprio texto. Seja feito um entendimento convergente ou não com a perspectiva presente nos artigos, cada indivíduo estabelece seu próprio deslocamento diante do texto, embora o sentido dado pelo leitor encontre sua particularidade situada no que este compartilha com os outros leitores de sua mesma comunidade de interpretação. A leitura é assim uma prática de invenção de sentido. Roger Chartier esclarece que:

A partir de tal fato, devemos compreender que esta invenção não é aleatória, mas está sempre inscrita dentro de coações, restrições e limitações compartilhadas; e por outro lado que, como invenção, sempre desloca ou supera estas limitações que a restringem.¹²⁸

¹²⁷ Os mocambos possuíam, geralmente, dimensões bastante limitadas e abrigavam, sem qualquer instalação sanitária, uma ou mais famílias. Também as palafitas, construções suspensas às margens dos rios, eram conhecidas como mocambos. Como descreveu Josué de Castro, eram habitações rústicas “de barro batido a sopapo, com telhados de capim, de palha e de folhas de flandres”. CASTRO, Josué de. **Documentário do Nordeste**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1968. p.21.

¹²⁸ CHARTIER, Roger. **Cultura Escrita, Literatura e História**. Porto Alegre: Artmed, 2001. p.33.

É por meio do surgimento desses “espaços” – desses deslocamentos de sentido – que a imprensa visualiza a opinião pública. Na medida em que se compreende o espaço público a partir de formas e espaços de sociabilidade tem-se que o jornal também se apresenta como um espaço público. Isto se dá no momento em que o periódico estabelece comunicação entre diferentes lugares sociais. A esfera privada da leitura e da escrita se comunicam através do texto. Mesmo se autor e leitor posicionem-se em grupos distintos, o espaço público é espaço de comunicação.

Não ousamos afirmar que o discurso oficial através dos jornais fosse totalmente inverídico, mas fica clara a transfiguração da informação realizada pelos técnicos do regime. Ao atingir uma comunicação de massa sob uso dos efeitos (estratagemas) retóricos, o jogo de representações efetuado pela elite instalada na interventoria de Pernambucano toma feição de “teatrocracia”. No instante em que a imprensa amplia sua presença entre os diferentes estratos sociais, também o homem público vê alargar sua exposição. Não parece surpresa, portanto, que o trato da imagem ganhe progressiva especialização. As demonstrações em público das benfeitorias do governo encontram forte eco nas folhas diárias dos matutinos. A cidade se transforma em um grande palco e o Estado é também um “Estado de espetáculo”.

2.4 *A ordem e a imprensa.*

Preservando as devidas proporções comparativas, os meios utilizados para a propaganda política durante o regime estadonovista em Pernambuco inscreveram-se em um universo político mais amplo, no qual abrangeu outros países do mesmo período. A cultura política¹²⁹ nesta ocasião tomou o diferencial da comunicação entre Estado e sociedade de massas, produzindo um conjunto de sensibilidades e oferecendo significados

¹²⁹ O termo “cultura política” é utilizado aqui como expressão de um sistema político capaz de produzir sentimentos e percepções particulares na sociedade onde atua. De acordo com Almond e Verba, “*when we speak of the political culture of a society, we refer to the political system as internalized in the cognitions, feeling, and evaluations of its population*”. ALMOND, Gabriel A.; VERBA, Sidney. *An Approach to Political Culture*. In: **The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations**. Princeton: Princeton University Press, 1963. p.13.

ao contexto vivenciado. Os imaginários criados pela propaganda foram elemento ativo de formação dessa sensibilidade.

O modo como a modernidade apareceu nos jornais do período em Recife demonstra um esforço em conduzi-la à órbita do ideário promulgado pela interventoria. A influência do catolicismo e do corporativismo sobre a política de Estado aponta uma aproximação com o Estado Novo português que supera a mera designação. Como mostrou um jornal da capital, também em Pernambuco o líder do Estado português possuía admiradores: “Salazar é homem que vive às direitas, trilhando caminhos claros e fugindo das verêdas. Ele não fala por ironia, pois suas palavras são sempre certas, justas, ponderadas, como oriundas de um Evangelho”¹³⁰. Por meio do corporativismo, o regime de 1937 pretendeu colocar cada grupo e indivíduo em seu lugar definido, numa aparente ausência de conflitos. Tanto Salazar, em Portugal, como Agamenon Magalhães, em Pernambuco, adaptaram e exerceram parte da doutrina sustentada pela Santa Sé. Em ambos os casos o tratamento dado às insatisfações do trabalhador e à influência do socialismo beberam na fonte da Igreja Católica.

De acordo com o estudo de Edgard Carone, o desenvolvimento das forças industriais na Europa entre as décadas de 1870 e 1880 já havia possibilitado à massa operária o amadurecimento teórico relativo às questões combativas no campo trabalhista, a experiência operária brasileira, nesse sentido, sobretudo após 1890 recebeu a herança do proletariado europeu¹³¹. A Encíclica Papal *Rerum Novarum*, escrita em 1891 por Leão XIII, sugeriu o corporativismo como meio de “concordia das classes”, num tempo em que a “sede de inovações” assaltava as sociedades numa “agitação febril”:

O primeiro princípio a pôr em evidência é que o homem deve aceitar com paciência a sua condição: é impossível que na sociedade civil todos sejam elevados a um mesmo nível. É, sem dúvida, isto o que desejam os *Socialistas*; mas contra a natureza todos os esforços são vãos. Foi ela, realmente, que estabeleceu entre os homens diferenças tão múltiplas como profundas; diferenças de inteligência, de talento, de habilidade, de saúde, de força; diferenças necessárias, de onde nasce espontaneamente a desigualdade das condições. Esta desigualdade, por outro lado, reverte em proveito de todos, tanto da sociedade como dos indivíduos; porque a vida social requer um organismo muito variado e funções muito diversas,

¹³⁰ BARBOSA, A. Alves. Duas Pátrias!. **Jornal Pequeno**. Recife. 06 mai. 1943. p.02. APEJE.

¹³¹ Cf. CARONE, Edgard. **Classes Sociais e Movimento Operário**. São Paulo: Ática, 1989.

e o que leva precisamente os homens a partilharem estas funções é, principalmente, a diferença das suas respectivas condições.¹³²

Para o Estado Novo brasileiro, que surgiu sob a justificativa da ameaça comunista e a promessa de um progresso dentro da ordem, a doutrina da Igreja Católica ajustava-se com precisão ao momento vivenciado. O papel do Estado na mediação entre empregado e patrão viria reforçar o princípio do indivíduo situado em um local próprio na sociedade, cumprindo sua função específica e contribuindo para o todo.

Colaborando para reforçar o ideal de harmonia entre os grupos sociais, autoridades do estado escreveram diversas matérias publicadas nos jornais do Recife em que os exemplos de concórdia entre indivíduos de distintos estratos econômicos, assim como estes e o governo, ilustravam seus discursos. No artigo *Abastecimento*, afirmou Agamenon Magalhães: “A situação incomparável que desfrutamos de ordem, trabalho, autoridade, confiança e prosperidade, devemos certamente a esse entendimento entre o govêrno e todas as classes do Estado”.¹³³ O interventor manteve uma coluna diária na *Folha da Manhã*, nutrindo constante diálogo com a população pernambucana. A busca pela ordem ou mesmo a ideia de que essa era uma constante na sociedade pernambucana estadonovista é ilustrada pelas palavras do prefeito Novais Filho, que em março de 1943 comentava o carnaval daquele ano:

Um povo que se diverte em meio às maiores expansões, em festas onde há permissão para certos excessos, mantendo-se em perfeita ordem, sem incorrer no mais leve ato de indisciplina, oferece uma prova de civilização.

Os festejos de Carnaval, decorridos com tanta tranquilidade e tanta alegria, sem a menor perturbação da ordem pública é um índice magnifico do adeantamento de nosso povo.¹³⁴

¹³² LEÃO XIII. **Carta Encíclica Rerum Novarum**: Sobre a Condição dos Operários. Roma, 1891. Disponível em: <http://www.vatican.va/holy_father/leo_xiii/encyclicals/documents/hf_l-xiii_enc_15051891_rerum-novarum_po.html>. Acessado em: 12 mar. 2008.

¹³³ MAGALHÃES, Agamenon. *Abastecimento*. **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 09 fev. 1943. p.03. APEJE.

¹³⁴ NOVAES FILHO. Prova de Civilização. **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 18 mar. 1943. p.03. APEJE.

Civilização e ordem foram noções equivalentes no discurso governista. Não obstante, o *modus* “civilizado” do recifense, identificado na disciplina das ruas, aparecia nas páginas da *Folha* associado à noção de que a cidade entrava definitivamente para o seletto grupo das capitais modernas. Progressivamente, a higienização dos espaços públicos, afastando mendigos e ambulantes, tornava-se caso de polícia, e os conflitos sociais, indiferentes às vontades dos governantes, exibiam-se nos próprios periódicos da capital, desacreditando a ideia de harmonia entre “governo e todas as classes do Estado”, proposta por Magalhães.

Ao longo do Estado Novo, o Recife chegou a possuir a terceira maior população do país – uma expansão de mais de 60% entre 1920 e 1944 – e também crescentes foram as dificuldades em administrar sua paisagem e os hábitos de sua gente, problemas que vinham questionar o projeto de desenvolvimento dentro da ordem¹³⁵. Embora a capital pernambucana abrigasse a maior parte das indústrias do estado, o crescimento no número de postos de trabalho nesse setor entre 1920 e 1941 foi de apenas 7%¹³⁶. Pode-se observar um melhor resultado na esfera comercial, que ampliou em 30% sua capacidade de absorção no estado, entre 1920 e 1940¹³⁷. A cidade do Recife, contudo, viu sua população expandir-se em um ritmo superior ao que lhe permitia a infra-estrutura urbana. As moradias irregulares construídas com barro e palhas de flandres multiplicaram-se às margens dos rios, abrigando uma população cada vez maior que, sem melhores oportunidades, encontrou no ecossistema do mangue uma forma de sobrevivência. Conforme entendeu Josué de Castro: “No mangue não se paga casa, come-se caranguejo e

¹³⁵ Em 1920 a população do Recife era de pouco mais de 238 mil habitantes, passando para aproximadamente 352 mil em 1940, e chagando, em 1944, à estimativa de 384 mil habitantes. Na década de 1940 a cidade ultrapassou Salvador no censo populacional, ficando atrás apenas do Rio de Janeiro e de São Paulo. Os dados são do Anuário Estatístico do Brasil. **Recenseamento de 1920**. [Rio de Janeiro], s/d.; da Comissão Censitária Nacional. **Situação demográfica, municípios de mais de 50 000 habitantes**. [Rio de Janeiro], 1940; e do Estudo do Gabinete Técnico do Serviço Nacional de Recenseamento. **População do Brasil, das unidades da federação e dos municípios das capitais (estimativas)**. [Rio de Janeiro], 1944. Arquivo IBGE, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

¹³⁶ A informação foi obtida a partir do cruzamento de dados fornecidos nos censos de 1920 e de 1941, realizados pelo Serviço de Estatística da Previdência e Trabalho. Cf. Anuário Estatístico do Brasil. **Recenseamento de 1920**. [Rio de Janeiro], s/d. Arquivo IBGE, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.; Cf. Anuário Estatístico do Brasil. **Produção Industrial. I – Aspectos Gerais**. 1. Resumo da produção, segundo as indústrias -1941. [Rio de Janeiro], 1941. Arquivo IBGE, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

¹³⁷ A informação foi obtida a partir do cruzamento de dados fornecidos nos censos de 1920 e 1940. Cf. Anuário Estatístico do Brasil. **Recenseamento de 1920**. [Rio de Janeiro], s/d. Arquivo IBGE, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.; Cf. Estudo do Gabinete Técnico do Serviço Nacional de Recenseamento. **População presente do Brasil e das unidades da federação, segundo vários aspectos – 1º/IX/1940**. [Rio de Janeiro], 1940. Arquivo IBGE, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

anda-se quase nu. (...) O mangue é um camaradão. Dá tudo, casa e comida: mocambo e caranguejo”¹³⁸.

Em combate a essa forma de paisagem indesejada, foi criada em julho de 1939, durante cerimônia no Palácio do Governo, a Liga Social Contra o Mocambo¹³⁹, destinada a modernizar o aspecto da cidade, acabando com habitações insalubres e incentivando a construção de casas populares. As ações da Liga foram fartamente divulgadas pela *Folha da Manhã*. A preocupação com a estética urbana sinaliza uma realidade conflitante diante das expectativas modernas. Os desejos, de outra forma, apontam para uma cidade sonhada. O Recife concreto, dos mendigos e mucambos, encontrava também sua outra face, a cidade dos sonhos, uma representação ideal.

A cidade não é um espaço de neutralidade, ao qual por ela se possa caminhar indiferente. As imagens, os sons, os cheiros formam um conjunto de elementos que impele a sensibilidade à interpretações. Ao projeto de sentidos moderno coube direcionar essas interpretações, produzindo, sobretudo, uma atmosfera otimista de progresso. A visão é, por excelência, o meio sensorial da modernidade. Reduzir o olhar a mera visualização é ignorar as possibilidades de constrangimento por ele trazido. Se o homem sente aquilo que vê, é preciso então gerar paisagens específicas para que se obtenham sensações “convenientes”. Cenários projetados com grandes avenidas e automóveis são imagens que pretendem traduzir as “verdades” dos tempos modernos: a cidade progride sob o signo da ciência, mas ainda o ritmo de aceleração indica que viver é um exercício de constante inquietação¹⁴⁰. A cidade não se expande apenas em seu plano físico, mas, sobretudo, nos imaginários de seus habitantes. Não parece exagerado afirmar que “cada época não somente sonha a seguinte, como ao sonhá-la a impele a despertar”¹⁴¹. Opera-se uma dialética de ida e vinda entre dois campos de realidade, o objetivo e o onírico.

¹³⁸ CASTRO, Josué de. Op. Cit. 1968. pp.25-26.

¹³⁹ Para uma análise específica sobre a política de combate aos mocambos no Recife durante os anos 1930 e 1940, ver GOMINHO, Zélia de Oliveira. **Veneza Americana X Mucambópolis: o Estado Novo na cidade do Recife (décadas de 30 e 40)**. Olinda: Editora Livro Rápido, 2007.

¹⁴⁰ De forma mais contundente, Alain Gauthier defende que no período moderno a imagem conduziu o homem a um estado doentio de constante urgência: “*L’image s’érige comme la formule du temps moderne. (...) Nous sommes passés, avec l’image, du pathétique, cette recherche théâtralisée de la vérité, au pathologique, cette inflexion routinière à l’urgence*”. GAUTHIER, Alain. **L’impact de l’image**. Paris: L’harmattan. 1993. p.176.

¹⁴¹ BENJAMIN, Walter. *apud*. RUANET, S. Paulo; PEIXOTO, N. Brissac. É a Cidade Que Habita os Homens Ou Eles Que Moram Nela? In: **Revista USP**. São Paulo. Dossiê Walter Benjamin, 1992. p.69.

CAPÍTULO III

MODERNIDADE E PROPAGANDA POLÍTICA

PRÁTICAS E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS NO RECIFE DO ESTADO NOVO

*Uma coisa é o pensamento, outra a ação,
outra a imagem da ação.*

(Friedrich Nietzsche. **Assim Falou
Zaratustra.**)

Já nas primeiras décadas do século passado o Recife apresentava um conjunto de significativas mudanças em sua fisionomia. Os contornos de sua paisagem foram remodelados a partir dos projetos do prefeito Eduardo Martins de Barros (1905-1908), iniciativas que na década de 20 foram retomadas durante a gestão do governador Sergio Teixeira Loreto (1922-1926). A ênfase sobre um novo paradigma de urbanização evidencia que o desejo de modernizar a capital, ao menos em seu aspecto físico, surge antes do impulso industrial brasileiro dos anos pós-1930. Todavia, foi sob a influência do Estado Novo que a cidade ampliou suas formas de apresentação, passando seus habitantes a reclamar com maior propriedade a posição de centro moderno.

As transformações que seguiam imprimindo novas formas à capital pernambucana foram interpretadas e registradas nas colunas dos jornais. Os sentidos dados às mudanças que se operavam surgiam não somente dos discursos de jornalistas e de autoridades do governo, mas também dos anúncios publicitários, que jogaram com os imaginários dos novos tempos, agregando valor aos mais variados produtos oferecidos no mercado. Nas próximas páginas pretende-se analisar as conexões entre os imaginários modernos e as práticas sociais, partindo-se da observação dos discursos presentes em periódicos do Recife.

3.1. *Uma cidade em transformação.*

O novo interventor federal assumiu o cargo em 3 de dezembro de 1937. Nesta data – era sexta-feira – uma multidão se formou em frente ao Palácio do Campo das Princesas para ouvir Agamenon Magalhães em seu discurso de posse. Diante do povo que se amontoava na Praça da República, tornou-se emblemática sua promessa: “Eu vim para trazer a emoção do Estado Novo!” Que “emoção” poderia então esperar a população do estado? A nova Constituição Federal, elaborada em 10 de novembro de 1937, ajuda a esclarecer os possíveis caminhos do novo governo:

Atendendo às legítimas aspirações do povo brasileiro à paz política e social, profundamente perturbada por conhecidos fatores de desordem, resultantes da crescente a agravação dos dissídios partidários, que, uma notória propaganda demagógica procura desnaturar em luta de classes, e da extremação, de conflitos ideológicos, tendentes, pelo seu desenvolvimento natural, resolver-se em termos de violência, colocando a Nação sob a funesta iminência da guerra civil¹⁴².

A agitação pela qual passava o país, como sugere a Carta Magna, vinha colocando em risco a paz social. O regime implantado nascia sob o signo da ordem. A “emoção” mencionada pelo interventor, portanto, refere-se ao pretense surgimento de um período de desenvolvimento social e econômico inscrito dentro de uma vivência ordeira, de limites previamente estabelecidos.

Logo nos primeiros dias de seu governo, Agamenon nomeou Antonio de Novaes Melo Avelins Filho para o cargo de prefeito do Recife, um dos poucos incorporados à administração que se achava fora do círculo da Congregação Mariana. Novaes Filho era bacharel em Direito e oriundo de família de senhores de engenho. O novo prefeito aparecia como uma liderança expressiva da aristocracia canavieira, sendo um importante colaborador do interventor federal até o fim do regime, quando deixou o cargo. O panorama político do Estado Novo em Pernambuco ofereceu, como sublinha Marcus Melo, “uma complementaridade entre o projeto burguês à escala nacional e a manutenção de estruturas coronelísticas e grupos políticos arcaicos como os fornecedores de cana”¹⁴³. Mesmo sob constantes desacordos entre usineiros e fornecedores de cana, esses dois

¹⁴² BRASIL. Constituição (1937). Constituição dos Estados Unidos do Brasil: promulgada em 10 de novembro de 1937. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao37.htm>. Acesso em: 25 jan. 2008.

¹⁴³ MELO, Marcus Andre. *apud*. BRANDÃO, Virgínia Pontual. **Uma Cidade e dois Prefeitos: narrativas do Recife nas décadas de 1930 a 1950**. Recife: Ed. Universitária da UFPE. 2001. p.68.

grupos sustentavam mútua dependência econômica, o que tornava importante para o projeto estadonovista no estado “manter articulação com essa retaguarda”¹⁴⁴. O diálogo entre a tradição e a modernidade forneceu ritmo e conteúdo às transformações da capital pernambucana durante todo o regime.

Assim como o interventor, o prefeito Novaes Filho valia-se dos jornais para estabelecer uma comunicação direta com a população da capital, e foi através de seus artigos, publicados sobretudo na *Folha da Manhã*, desde 1938, que externou o compromisso de mudar a paisagem do Recife, acabando com os mocambos e modernizando ruas e avenidas. Por meio de um conjunto de decretos, como ressalta Virgínia Brandão, foi incentivada a construção de casas populares e proibido o levantamento ou reforma de mocambos, penalizando os infratores¹⁴⁵.

Dentre a construção de pontes, parques, praças, reformas na iluminação pública e aberturas e pavimentações de ruas e avenidas, a obra de maior visibilidade foi a abertura da Avenida 10 de Novembro – atual Avenida Guararapes –, significando um símbolo de modernização por alterar o predominante aspecto colonial das ruas do bairro de Santo Antônio¹⁴⁶. A obra, iniciada em 1938 e concluída apenas em 1944, deu à cidade sua primeira via com um conjunto arquitetônico verticalizado. A monumentalidade trazida pelo conjunto de edificações logo transformou a avenida em cartão postal. A antiga estrutura urbanística colonial mostrava-se incongruente aos novos tempos, seus becos e vielas tornaram-se insalubres e incompatíveis com o crescente tráfego de veículos. A construção de um novo centro exigiu, muitas vezes, a destruição do que “já não servia”. Virgínia Brandão destaca que apenas na obra para a abertura da Avenida Dantas Barreto, iniciada em 1943 no centro do Recife, foram destruídas, dentre outras edificações, o Hospital São João de Deus, de 1686; o Quartel do Regimento de Artilharia, de 1786; e a Academia do Paraíso, reduto do Movimento de 1817¹⁴⁷. A cidade era pensada a partir de uma nova lógica de organização dos espaços. Foi sob esse pensamento que coube à administração municipal orientar e controlar as formas com que se desenvolvia a ampliação do tecido urbano da capital.

¹⁴⁴ BRANDÃO, Virgínia Pontual. Op.Cit. 2001. p.68.

¹⁴⁵ Refere-se, aqui, especificamente aos decretos Nº. 50, de 20/04/1938; Nº. 121, de 22/11/1938; Nº. 181, de 15/07/1939 e Nº. 284, de 26/08/1941. Cf. BRANDÃO, Virgínia Pontual. Op.Cit. 2001. p.89.

¹⁴⁶ Parte das obras em construção foi registrada pelo fotógrafo letão Alexandre Bérzin. Ver “Anexos”, imagens 2 e 3.

¹⁴⁷ BRANDÃO, Virgínia Potual. Op. Cit. 2001. p.95.

De grande significado, ainda no primeiro ano da interventoria de Agamenon, a inauguração do Grande Hotel mereceu destaque nas palavras do cronista anônimo “Z”, “é um episódio na vida da cidade que não deve passar sem registro. (...) Nas suas linhas geraes o Hotel impressiona bem, pela sobriedade e pela elegância”¹⁴⁸. Reconstruíam-se dessa forma a paisagem. Em seu primeiro anúncio publicitário, a inauguração do Grande Hotel foi vista como “um novo marco de progresso”, uma construção que “obedeceu aos planos dos mais modernos hotéis norte-americanos e ingleses”. De acordo com a propaganda, o Recife passava a dispor de um “grande, luxuoso e confortável hotel moderno, que faria honra a qualquer capital do Novo ou do Velho Mundo”¹⁴⁹. O homem moderno não permaneceu indiferente às imagens que se erguiam diante de seus olhos, uma atmosfera se formava impelindo-o à ação. Uma vida social preenchia de sentidos os concretos da nova cidade: “o moderno Cassino e o Grill do Grande Hotel proporcionarão prazer espiritual da boa musica, o encanto dos bailes variados e a sensação das grandes atrações theatraes vindas de todo o mundo”¹⁵⁰.

A modernização da infra-estrutura local também foi acompanhada pela modernidade no plano das ideias. O regime iniciado procurou nortear os costumes dos mais distintos grupos sociais. A construção da cidade moderna exigiu de seus cidadãos “sérios deveres a cumprir em relação à roupa que usa e ao perfume que põe no lenço”¹⁵¹. A rua, nessa visão, deveria produzir e reproduzir a estética do “progresso”. A “limpeza” dos espaços urbanos não demorou a ser percebida, essa função coube em parte à Seção de Repressão à Mendicância e Vadiagem de Menores, anexa à Delegacia de Vigilância Geral e Costumes, que, conforme mostrou um jornal local, obteve “magnífico êxito” em prender, em janeiro de 1944, “vários indivíduos, ainda moços e gozando saúde, que esmolavam pela cidade”, assim como “diversos menores jogando em bilhares”.¹⁵² A relação entre saúde e

¹⁴⁸ “Z”. Cousas da cidade. **Diário de Pernambuco**. 09 jan. 1938. p.04. O Grande Hotel, passou a funcionar regularmente apenas em junho de 1939, quando foi arrendado a Alberto Quatrini Bianchi, proponente do Cassino Atlântico no Rio de Janeiro. Cf. GOMINHO, Zélia de Oliveira. A Cidade Veneza. In: **Veneza Amerina x Mucambópolis: o Estado Novo na cidade do Recife** (décadas de 30 e 40). Olinda: Livro Rápido, 2007. pp. 75-134.

¹⁴⁹ Anúncio: Recife, a Veneza brasileira, orgulha-se com a inauguração do Grande Hotel. **Diário de Pernambuco**. 21 jun. 1938. p.12.

¹⁵⁰ *Idem*.

¹⁵¹ ALMEIDA, Maria das Graças A. Op. Cit. 2001, p.135.

¹⁵² REPRESSÃO a vadiagem e a falsa mendicancia. **Jornal Pequeno**. Recife. 21 jan. 1944, p.04. APEJE.

trabalho, elementos presentes no discurso governamental, também se mostra atuante na matéria jornalística, prolongando e atualizando seu sentido.

O próprio termo “repressão à vadiagem”, que compõe o nome da referida seção, sugere um elemento a mais do quadro valorativo explicitado pelo regime. No ano de 1942, Alexandre Marcondes Filho assumiu o Ministério do Trabalho, Comércio e Indústria investindo não apenas na organização do trabalho nacional como ainda na adesão representativa dos trabalhadores. A “invenção do trabalhismo”, datado de 1942 a 1945, constituiu-se, como sublinho Angela Castro Gomes, na disposição em tornar a classe trabalhadora um ator coletivo socialmente reconhecido, sem, contudo, dotar tal categoria de autonomia política¹⁵³. A autora mostrou que o sucesso do trabalhismo não decorreu tão somente da concessão de benefícios, mas ainda de um forte investimento simbólico que reinventou o trabalhador brasileiro, conferindo-lhe uma identidade que ao mesmo tempo superava a desvalorização atrelada ao antigo escravismo e redefinia-o como fator de riqueza e progresso social¹⁵⁴. O culto ao trabalho, dessa forma, ganhou expressão na repressão ao ócio, fartamente noticiada nos jornais pernambucanos.

A construção do novo cidadão, pautado nos valores promulgados pelo regime, ganhou reforço nos discursos de Marcondes Filho, transmitidos pelo rádio para todo o Brasil¹⁵⁵. Em Pernambuco, o interventor federal, escrevendo diariamente na *Folha da Manhã*, foi o principal articulador entre o ideário estadonovista e a realidade pernambucana, dirigindo-se aos grupos vinculados ao comércio, à indústria e à produção rural. Os imaginários que propunham a valorização do trabalho, nesse sentido, não se restringiram ao operariado, mas buscavam forjar uma harmonia entre os diversos grupos sociais cujo resultado poderia ser observado pelo progresso econômico. Em artigo titulado “Trabalho”, publicado em 1943, Agamenon destacou que o crescimento estadual:

supõe entendimento e arregimentação de todos os valores de trabalho, como do capital, num só fim. Mão de obra, fábricas, terras, dinheiro, inteligência, capacidade de ação e iniciativa, fôrças morais, tudo que o indivíduo possuir deve ser posto a serviço. (...) A nossa cruzada pelo trabalho, pela produção, pela riqueza e disciplina de todas as atividades

¹⁵³ GOMES, Angela de Castro. Op. Cit. 2005.

¹⁵⁴ Idem.

¹⁵⁵ Conforme registra Angela Castro Gomes, o ministro Marcondes Filho contou com o programa “Hora do Brasil” para falar aos brasileiros, o que somou, entre janeiro de 1942 e julho de 1945, mais de duzentas palestras. Cf. GOMES, Angela de Castro. Op. Cit. 2005. Consultar especificamente o capítulo IV, tópico 1, “Falando aos trabalhadores brasileiros”. pp.211-216.

deve ser, no corrente ano, mais intensa e rigorosa do que no ano passado.¹⁵⁶

A noção de progresso, através do trabalho harmônico entre os grupos produtores, perpassa todo o discurso do interventor. Uma modernidade dentro dos limites da ordem governista exigia a compreensão de novos valores e, assim, o futuro promissor anunciado muitas vezes nas páginas dos jornais associava-se diretamente ao entendimento entre as classes na esfera do trabalho. De acordo com Castro Gomes, “A ascensão social, principalmente em dimensão geracional, apontava o futuro do homem como intrinsecamente ligado ao trabalho honesto, que devia ser definitivamente despido de seu conteúdo negativo”.¹⁵⁷

Em Pernambuco, a valorização do trabalho defendida pela administração estadual encontrou o apoio nas propagandas da *Pernambuco Tramways*¹⁵⁸. Sob o título “Dia do Trabalho”, a empresa dirigiu seu discurso aos trabalhadores locais: “Neste dia que é nosso (...) saúdo a todos os operários patricios, especialmente àqueles que me auxiliam a levar a efeito os inumeros serviços que minha Companhia presta a esta nossa cidade”¹⁵⁹. A noção de trabalho para o progresso foi destaque em outro anúncio da companhia: “Todos os numerosos empregados da companhia de eletricidade, fazem parte de nossa collectividade e aqui vivem, trabalham e concorrem para o desenvolvimento desta cidade, para cujo progresso tão grandemente contribuem”¹⁶⁰. Colocado nesses termos, não parece difícil entender o que é ser um “bom cidadão”. Esclarece então uma propaganda da *Tramways*: “deve concorrer com seu esforço para a expansão e o desenvolvimento da sua cidade”¹⁶¹. A empresa mostrou-se alinhada aos ideais do regime por todo o período que perdurou o Estado Novo. Desse modo, quando em 1942 o Brasil entrou na Segunda

¹⁵⁶ MAGALHÃES, Agamenon. Trabalho. **Folha da Manhã**. Edição matutina. Recife, 08 jan. 1943. p.03. APEJE.

¹⁵⁷ GOMES, Angela de Castro. Op. Cit. 2005.pp. 238-239.

¹⁵⁸ A *The Pernambuco Tramways & Power Company Limited* foi uma empresa inglesa criada em 1913 com o fim de instalar e operar linhas de bondes elétricos no Recife. De acordo com Rostand Paraíso, até 1914 o Recife e seus arredores era servido por bondes de tração animal. Ainda em 1913, o governador de Pernambuco, Emídio Dantas Barreto (1850-1931), assinou contrato para que a *Tramways* fornecesse também energia elétrica residencial e iluminação pública. Em 1928, a companhia norte-americana *General Electric Company* comprou a *Pernambuco Tramways*. O fim das atividades da *Tramways* em Pernambuco ocorreu em 1960, quando foi criada a Companhia de Eletricidade de Pernambuco - CELPE. Cf. PARAÍSO, Rostand. Os bondes da ‘Trâmis’. In: **Esses Ingleses....** Recife: Bagaço, 1997. pp.63-72.

¹⁵⁹ Anúncio: Dia do Trabalho. **Folha da Manhã**. Edição Matutina. Recife. 01 mai. 1942. p.05. APEJE.

¹⁶⁰ Anúncio: Nossos bons cidadãos. **Diario de Pernambuco**. Recife. 11 fev. 1938. p.05.

¹⁶¹ Anúncio: Todo bom cidadão. **Jornal Pequeno**. Recife. 01 dez. 1939. APEJE.

Guerra, as orientações do governo para o momento passaram a compor também os anúncios da companhia, buscando sempre associações com o trabalho, como no texto “Trabalho e Guerra”, publicado na Folha da Manhã, em 1943: “Ao comemorarmos, amanhã, mais uma passagem do Dia do trabalho, não devemos esquecer o grandioso programa traçado pelo nosso Governo para aumentar a produção. (...) As classes trabalhistas têm, nessa guerra, papel indiscutivelmente formidável!”¹⁶².

Ao final do primeiro ano de governo da interventoria Agamenon Magalhães o Recife já se via envolvido por transformações físicas, como o projeto de aterramento dos mangues, e culturais, expresso na política de “orientação” dos hábitos cotidianos. Fazer do recifense um homem moderno era mais que povoar seu meio social com ideais como progresso, ciência, higiene ou técnica, significava fazer da modernidade um exercício constante, uma prática diária. Era preciso então que as idéias chegassem ao plano da ação. Uma vez internalizada a ordem dos tempos modernos, o próprio indivíduo poderia “vigiar” seu próximo. Os jornais registraram os descaminhos de uma pretendida “equalização” das práticas cotidianas. Um cronista anônimo do *Diário da Tarde*, em sua coluna, “A Vida da Cidade”, evidencia um caso em que o comércio ambulante de alimentos é alvo de suas críticas, pois:

[...] enchendo as ruas com seus pregões estridentes, vivem eles em busca da freguesia para o bolo de goma, o pão-de-lot, a empada e toda numerosa variedade de bolos que os mestres cucas inventam e fabricam. [E conclui que a] (...) hygiene, nesse particular, o commercio ambulante de gêneros alimentícios claudica lamentavelmente e está a merce as visitas do Departamento de Saúde Publica.¹⁶³

A idéia de saúde pública domina parte dos artigos do período e aparece de modo mais contundente no texto abaixo, publicado no *Jornal Pequeno*:

De numerosas pessoas que se abastecem no mercado da Encruzilhada, recebemos reclamações contra a absoluta falta de hygiene que se nota ali. E assim, allegam, que miudeiros vendem fígado conservado no gelo, de 3 dias e mais, o que representa serio perigo à saúde publica.¹⁶⁴

¹⁶² Anúncio: Trabalho e Guerra. **Folha da Manhã**. Edição matutina. Recife. 30 abr. 1943. p.06.

¹⁶³ DIARIO da Tarde. In. Revista da Imprensa. **Jornal do Commercio**. Recife. 01 dez. 1938. p. 02. FUNDAJ.

¹⁶⁴ A FALTA de hygiene no Mercado da Encruzilhada. **Jornal Pequeno**. Recife. 20 jan. 1940. p.03. APEJE.

O novo cidadão deveria ser forte e saudável, capaz de contribuir física e intelectualmente com o “progresso” dos novos tempos. A preocupação com higiene e pureza aponta para a construção do homem asséptico. Já em 1923, o governo Sergio Loreto destacava o Departamento de Saúde e Assistência como o mais eficiente do Brasil¹⁶⁵. Na implantação deste órgão fica evidente a intenção em reestruturar o Estado com outras finalidades, no rumo de uma modernidade que se intensificaria no governo Getúlio Vargas¹⁶⁶. Foi dessa forma que o cronista do *Diario da Tarde* rejeitou uma prática que não cabia mais aos novos tempos. As ideias de assepsia, de higiene e de saúde receberam significado próprio sob a orientação do Estado Novo. Cabe observar, todavia, que elementos dos imaginários trabalhados pelos discursos governistas foram experimentados ainda em um campo diverso. O exemplo vem de um anúncio comercial: “trabalho requer saúde. Oleo Saúde”¹⁶⁷. As noções de saúde e trabalho, utilizadas em discursos de representantes do regime, foram apropriadas e ressignificadas em chamada publicitária, indicando que o Estado Novo jamais teria o monopólio sobre a orientação dos imaginários sociais. Por meio de diálogos entre os costumes tradicionais, os imaginários modernos e a política governista a cidade, em sua auto-reconstrução, expõe ao observador um particular regime de temporalidades.

3.2. *Tradição e modernidade, a cidade ambivalente.*

As primeiras décadas do século XX perseguiram os progressos das ciências, ao tempo que o positivismo, doutrina acolhida por boa parte da intelectualidade brasileira na República, veio dar singular valorização à técnica. A racionalidade da ciência apontava um caminho seguro, confiável, preciso, demonstravelmente controlável, longe das imprecisões de um passado ilógico. A virtual segurança do discurso científico pretendeu atribuir veracidade aos variados produtos da indústria moderna. Reunindo ciência e técnica, o capital tornou o saber um produto a ser comercializado. Nas páginas do *Diario de*

¹⁶⁵ REZENDE, Antonio Paulo. **(Des)encantos Modernos: História da Cidade do Recife na Década de Vinte.** Recife: FUNDARPE/CEPE. 1997. p.41.

¹⁶⁶ Ibidem. p.52.

¹⁶⁷ Anuncio: Trabalho requer saúde. **Diario de Pernambuco.** Recife. 11 dez. 1938. p. 03. FUNDAJ.

Pernambuco, o anúncio do reconstituente *Tonifan* trazia o título “a sciencia recommenda”¹⁶⁸. O destaque na chamada da maquina de escrever *Érika* recai sobre o perfil de sua invenção: “a última criação da engenharia moderna”¹⁶⁹. Similar apelo encontra-se no “Automóvel Ford [...] carroceria de desenho scientifico”¹⁷⁰.

O projeto de sentidos moderno fez do homem dos novos tempos um indivíduo obsessivo pelo planejamento. Uma vez que a racionalidade tenciona tornar administrável a experiência humana, a modernidade deveria abolir os espaços de incoerência, de ilogicidade, de confusão e de tudo que afugentasse a previsão. Para isso, a fabricação constante e vigilante da ordem pretendeu preencher as lacunas de indefinição. O problema surge quando a própria situação de controle se coloca em dependência do caos, isto é, só o caos justifica e habilita a produção da ordem. O paradoxo da modernidade dá-se no momento em que ao formular uma normatização para preencher um espaço de indefinição acaba por produzir novas regiões de imprevisibilidade, tornando o feito obsoleto e exigindo a produção de novos meios de controle num movimento sucessivo. Conforme demonstrou o estudo de Zygmunt Bauman, a ambivalência, como geradora da situação de descontrole e indecisão, é também um produto da prática moderna¹⁷¹.

Mesmo o mundo de progressos e certezas prometido pelo projeto de sentidos moderno mostrava-se incapaz de anular os refugos da razão. Entretanto, também o capital privado soube alimentar-se da dúvida e do pessimismo. Mas, o que trazia temor ao habitante de uma cidade moderna? As incertezas da vida cotidiana, decerto, fustigaram o sujeito comum; elas constituíram as lacunas deixadas pela ordem moderna. Então se a vida seduz, é preciso ter cautela: “goze a vida!... mas previna-se contra as possíveis consequências”¹⁷², advertiu um anúncio em claro exemplo da ambivalência dos novos tempos. Liberdade (goze a vida) e temor (previna-se), percepções nem tanto incongruentes à sociedade do período. Inquietação, ansiedade e melancolia encontram forma na angústia da modernidade, um sentimento de contração diante do desconhecido, daquilo que foge à autoridade da ordem.

¹⁶⁸ Anuncio: A sciencia recommenda. **Diario de Pernambuco**. Recife. 06 fev. 1938. p.08. FUNDAJ.

¹⁶⁹ Anuncio: As machinas de escrever ‘IDEAL’ representam a ultima criação da engenharia moderna. **Jornal do Commercio**. Recife. 18 dez. 1938. p. 05. FUNDAJ.

¹⁷⁰ Anuncio: O problema: capacidade, velocidade e economia. A solução: Ford V8. **Jornal do Commercio**. Recife. 06 dez. 1938. p. 07. FUNDAJ.

¹⁷¹ Cf. BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e Ambivalência**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

¹⁷² Anuncio: Goze a vida. **Diario de Pernambuco**. Recife. 22 dez. 1938. p. 05. FUNDAJ.

Dentro de uma análise das práticas sociais, o conjunto de sensibilidades aqui citado se coloca em um universo que transborda os limites da mera individualidade, é uma percepção coletiva, social. Jean Delumeau explica que a angústia proporciona uma vivência de “espera dolorosa diante de um perigo tanto mais temível quanto menos claramente identificado: é um sentimento global de insegurança”¹⁷³. No Recife dos anos 30 e 40, a modernidade desenvolveu-se lado a lado com seus antípodas. Os pares saúde/doença e vida/morte ilustram parte daquela ambiência urbana. Pensamento e prática social não se posicionaram unicamente diante das “verdades” modernas, mas sofreram o impacto do desconhecido trazido à consciência. Ordem e caos foram elementos ativos no cotidiano do período.

Os “riscos” da vida ganharam forma nas telas do cinema, como aponta a síntese do filme *Mannequin*, “história de uma jovem pobre, que conseguiu vencer, lutando em meio a falsidade do mundo”¹⁷⁴. A noção de medo ou angústia não deve ser entendida como um sentimento limitado ao domínio individual – exclui-se aqui as categorias patológicas –, senão como um hábito construído historicamente por um grupo social, que teme coletivamente determinadas ameaças reais ou imaginárias¹⁷⁵. O controle do tempo, através da precisão máxima da nova tecnologia e do maior domínio sobre o corpo, com o progresso da ciência, não foram suficientes para dar uma segurança plena à vida na cidade.

O desconhecido permaneceu fora da autoridade do homem, e o capitalismo oportunista mostrou mais uma vez sua capacidade de tudo tornar comercializável. Assim, também a angústia do sujeito moderno encontrou conforto nas possibilidades do mercado. Na publicidade de um seguro de vida teve-se o argumento: “Refleta sobre as incertezas do futuro! Lembre-se que o Sr. pode desaparecer inesperadamente. O que será, então, de sua família?”¹⁷⁶. Foram diante destas “incertezas do futuro” que se reproduziram os indivíduos angustiados, não apenas inseridos socialmente mediante um sentir coletivo, mas ainda dependente dessas sensibilidades.

¹⁷³ DELUMEAU, Jean. Introdução. In: **História do Medo no Ocidente (1300-1800): Uma cidade sitiada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. p. 25.

¹⁷⁴ NOVELLA Mannequin. In: Cinematografia. **Jornal do Commercio**. Recife. 18 dez. 1938. p. 07. FUNDAJ.

¹⁷⁵ DELUMEAU, Jean. Op. Cit. 2001. pp. 24-25.

¹⁷⁶ Anuncio: Sul America. Nem sempre haverá um sinal de alarme. **Diário de Pernambuco**. Recife. 06 jun. 1942. p. 07. FUNDAJ.

Os anúncios comerciais demonstram que a idéia de progresso não foi suficiente para confortar o homem diante de seu futuro mais imediato. A propaganda comercial, conforme depreende-se da publicidade veiculada na imprensa, apresenta o sujeito moderno como aquele que precisa de respostas, que necessita clarear zonas de escuridão, eliminando o desconhecido. Desse modo, o “silêncio das ciências modernas” para com algumas questões colocadas no cotidiano deixou um vazio rapidamente preenchido por interpretações variadas. “Que faz a tortura da vossa vida?”, questionava o anúncio de um “médium ocultista”. Tal como artigos expostos na vitrine, as respostas mais convenientes poderiam ser facilmente compradas. Soluções essas que nem sempre primavam pela racionalidade moderna, mas que poderiam, como no exemplo abaixo, ser revestidas pelo simbolismo da autoridade de um pretense “professor”:

Um amor criminoso ou um grande desgosto, que faz a tortura da vossa vida? [...] escrevei já ao grande ocultista e medium clarividente, professor OMAR KHIVA caixa postal 3.407 e mandai UM MIL RÉIS em selos, que ele tem conselhos uteis e eficazes par vos dar¹⁷⁷.

Cabe salientar que entre o final do século XIX e início do século XX as ciências médicas experimentaram vigoroso desenvolvimento, permitindo que diversas moléstias fossem diagnosticadas com precisão – ilustra o caso no Brasil a descoberta, em 1909, das causas da *tripanosomíase americana*, conhecida posteriormente como doença de Chagas¹⁷⁸. A racionalidade cobria assim alguns espaços de incertezas e, como refugio natural à investida moderna, uma nova desordem surgia.

Nas campanhas comerciais das décadas de 1930 e 1940, pode-se encontrar um registro de como valores, como saúde e higiene, foram agregados aos produtos consumidos no cotidiano. Comercializar segurança e vitalidade possui sentido apenas quando se reconhece a existência de uma realidade ameaçadora. Os imaginários modernos construídos no Recife encontraram fundamento e relativa estabilidade quando envolvidos

¹⁷⁷ Anuncio: Tendes no Coração. **Jornal do Commercio**. Recife. 04 dez. 1938. p. 04. FUNDAJ.

¹⁷⁸ Por ciências médicas ou medicina científica entende-se aqui, em conformidade com Pedro Nava, tudo que dentro da medicina possui base científica para o exercício da arte médica. No Brasil, os iniciadores dessa medicina científica foram os médicos que formaram a chamada Escola Parasitológica e Tropicalista da Bahia, na segunda metade do século XIX. Cf. NAVA, Pedro. **Capítulos da História da Medicina no Brasil**. São Paulo: Ateliê Editorial; Londrina: EDUEL, 2003. Para um detalhamento da doença de Chagas no Brasil do início do século XX, ver especificamente o capítulo VI, “Apontamentos para o Estudo da História da Medicina Científica e da Experimentação no Brasil”, pp. 125-150.

pelo par ordem/caos. A publicidade, instrumento ativo na formação desses imaginários, forneceu ricos registros do cultivo do medo para sugestão da ordem. Ao divulgar um medicamento, afirmava o anúncio: “Esse nervosismo é DOENÇA! Para os rins pílulas Ursi”¹⁷⁹. Diagnóstico rápido e enfático, caso patológico. A *Nestlé*, em anúncio do *Jornal do Commercio*, assegurava a boa procedência de seu produto: “Creme de Leite Nestlé [...] fresco, puro e garantido”¹⁸⁰. Se o leitor questiona-se que tipo de garantias poderia fornecer ao consumidor tal produto, a resposta não tarda a aparecer em outra edição do mesmo periódico: “[...] isento de fraudes e contaminações”¹⁸¹. E de outra forma tem-se: “Gillete, a única rigorosamente aseptica”¹⁸² ou “Assucar Crystal, absolutamente puro”¹⁸³. Foram abundantes as propagandas comerciais que recorreram a este recurso.

Apoiando-se na noção de assepsia, as campanhas remetiam à ideia de saúde e higiene, presente nos imaginários sociais do Recife estadonovista. No anúncio da *Goiabada Peixe*, a legitimidade científica pretende ser aderida ao produto: “se submetido a analyse de laboratório, demonstrará a sua pureza absoluta”¹⁸⁴. A noção de saúde que recorta a propaganda da goiabada encontra a força retórica da ciência. O medo e a angústia social são os *não-ditos* que percorrem os discursos legitimadores da segurança científica presente nos produtos.

3.3. *Disciplina e distinção social na cidade moderna.*

O Departamento de Propaganda e Educação Sanitária divulgou sistematicamente “conselhos de saúde” nos principais jornais da cidade. Por meio de mecanismos de disciplina, o exercício do poder demonstrou uma de suas faces. No Estado Novo, a disciplinarização desdobrou-se desde o norteamo dos hábitos da população,

¹⁷⁹ Anuncio: Esse nervosismo é DOENÇA!. **Diario de Pernambuco**. Recife. 08 dez. 1938. p. 12. FUNDAJ. [caixa alta do original].

¹⁸⁰ Anuncio: Creme de leite Nestlé. **Jornal do Commercio**. Recife. 01 dez. 1938. p. 04. FUNDAJ.

¹⁸¹ Anuncio: Creme de leite Nestlé. **Jornal do Commercio**. Recife. 06 dez. 1938. p. 04. FUNDAJ.

¹⁸² Anuncio: Hygiene. **Folha da Manhã**. Edição matutina. Recife. 11 dez. 1938. p. 07. APEJE.

¹⁸³ Anuncio: Assucar Crystal. **Jornal Pequeno**. Recife. 22 dez. 1938. p. 06. APEJE.

¹⁸⁴ Anuncio: Na sua casa não falta o que é bom!. **Jornal do Commercio**. Recife. 25 dez. 1938. p. 03. FUNDAJ.

como “Conselho de Saude: passar os vegetaes em água fervida por meio minuto”¹⁸⁵, ao direcionamento do consumo, em estímulo à produção nacional: “Combata a fadiga, consumindo assucar”¹⁸⁶, anunciava o *Diário de Pernambuco*.

Já nas primeiras décadas do século, a prática de esportes e exercícios físicos normatizados ampliava o número de adeptos entre jovens brasileiros. A relação entre corpo e saúde é um dos aspectos do treinamento físico, sugerindo a regularização do cotidiano a partir de hábitos alimentares e de higiene. Nicolau Sevcenko observou que a associação das práticas de ginástica ou esporte com o adestramento “indica com clareza que o objetivo precípua do treinamento é agir sob o inconsciente, fomentando desse modo automatismo no comportamento”¹⁸⁷. A Educação Física, largamente difundida nesse período, aponta a capacidade de disciplinarização individual e mesmo coletiva a partir das atividades corporais. O Estado Novo não desprezou esse potencial. O tema também foi alvo do estudo de Alcir Lenharo, que identificou a importância no trato do corpo como crucial para a sociedade brasileira do começo do século XX, uma vez que poderia produzir a definição de um só perfil racial e afastar, assim, a noção de sociedade “somatizada”¹⁸⁸. Lenharo esclarece ainda que a harmonia entre desenvolvimento físico e espiritual pretendem produzir um conjunto social equilibrado, onde fiquem de fora os conflitos e as tensões¹⁸⁹. Também na capital pernambucana a disciplina do corpo ganhava força. Em outubro de 1942, a *Folha da Manhã* registrou a apresentação de 860 escolares e 160 alunas da Escola Normal, no que chamou de “agradável impressão deixada pela demonstração de educação física (...) como parte das festas de encerramento da Semana da Criança no Recife”¹⁹⁰. O evento ocorreu no campo do Sport Club e foi prestigiado por autoridades militares e civis, destacando-se a presença do interventor federal.

¹⁸⁵ CONSELHOS de Saude. **Jornal do Commercio**. Recife. 04 dez. 1938. p. 04. Os “conselhos de saúde” eram pequenos informes emitidos pelo governo e publicados nos principais jornais do estado. FUNDAJ.

¹⁸⁶ COMBATA a fadiga, consumindo assucar. **Diario de Pernambuco**. Recife. 08 dez. 1938. p. 12. FUNDAJ. Da mesma forma que os “conselhos de saúde”, a campanha para o aumento do consumo do açúcar era difundida por pequenos informes sem grande destaque ou referência. O *Diario de Pernambuco* manteve por diversas edições esse formato de “informe”.

¹⁸⁷ SEVCENKO, Nicolau. **Orfeu Extático na Metrópole**: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20. São Paulo: Companhia das Letras. 1992. p.47.

¹⁸⁸ Cf. LENHARO Alcir. A Militarização do Corpo. In: **Sacralização da Política**. Campinas: Papirus, 1986. pp.75-106.

¹⁸⁹ Idem.

¹⁹⁰ 860 ESCOLARES numa impressionante demonstração de educação física. **Folha da Manhã**. Edição vespertina. Recife. 22 out. 1942. p.01. APEJE.

O corpo humano, entendido como produtor de energia, pôde ser comparado a uma máquina moderna. Deveria ser aperfeiçoado mediante novas técnicas, ampliando seu desempenho e sua eficiência. Esses imaginários, em parte já resignificado pelo regime de 1937, foram oportunamente trabalhados pela propaganda comercial da indústria alimentícia e farmacêutica¹⁹¹. Na campanha do *Tonico Bayer* o argumento foi reforçado por uma gravura representando crianças brincando em uma paisagem campestre: “Estão vendo essa energia muscular em ação, esse alegre dinamismo que mantem a saúde perfeita do corpo e do espírito? Essa vida palpitante resulta de um sangue forte, puro e rico de glóbulos vermelhos”¹⁹². De modo semelhante publicou a *Nestlé* as qualidades de seu produto: “Leite Maltado Nestlé [...] capaz de manter e restaurar suas forças físicas e intelectuais”¹⁹³. Sob o título “os milagres da energia”, um composto revigorante retomou e resignificou a imagem clássica dos gregos, qualificados como aqueles “que cuidavam com especial carinho e robustez do corpo”. Conclui o anúncio: “Passaram-se os séculos. E o heroe de hoje é aquelle que vence com galhardia a vida agitada e fatigante de nossos dias, que também requer o vigor physico e a energia do campeão de Marathona. [...] Nutril, o remédio que nutre!”¹⁹⁴.

O incremento do corpo e a ampliação da capacidade técnica do intelecto, dentro da disciplinarização do homem pelo Estado, acompanhou a ênfase no sentimento nacional, forjando uma consciência de contribuição social e colaboração com o crescimento da nação. A vida no Recife moderno não escapou à *práxis* utilitária: “seus colonos podem produzir mais!”¹⁹⁵, anunciava um fortificante. A redução do homem ao valor sumário de sua utilidade à sociedade de mercado certamente colaborou para sua “coisificação”. O homem-objeto, ou sujeito-máquina, necessitava de boa regulação. Assim, a indústria alimentícia, com um *hall* expressivo de energéticos, dominou parte importante da publicidade do período.

¹⁹¹ O “elixir fortificante Muscotônico”, fabricado em Pernambuco, foi um dos produtos que vinculou sua imagem comercial ao ideal de robustez física. Ver “Anexos”, imagem 4.

¹⁹² Anuncio: Salve, juventude que és força e saude!. **Diario de Pernambuco**. Recife. 21 jul. 1939. p. 05. FUNDAJ.

¹⁹³ Anuncio: Não é cansaço é fome.... **Jornal do Commercio**. Recife. 04 dez. 1938. p. 05. FUNDAJ.

¹⁹⁴ Anuncio: Os milagres da energia!. **Diario de Pernambuco**. Recife. 07 dez. 1938. p. 06. FUNDAJ.

¹⁹⁵ Anuncio: Seus Colonos Podem Produzir Mais!. **Diario de Pernambuco**. Recife. 01 dez. 1938. p. 03. FUNDAJ.

Imaginário social e publicidade mantiveram uma relação de alimentação recíproca. Ao passo que produtos eram anunciados sugerindo a ideia de um homem que encontra sua medida naquilo que produz, também a vida diária expressava valoração semelhante. Em artigo anônimo, publicado no *Diário de Pernambuco* em dezembro de 1938, foi defendido que os problemas do tráfego no Recife ocorrem “porque a cidade expandiu sem ‘engenharia’, sem ‘urbanismo’”. Segundo o cronista, a situação impõe a realização de um sólido “trabalho de reeducação”. Diante de constantes flagrantes da desatenção dos motoristas, o autor conclui: “tomando como ponto de partida que a vida humana é um valor em dinheiro, cada um deve calcular quanto é que estamos perdendo na nossa economia com os desastres, que a toda hora estamos assistindo”¹⁹⁶. Vê-se que o recifense, homem dos novos tempos, fez-se “peça” da dinâmica econômica, associado à força de produção e mesmo se confundindo com o próprio produto.

A proeminência da utilidade na orientação do comportamento individual não extinguiu a noção de honra e de dignidade. Entretanto, as formas de representação destes elementos de distinção sofreram deslocamentos, foram atualizados, incorporaram-se ao mercado como produtos de compra e venda, adquirindo um preço. “Não sirva de motivos a chacotas...”, assim sugeria um texto publicitário, publicado junto à imagem de um homem calvo, constrangido pelos risos de duas jovens. E continuou o anúncio, “reaja e reconquiste sua antiga cabelleira, e, com ella, o prestígio na sociedade”¹⁹⁷.

Diferente das pequenas cidades onde os contatos humanos são mais regulares, o centro moderno, em constante expansão, produziu um anonimato coletivo. A honradez e a dignidade são atributos identificados a partir dessa relação volátil entre indivíduos que se cruzam nas ruas da cidade. Já não há tempo para um julgamento demorado, o olhar rápido é então o reconhecedor das distinções sociais. A estética é também elemento de inserção, como mostra a propaganda da lâmina de barbear *Gillette*,

Fazer a barba diariamente é um dever social! É erro grave permittir que o habito de descurar a barba possa influir, prejudicando, nos seus negócios e na vida social (...) Com uma Gillette faz-se uma barba rápida, hygienica, confortável e econômica. Apresente-se, todos os dias barbeado. A bôa apparencia ajuda a vencer na vida¹⁹⁸.

¹⁹⁶ DIARIO de Pernambuco. In: Revista da Imprensa. **Jornal do Commercio**. Recife. 02 dez. 1938. p.02. FUNDAJ.

¹⁹⁷ Anúncio: Um que precisa de Jaboo. **Diario de Pernambuco**. 12 jan. 1938. p.05. FUNDAJ.

¹⁹⁸ Anúncio: Si eu soubesse.... **Diario de Pernambuco**. 16 jan. 1938. p.05. FUNDAJ.

O imaginário trabalhado na chamada comercial sugere uma relação de prática diante do produto anunciado. Detendo-se sobre o mesmo anúncio, pode-se observar que o prestígio em sociedade é o elemento final da campanha, tendo no barbeador o meio para se atingir tal finalidade. Não se vende apenas um aparelho de barbear, mas o reconhecimento social com ele obtido. O tradicional hábito de ir à barbearia é confrontado com os argumentos publicitários que salientam a higiene, rapidez e economia das modernas lâminas.

A publicidade comercial é criadora e incitadora de necessidades. Mas que é então indispensável ao homem? Certamente a resposta vincula-se à sociedade na qual o indivíduo está inserido. À vida biológica soma-se a sobrevivência social, orientando as práticas de consumo. Com perspicaz observação, um cronista anônimo descreveu a dinâmica do comércio no Recife durante o natal de 1938. Seu olhar atento registrou o “velho costume de exhibir uma roupa nova e bonita na noite de ruidosa alegria em que se comemora o nascimento de Jesus”. E como se alheio estivesse aos impulsos do período, relatou que:

mesmo os pobres [...] fazem mais um sacrifício para comprar o chapéu, o sapato, a camisa, a gravata ou roupa, com que na véspera da festa se exhibem, ingenuamente pelas ruas [...] aproveitam-se, disso, os commerciantes que encontram nesta semana do natal talvez a sua melhor epoca de negócios¹⁹⁹.

O culto à aparência permeou os distintos extratos sociais e, como trouxe o texto acima, “mesmo os pobres fazem mais um sacrificio”. O sujeito moderno viu suas aspirações serem recriadas e reproduzidas pela publicidade, que logo dotou os produtos do mercado com a simbologia da distinção.

O desejo de ser visto e o culto à aparência intensificaram a valorização do olhar do “outro”. Isso significa dizer que um comportamento específico é esperado daquele que sabe que é observado. Caminhar pela cidade é, dessa forma, expor-se à crítica do julgamento alheio. Os periódicos pernambucanos publicam a ordem que se instituiu, o

¹⁹⁹ DIARIO da Tarde. In: Revista da Imprensa. **Jornal do Commercio**. Recife. 21 dez. 1938. p. 02. FUNDAJ.

apelo à “boa aparência” revela mais que vaidade desinteressada, demonstra a existência de um padrão de reputação firmado no “bom aspecto”. Como reconhecer então o que é socialmente “bom”? O anúncio das *Lojas Paulistas* ajuda com a questão: “As senhoras e senhorinhas da elite pernambucana usam finos tecidos das Lojas Paulistas”²⁰⁰. Pode-se afirmar que as normas do “bom gosto” mantiveram-se regidas pelas elites, imprimindo ainda o devido formato ao decoro social. Também essa foi a forma que prevaleceu como referência de decência ao comportamento dos indivíduos de grupos de médio ou baixo potencial econômico.

Os eventos sociais foram sensivelmente marcados pelo norteamento dos “bons hábitos”. A 1ª Exposição de Orquídeas ilustra como a Diretoria de Estatísticas, Propaganda e Turismo da Prefeitura do Recife, patrocinadora do evento, deu relevo ao que seria uma atividade digna de distinção. Em comentário ao evento, destacou o *Jornal Pequeno* que a exposição “representou um acontecimento para a vida artístico-social do Recife”²⁰¹ e contou com o “comparecimento de autoridades, representantes da imprensa e do rádio, colecionadores e pessoas convidadas, cabendo ao Prefeito Novais Filho declarar inaugurada a referida exposição”.²⁰² Festas, exposições, comemorações e reuniões cobriram-se com os signos da distinção.

Em artigo publicado no *Jornal Pequeno* em 1939, as insígnias da distinção social aparecem como elemento presente entre a modernidade e a tradição pernambucana. O jornalista Antonio Dias expõe seu olhar sobre as mudanças em curso nos festejos de São João. Para o autor, as comemorações juninas “são hoje mais festas de artifício social do que reuniões familiares como antigamente se fazia”²⁰³. O *Grande Hotel* do Recife e o *Club Internacional*, por exemplo, realizam, como destaca Dias, programações musicais e dançantes em que nada se associam aos costumes de vida dos povos locais, extinguindo, assim, as tradicionais reuniões familiares que se organizavam anos atrás nos bairros do Recife. A evolução social, como observou o jornalista, vem “modificando as características mais sugestivas e mais poéticas das homenagens ao glorioso idolo das comunhões

²⁰⁰ Anúncio: Lojas Paulistas. **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 03 dez. 1938. p.18. APEJE.

²⁰¹ A 1ª EXPOSIÇÃO de Orquídeas no Recife. **Jornal Pequeno**. Recife. 13 mar. 1944. p.03. APEJE.

²⁰² INAUGURA-SE hoje a Primeira Exposição de Orquídeas no Recife. **Jornal Pequeno**. Recife. 11 mar. 1944. p.02. APEJE.

²⁰³ DIAS, Antonio. As festas joaninas diante da evolução social. **Jornal Pequeno**. Recife. 26 jun. 1939. p.03. APEJE.

sociais”²⁰⁴. Antonio Dias mostrou-se, ao longo de seu texto, um crítico das mudanças em curso. É significativo o peso de suas palavras finais:

E para desejar seria que esse brilhantismo apparatuso, esse luxo de pedrarias, esse ruído farfalhante de sêda, essa exibição de artificialismo, não superasse jámais na sua doçura suave aquellas expontaneidades affectivas das casas amigas, aquella cordialidade amena dos amplexos em familia, as manifestações simples dos que não tomavam indumentarias bizarras para receber os seus convivas, nem usavam outra linguagem que não a da franqueza como apanagio das formosas festas joaninas²⁰⁵.

As “indumentárias bizarras”, a exibição e o luxo, citados pelo o autor, certamente não se restringiram aos clubes sociais do Recife. Colunas de moda, presentes nos diversos periódicos, mantiveram a sociedade pernambucana atualizada com as principais tendências, não apenas da capital brasileira como ainda dos grandes centros mundiais, tal como Londres, Paris e Nova Iorque. Vestir-se “adequadamente”, sobretudo no que se refere às mulheres, implicou dotar-se de um capital cultural capaz de acompanhar os modismos através da imprensa. Poderes silenciosos atuaram desde a escolha do vestuário ao passeio público, influenciando sobre uma progressiva padronização de gostos e comportamentos. Sob o título “Um ‘yankee’ dita as regras sobre a indumentária feminina, na côrte britânica”, um jornal do Recife salientou, “proibidos os decotes e outros trajos pouco cerimoniais”²⁰⁶. Os gostos das elites locais foram, de certo modo, moldados pelos usos e hábitos de grupos abastados de outras localidades. Na campanha publicitária de uma loção capilar, o reconhecimento do produto por outros grupos de prestígio tomou forma de argumento: “A Loção Brilhante é usada pela alta sociedade de São Paulo e Rio”²⁰⁷. Longe de predileção espúria ou hipócrita, mostra-se um “gosto pelo reputadamente correto”²⁰⁸.

²⁰⁴ Idem.

²⁰⁵ Idem.

²⁰⁶ UM ‘YANKEE’ dita as regras sobre a indumentaria feminina, na côrte britânica. In: Segunda Secção. **Jornal do Commercio**. Recife. 04 dez. 1938. p.01. [grifo nosso]. FUNDAJ.

²⁰⁷ Anuncio: CABELLOS uma descoberta cujo segredo custou 200 contos de réis. **Jornal do Commercio**. Recife. 04 dez. 1938. p. 02. FUNDAJ.

²⁰⁸ VEBLEN, Thorstein. **A Teoria da Classe Ociosa**: um Estudo Econômico das Instituições. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1965. pp.139-140.

3.4. *Dos poderes silenciosos.*

O homem comum, ao interiorizar os poderes exercidos em seu meio, faz-se sujeito social, reproduzindo em suas ações diárias expressões muitas vezes mais coletivas que propriamente individuais. O ato do consumo exemplifica como as práticas afastaram-se progressivamente da consciência que as motivaram e, como consequência, o imaginário ganhou significativa autonomia diante do próprio *corpus* social onde opera. Embora não se negue a tensão entre grupos localizados em pólos opostos da hierarquia social, parece-nos questionável as interpretações que entendem as sociedades modernas exclusivamente a partir do dualismo dominadores/dominados ou elites/massas. O grego Cornelius Castoriadis compreende desse modo que “a própria classe dominante está em situação de alienação: suas instituições não têm com ela a relação de pura exterioridade e de instrumentalidade que lhe atribuem às vezes marxistas ingênuos”²⁰⁹. Se assim pode ser compreendido, parece incoerente pensar que dentro da rede de relações mútuas em que as pessoas se encontram possa um grupo mistificar os demais sem assim fazer a si mesmo.

Aos poderes visíveis que interpelam o sujeito – polícia, exército, impostos etc. – juntam-se os poderes invisíveis, exercidos na forma de discursos aparentemente ingênuos e onipresentes no cotidiano da cidade moderna. Na medida em que esses poderes são internalizados, a ordem repressiva social passa a atuar sobre o campo da subjetividade, produzindo certa padronização de desejos e práticas coletivas. As propagandas comerciais, com suas variadas formas de sugestão de consumo, atualizaram esses poderes contribuindo na orientação do agir socialmente.

Assim, na publicidade da caneta-tinteiro *Parker Vacumatic* tem-se a chamada, “esta caneta-tinteiro aristocrática é uma tentação (...) pena de ouro 18k com ponta de

²⁰⁹ CASTORIADIS, Cornelius. Op.Cit. 1982. p.139. Também Lefebvre colabora com a argumentação ao afirmar que “*Toda actividad viva y consciente que se pierde, se extravía, se deja arrancar de sí misma, y por conseguinte se aparta de su plenitud, está alienada.*” [Toda atividade viva e consciente que se perde, se extravia, se deixa arrancar de si mesma, e por conseguinte se afasta de sua plenitude, está alienada]. LEFEBVRE, Henry. **La vida cotidiana en el mundo moderno**. Madrid: Alianza. 1972. p.101. De outra forma, contribui a reflexão de Bourdieu sobre o que este entende por *doxa*. Para o sociólogo francês, o mundo social não possui sua dinâmica expressa em termos de consciência, mas funciona em termos de práticas, de mecanismos. A *doxa* refere-se à aceitação de ideias sem conhecê-las de fato. No entanto, é um conceito que se afasta da noção de “falsa consciência”. Cf. BOURDIEU, Pierre; EAGLETON, Terry. A ‘doxa’ e a vida cotidiana: uma entrevista. In: ŽIŽEK, Slavoj. (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. pp. 265-278.

osmiridio.”²¹⁰ O destaque do anúncio recai sobre o caráter “aristocrático” do produto. A posição que ocupa a caneta *Parker Vacumatic* entre suas concorrentes é colocada a partir da hierarquia social, ou seja, a feição social que assume o objeto iguala-se à feição social dos indivíduos. Concorre para melhor entendimento a reflexão de León Rozitchner, quando afirma que “nosso aparato psíquico, aquele que nos proporciona nosso próprio funcionamento como sujeitos, é congruente com a forma de aparecer dos objetos sociais”²¹¹.

A disciplinarização social do sujeito moderno é compreendida aqui como um processo de conversação recíproca entre a subjetividade individual e o mundo externo. Se, por um lado, o exercício do poder exterior prolonga-se na própria individualidade – em que a racionalidade aparece como ponto máximo da repressão à livre expressão particular –, por outro, a repressão psicológica edifica-se quando o sujeito forma sistema com ela. Isto é, “eu sou, para mim mesmo, o repressor”²¹². Tomemos como exemplo o anúncio do creme dental *Kolynos*, “Se seus dentes não fôrem lindos ninguém olhará mais para você”²¹³. O argumento da chamada só encontra sentido quando os poderes que orientam a conduta social já se mostram interiorizados pelo indivíduo. Pode-se dizer então que a “lei do outro” passa a regular a dinâmica do pensamento e da ação individual. Assim, a sociedade inibe os desejos particulares como condição *sine qua non* para incluir o sujeito na história e nas relações com seus iguais, ou seja, é o outro quem norteia o pensar e o sentir.

O homem moderno, na medida em que faz surgir o outro a partir de sua própria individualidade e ter com ele se identificado, assume um autodespotismo que se expressa pela dificuldade de alongar as fronteiras de seu ser particular, uma vez que a negação do outro significa a recusa de sua própria identidade. Rozitchner, ao analisar a relação do sujeito social com seu meio, argumenta que o distanciamento entre o eu e o outro, presente na identidade individual, implica também o deixar existir, uma espécie de morte social provocada pela ausência de reconhecimento²¹⁴. Viver na sociedade moderna, e por conseguinte fazer-se moderno, é pôr em prática seus códigos de conduta, saber reconhecer e assumir seus valores, posicionando-se “adequadamente” diante deles.

²¹⁰ Anúncio: A Maravilha do Seculo. **Diário de Pernambuco**. Recife. 04 dez. 1938. p.03. FUNDAJ.

²¹¹ ROZITCHNER, Leon. **Freud e o Problema do Poder**. São Paulo: Escuta. 1989. p.23.

²¹² ROZITCHNER, Leon. Op.Cit. 1989. p.31.

²¹³ Anúncio: Se seus dentes não fôrem lindos ninguém olhará mais para você. **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 09 out. 1943. p.06. APEJE.

²¹⁴ ROZITCHNER, Leon. Op. Cit. 1989.

O deslocar-se dentro do universo social exigiu, para uma reputação distinta, a apropriação de aspectos característicos que possam ser identificáveis e representados no *modus vivendi*, conforme aqueles norteados pela decência social predominante. O recatamento domiciliar cedeu espaço, ainda nas primeiras décadas do século XX, aos encantos da fama. O hábito de sair para ser visto incorporou-se ao cotidiano do recifense e ganhou maior efervescência com a difusão do cinema. Os astros estrangeiros, já conhecidos nas principais capitais do país entre as décadas de 20 e 30, receberam notável atenção despendida pelos jornais do Recife, o que favoreceu novos incrementos na prática publicitária. Referências ao universo cinematográfico foram abundantes e os imaginários construídos contribuíram para orientar as mudanças nos comportamentos. Essa capacidade foi reconhecida na publicidade de uma marca de chapéus que, sob a imagem do ator norte-americano Robert Tylor, anunciou,

Mundanismos, moda, luxo, elegancia... tudo isto Hollywood dita ao mundo, atravez da disticção e refinamento de seus grandes astros! E estes nos ensinam que, para maior realce da personalidade, o homem elegante não dispensa o uso de um chapéu fino e moderno! (...)Para fazer sua a elegância dos astros, prefira Ramenzoni!²¹⁵

O texto sugere que o uso do produto oferecido traz consigo uma elegância própria das personalidades do cinema. A proposta não é possuir um apuro semelhante, mas ter exatamente aquela distinção, é “fazer sua a elegância dos astros”. A relação com a mercadoria, como observado, não acaba em sua materialidade, mas transcende à dimensão do desejo. Na ausência física do ídolo cultuado, o produto a ele associado pela publicidade pretendia substituir aquela falta. De acordo com Sevcenko, “o objeto do desejo se torna inseparável do desejo do objeto e um pode suprimir simbolicamente o outro. O ato de consumir se torna assim, ele próprio, carregado de uma energia sensual, ao mesmo tempo fetichista e voyeurista”²¹⁶.

Ao passo em que o homem urbano ampliava suas formas de perceber o mundo – através de livros, jornais, revistas, rádio e cinema – as transformações na esfera comportamental também se aceleravam. A modernidade demarcava suas fronteiras,

²¹⁵ Anúncio: Elles sabem o segredo de attrahir!. **Diario de Pernambuco**. Recife. 17 fev. 1940. p.03. FUNDAJ. [grifo do original]

²¹⁶ SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.); SEVCENKO, Nicolau (Org.). Op. Cit. 2004. p.603.

fazendo-se observar pelo caráter auto-expositivo do recifense quando comparado aos indivíduos do interior do estado. Entre 1937 e 1945, a postura social da mulher também sofreu alteração. O Cinema do Parque anunciou em 1942 sua nova exibição, “Ginger Rogers em *Pernas Provocantes* (...) história de uma assassina que foi absolvida pelas suas lindas e atraentes pernas!”.²¹⁷ A forma com que os filmes influíram sobre a propaganda e o comportamento foi observado pelo jornalista Mario Mello que, insatisfeito com a publicidade dada às personalidades do cinema, ofereceu, em sua coluna, uma representação dos acontecimentos.

Não compreendem que tudo isso é reclamo do americano, pretexto de publicidade em torno dos nomes dos artistas, para mais tarde – esperem que não tardará – nos impingirem uma fita com muitos beijos, ou sopapos. [...] o que é lastimável é que para essa baixa publicidade explorem tão desairosamente o caráter da mulher brasileira, amesquinhando-a, aviltando-a, poluindo-a. [...] que ao menos se saiba ter havido um jornalista provinciano, que não engoliu em seco, e lançou o seu protesto contra esse gênero de reclamo.²¹⁸

Jornalista atento às mudanças de seu tempo, Mario Mello foi exemplo de que o novo nem sempre recebeu plena aprovação da sociedade recifense. A crítica de Mello, no entanto, não foi suficiente para impedir que os hábitos femininos bebessem na fonte do cinema norte-americano e, em 1945, as distinções entre estas práticas e aquelas de gerações anteriores inspiraram o suplemento ilustrativo “Meninas de hoje”, publicado na *Folha da Manhã*²¹⁹. O cigarro, a sensualidade e a exposição pública são elementos presentes no cotidiano feminino retratado pelo jornal. A evolução no formato das práticas sociais não se deu de modo espontâneo, mas obedeceu ao ritmo das negociações, primeiro com a tradição ali presente, e depois com a política de norteameritização de hábito implementada pela interventoria de Agamenon Magalhães.

Pensamento e prática encontraram-se na esfera dos imaginários modernos, posicionando o homem da cidade em relação às verdades dos novos tempos, centradas

²¹⁷ Anúncio: Hoje no Parque. **Jornal Pequeno**. Recife. 21 dez. 1942. p.02. APEJE.

²¹⁸ MELLO, Mario. *Jornal Pequeno* In: Revista da Imprensa. **Jornal do Commercio**. Recife. 08 dez. 1938. p. 02. FUNDAJ.

²¹⁹ BRANDÃO, Gil. Meninas de hoje. In: Suplemento ilustrativo. Segunda Secção. **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 07 jan 1945. p.08. APEJE.

sobre o progresso científico. Todavia, uma modernidade crítica diante do “irracionalismo” do passado não escapou a construção de seus próprios “ídolos”.

Na campanha de um vinho reconstituente, publicada no *Diário de Pernambuco*, catorze médicos julgaram a eficácia do produto: “E quando os mais eminentes médicos opinão unanimemente sobre o mesmo assunto, os seus conceitos são incontestáveis. Chegam a estabelecer leis”²²⁰. Certamente a ciência foi lei sob a administração de Agamenon Magalhães. O prestígio da medicina ganhou força nas cidades modernas e o médico, transformado em porta-voz do progresso científico, viu seu discurso tornar-se um mito dos novos tempos.

O homem asséptico foi produto desses imaginários em que a cidade moderna surgia como local de saúde e perfeição dos corpos. A “higiene social”, apoiada no mito do discurso médico, empreendeu uma “cruzada” pela moralidade²²¹, recompondo normas de conduta a partir da legitimidade científica. Nesse sentido, os chamados “cultos de baixo espiritismo” foram proibidos em Pernambuco e seus praticantes perseguidos e acusados de serem “doentes mentais”²²², a intervenção médica somava-se então ao tratamento policial dado à questão. A *Folha da Manhã* divulgou freqüentes intervenções policiais no combate aos “terreiros”, como na matéria abaixo.

A velha africana de nome Fortunata – a ‘Bahiana’ do Pina – completou ante-hontem 117 anos de existência. (...) Antigamente, quando a preta africana completava annos, era dia de festa naquele local. (...) E por isso mesmo as mulheres de saias berrantes dansaram mais freneticamente possuidas de todas as influencias capazes de levarem mais dia menos dia ao tratamento nos hospitaes de doenças nervosas e mentaes...
Desta vez, porém, as autoridades reprimiram os cultos africanos numa campanha de renovação espiritual e christã, o aniversario da velha

²²⁰ Anúncio: Não é uma opinião isolada. **Diário de Pernambuco**. Recife. 18 out. 1942. p.05. FUNDAJ.

²²¹ Entendemos aqui a moralidade como um conjunto de valores histórico-sociais que busca “corrigir” a existência social, a partir de normas convencionalmente aceitas, mas não necessariamente instituídas no formato de lei. Distintamente da ética, que faz uso da razão para compreender a existência, a moral fundamenta seus argumentos em valores de grupo que faz supor como princípios universais. A moral não explica nem busca compreender a realidade, mas é uma forma de lher com ela fazendo uso de uma “pseudorazão” válida para um grupo. Ver ESPINOSA, Bento de. **Ética**: demonstrada à maneira dos geómetras. Partes II e III. Coimbra: [s.n], 1962.

²²² Maria Padovan argumenta em seu estudo que o formato de organização social idealizado pelas elites do Recife, ao longo do Estado Novo, pautava-se sobre a religiosidade católica e a moral. Foram sob esses contornos que o Estado e a Psiquiatria criaram um modelo de sociabilidade fundamentado em princípios de ordem e moralidade, incorporados ao cotidiano social como “única forma de vida e comportamentos toleráveis em ‘cidadãos honestos’”. PADOVAN, Maria Concepta. **A Máscara da Razão**: Memórias da loucura no Recife durante o período do Estado Novo (1937-1945). Dissertação (Mestrado em História) Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007. p.144.

Fortunata não teve música nem festas. Nem os tambores gemeram noites a dentro...²²³

Diante do ideal de modernidade cultivado no Recife pelas elites, a imoralidade recaía sobre o conjunto das “doenças sociais”, nos hábitos e costumes de tradição afastadas dos grupos “de cima” e não por acaso características vinculadas à população de baixa renda (mocambeiros, ubandistas, prostitutas, alcoólatras etc.).

Uma vez que as normas do pudor social são interiorizadas pelo sujeito, havendo um reconhecimento do próprio indivíduo no padrão de comportamento, ele transforma-se em vigilante dos “bons hábitos” e todo desvio de conduta torna-se agressão à sua própria identidade. Não surpreende, portanto, que, em carta enviada à redação do *Jornal Pequeno*, um morador da região tenha cobrado medidas contra a “falta de moral reinante em Olinda, Boa Viagem e Pina”²²⁴. O jornal mostrou que suas reclamações motivaram “medidas enérgicas” do comissário local contra “indivíduos inescrupulosos e meretrizes” que vinham ofendendo o “decoro público”²²⁵. Também o ex-inspetor de polícia do estado comentou a prática da prostituição em Pernambuco, estado onde sua proibição não obteve sucesso e mesmo a polícia vinha contribuindo para a permanência das “casas de tolerância”. Como solução, sugeriu o ex-inspetor a regulamentação do meretrício mediante supervisão de representantes da medicina e de juízes de menores. Assim é que contra o que chamou de “suprema miséria moral” caberia ao saber médico fornecer fichas antropológicas capazes de apurar a

índole criminal, o caráter fenopático e outros. Como seria de grande alcance para o encaminhamento desse problema social estabelecendo-se os tipos de caráter congênito, tais como a esterelidade e outros caracteres como a laringe anormal, precoces sexualmente e as características adquiridas como sejam sífilíticas, alcoolistas, erotismo pobre, masturbadoras, sadistas e outros²²⁶.

²²³ O ATABAQUE cedeu a vez... **Folha da Manhã**. Edição vespertina, Recife. 07 dez. 1938. p.01. APEJE.

²²⁴ ASSIS, Luiz. Pequenos registros de jornal. **Jornal Pequeno**. Recife. 09 jun. 1943. p.03. APEJE.

²²⁵ Idem.

²²⁶ FREITAS, Ramos de. Prostituição. **Jornal Pequeno**. Recife. 23 fev. 1940. pp. 01-02. APEJE.

O crescimento das cidades ocidentais trazia consigo o medo das elites pelas massas. Contra a indisciplina e a degradação social, países da Europa e os Estados Unidos adotaram, no início do século XX, medidas visando o “aperfeiçoamento” humano. A eugenia era o estudo de legitimidade científica que deveria apontar os caminhos para a formação de futuras gerações mais qualificadas nos aspectos físicos, intelectuais, mas também “espirituais”, como apontou em 1942 Octavio Domingues: “é a ciência que se propõe estabelecer princípios e regras para a formação de proles sadias de corpo, sadias de espírito”²²⁷. Além de uma notada preocupação estética, os estudos eugênicos acreditavam poder identificar indivíduos propensos à imoralidade e ao crime a partir de sua herança genética. No Recife, o pensamento do ex-inspetor demonstrou um alinhamento aos imaginários da época. Durante a Semana Antialcoólica de setembro de 1943, a lei de restrição da venda de bebidas no estado foi tema de um artigo divulgado no *Jornal Pequeno*. Mais expressivo que as palavras de seu autor, o texto vinculava-se a uma fotografia de sete indivíduos de feição doentia, cabisbaixos e sentados lado a lado em um estreito acento. Como legenda da imagem, lê-se: “grupo de idiotas, filhos de pais alcoolatras”²²⁸ [Ver “Anexos”, imagem 1]. Retomemos as palavras de Octavio Domingues, desta vez em uma publicação de 1936, quando comentou o problema do alcoolismo: “O alcoólatra é, por natureza, um desequilibrado mental, ou tarado nervoso anormal (...). É produto da herança, e não do meio”²²⁹. Quando se consagraram as intervenções da ciência moderna no campo da moralidade, legitimou-se simultaneamente as elites como condutoras da reorganização dos valores e normas sociais nos novos tempos, isso porque as condições de produção do discurso científico excluía de seu acesso as massas populacionais.

O culto ao corpo, expresso muitas vezes em campanhas comerciais, possuía como contrapartida posturas repressivas com o objetivo de preservar o “patrimônio hereditário”. Como destacou Alcir Lenharo, a “higiene da raça” por medidas eugênicas visava impedir o desenvolvimento de “proles nefastas” à sociedade²³⁰. Dar a sociedade brasileira um tipo físico e comportamental “saudável” significava ainda produzir um

²²⁷ DOMINGUES, Octavio. **Eugenia**: seus propósitos, suas bases, seus meios (em cinco lições). São Paulo: Companhia Editora Nacional. 1942. p.27. Domingues foi membro da Comissão Central Brasileira de Eugenia, da American Genetics Association/E.U.A. e da Eugenics Society, de Londres.

²²⁸ COSTA, João. Semana Anti-alcoólica. **Jornal Pequeno**. Recife. 11 dez 1943. p.03. APEJE.

²²⁹ DOMINGUES, Octavio. **Hereditariedade e eugenia**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 1936. p.98.

²³⁰ LENHARO, Alcir. A Militarização do Corpo. In: **Sacralização da Política**. Campinas: Papirus, 1986. pp.75-106.

conjunto social coeso. No Recife, o pensamento do ex-inspetor descrito mais acima reproduz parte dessa lógica.

3.5. *Provincianismo e modernidade*

O autoritarismo e a vigilância social empreendidos pelo Estado Novo não impediram que as jogatinas e os “vícios elegantes” acompanhassem o crescimento das principais cidades brasileiras. No Rio de Janeiro, a polícia movia no final dos anos 30 acirrada briga contra os entorpecentes, enquanto que em São Paulo, o “jogo do bicho” foi o maior alvo do combate. Em Recife, divulgava o *Jornal do Commercio*: “É cada vez mais intensa a repressão ao jogo. Foi preso um dos viciados e apreendido baralhos e fichas. [...] à Av. Norte todas as noites funcionava uma casa de jogos”²³¹. A tentativa de orientação e controle dos hábitos foi preocupação já no primeiro ano do governo de Agamenon Magalhães, embora seja explícita a falta de planificação da repressão policial, cedendo, ao capital ilegal organizado, espaço suficiente para publicação diária do resultado do “jogo do bicho” num dos jornais da capital²³².

Embora práticas e representações sociais sugerissem o almejado “progresso”, o crescimento econômico perseguido pelo governo, e muitas vezes divulgado pela interventoria, foi questionado por um cronista do *Diario de Pernambuco*, que classificou a cidade como de “baixo ‘standard’ de vida”²³³. A celebração de alguma modificação nesse *status* veio das páginas desse mesmo periódico: “Aumentou o consumo de açúcar nos últimos 5 meses [...] graças a maior capacidade de absorção dos próprios habitantes, accrescendo a média de consumo ‘per capita’ como índice de elevação do seu ‘standard’ de vida”²³⁴.

²³¹ CADA vez mais intensa a repressão ao jogo In: Na policia e nas ruas. **Jornal do Commercio**. Recife. 15 dez. 1938. p. 7. FUNDAJ.

²³² Sob o título “A Sorte”, o resultado do “bicho” era publicado diariamente no *Jornal Pequeno*, sempre na última página.

²³³ Crônica: “Z”. Cousas da Cidade. **Diario de Pernambuco**. Recife. 03 dez. 1938. p. 04. FUNDAJ.

²³⁴ AUMENTOU de 160 mil saccos o consumo do assucar, nos últimos 5 meses, em comparação á média de todo triennio anterior. **Diario de Pernambuco**. Recife. 04 dez. 1938. p. 03. FUNDAJ.

E em outro artigo da mesma edição, o periódico afirmou que o sucesso da campanha para o aumento do consumo do produto “mostra a força de penetração da grande cadeia jornalística, a maior organização do genero na América do Sul”²³⁵. Ironicamente, naquele mesmo mês os jornais do Recife viram reduzir seu número de vendas na capital, sendo compensados pela maior procura nos interiores e outros estados. Com olhar arguto, o cronista “Z” apontou como causa a “facilidade do jornal emprestado ao vizinho ou da leitura no escriptorio, na repartição ou mesmo no engraxate”. Segundo o autor, fazia-se necessário uma “campanha systematica contra esse habito provinciano”²³⁶.

Que era então o Recife no crepúsculo dos anos 30, senão uma cidade de “hábitos provincianos” e imaginários modernos?²³⁷. As tensões geradas a partir daí revelam as lacunas do ideal totalizador do projeto de modernidade. Os poderes que pretendem impor uma ordem e fazer do novo homem um ser cultivado dentro dos limites estabelecidos são surpreendidos por um cotidiano insubordinável. Moradia, diversão, vestuário e consumo são exemplos de campos distintos da prática social diária em que os discursos do governo, do capital privado e de grupos da intelectualidade pernambucana buscavam definir formas permissivas aos novos tempos. A população urbana possuía, contudo, a tática do imprevisto. É dessa forma, por exemplo, que o “provincianismo” de uma leitura “irregular” colocaram em deslocamento as forças em jogo.

Mesmo com a redução na tiragem dos periódicos não foi abalada a posição deste meio de comunicação em aparecer como um dos mais populares no Recife, possuindo notória importância pela indústria da publicidade. Segundo o jornalista Mario Mello, os jornais são “a arma da propaganda” e “hoje se acrescenta ao jornal o radio. Sem que o jornal publique ou sem que o radio divulgue, nada se obtem”. Mello chega a tal conclusão após partida de futebol realizada entre pernambucanos e baianos, reunindo publico de dez mil torcedores, numa cidade com população em torno de 340 mil pessoas. Perguntava então o jornalista: “como foi possível consegui-la? Pela propaganda continuada e, por assim dizer, irritante dos jornaes”²³⁸. A capacidade de mobilização popular pela

²³⁵ A CAMPANHA do Assucar. **Diario de Pernambuco**. Recife. 04 dez. 1938. p. 04. FUNDAJ.

²³⁶ DIARIO da Manhã. In: Revista da Imprensa. **Jornal do Commercio**. Recife. 21 dez. 1938. p. 02. FUNDAJ.

²³⁷ A proximidade entre o tradicional e o moderno pode ser observada na imagem produzida pelas lentes do fotógrafo Benício Dias, que registra um aspecto curioso do centro do Recife em 1940. Ver “Anexos”, imagem 5.

²³⁸ MELLO, Mario. Jornal Pequeno In: Revista da Imprensa. **Jornal do Commercio**. Recife. 29 dez. 1938. p. 02. FUNDAJ.

propaganda em jornais demonstra a amplitude da influência deste veículo sobre o habitante desta capital durante o Estado Novo.

Por outro lado, o crescimento das cidades com sua maior complexidade organizacional, assim como o surgimento de novas oportunidades, trouxe consigo o aumento das práticas de exploração financeira. O encanto das chamadas comerciais cobriu muitas vezes a mercadoria no invólucro mágico das promessas mais diversas, alimentando anseios e desejos de um sujeito-consumidor e produzindo extraordinário lucro aos comerciantes e empresários. O Estado Novo, numa tentativa de inibir a usura, emitiu, em dezembro de 1938, Decreto que regulamentou as vendas à prestação, pretendendo evitar “o absurdo tantas vezes verificado, da devolução de radios, automoveis, geladeiras, consultorios de dentistas, terrenos e até casa, pela falta de pagamento de algumas prestações do contrato”²³⁹. Sobre o Decreto, comentou o interventor Agamenon Magalhães,

O Decreto Lei do Governo Nacional que define os crimes contra a economia popular é mais uma attitude do Estado Novo, que vae supprimindo todas as formas de exploração. [...] todo esforço ilícito para enriquecer à custa do trabalho alheio vae terminar diante das sancções do Estado²⁴⁰.

A *Folha da Manhã* destacou a importância da lei brasileira de combate à usura, colocando o brasileiro entre “os povos mais avançados na repressão à usura”²⁴¹. O descontrole financeiro acompanhou o cenário comercial do Recife e, neste aspecto, as faltas com os compromissos parecem não ter sido raras. Uma empresa de cobranças anuncia, “Amigo, o ‘calote’ é pior do que a peste!”²⁴², e mais adiante, “O ‘calote’ é como a Syphilis”²⁴³. As referências à saúde – ou a falta dela – permanecem.

²³⁹ SOBRE o decreto que regulamentou o negocio de vendas a prestação. **Jornal do Commercio**. Recife. 04 dez. 1938. p.18. FUNDAJ.

²⁴⁰ MAGALHÃES, Agamenon. Defesa e economia popular. **Folha da Manhã**. Edição vespertina, Recife. 01 dez. 1938. p. 01. APEJE.

²⁴¹ FOLHA da Manhã. In. Revista da Imprensa. **Jornal do Commercio**. Recife. 18 dez. 1938. p. 02. FUNDAJ.

²⁴² Anuncio: “Amigo, o ‘CALOTE’ é pior do que peste!”. **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 06 dez.1938. p. 15. APEJE. O Decreto-Lei contra a usura prestava-se também à proteção do crédito e, nesse sentido, ajuda a compreender o maior número de anúncio referentes à empresas de cobrança publicados nos jornais do Recife a partir de 1938.

²⁴³ Anuncio: “O ‘CALOTE’ é como a syphilis”. **Folha da Manhã**. Edição vespertina, Recife. 01 dez. 1938. p. 05. APEJE.

A modernidade tornou-se realidade quando suas formas de percepção do mundo em volta foram internalizadas pelo indivíduo. No Recife, o projeto de sentidos moderno contou com condições de produção bastante particulares. Entre o início da interventoria de Agamenon Magalhães, em 1937, e o ingresso do Brasil na guerra, em 1942, pode-se afirmar que a orientação governista foi preponderante sobre as práticas sociais e seus imaginários, enquanto que a propaganda comercial associava seus produtos a ideias difusas de uma modernidade ainda imprecisa. Isto é, as referências aos “centros mais adiantados” eram feitas pela importação de imagens sobretudo dos Estados Unidos, da França, da Inglaterra e da Alemanha, nações em que o formato de desenvolvimento econômico e social eram tão distintos como controversos em suas disposições imperialistas. Sem muito critério, podia-se encontrar em uma mesma edição de jornal a relação dos livros mais vendidos nos Estados Unidos e em Londres, notícias da moda em Paris e do avanço da medicina na Alemanha. A definição de um padrão de sensibilidade orientado para um consumo específico ocorre no Recife apenas quando o Brasil posiciona-se diante do conflito mundial. Mergulhada no contexto da guerra, a propaganda comercial assumiria uma importância estratégica, como será visto no próximo capítulo.

CAPÍTULO IV

SOB O ESPECTRO DO CONFLITO BÉLICO

MODERNIDADE E GUERRA NA PROPAGANDA COMERCIAL

Temos afinidades – que tendem a se acentuar – com a América Inglesa – tão voltada hoje para o que lhe resta de ameríndio – embora nos consideremos, em essência, menos coloniais que ela, com relação à Europa moderna: a Europa carbonífera e burguesa.

(Gilberto Freyre. **A propósito da política cultural do Brasil na América.**)

O surgimento de regimes totalitários com objetivos expansionistas na Europa dos anos 1930 aprofundou as tensões diplomáticas que não se extinguiram com o fim da Primeira Grande Guerra em 1919. Um cenário de desconfianças cobria o Velho Continente. Na Alemanha e na Itália, por exemplo, a grave crise econômica era combatida através de políticas de forte industrialização, alicerçadas, sobretudo, na indústria bélica. Ao final da década de 30, a diplomacia cedeu espaço ao confronto armado entre nações. O fator detonador surgiu no verão europeu de 1939, quando a Alemanha invadiu a Polônia e, em resposta, a França e a Inglaterra declaram guerra ao regime nazista. O conchavo de alianças militares trouxe à cena dois fortes grupos beligerantes: de um lado estavam a Alemanha, a Itália e o Japão (o Eixo²⁴⁴); e do outro se colocaram a Inglaterra e a França (os Aliados), que, após 1941, receberam a União Soviética e os Estados Unidos²⁴⁵.

O ingresso dos Estados Unidos no conflito, logo em seguida ao ataque japonês à base de Pearl Harbor, no Havaí, em 1941, despertou interesse do governo norte-americano pelo apoio dos países da América Latina. Ao Brasil, na perspectiva dos estrategistas de Washington, cabia atenção particular em virtude de sua localização

²⁴⁴ A nomenclatura dá-se em referência à aliança em torno do eixo Roma-Berlim-Tóquio, mas que possuiu, ao longo da Segunda Guerra, aliados de menor poderio político-militar, como Bulgária, Hungria, Romênia, Finlândia e Tailândia, dentre outros.

²⁴⁵ Além das quatro grandes potências, os Aliados contaram até 1944 com o apoio de diversos países dos cinco continentes, dentre eles, Austrália, África do Sul, Canadá, Grécia, Brasil, Coreia, China e Noruega.

geográfica e influência no Cone Sul. A entrada das forças brasileiras na guerra em 1942, marcou, como destacou Capelato, um divisor de águas na trajetória do regime brasileiro²⁴⁶. O apoio aos Aliados em defesa da democracia, todavia, mostrava-se contraditório, uma vez que a ditadura vivida no plano interno dava o “tom” da política nacional.

Politicamente turbulento, esse foi um período de rica produção publicitária. Nessa conjuntura, ganha destaque as campanhas realizadas por empresas estrangeiras, colocando em relevo a união entre diferentes nações em prol de uma causa maior, a “liberdade democrática”. Neste último capítulo serão examinadas as mudanças operadas no formato da modernidade vivida em Recife a partir da entrada do Brasil no bloco dos Aliados.

4.1. *Sob o signo da mudança.*

Em 1940 o presidente norte-americano Franklin Delano Roosevelt foi reeleito por mais quatro anos, contando em sua campanha com o apoio dos Rockefellers, uma tradicional e milionária família do estado de Ohio atuante no ramo industrial, bancário e, sobretudo, petrolífero. As aproximações entre os Estados Unidos e os países da América Latina ganharam importante reforço com a atuação de Nelson Rockefeller, defendendo os investimentos de sua família e os interesses do governo norte-americano na região. No Brasil, a dimensão dos negócios deste clã pode ser exemplificada pela presença da distribuidora de combustíveis *Standard Oil Company (Esso)*, instalada no país desde 1912.

De educação religiosa e tendência para as artes, Nelson possuía uma perspectiva diferenciada para questões da América Tropical. Conforme o jovem Rockefeller, a estagnação econômica em que viviam os povos neo-latinos tornava a região fértil à expansão nazi-fascista, ou mesmo às revoluções de caráter nacionalista ou socialista²⁴⁷. A ameaça aos interesses norte-americanos deveria ser combatida, dentre outros meios, com propaganda. Ainda em 1940, Nelson Rockefeller foi indicado por Roosevelt

²⁴⁶ Cf. CAPELATO, Maria Helena R. O Estado Novo: o que trouxe de novo? In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de Almeida Neves (Orgs). **O Brasil Republicano: o tempo do nacional estatismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2007. pp. 107-144.

²⁴⁷ Cf. COLBY, Gerard e DENNETT, Charlotte. **Seja Feita Vossa Vontade**. A conquista da Amazônia: Nelson Rockefeller e o evangelismo na Idade do Petróleo. Rio de Janeiro: Record, 1998.

para assumir a direção do recém criado *Office for Coordinator of Commercial and Culture Relations between Americas* [Escritório para a Coordenação das Relações Comerciais e Culturais entre as Américas], que no ano seguinte passou a se chamar *The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* [Escritório de Coordenação de Assuntos Inter-Americanos] ou, simplesmente, OCIAA. Em pouco este órgão transformou-se numa máquina gerenciadora de propagandas, utilizando rádio, cinema e imprensa. O órgão fazia parte do Programa de Defesa Nacional dos Estados Unidos e associava-se ao projeto *Hemisphere Economic Policy* [Política Econômica para o Hemisfério], que visava unir aspectos culturais e comércio interamericano²⁴⁸. Os objetivos do OCIAA eram disseminar uma imagem positiva dos E.U.A e contra-atacar a propaganda do Eixo nas Américas, reforçando os vínculos entre os países do continente através de “programas ligados às artes e ciências, educação e viagem, rádio, imprensa e cinema”²⁴⁹. Dessa forma, como ressaltou Antonio Pedro Tota, quando o conflito na Europa tornou-se uma barreira à exportação dos produtos latino-americanos, os Estados Unidos deveriam não só absorver essas mercadorias, como também vender parte de sua produção industrial, associando-a sempre ao “modo de vida americano”²⁵⁰.

Desde a Conferência Pan-americana de Montevideú, em 1933, a postura norte-americana diante da América Latina mostrava-se distinta daquela cunhada nos anos anteriores pelo intervencionismo militar. A Política da Boa Vizinhança [*Good Neighbor Policy*], a partir de então implementada pelo governo Roosevelt, consistia em adquirir o apoio político dos países da região em troca de investimentos e venda de tecnologia pelos Estados Unidos. No Brasil os trabalhos de Nelson Rockefeller deveriam superar os obstáculos levantados pela influência alemã e pela resistência de setores do governo brasileiro.

Antes mesmo de Getúlio Vargas se posicionar diante do conflito internacional, já se mostravam estreitas as relações de cooperação militar com os Estados Unidos. Todavia, não foram poucos os embaraços e atritos que surgiram entre os órgãos do Ministério da Guerra e os representantes do *War Department* [Departamento de Guerra],

²⁴⁸ Cf. MESQUITA, Silvana Nery. **A Política Cultural norte-americana no Brasil: o caso do OCIAA e o papel das Seleções Reader's Digest 1940-1946.** Dissertação (Mestrado em História) Programa de Pós-Graduação em História da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2002.

²⁴⁹ MESQUITA, Silvana Nery. Op. Cit. 2002. p.37.

²⁵⁰ TOTA, Antonio Pedro. **O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra.** São Paulo: Companhia das Letras, 2000. pp.45-57.

sobretudo no que se referia à instalação de bases norte-americanas no Nordeste brasileiro e à falta de cumprimento de promessas de fornecimento de material bélico por parte dos E.U.A. O relatório dos trabalhos do Estado Maior do Exército em 1941 identificou um momento de tensão entre os dois países que desfaz a suposta ideia de ampla harmonia:

Os incidentes se repetiram de maneira a mais desagradável, com os representantes do E.M.E. brasileiro, e a conduta de representantes do ‘Staff of U.S.A.’ nem sempre foi cordial e hábil, demonstrando desconfianças, evasivas, exigências intoleráveis, intromissões indébitas com relação ao pessoal do Exército e até falsidade – fruto em parte da desorientação e desenvoltura da ‘guerra de nervos’ atirada e atizada em certos círculos de propaganda interna contra o Alto Comando do Exército.²⁵¹

Nos primeiros anos da guerra, Vargas adotou uma política de neutralidade, prolongando o relacionamento com nações do Eixo e do grupo dos Aliados, buscando assim angariar negociações favoráveis ao país. Até o final dos anos 30 a Alemanha e os Estados Unidos apareciam como os dois grandes mercados dos produtos brasileiros. O governo estava dividido, o próprio Vargas nutria simpatia pela Alemanha, enquanto que seu ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha, mantinha forte inclinação aos E.U.A. Desse modo, entre o final da década de 30 e o início dos anos 40, o modelo de modernização germânica e o norte-americana disputavam com maior ênfase a atenção de grupos intelectuais brasileiros. Diante da dependência inglesa e da crescente influência ianque, o germanismo surgia como alternativa²⁵².

Enquanto que na Alemanha, a modernização foi buscada através da conciliação entre o gerenciamento do conhecimento tecnológico de como organizar a produção, incorporado do exterior, e a forte tradição conservadora, vivenciada no país; nos Estados Unidos, a ampliação do consumo explicava parte da recuperação nacional pós-1929. O estímulo ao consumo dava ao trabalho e a renda obtida com ele uma finalidade precisa, delineando o modo de vida seguido pelos norte-americanos.

O prestígio da ciência e da tecnologia de origem alemã fazia-se sentir na publicidade comercial do período divulgada em diversas cidades do Brasil. Em Pernambuco, a campanha de um fortificante anunciava: “O preparado Pérolas Titus, [é]

²⁵¹ Relatório dos Trabalhos do Estado Maior do Exército, 1941. CDoc.Ex, Brasília. [grifo do original].

²⁵² Cf. TOTA, Antonio Pedro. Op. Cit. 2000.

resultado do progresso da medicina alemã”²⁵³. De outra forma, também a influência dos pensadores alemães foi marcante entre os grupos da intelectualidade.

Na Faculdade de Direito do Recife, ainda na segunda metade do século XIX, os sergipanos Tobias Barreto e Sílvio Romero, através de um reexame da cultura, empreenderam um embate intelectual disposto a superar a noção positivista de que a realidade humana era apreensível exclusivamente por um conjunto de leis científicas. Essa corrente nascente, logo chamada de Escola do Recife, constituiu-se em um núcleo filosófico do culturalismo. Conforme ressaltou Antônio Paim, em seu estudo sobre a Escola, naquele momento Barreto “estava bem relacionado com os círculos intelectuais da Alemanha e acompanhava com regularidade e sem grande atraso as publicações que ali se faziam”²⁵⁴. A influência do neokantismo²⁵⁵ fornecia então os instrumentos contra o cientificismo positivista. O movimento, que perdurou até o final da década de 1910, pretendeu alimentar um exame crítico diante da própria ciência, e foi reconhecido por sua tendência germanófila. Principal centro de formação jurídica no país, a Faculdade de Direito do Recife acolheu estudantes de diferentes estados. A religiosidade (catolicismo) marcante na região, também entre os intelectuais, certamente se desdobrou sobre a modernidade e seus imaginários de progresso e ciência.

Desse modo, quando Tobias Barreto negava o rancor pela metafísica nutrido pelo Positivismo, demonstrava profundo respeito pelo sentimento religioso, evitando cair no espiritualismo²⁵⁶. Como alternativa recorreu-se ao monismo haeckeliano, que buscava unir ciência e fé e, mais do que isso, tinha nesta união uma condição para o progresso social: “esta aproximação natural da crença e da ciência, esta conciliação racional do sentimento e do raciocínio, tornam-se cada vez mais uma exigência instantânea nas esferas esclarecidas”²⁵⁷. O forte peso da tradição impunha limites à razão moderna. A Escola do

²⁵³ Anúncio: O segredo da longevidade. **Diário de Pernambuco**. Recife. 01 dez. 1938. p.05. FUNDAJ.

²⁵⁴ PAIM, Antônio. **A Escola do Recife: Estudos complementares à História das Idéias filosóficas no Brasil**. Vol.5. 3. ed. Londrina: Editora UEL. 1999. p.44. De acordo com Paim, Tobias Barreto entendeu que as leis da mecânica não atendiam as complexidades sociais. A proposta era então ir além do Positivismo sem cair na teologia ou no espiritualismo.

²⁵⁵ O neokantismo foi uma corrente filosófica desenvolvida na Alemanha e difundida em outros países, como a França e a Espanha, entre o final do século XIX e as primeiras décadas do século XX. O retorno às idéias de Immanuel Kant visava estabelecer uma postura crítica diante do idealismo hegeliano e do cientificismo positivista, opondo-se ainda à filosofia romântica e aos grandes sistemas metafísicos predominantes no período. Cf. JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário Básico de Filosofia**. 3. ed. [r.a] Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1996.

²⁵⁶ Cf. PAIM, Antônio. Op.Cit. 1999.

²⁵⁷ HAECKEL, Ernest. **O Monismo**. Porto: Livraria Chardon. 1908. p.09.

Recife, voltando-se ao pensamento alemão, buscou negociar uma forma de unir “sentimento” e “raciocínio”, numa clara expressão da modernidade conservadora experimentada na região.

Foi ainda nesta Faculdade que Agamenon Magalhães bacharelou-se em Direito no ano de 1916 e ali retornou em 1934, como professor catedrático de Direito Público e Constitucional. Aprovado em concurso com a tese *O Estado e a Realidade Contemporanea*, o futuro interventor escreveu na apresentação de seu trabalho:

Entraremos, pois, no concurso por vocação e por dever. Dever para com a nossa geração e para com a própria Faculdade de Direito, patrimonio irrecusavel da civilização brasileira. Somos nós, os seus discípulos, os depositários das tradições culturais da histórica Escola do Recife. E, como depositários fiéis devemos lhe preservar a fama pelo estudo e pelo ensino.²⁵⁸

Embora se considerando “discípulo” e “depositário das tradições”, Agamenon, que elaborou seu estudo em agosto de 1933, o fez sob um contexto que já não era aquele de combate ao Positivismo. A “realidade contemporanea”, expressão que dá título à sua obra, refere-se ao turbulento momento político vivenciado pelos países ocidentais, sua análise demonstrou profundo conhecimento sobre a condição do Estado nazista. A Alemanha modernizou-se de forma incomparável em menos de uma década, aperfeiçoando sua técnica industrial com os processos de racionalização norte-americanos, como o taylorismo, que, dentre outros aspectos, fracionava o processo produtivo especializando o operário em uma dada função, e o fordismo, modalidade que inaugurou as linhas de produção²⁵⁹.

Não obstante, a admiração de Agamenon era comedida, nunca chegando a ser um entusiasta de Adolf Hitler. O nacionalismo foi entendido como um elemento de renovação da vida coletiva, capaz de produzir nas massas um patriotismo que é “confiança

²⁵⁸ MAGALHÃES, Agamenon. *O Estado e a Realidade Contemporanea*. Recife: Oficinas Graphics do Diarrio da Manhã. s.d. p.2

²⁵⁹ A economia de tempo a partir da chamada “organização científica do trabalho” pode ser comparada pelos dados fornecidos por Thomas Gounet. Sob a antiga organização da produção um veículo era montado nos Estados Unidos em 12:30 horas, esse mesmo veículo, montado de acordo com o parcelamento das tarefas sugerido pelo taylorismo, ficava pronto em 2:38 horas, e essa duração caía para 1:30 hora quando montado sob as linhas automatizadas do processo fordista. Cf. GOUNET. Thomas. *Fordismo e Taylorismo na civilização do automóvel*. São Paulo: Boitempo, 1999. pp. 18-20.

e crença, organização e paz”²⁶⁰; é, sobretudo, “forma energética de transformação do Estado em um tipo novo de integração da vida nacional. Nele predomina o motivo social, o sentido de uma reação contra o marxismo”²⁶¹. Na Alemanha, advertiu Agamenon, “esse motivo social é unido ao de raça, extremado-se nas antigas rivalidades imperialistas, notadamente contra a França”²⁶². Mesmo ao reconhecer o vigor e a energia empregados no desenvolvimento germânico, a crítica pesou sobre a forte militarização colocada em prática pelos nazistas.

No início da década de 40, Pernambuco contava com uma população de cerca de 800 imigrantes alemães²⁶³, reunidos sobretudo em torno da Escola Alemã, do Clube Alemão e da Sociedade Beneficiária Alemã. Fundado nos anos 20, o *Deutscher Klub Pernambuco* (DKP) [Clube Alemão de Pernambuco] mantinha sua sede na Rua do Irajá, centro do Recife, e funcionava como um núcleo cultural e político da colônia germânica no estado. O clube publicava um jornal mensal, em língua alemã – *Monatsblatt Deutscher Klub Pernambuco* – que trazia curiosidades, notícias de economia e política da Alemanha e do Brasil, além de uma variedade de anúncios comerciais [Ver “Anexos”, imagem 6]. Em um artigo de 1937, a modernização brasileira foi tema de discussão, comparando-a ao desenvolvimento das Índias Holandesas²⁶⁴. De acordo com o dr. Gehlsen, autor do texto publicado no periódico, o Brasil gerou uma indústria própria e permitiu a entrada de grande quantidade de imigrantes de capacidade e boa vontade de consumo, um fator crescente na economia mundial. E concluiu, “eu admiro o Brasil que, mesmo com todos os problemas internos conseguiu formar um grande bloco econômico, e segue com autonomia ao encontro de um futuro maior do que o das Índias Holandesas”²⁶⁵. O formato de modernização idealizado para a Alemanha certamente não foi o mesmo que os colonos alemães em Pernambuco pensaram para o Brasil. Assim, a abertura à imigração – lê-se

²⁶⁰ MAGALHÃES, Agamenon. **O Estado e a Realidade Contemporanea**. Recife: Oficinas Graphicas do Diario da Manhã. s.d. pp.129-130.

²⁶¹ Ibidem. p.126.

²⁶² Idem.

²⁶³ Relatório da Polícia Civil de Pernambuco, 1942. Fundo da Secretaria de Segurança Pública, nº 29.653 – “Alemanha”. APEJE.

²⁶⁴ As Índias Orientais Neerlandesas correspondem atualmente ao território da Indonésia.

²⁶⁵ Tradução livre do autor. De acordo com o original: “*Ich bewundere Brasilien, das mit all seinen grossen innern Schwierigkeiten einen grossen Wirtschaftsblock geschaffen hat und selbstaendig einer grosseren Zukunft, entgegengeht als das koloniale Niederlaendisch Indien*”. GEHLSSEN. Brasilien: Niederlaendisch Indien (ein Vergleich). **Deutscher Klub Pernambuco Monatsschrift**. Recife. Novembro de 1937, nº 82. p.08.

aqui imigração germânica – foi vista como fator de grande relevo ao desenvolvimento nacional. Cabe observar que o caráter “independente” [*selbstaendig*] da economia nacional em 1937, ano da publicação do artigo, era o mesmo que colocava a Alemanha como o maior fornecedor do Brasil – vendendo inclusive armamentos –, e o segundo maior comprador dos produtos nacionais²⁶⁶. Conforme destacou Albene Menezes, a relação econômica entre os dois países era de complementaridade, a Alemanha tinha suas necessidades ampliadas com a corrida armamentista, enquanto que o Brasil necessitava escoar o excedente de produção, sobretudo do café²⁶⁷.

4.2. *Uma escolha conveniente.*

Até 1942 os portos brasileiros receberam diversos navios de países do Eixo, que vinham em busca de produtos para uso militar, como o quartzo e a borracha. No início daquele ano, no entanto, a política de neutralidade empreendida por Getúlio Vargas sofreu novas pressões. Desde o ataque da Armada Imperial Japonesa à base norte-americana de Pearl Harbor, em dezembro de 1941, o governo Roosevelt vinha intensificando suas investidas para que o Brasil aderisse ao grupo dos Aliados. O apelo à suposta identidade continental não sensibilizou o presidente Vargas mais do que a efetiva materialização da Siderúrgica de Volta Redonda. A *Realpolitik* pode ser observada através das palavras do general Pedro Aurélio de Góis Monteiro:

Todas as fantasias e máscaras do Pan-Americanismo e quaisquer outras formas de sentimentalismo de que não dispõem de força suficiente,

²⁶⁶ De acordo com Jose Carlos Durand, entre 1933 e 1938 as exportações brasileiras para a Alemanha cresceram 300%, enquanto que as importações multiplicaram em cinco vezes, fazendo da Alemanha o principal fornecedor do Brasil. DURAND, Jose Carlos Garcia. **Formação do campo publicitário brasileiro: 1930-1970**. Rio de Janeiro: FGV-EAESP/GVPESQUISA. 2008.

²⁶⁷ Ainda seguindo o estudo de Menezes, em setembro de 1934 o governo de Hitler colocou em vigor o Novo Plano Econômico alemão [*Neuer Plan*] que, em linhas gerais, traçou as diretrizes de um comércio de compensação para os parceiros comerciais da Alemanha. Comprava-se apenas daqueles países que importavam produtos alemães e, mais que isso, as operações eram realizadas a partir de créditos contabilizados em Marco Imperial [*Reichsmark*] que, uma vez disponíveis em bancos autorizados poderiam ser sacados apenas para pagamento de compras de mercadorias germânicas. O comércio de compensação entre Brasil e Alemanha teve início no final de 1934 e perdurou até o ano de 1942. Cf. MENEZES, Albene Miriam F. Alemanha e Brasil: o comércio de compensação nos anos 30. In: BRANCATO, Sandra M. Lubisco; MENEZES, Albene Miriam F. (Orgs). **Anais do Simpósio O Cone Sul no Contexto Internacional**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1995.

devem ser abolidas, pois o moral das nações rege-se, unicamente, por oposição ou concordância de interesses. Para o caso emergente as diretrizes do Estado-Maior do Exército, aprovadas pelo Governo, para entabular negociações em Washington, eventualmente devem ser completadas tendo em vista interesses e hipóteses que necessariamente, hão de advir e não olvidar o perigo eminente de “fato consumado”, seja pelo isolamento do Brasil no concerto das nações sul-americanas e pela compreensão “boicotadora”, seja pela intervenção armada em virtude de fomentação de lutas intestinais ou seja pelas atitudes hostis estimuladas convenientemente em nações vizinhas; seja ainda por um pretexto qualquer que justifique ações²⁶⁸.

Em janeiro de 1942 realizou-se no Rio de Janeiro, por convocação do governo norte-americano, uma reunião de consulta entre os ministros das relações exteriores do continente, que ficou conhecida como a III Reunião dos Chanceleres. Ao final do evento, Vargas assumiu o compromisso de romper relações diplomáticas com os países do Eixo e, em troca, o governo Roosevelt se comprometeu a reequipar as Forças armadas brasileiras. Se o Brasil ainda não estava na guerra, o rompimento diplomático serviu como presságio aos acontecimentos futuros. Assim, de fevereiro a agosto de 1942, foram torpedeados 21 navios brasileiros por submarinos italianos e alemães, contabilizando mais de 700 mortos. A comoção popular logo desaguou em manifestações públicas.

Foi sob esse contexto que, no Recife, a associação comercial da cidade emitiu nota na imprensa local comprometendo-se a demitir os funcionários vinculados aos países do Eixo de seus quadros, assim como cobrou igual medida de seus associados²⁶⁹. Estabelecimentos comerciais de alemães, italianos e japoneses foram alvos da hostilidade popular, tendo mesmo sido algumas lojas apedrejadas e arrancadas suas placas. Dentre as casas comerciais rechaçadas estavam a distribuidora alemã de cervejas Herman Stoltz, a casa comercial Gino Luchesi, pertencente a família italiana, e a próspera sorveteria Gemba, do japonês Heiji Gemba. Agamenon Magalhães, que já demonstrara em sua tese, *O Estado e a Realidade Contemporânea*, ser um leitor atento de Georges Sorel²⁷⁰, bem sabia que a flâmula do momento político poderia estimular a energia concentrada naquela multidão anônima. Reconduzir essa força coletiva para o trabalho era uma exigência imposta pela

²⁶⁸ Gal. Góis Monteiro. *apud*. CHACON, Valmireh. Op.Cit. 1977. p.71.

²⁶⁹ ASSOCIAÇÃO COMERCIAL. Nota Oficial. **Jornal Pequeno**. Recife, 20 ago.1942. p.03. APEJE.

²⁷⁰ Agamenon Magalhães, em seu texto, faz referência ao pensamento de Georges Sorel (1847-1922) sobre a relação entre a política e a violência coletiva. As referências a Sorel remetem especificamente à obra *Reflexões sobre a Violência*.

ordem, mas os ânimos deveriam antes ser acalmados. Em agosto daquele ano o presidente Vargas declarou guerra às forças do Eixo.

O posicionamento em definitivo do Brasil diante da guerra intercontinental abriu caminho à consolidação da via norte-americana de modernização. Enquanto o mercado brasileiro foi inundado pelos produtos importados dos Estados Unidos, os jornais pernambucanos traziam nas propagandas comerciais argumentos de consumo que remetiam ao *american way of life* [modo de vida americano].

Ao passo que o formato norte-americano de consumo foi se estabelecendo em algumas cidades brasileiras, como o Recife, a ideia de modernização sob um configuração germânica tornava-se mais distante. Outras barreiras se erguiam à importação desse formato europeu. Na Alemanha, segundo Jeffrey Herf, o crescimento industrial atrelado à fraca tradição liberal – desenvolvida nos princípios de liberdade, igualdade e individualismo – dava o pano de fundo ao que ele chamou de “modernização reacionária”, nascente no *III Reich*²⁷¹. Herf chama a atenção para o fato desse arquétipo possuir como característica a incorporação da tecnologia, elemento de uma *Zivilisation* exterior, como parte orgânica da *Kultur* germânica, transformando necessidades industriais e militares em virtudes nacionais. Esse autor observa que as ideias românticas, voltadas para as tradições e estilos de vida negados pelo racionalismo capitalista e presentes no nacionalismo teutônico, foram progressivamente conciliadas com a racionalidade da tecnologia moderna²⁷². Registra ainda Herf que o século XX alemão deveria ser, como sugeriu Joseph Goebbels, a era do *stählernde Romantik* [romantismo de aço]²⁷³. O pensamento fincava raízes no passado germânico, condensando parte da cultura conservadora do antigo império com a modernização experimentada durante os anos da República de Weimar (1919-1933). O plano de expansão e modernização alemã encontrou amparo na própria cultura tradicional, conciliando racismo e racionalismo moderno²⁷⁴.

²⁷¹ HERF, Jeffrey. **O Modernismo Reacionário: Tecnologia, cultura e política na República de Weimar e no 3º Reich**. São Paulo: Editora Ensaio, 1999.

²⁷² O pensamento romântico alemão caracterizou-se pela oposição à filosofia racionalista desenvolvida a partir do século XVIII e mostrava uma forte dimensão anti-capitalista expresso na recusa ao universo burguês, ao liberalismo econômico e à industrialização. Defendia formas intuitivas de relacionamento humano ainda presentes em camadas pré-capitalistas da Alemanha do começo do século XX, como camponeses, nobreza e pequena burguesia. LÖWY, Michael. Por uma sociologia da ‘intelligentsia’ anticapitalista. In: **A evolução política de Lukács: 1909-1929**. São Paulo: Cortez, 1998.

²⁷³ HERF, Jeffrey. Op Cit. 1999. pp.26.

²⁷⁴ TOTA, Antonio Pedro. Op.Cit. 2000.

A modernização de viés americano, por seu turno, esclarece Antonio Tota, era explicada pela fórmula: trabalhar, produzir, ganhar dinheiro e consumir, fazendo do *american way of life* mais flexível às adaptações da população brasileira por enfatizar a relação temporal presente-futuro, enquanto que a via alemã para a modernização ancorava-se sobre um passado nacional²⁷⁵.

Sob o comando de Nelson Rockefeller, o OCIAA trabalhou para implementar na América Latina a política da boa vizinhança, tornando o ideal de solidariedade continental um elemento a mais na publicidade relacionada aos Estados Unidos. Os anos 30 e 40 consolidaram uma mudança de rumos no trato do governo norte-americano com os países da região, que mostra a superação da política de intervenção militar direta, consagrada no início do século pela diplomacia do *Big Stick* [grande porrete]. O aumento no fluxo de cidadãos estadunidenses no Recife em decorrência do ingresso brasileiro na guerra contribuiu para reforçar os imaginários de modernidade que ali se formavam. Hábitos comuns ganharam os novos “incrementos” de uma época de medo, mas também de euforia.

Em março de 1942, pelos acordos com Washington, várias localidades do Nordeste brasileiro receberiam tropas norte-americanas para instalarem bases navais e aéreas. A partir de novembro o Recife passou a acolher o *Ibura Field*, uma importante base aérea de onde partiram centenas de aviões em combate, sobretudo, para o Norte da África²⁷⁶. O Brasil entrara definitivamente no conflito mundial. A presença inesperada de milhares de militares norte-americanos circulando pelas ruas do Recife trazia uma preocupação em especial. Buscava-se causar uma impressão favorável da cidade. O prefeito Novaes Filho comentou nas páginas da *Folha da Manhã*:

Foi boa essa oportunidade para que êles [americanos] nos conhecessem, e nós, também a êles. E, certamente, após a guerra, toda essa gente vai fazer propaganda do Brasil, mostrar a seus patrícios que nossas condições de vida, o nosso clima e a nossa cidade têm muito colorido, muitas seduções e muitos atrativos.²⁷⁷

²⁷⁵ Idem.

²⁷⁶ Um aspecto da base americana pode ser observado em fotografia realizada quando da visita do interventor federal ao local. Ver “Anexos”, imagem 7.

²⁷⁷ FILHO, Novais. Americanos no Recife. **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 01 jul. 1943. p.03. APEJE.

A modernidade deveria ajustar-se aos tempos de guerra e, decerto, a presença norte-americana trouxe novas referências às práticas habituais. As gasosas de maçã ou limão, fabricadas pela empresa nacional *Fratelli Vita*,²⁷⁸ logo perderam espaço na preferência do público recifense para a *Coca-Cola*, tomada diretamente na garrafa e com os pés sobre a mesa. Os óculos *ray-ban* e as calças *slacks* também alcançaram aceitação. No entanto, nem tudo era admiração, a rivalidade entre os estrangeiros e os rapazes da cidade ocorria pela preferência que tanto as moças de família quanto as profissionais da Rua da Guia davam aos militares estadunidenses. O Recife acomodou ainda clubes criados por autoridades americanas para distração de seus soldados, eram os *United Service Organizations*. Durante o período em que o Brasil participou da Guerra eram frequentes também as festas no tradicional Clube Português, onde a grande maioria do público era formada por americanos.

A guerra, no entanto, não alterava o cotidiano social apenas pela presença daquela base internacional. Em pouco tempo, um grande volume de discursos de diferentes esferas remetia ao conflito, e a memória, aos poucos, era reorganizada. Publicidade e política são conceitos distintos, mas também esferas que se entrelaçam em períodos específicos. Ainda na década de 1920, os anúncios comerciais eram objetos de constante aperfeiçoamento. Quando o norte-americano C. Hopkins acreditou ter descoberto as leis de uma “publicidade científica”, após medir a influência da sugestão publicitária através do caso particular das vendas por correspondência, I. Lee propôs um novo formato de *publicity*, denominado Relações Públicas. O objetivo dos métodos relacionistas era manter um diálogo entre aquele que publica sua mensagem e seus diferentes públicos, de modo favorável ao emissor do anúncio. Assim, distintamente do reclamo tradicional, as relações públicas não tinham por fim produzir resultados imediatos. Como observou Gérard Langneau, a comunicação relacionista tomou como princípio o repúdio a todo e qualquer objetivo mercantil, buscava-se afirmar a generosidade do emissor do discurso, apregoando sua fé nas virtudes do diálogo, da boa vontade, da compreensão e da sinceridade mútuas entre os anunciantes e a opinião pública dinâmica²⁷⁹. Langneau constata que, atuando como virtuosos da dialética publicitária entre a realidade da venda e a aparência da dádiva,

²⁷⁸ A *Fratelli Vita* foi fundada em 1902, na cidade de Salvador, pelos irmãos italianos Giuseppe Vita e Francesco Vita, que fabricavam gasosas e cristais. A empresa foi fechada em 1962 e, dez anos depois, as instalações da antiga fábrica, junto com a marca *Fratelli Vita*, foram vendidas para a Cervejaria Brahma. Cf. PINSKY, Luciana. Um clássico volta à mesa. **Revista Época**. n. 131. Rio de Janeiro: Globo. 20 nov. 2000. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/edic/20001120/soci6a.htm>>. Acesso em: 20 mar. 2010.

²⁷⁹ LANGNEAU, Gérard. **A sociologia da publicidade**. São Paulo: Cultrix. 1981. pp.20-21.

os relacionistas trabalharam para suscitar, manter e aprimorar as imagens coletivas de marcas, instituições ou personalidades cuja fortuna e cujo poderio dependem em maior ou menor escala de sua reputação²⁸⁰.

Mais crítico que Langneau, o filósofo e sociólogo Jürgen Habermas defende que é com a *praxis* das relações públicas que o anúncio comercial adquire consciência de seu caráter político²⁸¹. Segundo Habermas, no momento em que um novo formato de propaganda investe no trabalho com a opinião pública, diferencia-se da publicidade comum por assumir a esfera pública como expressamente política. Para o autor,

(...) o destinatário das *public relations* é a ‘opinião pública’, são as pessoas privadas enquanto público e não enquanto consumidores imediatos. O emissor esconde as suas intenções comerciais sob o papel de alguém interessado no bem-comum. A manipulação dos consumidores empresta as suas conotações à figura clássica de um público culto de pessoas privadas e se aproveita de sua legitimação (...).²⁸²

A construção de uma imagem receptiva, seja para o anúncio comercial ou para a propaganda política, certamente transitou pelo campo dos imaginários sociais. O papel do rádio, do cinema e da imprensa ganhou progressiva relevância com o aumento da população nos grandes centros, forçando o aprendizado no trato com milhares de indivíduos ao mesmo tempo.

No Brasil, o DIP foi o órgão responsável por construir uma imagem favorável do regime e transmiti-la à população através de uma comunicação de massa. O ingresso no contexto internacional turbulento, contudo, não fazia parte do planejamento dos representantes governistas e a Declaração de Guerra ao Eixo, de 1942, foi acompanhada pelo redirecionamento da política de propaganda do Estado Novo. A guerra passou então a ser o novo foco. O DEIP, seguindo recomendações da Divisão de Rádio do DIP, proibiu a execução em Pernambuco de canções populares ou militares italianas ou alemães. Da mesma forma foram proibidas as óperas de Richard Wagner cantadas em italiano ou alemão. Em carta ao DEIP, o diretor da Rádio Clube de Pernambuco expôs um relatório com a programação semanal, demonstrando adequação aos novos interesses:

²⁸⁰ LANGNEAU, Gérard. Op. Cit. 1981.

²⁸¹ HABERMAS, Jürgen. Op. Cit. 2003.

²⁸² *Ibidem*. pp.226-227.

PROGRAMAÇÃO SEMANAL DA RÁDIO CLUBE DE PERNAMBUCO – ABRIL DE 1943

PROGRAMA	DIA DA SEMANA	HORÁRIO
Alô, América	2as. e 6as. - feiras	18,15 às 18,30;
A Semana em Revista	2as. - feiras	21,35 às 21,45;
O Momento da Pátria	3as. - feiras	21,45 às 22,00;
Jóias Musicais	3as. - feiras	22,05 às 22,30;
Onda Literária	5as. - feiras	22,35 às 22,55;
Serões do Fazendeiro	5as. - feiras	18,30 às 19,00;
Hora da Saudade e Coisa de Nossa Terra	(em sábados alternados)	21,35 às 22,00;
Fora do Eixo	aos sábados	19,30 às 19,45.

Fonte: Carta enviada pela Rádio Clube ao DEIP²⁸³.

Nesse momento, as conexões entre a publicidade comercial e a propaganda política fizeram-se mais fortes. As empresas privadas reorganizaram seus argumentos de venda em concordância com o momento vivido pelo país. Era então cada vez mais frequente encontrar nas páginas dos jornais propagandas de carros, óleos para motores, eletrodomésticos, remédios, voltadas para o contexto da guerra. O discurso estatal era, desse modo, apropriado e reformulado para fins comerciais.

É interessante observar as modificações operadas no universo publicitário. Em 1938, antes mesmo do conflito ter início, o *Diário de Pernambuco* trazia Mussolini em sua intimidade, um homem de hábitos regulares que acorda e dorme cedo, alimenta-se essencialmente a base de frutas, não consome bebidas alcoólicas ou fuma e tem na equitação seu principal esporte²⁸⁴. O *Duce* era um belo exemplo para exploração comercial de sua imagem, associando-a à saúde e ao culto do corpo. Nesse sentido pode-se ler o anúncio do fortificante *Galenogal*, que reeditava as palavras do ditador italiano: “– Si avanço, sigam-me! – Si recuo, matem-me! – Si tombo, vinguem-me! – Si o sangue torna-se impuro, Galenogal!”²⁸⁵ [Ver “Anexos”, imagem 8]. Com a declaração de guerra aos países do Eixo, esse formato tornava-se inviável. Em 1944, a campanha de um rum trazia a imagem do ditador italiano em situação bastante distinta daquela de anos atrás. Sob o título

²⁸³ Carta emitida pela Radio Clube de Pernambuco ao diretor do Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda em 27 abr. 1943. APEJE.

²⁸⁴ GERVASI, Frank. Mussolini na intimidade. In: Segunda Secção. *Diário de Pernambuco*. Recife. 30 jan. 1938. p.01. FUNDAJ.

²⁸⁵ Anuncio: Si avanço, sigam-me! Si recuo, matem-me! Si tombo, vinguem-me! *Jornal do Commercio*. Recife. 04 dez. 1938. p. 09. FUNDAJ.

“o cavalo alado”, a propaganda mostrou, em caricatura, Hitler “cavalgando” Mussolini²⁸⁶ [Ver “Anexos”, imagem 9]. A saúde, valorizada pelo imaginário moderno e refletida no culto ao corpo, deveria ser redirecionada para outras imagens, Mussolini já não mais era referência possível.

Ao DEIP coube cercar os “inconvenientes” suscitados pelas campanhas comerciais. Em correspondência enviada a este departamento, a *Fratelli Vita*, empresa famosa principalmente como fabricante de gasosas e pertencente a uma família italiana, solicitou autorização para distribuir impressos publicitários:

Fazemos sentir a V.Sa. que tais impressos fôram submetidos à apreciação técnica do senr. delegado de Trânsito, não nos esquecendo, também, de enviá-los ao dr. Fábio Corrêa, da 'D.O.P.e S.', para serem examinados por essa autoridade na parte que lhe está afeta²⁸⁷.

A censura implementada era uma forma, dentre outras, de tentar controlar os imaginários em desenvolvimento. Reconduzir a modernidade a um caminho oportuno significou anular toda forma de representação positiva dos países inimigos.

Enquanto centenas de soldados brasileiros morriam em combate na Europa, cidades como Natal, Recife e Rio de Janeiro viviam o cotidiano do *front* trazido por passageiros que desembarcavam em seus portos, mas também por revistas, jornais e rádios. A realidade construída pelos discursos alargou as fronteiras do político. O racionamento de gêneros de primeira necessidade, os exercícios de defesa passiva antiaérea, o convívio com militares estrangeiros, tudo colaborava para lembrar que o Brasil vivia a iminência de um ataque, e sua população deveria permanecer preparada. O estado de mobilização enfatizado pelo interventor Agamenon Magalhães em Pernambuco, expressou a manutenção da ordem, compreendendo que guerra é, acima de tudo, organização, disciplina.

A publicidade de empresas estrangeiras ensejou a propagação de ideais intensificados com o momento de turbulência, como o pan-americanismo, contribuiu enormemente, também, para o incremento da recepção do modelo moderno de consumo, de vertente norte-americana. Os anúncio publicados em diversos jornais de Pernambuco

²⁸⁶ Anúncio: Um dia no após guerra esta deliciosa trinca. **Diário de Pernambuco**. Recife. 01 out. 1944. p.05. FUNDAJ.

²⁸⁷ Carta emitida pela Fratelli Vita ao diretor do Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda, em 26 out. 1944. APEJE.

produziram mais que consumidores, permitiram a constante atualização da sensibilidade política que, diferente de um estado fixo, é, como lembra Capelato, resultado de mensagens e dramatizações que mantêm ou modificam os sentimentos coletivos diariamente²⁸⁸. Os pilares da propaganda comercial nos tempos de guerra foram os métodos relacionistas, forjando uma imagem receptiva da marca ou grupo através de suas ligações com o bloco dos Aliados e de sua ênfase no “desejo de liberdade”. Conforme ressaltou Lamberto Pignotti, “a propaganda comercial não vende ‘produtos’; senão ‘desejos’, e que se o desejo não existe, então se inventa”²⁸⁹. Esse “desejo de liberdade” deveria ser cuidadosamente polido no Brasil, uma vez que poderia entrar em conflito com o contexto restritivo pelo qual passava o país.

Como parte de uma estratégia que visava anular a influência dos países do Eixo no Brasil, o OCIAA colocou em prática uma política de incentivo à expansão da propaganda comercial norte-americana em rádios, revistas, cinemas e jornais. O objetivo não era apenas a conquista do mercado, mas, sobretudo, manter uma imagem receptiva dos Estados Unidos. Em 1942, sob o argumento de esforço de guerra, Nelson Rockefeller convenceu o Departamento do Tesouro americano a subtrair na cobrança dos impostos todos os gastos com publicidade realizados no exterior²⁹⁰. Com isso, teve-se uma expansão considerável no número de anúncios de empresas norte-americanas durante o período que segue de 1942 a 1945. Mesmo quando as indústrias, afetadas pela guerra tiveram sua produção reduzida e faltavam produtos para a venda, as chamadas publicitárias tinham o objetivo de reforçar os imaginários de solidariedade continental e de ideal de modernidade, pela via americana.

Os anos em que o Brasil esteve envolvido pela guerra foi uma época de aproximação entre o DIP e o OCIAA. Cabe observar que Rockefeller e seus representantes circularam pela alta cúpula do governo Vargas, assim como funcionários do DIP também tiveram acesso ao OCIAA²⁹¹. Em Pernambuco, essa relação ganhou forma nos contatos entre o DEIP e o Escritório da Coordenação Americana no Recife, sediado no 4º andar do

²⁸⁸ CAPELATO, Maria Helena R. Op.Cit. 1998. p.64.

²⁸⁹ Tradução livre do autor. Conforme o original: “*es oportuno repetir que la propaganda comercial no vende ‘productos’; sino ‘deseos’, y que si el deseo no existe, entonces se inventa, dado que según la sabia formulación del doctor Dichter, todo deseo es artificial*”. PIGNOTTI, Lamberto. **La Super-Nada: Ideologia y Lenguaje de la Publicidad**. Valência: Fernando Torres Editor, 1976. p.22.

²⁹⁰ Cf. DURAND. Jose Carlos Garcia. Op.Cit. 2008.

²⁹¹ As aproximações entre o chefe do OCIAA e o governo brasileiro podem ser observadas na comemoração do Dia da Pátria, em 1942. Ver “Anexos”, imagem 10.

edifício do Jornal do Commercio. Em carta ao DEIP, Evandro Leite, representante do Escritório, enviou em setembro de 1944 um exemplar do livreto *Cordell Hull, o homem das Américas*, publicado pelo próprio Nelson Rockefeller²⁹². Junto à obra, Leite pediu ao diretor daquele Departamento, Nilo Pereira, que tecesse alguns comentários a fim de que pudessem ser publicados em jornais e ajudasse, desse modo, na divulgação do material. O Escritório da Coordenação Americana foi responsável pela distribuição de numerosos materiais impressos, como os livretos *Programas em português dos Estados Unidos*, *Patriotic Songs of America*, *Brazil at a Glance* e *Catalogo de Films*²⁹³.

O período de 1942 a 1945 marcou também uma fase de maior fluxo de propagandas de empresas norte-americanas nos jornais pernambucanos. Em uma edição de domingo de dezembro de 1939, por exemplo, o *Diario de Pernambuco* publicou 4 anúncios vinculados à companhias norte-americanas, enquanto que em julho de 1943, também em uma edição de domingo, esse número dobra, atingindo a marca de 8 propagandas²⁹⁴. Como uma das explicações para a mudança observada, pode-se argumentar a política de incentivo à expansão da propaganda comercial colocada em prática por Nelson Rockefeller, em 1942, que consistia em subtrair nos impostos de companhias norte-americanas todos os gastos realizados no exterior.

4.3. *O capital norte-americano e o ideal de “solidariedade”.*

O alinhamento do Brasil ao bloco dos Aliados era visto como de grande importância para a Casa Branca, uma vez que o Nordeste brasileiro, considerado uma das regiões mais vulneráveis do continente americano, estava inserido na estratégia de defesa continental. Longe da mera passividade, o Estado Novo associava-se aos norte-americanos após o cálculo oportunista do presidente Vargas. Definida a posição brasileira, cabia agora às empresas ianques aqui estabelecidas tomar proveito da situação. Retomar o discurso

²⁹² Carta enviada pelo Escritório da Coordenação Americana no Recife ao DEIP, em 28 de setembro de 1944. Fundo de Interventoria nº 5. APEJE.

²⁹³ Carta enviada pelo Escritório da Coordenação Americana no Recife ao DEIP, em 3 de outubro de 1944. Fundo de Interventoria nº 5. APEJE.

²⁹⁴ Para a análise comparativa foram utilizados os exemplares de 17 de dezembro de 1939 e de 20 de julho de 1943.

forjador de uma identidade continental, e em alguns casos Ocidental, permitia ao empresariado estrangeiro maior dinamização do mercado nacional. Operava-se a dilatação do campo político. “Enriqueça sua biblioteca”, assim inicia a *W. M. Jackson Editores* o anúncio de sua nova coleção de livros sobre o continente americano: “História de América: uma obra que corresponde ao ideal de solidariedade continental”²⁹⁵. O engajamento aos esforços de guerra passou a espelhar valor agregado ao produto, uma vez que o combate ao Eixo significava também a defesa do Brasil. A propaganda comercial de companhias estrangeiras, por meio dos métodos relacionistas, trabalhou a imagem da marca através de suas ligações com a guerra. Na corrida pelo desenvolvimento de tecnologias de ataque ou defesa militar, a *Esso*, por exemplo, apresenta-se orgulhosamente como instrumento de destruição do inimigo.

A Organização Esso, descobridora da fórmula do toluol sintético, extraído do petróleo, deu aos exércitos das Nações Unidas mais uma fonte vital de suprimento. E hoje, quando sabemos que 3 de cada 5 bombas que os nossos soldados atiram sobre o inimigo são preparadas com toluol sintético, sentimo-nos naturalmente satisfeitos por essa nova colaboração prestada aos defensores da nossa civilização.²⁹⁶

Pode-se ler, a partir da propaganda acima, que os soldados brasileiros não apenas compõem os exércitos do bloco dos Aliados, como defendem uma “civilização”, a qual o Brasil pertence tanto quanto o emissor da propaganda. Produzem-se elementos comuns.

A riqueza dos discursos do capital norte-americano no Brasil se mostra pelas possibilidades de significados. A campanha da *Ford* fornece exemplo dessa polissemia:

(...) nós que vivemos no Hemisfério Ocidental, podemos dizer aos nossos filhos: ‘As Américas estimulam a ambição; todo cidadão tem oportunidade de desenvolver ao máximo sua habilidade e seu talento’; (...) é por isso que Ford está contribuindo com sua parte para assegurar o amanhã melhor e aprazível para todos os povos livres...’²⁹⁷

²⁹⁵Anúncio: Enriqueça sua biblioteca. **Diário de Pernambuco**. Recife. 12 mai. 1942. p.05. FUNDAJ.

²⁹⁶Anúncio: Enquanto Lutamos na Guerra. **Diário de Pernambuco**. Recife. 12 dez. 1942. p.03. FUNDAJ. [grifo nosso]

²⁹⁷ Anúncio: Quem não gostaria de usar êstes sapatinhos. **Diário de Pernambuco**. Recife. 15 out. 1944. p.02. FUNDAJ.

O continente americano é aqui a referência da construção da identidade, que possui, segundo o texto, a liberdade como característica de seus povos. As fronteiras dessa identidade se estabelecem diante daquele que não é “livre”. Na América “todo cidadão tem oportunidade de desenvolver ao máximo sua habilidade e seu talento”. Se um sentido pode ser extraído na compreensão de que as forças do Eixo subtraem as liberdades dos povos inseridos dentro de seus limites, o discurso trabalha ainda a memória de outros dizeres. A suposta ameaça comunista, como justificativa para implantação do Estado Novo, percorre a memória. O outro, aquele que não é “livre”, não está claramente identificado no texto, podendo ser tanto o nazi-fascista quanto o comunista. O discurso sustenta-se por meio de outros dizeres, recorre à memória e edifica-se como uma produção histórica.

A ameaça ainda rondava o Brasil, e o inimigo poderia estar dentro do território nacional. Em Pernambuco, o Departamento de Ordem Política e Social (DOPS) manteve secreta vigilância sobre as atividades da família Lundgren, de imigrantes suecos. A *Fábrica Paulista* e as *Casas Pernambucanas* compunham parte dos negócios da família que possuía entre seus funcionários um número expressivo de alemães. As suspeitas muitas vezes não se mostraram infundadas, o que tornou estabelecimentos desta família alvo da ação de agentes do DOPS. Também o Estado Maior do Exército, em um raro momento que cumpria funções de contra-espionagem, demonstrou que as atividades nazistas estavam espalhadas por diferentes pontos do país:

Cumprir destacar as diligências acerca dos dois espões alemães WILHELM HEINRICK KOPFF e WILLIAM MARCUS BAARN, desembarcados no litoral fluminense. O E.M.E. conseguiu fazer-se passar por KOPFF, entrar em ligação pelo rádio com seus Chefes e obter completos informes sobre a missão de ambos no Brasil, bem como sobre suas ligações no Continente Sul-americano.²⁹⁸

A atmosfera de medo pela espionagem estrangeira ou mesmo dos chamados “traidores da nação” não deixou incólume a propaganda comercial. Em Pernambuco, a companhia de distribuição de energia elétrica *Pernambuco Tramways & Power Company Limited* alertava: “Cuidado com o que vê, ouve e fala. A quinta coluna trabalha contra o

²⁹⁸ Relatório dos Trabalhos do Estado Maior do Exército, 1944. CDoc.Ex, Brasília.

Brasil”²⁹⁹. O cotidiano de guerra forneceu oportunidade excepcional para aproximar a propaganda privada aos esforços do Estado, tornando-a muitas vezes porta-voz de campanhas governamentais. Com o título “Ambos trabalham para a vitória!”, a *Texaco* anunciava: “os que ficam à retaguarda podem auxiliar os que lutam na linha de frente, mediante cooperação com as autoridades e produção eficiente e econômica”³⁰⁰. As sugestões de manutenção da ordem, presentes nos anúncio publicitários, vinham ao encontro dos discursos governistas, mas trouxeram consigo um particular conceito de liberdade, associado à ideia de “união entre povos”. Consolidar a noção de identidade continental significava ultrapassar a peculiaridade do sujeito nacional, fazendo-o reconhecer-se como “americano”, dotado de características comuns aos povos do continente. A *Esso*, mais uma vez, investia no reforço dessa identidade:

Por ora, silenciemos em proveito dos que se batem por nós e empregamos coração, cérebro e músculos na tarefa imensa de salvar o que Washington, José Bonifácio, Bolívar, O’Hyggins, Sarmiento, Toussaint Louverture e Juarez nos legaram: as patrias livres, deste livre Novo Mundo³⁰¹.

A abstração do conceito de liberdade possibilitou, certamente, entendimentos múltiplos. Mas, que liberdade era esta pela qual as Américas deveriam se unir? Que liberdade justificaria a morte de milhares de soldados e a alteração tão radical no cotidiano civil? A *Republic Steel Corporation* parece indicar uma luz para a resposta das questões colocadas.

Melhor aço para geladeiras, fogões, máquinas de lavar roupa, ar condicionado para as casas particulares, melhor equipamento de aço para escritórios, fábricas, agriculturas, transporte! Estes são os produtos que contribuirão para tornar mais rica e abundante a liberdade pela qual estamos lutando!”³⁰².

²⁹⁹ Anúncio: Cuidado com o que vê, ouve e fala. **Diário de Pernambuco**. Recife. 16 out. 1942. p.02. FUNDAJ.

³⁰⁰ Anúncio: Ambos trabalham para a Vitória. **Diário de Pernambuco**. Recife. 15 nov. 1945. p.05. FUNDAJ.

³⁰¹ Anúncio: Américas. Máquina do Progresso e da Liberdade. **Diário de Pernambuco**. Recife. 26 set. 1943. p.05. FUNDAJ.

³⁰² Anúncio: Para seu Lar da Vitória, Minha Senhora. **Diário de Pernambuco**. Recife. 07 set. 1943. p.03. FUNDAJ.

Liberdade, dessa forma, toma feições no próprio produto e constituiu-se como mais um artigo na prateleira, acessível a quem possui recursos. E se bens materiais, representantes do “progresso” desta “civilização”, são símbolos da liberdade, resta aos desafortunados a ilusão de crer que “todo cidadão tem a oportunidade de desenvolver ao máximo sua habilidade e seu talento”. Certamente o Brasil não era, naquele momento, o país das oportunidades e, mais do que isso, acreditar em tal sugestão implicava negar a herança do “liberalismo oligárquico” vivido na Primeira República brasileira e que tornava as desigualdades sociais um fator muito mais político do que de “talento” individual³⁰³. A noção de identidade continental, expressa no panamericanismo publicitário e ilustrado pelas “afinidades” de consumo entre E.U.A e Brasil, apontou as condições da modernidade em construção. Ana Maria Mauad observou que também essa ideia de cooperação no hemisfério “sofreu uma ‘tradução’ necessária para se chegar aos corações e mentes dos consumidores não como algo imposto, mas necessário para a integração do Brasil na modernidade ocidental”³⁰⁴.

As esferas do privado foram, nas grandes cidades brasileiras, absorvidas pelo político durante o período do Estado Novo e, de forma mais explícita, ao longo dos anos de beligerância vividos pelo Brasil entre 1942 e 1945. Onipresentes, os discursos transversais marcaram o cotidiano no Recife, trouxeram a guerra para dentro dos lares, através de jornais, revistas, rádios e uma gama de produtos associados ao conflito, como também ocorreu em outras cidades do país. A modernização urbana brasileira da primeira metade do século XX, o autoritarismo do Estado Novo e a guerra de proporções mundiais foram as condições de produção do discurso propagandístico do capital privado que possibilitaram os “efeitos de sentido” aqui analisados. Assim, a publicidade comercial respondeu a um contexto histórico, fornecendo também registros das sociedades em que circulou.

Pernambuco, mesmo diante de suas particularidades, não ficou alheio às mudanças no âmbito nacional e internacional. Parte das campanhas presentes em seus jornais e rádios foram desenvolvidas por agências publicitárias norte-americanas, instaladas no país, sobretudo a partir de 1929, como a J.W.Thompson (1929), a N.W.Ayer-

³⁰³ O “liberalismo oligárquico”, como explica Maria Efigênia de Resende, deriva da coexistência de uma constituição liberal com práticas políticas oligárquicas, característica da política brasileira compreendida entre 1889 e 1930. Cf. RESENDE, Maria Efigênia Lage de. O processo político na Primeira República e o liberalismo oligárquico. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de Almeida Neves (Orgs). **Brasil Republicano: o tempo do liberalismo excludente**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2003. pp. 89-120.

³⁰⁴ MAUAD, Ana Maria. A América é aqui: cultura visual e consumo nas revistas ilustradas cariocas (1930-1960). Rio de Janeiro. **Anais do IX Congresso Latinoamericano de Estudos sobre a América Latina e Caribe**. 2004. p.06.

Son (1931), a McCann-Erickson (1935) e a Grant (1939), entre outras. O trabalho especializado empregado pelas agências estrangeiras trouxe modificações também no formato propagandístico utilizado pelas empresas nacionais. Como observou um jornal do Recife em 1944, “a publicidade, que é sem favor um dos fatores do progresso humano, já atravessou a sua fase individual, isto é, aquela em que o próprio corretor era o redator e o desenhista do anúncio”³⁰⁵. A matéria questionou o leitor quanto a necessidade de se buscar um agência publicitária e argumentou que “as agências são órgãos especializados (...) porque possuem aquilo que se chama o ‘técnico de publicidade’, que estuda as condições peculiares de cada produto a ser lançado”³⁰⁶. Em Pernambuco, a Agência Norte absorveu parte do mercado publicitário regional atualizando seus anúncios de acordo com aqueles produzidos em “centros mais adiantados”³⁰⁷. Ao final do Estado Novo, o formato de modernidade introduzido pelo “modo de vida americano” já podia ser observado na forma de percepção do consumidor recifense, o que favoreceu que mesmo as agências locais se valessem de argumentos produzidos por suas concorrentes norte-americanas. Pode-se afirmar que nesse momento houve um aperfeiçoamento técnico na publicidade regional.

No Estado Novo, a estreita relação entre propaganda política e chamadas publicitárias revela metodologias que muitas vezes se confundem. O princípio da *transfusão*, largamente utilizado em Pernambuco por Agamenon Magalhães e sua equipe, foi uma delas. Visando um público vasto, a propaganda não deveria contradizê-lo frontalmente, mas, ao contrário, era recomendado que se colocasse de acordo, a fim de, aos poucos, moldá-lo. Dificilmente a propaganda poderá formar imaginários satisfatórios em sua multidão-alvo sem qualquer alicerce previamente existente. Para que uma “nova” ideia possa se fazer cativante é necessário que pareça algo já estabelecido. Isto é, ela firma suas bases sobre um “substrato preexistente”. Nesse sentido, Agamenon recorreu, em alguns de seu artigos publicados na *Folha da Manhã*, ao passado pernambucano, noções previamente aceitas como “tradição de luta”, “heroísmo”, “força cultural” eram elementos que compunham esse “substrato”. Os argumentos do interventor passaram pela manipulação da história em diferentes situações. Transformado em fonte de legitimação, o passado

³⁰⁵ A PUBLICIDADE conduzida através de agências de propaganda aumenta de eficiência. **Jornal Pequeno**. Recife. 18 mar. 1944. p.02. APEJE.

³⁰⁶ Idem.

³⁰⁷ Idem.

forneceu um estoque de símbolos, os quais possibilitaram o emprego de uma história idealizada, a serviço dos grupos dominantes do período.

O passado pernambucano, nesse sentido, não ficou limitado àquela memória sugerida nos discursos divulgados em jornais do estado, mas, ao contrário, deveria ser “vivido” em seu aspecto cotidiano. Assim foi que em 27 de janeiro de 1943 foram organizadas “grandiosas festas em homenagem à memória de Henrique Dias e Felipe Camarão”, que, como qualificou uma nota publicada na *Folha da Manhã*, “dois inesquecíveis heróis da expulsão dos holandeses do território pernambucano”³⁰⁸. Os festejos, ocorridos no Recife, contaram com a participação do Exército, da Marinha e da Força Policial do Estado. Ao retomar o discurso forjador de uma tradição de luta, a interventoria de Pernambuco buscava reorganizar o passado em função do contexto belicoso vivido no presente, em que o recifense era obrigado a colaborar com as autoridades locais. Cabe observar, como sublinhou Lucilia Delgado, que “a construção de representações sobre o passado, que é imutável, mas que pode ser ressignificado, é uma articulação, quase sempre marcada por disputas e tensões, pois a memória e o conhecimento histórico podem servir a diferentes senhores”³⁰⁹.

Certamente, a administração de Agamenon Magalhães não foi o único “senhor” a servir-se do passado, como pode ser observado na campanha da *Esso*, citada a pouco. Retomemos parte do anúncio:

(...) empregamos coração, cérebro e músculos na tarefa imensa de salvar o que Washington, José Bonifácio, Bolívar, O’Hyggins, Sarmiento, Toussaint Louverture e Juarez nos legaram: as patrias livres, deste livre Novo Mundo.³¹⁰

Durante os anos de guerra, a história dos países do continente foi tomada pela companhia *Esso* para induzir supostas afinidades, convenientes à posição da empresa norte-americana. Conforme observado, a memória não descansa embalsamada em um antiquário, mas é passado vivo e em constante ressignificação. O exemplo dado pelo anúncio mostra que a lembrança não se restringe à simples evocação do passado, mas

³⁰⁸ HOMENAGEM à memória de Henrique Dias e Felipe Camarão. **Folha da Manhã**. Edição matutina. Recife. 09 jan. 1943. p. 01. APEJE.

³⁰⁹ DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. Op. Cit. 2006. p.56.

³¹⁰ Anúncio: Américas: Máquina do Progresso e da liberdade. **Diário de Pernambuco**. Recife. 26 set. 1943. p.05. FUNDAJ.

deseja transformá-lo. Como sublinhou Fernando Catroga, “os seus nexos são ditados por afinidades electivas, e estas determinam que cada presente construa a sua própria história, não só em função da onticidade do que ocorreu, mas também das necessidades e lutas do presente”³¹¹.

A política foi parte integrante da propaganda comercial formando um uníssono discurso. A *Pernambuco Tramways*, empresa responsável pela distribuição de energia no estado, ilustra como a campanha por fundos para a guerra, empreendida pelo Estado Novo, encontrou um disposto aliado: “Ajude o Brasil a vencer! Comprar ‘obrigações de guerra’ é dever patriótico!”³¹² [Ver “Anexos”, imagem 11]. Parte expressiva dos anúncios publicitários veiculados nos jornais do Recife durante o Estado Novo constitui-se em *propagandas político-comerciais*, caracterizadas por serem iniciativas do capital privado e cujo conteúdo confundia métodos relacionistas e elementos valorativos enfatizados pelo governo.

4.4. *O fenecer do Estado Novo.*

Como largamente colocado na historiografia, as contradições de um governo que levava seu povo à luta pela democracia e que, no plano interno, exercia um regime ditatorial minaram o Estado Novo. A partir de 1943 as resistências tornaram-se mais incisivas e, em outubro, uma carta aberta assinada por 94 intelectuais mineiros ilustrou parte das insatisfações. O Manifesto dos Mineiros deixava explícita a incoerência do momento, pois se os esforços de guerra se davam para que “a liberdade e a democracia sejam restituídas a todos os povos, certamente não pedimos demais reclamando para nós mesmo os direitos e as garantias que as caracterizam”³¹³. Com o regime em franco declínio, a abertura democrática era um fato que se apressava. Percebendo a posição desfavorável, os representantes do governo logo buscaram meios de controlar esse processo e tomar para si o mérito da transição.

³¹¹ CATROGA, Fernando. **História e Historiografia**. Coimbra: Quarteto, 2001. p.22.

³¹² Anúncio: Ajude o Brasil a Vencer! **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 16 abr. 1943. p.03. APEJE.

³¹³ Citado por CAPELATO, Maria Helena R. Estado Novo: o que trouxe de novo? In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucília de Almeida Neves (Orgs). Op. Cit. 2007. p.138.

Em janeiro de 1945, o presidente Vargas reconduziu Agamenon Magalhães ao Ministério da Justiça. A interventoria de Pernambuco ficou aos cuidados de Etelvino Lins de Albuquerque, até então secretário de segurança pública do estado. Em maio, Agamenon assinou o Decreto-Lei 7.586 que recriava a Justiça Eleitoral no Brasil. Chamada de “lei Agamenon Magalhães”, autorizava o funcionamento dos partidos políticos com bases nacionais. Ainda como ministro foi autor da lei de combate aos trustes e aos monopólios internacionais, medida que causou revolta no meio empresarial e ficou conhecida como “lei malaia”, expressão cunhada por Assis Chateaubriand em referência ao apelido dado pelos pernambucanos ao ex-interventor, “China Gordo”.

Com um número de manifestações crescente contra o regime, a censura foi aos poucos perdendo força. Os jornais do Recife passaram então a retratar uma acirrada batalha política que o DEIP já não detinha o controle. As insatisfações represadas vieram à tona contra Vargas, Agamenon e o movimento em defesa da permanência de Getúlio na presidência, o “queremismo”. Com charges, artigos irônicos e diversas matérias, o *Jornal Pequeno* se empenhou no combate aos representantes do Estado Novo [Ver “Anexos”, imagem 12]. Em um de seus artigos, lia-se no título, “Trinta milhões de analfabetos! ‘embrutecer para reinar’, eis o lema da ditadura”³¹⁴. Também a política de combate ao mocambo empreendida pelo ex-interventor, e outrora aludida como um sucesso, recebeu tratamento crítico. Publicou o periódico: “Oito vítimas do Sr. Agamenon, exiladas no pântano, expiam o crime de não serem ricas”³¹⁵. Nas páginas da *Folha da Manhã*, os instrumentos foram os mesmos para defender seus aliados e atacar os opositores. Gilberto Freyre e Aníbal Fernandes, então diretor do *Diário de Pernambuco*, eram os principais alvos das charges veiculadas naquele jornal [Ver “Anexos”, imagem 13].

Pode-se dizer que os imaginários de solidariedade trabalhados em propagandas estrangeiras contribuíram para trazer à tona as contradições que aceleraram o declínio do regime. Todavia, a consolidação de um formato de modernidade pautado no modelo norte-americano não se deu no Recife como um “entregar-se” ao “americanismo”. O formato da modernidade construída na capital pernambucana obedeceu a uma cuidadosa adaptação de valores que, ao final de 1945, já não eram aqueles de décadas atrás, nem tão pouco meras cópias do estrangeiro. A liberdade flertada nos anúncios da *Esso*, *Texaco* e *G.E* precisou

³¹⁴ TRINTA milhões de analfabetos! **Jornal Pequeno**. Recife. 31 ago. 1945. p.01. APEJE.

³¹⁵ O DRAMA de uma família de mocambeiros. **Jornal Pequeno**. Recife. 31 dez. 1945. p.06. APEJE.

superar a força da ordem estabelecida, um princípio maior difundido pela interventoria Agamenon Magalhães.

Fala-se em liberdade, quando foi essa liberdade que levou a democracia a todas as formas de suicídio nacional. A liberdade foi a anarquia, a mentira, os negócios, a desgraça da França. A liberdade foi o mito que esgotou todas as virtudes de um regime de declaração de direitos³¹⁶.

A guerra sentida no cotidiano pernambucano logo pôs em xeque o sentido daquele “progresso”. A cidade havia ampliado sua rede de eletricidade, mas a iminência de ataques aéreos exigia o escurecimento noturno; avenidas foram ampliadas, mas o combustível era racionado como economia de guerra; o recifense aprendeu a se vestir, a se comportar em público, a “civilizar-se” sob a disciplina moderna, mas as circunstâncias o levaram ao *front*, onde tudo é caos. A modernidade não escapou ao exame crítico:

O homem que se perdeu no meio de tanto progresso, tanta técnica, tanta prosperidade e tanta riqueza, só pela espiritualização, só pelo culto as grandes virtudes, só por uma reforma profunda poderá salvar-se.(...) Se a causa da guerra é o homem, o seu fim só pode ser a reforma do homem³¹⁷.

Em sua imensa maioria cristãos, os grupos sociais do Recife construíram sua própria modernidade. Os modos de percepção e sensibilidade social produzidos e reproduzidos nas décadas anteriores ao impacto do *american way of life* dialogaram com os novos tempos. Eventos populares, como a comemoração dos 50 anos da Encíclica Papal *Rerum Novarum*, que reuniu milhares de pessoas em maio de 1941 no Parque 13 de Maio, ou ainda chamadas publicadas na *Folha da Manhã* convocando as mulheres da capital a rezarem diariamente o terço em pedido de graças aos soldados brasileiros³¹⁸, atestaram que a ciência moderna jamais reinaria isolada nos imaginários circulantes pela cidade.

Longe de fazer-se um obstáculo, como bem mostrou a geração da Escola do Recife, o desenvolvimento científico encontrou nos anos de guerra um impulso maior. Nos países envolvidos pelo conflito, o crescente investimento em tecnologia visava dotar o Estado de melhores recursos para defesa e ataque militar, mas também desenvolver meios

³¹⁶ MAGALHÃES, Agamenon. Um Regime. **Folha da Manhã**. Recife. 04 fev. 1942. p.03. APEJE.

³¹⁷ MAGALHÃES, Agamenon. Perigo. **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 05 fev. 1942. p.03. APEJE.

³¹⁸ APELO à mulher brasileira. **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 01 set. 1942. p.04. APEJE.

de lidar com períodos de racionamento. Quando na década de 30 os recursos federais destinados aos sete cursos de Química espalhados pelo Brasil foram cancelados, apenas aquele da Escola de Engenharia do Recife manteve-se em atividade. A instituição passou então a acolher pesquisadores de diferentes estados, ganhando notoriedade pela atividade de seus químicos civis. Hervásio de Carvalho³¹⁹ – que mais tarde seria presidente da Comissão Nacional de Energia Nuclear, criada em 1956 – foi um dos que por ali passou, primeiro como aluno e depois professor. Dentre os estudos laboratoriais destacou-se a busca por combustíveis a partir da fermentação do amido de milho, em substituição da gasolina, racionada pela economia de guerra.

Expostas agora pela guerra, as contradições do projeto moderno saltavam aos olhos do observador. Desde 1943 a Itália havia abandonado o conflito, mas nem por isso a corrida no campo científico desacelerou. No início de maio de 1945, Berlim caiu sob os ataques dos soviéticos, restava então o Japão. Ali a modernidade mostraria sua face mais amarga. Com o desenvolvimento da física nuclear foi descoberto que a fissura do núcleo atômico poderia gerar grande quantidade de energia, dependendo do átomo utilizado. Pesquisas realizadas nos anos 30 mostraram que o urânio-235 apresentava um poder de fissão extraordinário e, quando exposto às condições específicas, poderia alimentar uma reação nuclear em cadeia, produzindo a quebra contínua de núcleos atômicos³²⁰. A *little boy* [pequeno garoto] foi a primeira de duas bombas atômicas lançadas pelos EUA sobre os japoneses, ambas em agosto de 45. A fé na ciência como caminho para o progresso social contínuo recebia então um golpe. As armas nucleares também foram produto da modernidade.

O Estado Novo, a essa altura, já possuía data para seu desfecho, a redemocratização acenava com as eleições marcadas para 2 de dezembro. Agamenon, todavia, contava com uma força política maior que aquela do regime que agonizava. Foi assim que avaliou sem apego a decadência do modelo: “O regime vai mudar. E eu

³¹⁹ Hervásio de Carvalho (1916-1999) nasceu em Araguari/MG e formou-se em Química Industrial pela Escola de Engenharia do Recife em 1935, tornando-se ali professor a partir de 1946. Carvalho foi presidente da Comissão Nacional de Energia Nuclear por 16 anos e tornou-se o primeiro doutor em engenharia nuclear do mundo, em 1954. Cabe destacar que em Chicago foi professor de Jerome Friedman, vencedor do Prêmio Nobel de Física em 1990. Sítio do Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas, Ministério da Ciência e Tecnologia. Disponível em: <<http://portal.cbpf.br/index.php?page=Noticias.VerNoticias&=en&id=96>>. Acessado em 17 out. 2008.

³²⁰ Cf. BARATA, G. F. Bomba atômica foi fecundada pela relatividade, mas nasceu de múltiplas descobertas científicas. **Revista de Jornalismo Científico ComCiência/SBPC**. Campinas. v.63, mar. 2005.

também”³²¹. Eleito deputado federal no pleito de dezembro de 1945, sua influência foi mais longe, tornou-se presidente da Comissão criada para elaborar a Constituição Federal de 1946. A democracia então ressurgia nas mãos de quem há anos a sufocava.

³²¹ Citado por RIBEIRO, José Adalberto. **Agamenon Magalhães**: uma estrela na testa e um mandacaru no coração. Recife: ALEPE. 2001. p.50.

CONCLUSÃO

Em Recife, os quase oito anos da administração de Agamenon Magalhães foram suficientes para mudanças significativas serem observadas no plano físico da cidade. Além do maior número de altos edifícios, comparado à década de 30, ruas e avenidas foram abertas ou alargadas, os bondes elétricos ganharam a concorrência de alguns ônibus, e também novos parques, como o Parque Treze de Maio e o Parque da Exposição de Animais, que junto ao Zoológico de Dois Irmãos, construído nessa época, passaram a compor os espaços públicos. Do centro da capital aos subúrbios, a eletricidade foi expandida, oferecendo um colorido produzido em grande parte pela publicidade, que já fazia uso do gás neon.

No que tange ao plano dos imaginários e práticas sociais, as mudanças também foram substanciais. Inseparável do contexto político vivenciado na capital pernambucana, a modernidade despontava como um elemento a mais nos imaginários do período. Produtos tão diversos como loções tonificantes, biscoitos, lâminas de barbear, máquinas de costura etc. revestiram-se com a sedutora vestimenta do moderno. As campanhas publicitárias não venderam apenas produtos, mas comercializaram ainda ideais. Ao percorrermos o período, optou-se por privilegiar uma abordagem em torno dos imaginários sociais, a fim de responder como, a partir dos jornais locais, pode-se identificar a modernidade em desenvolvimento no Recife. As chamadas comerciais, conforme visto, foram peças importantes nesse jogo truncado de realidades moventes.

Ainda nas primeiras páginas, defendemos que a modernidade configurou-se como um projeto de sentidos, dotando o homem de novas formas de perceber o mundo à sua volta. A publicidade, nesse sentido, foi dispositivo de poder que interpelou com seus discursos o homem comum, sugerindo modos de consumo, comportamento e formas de pensar. As condições de produção desses discursos deram-se no contexto da política ditatorial varguista e das particularidades da administração de Agamenon Magalhães. Condições essas que “atualizaram” os sentidos das campanhas propagandísticas e incorporaram à elas elementos dos ideários do regime, como trabalhismo e anti-comunismo, por exemplo. Ao agregar conteúdo político institucional, a publicidade adquiriu uma nova configuração, a que chamamos de propaganda político-comercial, possível em seus efeitos somente quando a comunicação de massa tornou-se realidade. Os

caminhos aqui seguidos para análise dos imaginários modernos pautaram-se sobre a preocupação de como estes imaginários foram construídos, e não se foram criações “verdadeiras” ou “falsas”.

A modernidade no Recife não foi homogênea, e isso pode ser entendido sob dois aspectos: sincronicamente, uma vez que foi percebida diferentemente entre os grupos sociais da capital em um mesmo período; e diacronicamente, pois ganhou formatos distintos ao longo dos oito anos do Estado Novo. Vejamos como no aspecto sincrônico é possível identificar, dentro do contexto examinado, atitudes variadas diante da modernidade.

Em fins dos anos 30, os jornais do Recife trouxeram diversos artigos em que a fisionomia da cidade e o comportamento de seus habitantes foram questionados. O nível de desenvolvimento pôde ali ser medido pelo número de edificações ou ainda pela distinção com as populações “não-civilizadas”, que preferem “curandeiros”. Jornalistas como Aníbal Fernandes e Mario Mello exemplificam atitudes de insatisfação diante daquela realidade urbana. Seus textos mostram um desapontamento com a condição da cidade e, ao mesmo tempo, sugerem expectativas que contemplam um futuro diferente. Como característica desse posicionamento não se tem a impaciência que impele mudanças imediatas, mas uma postura de alteridade radical e coletiva diante de representações do passado. Essa atitude foi ilustrada com o caso do “poço milagroso” e suas repercussões na imprensa local. Observa-se que, ao menos para um grupo, as expectativas de passagem para uma sociedade moderna idealizada trouxeram a alteridade radical, pois existiu ali uma disposição definida de ruptura com o formato social em voga.

De modo distinto, pode-se identificar nos textos produzidos por Agamenon Magalhães e sua equipe de governo uma perspectiva de vivência moderna que se afasta daquela observada em Mario Mello e Aníbal Fernandes. Atualizado, o passado também vinha justificar o presente. A ênfase na história pernambucana, lembrada em festejos cívicos e publicações, manteve acesa a flâmula do heroísmo regional. O passado não é aqui um estranho (a alteridade radical coletiva não é uma característica), mas deve ser reexaminado para que mostre sua validade no presente e sua capacidade de, ainda vivo, ser experimentado no futuro. O direcionamento de uma temporalidade que aponta para o futuro não impediu que a modernidade vivida por esse grupo agregasse elementos da tradição com aspirações para o amanhã. Um fator que vem somar a esse raciocínio é o elemento religioso, presente com grande peso no pensamento da cúpula governista, que, como demonstrado, era composta majoritariamente por católicos marianos.

O catolicismo não foi uma barreira ao desenvolvimento dos imaginários modernos, como revela o fato dos ideais de ciência e de progresso serem acomodados pela intelectualidade religiosa – que Agamenon, como “depositário das tradições culturais” da Escola do Recife, pode ser exemplo. A simbologia do cristianismo católico, resistente à longa duração e valorizadora das tradições, permitiu que os valores de uma nova época dialogassem com elementos de uma tradição reconhecida. O confronto de perspectivas dá-se de forma mais tensa em outra frente, visível no aspecto diacrônico.

Na medida em que a evolução dos imaginários modernos consagrou uma sensibilidade particular diante do mundo percebido, o tempo recebeu uma utilidade social, atrelado sempre à produtividade. Enquanto que na tradição católica o tempo dedicado ao lazer e à espiritualidade tomava feição de sagrado, na modernidade o “ócio” transformou-se em caso de polícia, conforme visto nas páginas da *Folha da Manhã* e ilustrado na atuação da Secção de Repressão à Mendicância e Vadiagem de Menores. Os valores modernos chegaram ao Recife por diversos meios, como a imprensa, o cinema, o rádio, os viajantes etc, ideais construídos em grande parte na Europa protestante que reconhecia o tempo associado ao trabalho como superior. A vivência humana poderia ser medida e valorizada a partir da relação entre o tempo espacializado (mensurado no relógio ou no calendário) e sua eficiência no campo das atividades econômicas. O recifense moderno, todavia, não era necessariamente um capitalista. Parece-nos plausível afirmar que ao longo do governo Agamenon Magalhães a capital pernambucana experimentou níveis diferentes de tensão entre a forma tempo-trabalho que assumia a modernidade e o legado da tradição ainda vivo na cidade.

Entre o final de 1937 e o início de 1942, os imaginários modernos, expressos na imprensa do Recife, receberam a forte orientação governista e da elite intelectual do estado. A propaganda político-comercial mostrou que a unidade nacional e a valorização do trabalho foram alguns dos elementos agregados ao discurso do capital privado. Ao longo deste período as representações de saúde, de higiene e de ciência foram construídas sob a percepção de um mundo em vigoroso progresso material, cujas referências seguiam desde à capital do país, então o Rio de Janeiro, à países tidos como mais adiantados, como a França, a Inglaterra, a Alemanha e os Estados Unidos. Embora se tenha observado a influência do pensamento alemão em Pernambuco, julgamos que, no que se refere à modernidade, o formato de desenvolvimento germânico não alcançou em momento algum proeminência. Seja pela presença da colônia alemão no estado ou pela herança germanófila da Faculdade de Direito do Recife, as referências à modernização alemã foram limitadas.

Nos primeiros anos da interventoria de Agamenon, os compromissos assumidos pelo prefeito Novaes Filho no sentido de reformular a paisagem do Recife atestam o impulso modernizante dado com o Estado Novo. As preocupações giraram em torno da construção de uma nova cidade, acompanhada pela “reeducação” de seus habitantes, a Delegacia de Vigilância Geral e Costumes ganhava maior importância.

Pode-se afirmar que pelo menos os primeiros quatro anos do regime estadonovista em Pernambuco foram marcados pela ampliação e consolidação dos imaginários modernos, inseridos no e influenciados pelo contexto político interno. Os discursos que nesse período inundaram a cotidianidade urbana com as imagens da modernidade, como observado em propagandas comerciais – “criação da engenharia moderna”, “esse nervosismo é doença!”, “rigorosamente aseptica”, “trabalho requer saúde” – foram poderes que interpelaram os indivíduos na vida pública ou privada. A cidade moderna foi um espaço de violência simbólica. Os sentidos que cercaram o indivíduo sugeriram a ordem dos novos tempos, constringendo-o a um comportamento preciso e indicando as práticas dele esperadas. Conforme examinado, até 1942 já é possível identificar práticas sociais que apontam a internalização desses poderes, fazendo do indivíduo um sujeito social da cidade moderna. O tempo espacializado e útil economicamente foi um elemento que acompanhou a construção desse sujeito.

A criação do trabalhismo e a entrada do Brasil na Segunda Grande Guerra foram alguns dos fatores que reorganizaram, em 1942, o projeto político do Estado Novo. As aproximações com os Estados Unidos estreitaram-se, o que logo trouxe mudanças também na esfera sócio-cultural. A influência norte-americana sobre a modernidade recifense foi variável ao longo do Estado Novo. Embora anúncios publicitários promovidos por companhias daquele país sejam recorrentes nos periódicos pernambucanos nos cinco primeiros anos do regime varguista, foi a partir de 1942 que se intensificaram o número de propagandas comerciais. Identifica-se aqui um segundo momento na formação dos imaginários sociais. A modernidade, como observada, não foi consolidada no Recife durante os anos do conflito mundial, mas nos parece plausível afirmar que foi no pós-42 que os imaginários modernos assumem ali um formato específico. O “modo de vida americano”, expresso no trinômio trabalho-dinheiro-consumo, foi largamente difundido pela propaganda comercial das companhias norte-americanas no período.

Mudança significativa também pôde ser observada na construção da identidade moderna. O ideal de “solidariedade continental”, elemento presente no cálculo dos métodos relacionistas experimentados pela publicidade norte-americana, pôde ser visto nos

discursos da *Shell*, da *Texaco*, da *Republic Steel Corporation*, dentre outras empresas. Embora a noção de identidade continental fosse recorrente nos anúncios, as afinidades culturais foram ressaltadas especificamente como os Estados Unidos. A modernidade do recifense era, a partir de então, uma identidade compartilhada não apenas entre os grupos locais ou nacionais, mas passava a agregar a “nação norte-americana”. Tem-se uma reorganização da lógica identitária conjuntista (*legein*). Dentre os imaginário produzidos pelas companhias estrangeiras teve-se que também a unidade Brasil-Estados Unidos formava uma “comunidade imaginada”, identificação produzida por valores reconhecidos, sobretudo, no consumo.

Seja no período inicial de 1937 a 1942 ou naquele de reorganização dos imaginários a partir da maior influência norte-americana, a tradição foi elemento ativo, dialogando com a modernidade em construção. Quando o DEIP organizava as homenagens a Felipe Camarão, personagem da expulsão dos holandeses em Pernambuco, ou durante as comemorações dos 50 anos da Encíclica *Rerum Novarum*, que reuniram milhares de pessoas no Parque Treze de Maio, vê-se que o passado manteve-se como tradição autorizada, reconhecida socialmente. Desse modo, a ideia de americanização a partir de 1942 também pode ser relativizada. O “modo de vida americano”, mesmo adaptado, não suplantou as formas de convívio e de sensibilidade edificadas na cidade. Novos hábitos foram incorporados ao cotidiano, sobretudo no que se refere ao consumo, todavia, não estiveram livres da crítica, como ilustraram os artigos de Mario Mello: “Não compreendem que tudo isso é reclamo americano”. De outra forma, a instalação da base aérea norte-americana no Recife foi motivo para o prefeito Novaes Filho comentar a presença dos americanos, a intenção era bem definida: “após a guerra, toda essa gente vai fazer propaganda do Brasil”. A noção de passividade demonstra suas falhas. O sujeito comum não permaneceu estático ao longo desse processo. Diante dos poderes que o cercaram na cidade, a cotidianidade foi um espaço de criações, escapando por vezes as normatizações estabelecidas ou sugeridas pelos discursos. Nesse sentido, o Recife jamais seria “americano”. As disputas entre os rapazes da cidade e os militares estrangeiros mostram que nem tudo era admiração.

O projeto de sentidos moderno não trouxe a abolição de todas as referências do passado pernambucano, mas certamente reconfigurou os modos de percepção de mundo. A noção de liberdade, buscada através do conhecimento racionalizado, foi incorporada como característica do novo homem, um sujeito “civilizado”, em distinção ao “ignorante”, ao “irracional”. Sem embargo, os novos tempos também eram de contradição. A modernidade

que desejava a liberdade foi a mesma que conservou e atualizou uma moral que recompensava aqueles que se submetiam a conduta disciplinada. As fronteiras do permissível foram abertas às possibilidades de lucros econômicos, enquanto que a vida imaterial teve seu valor subtraído.

A riqueza da vivência moderna no Recife reclama novas formas de interpretação não contempladas ao longo de nossa narrativa, como as mudanças no comportamento e na sociabilidade femininos ou a recomposição das formas de lazer, por exemplo. De toda forma, cabe destacar que os instrumentos utilizados para descrever um objeto – e valemo-nos aqui do imaginário – possuem capacidade de produzir verdades apenas em relação a esses mesmos instrumentos. Mais que isso, as formas de racionalização como esse instrumental descreve seu objeto/tema limita-se ao que é possível ser apreendido naquele momento pela mente do investigador.

A modernidade, enquanto projeto de sentidos, surge como fenômeno de consolidação de uma categoria específica de tempo. Um tempo mensurável transformado em lei com os experimentos da física clássica, consagrado pela economia capitalista e presente nas relações domésticas ou no trabalho. Mas é também nas mãos da ciência, esse bastião moderno, que hoje se dissolve essa noção de tempo. O Recife do Estado Novo gerou uma sociedade em ebulição, onde um conjunto de novos valores em transformação se acomodava. As fronteiras da cidade moderna foram cambiantes e posicionaram-se no limite onde os valores consagrados naquele ambiente urbano não mais eram reconhecidos. Ao expandir os imaginários de modernidade para além de seus limites, o centro moderno ampliou sua “comunidade”, transformou o “estrangeiro” em sujeito “civilizado”. Assim, a cidade moderna expandiu-se não apenas em seus limites geográficos, mas, sobretudo, na mente dos homens.

FONTES E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fontes.

1. Fontes de Imprensa.

1.1. Jornais.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO, dezembro de 1938 à dezembro de 1945. Local: Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj), Recife.

FOLHA DA MANHÃ (Edição matutina), dezembro de 1938 à dezembro de 1945. Local: Arquivo Público Estadual Jordão Emereciano (APEJE), Recife.

FOLHA DA MANHÃ (Edição vespertina), dezembro de 1938 à dezembro de 1945. Local: Arquivo Público Estadual Jordão Emereciano (APEJE), Recife.

JORNAL DO COMMERCIO, dezembro de 1937 à dezembro de 1943. Local: Arquivo Público Estadual Jordão Emereciano (APEJE) e Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj), Recife.

JORNAL PEQUENO, dezembro de 1937 à dezembro de 1945. Local: Arquivo Público Estadual Jordão Emereciano (APEJE), Recife.

1.2. Revistas.

BOLETIM DA IMPRENSA OFICIAL. Recife. Ano I, No. 1, outubro/1938
Local: Arquivo Público Estadual Jordão Emereciano (APEJE), Recife.

MODERNO. Afogados, Ano I, No. 1, 14/08/1938
Local: Arquivo Público Estadual Jordão Emereciano (APEJE), Recife.

O REPORTER. Recife, Ano I, No. 8, 18/12/1937
Local: Arquivo Público Estadual Jordão Emereciano (APEJE), Recife.

2. Documentos Institucionais.

2.1. Interventoria.

FUNDO INTERVENTORIA. Correspondências Recebidas e enviadas pelo Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda (DEIP) e pelo Departamento de Ordem Política e Social (DOPS).

Local: Hemeroteca do Arquivo Público Jordão Emereciano (APEJE), Recife.

2.2. Governo Federal.

BRASIL. Constituição (1937). Constituição dos Estados Unidos do Brasil: promulgada em 10 de novembro de 1937.

Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao37.htm>. Acesso em: 25 jan. 2008.

BRASIL. Decreto-Lei nº 5.813/43 de 14 de setembro de 1943. Aprova o acordo relativo ao recrutamento, encaminhamento e colocação de trabalhadores para a Amazônia, e dá outras providências.

Disponível em: <<http://www3.dataprev.gov.br/sislex/paginas/24/1943/5813.htm>>
Acesso em: 12 jan. 2008.

ESTUDOS DO GABINETE TÉCNICO DO SERVIÇO NACIONAL DE REENSEAMENTO 1940 E 1944.

Local: Arquivo IBGE, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Documentação digitalizada e disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/seculoxx/arquivos_pdf/populacao.shtm>. Acesso em 10 nov. 2009.

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DO BRASIL 1920, 1937 E 1939

Local: Arquivo IBGE, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Documentação digitalizada e disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/seculoxx/arquivos_pdf/populacao.shtm>. Acesso em 10 nov. 2009.

ASSENTAMENTO INDIVIDUAL AGAMENON SÉRGIO DE GODÓI MAGALHÃES.

Local: Arquivo Geral da Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

2.3. Estado Maior do Exército.

RELATÓRIO DOS TRABALHOS DO ESTADO MAIOR DO EXÉRCITO EM 1941 E 1942.

Local: Centro de Documentação do Exército (CDoc/Ex), Brasília.

2.4. Vaticano.

CARTA ENCÍCLICA RERUM NOVARUM DO PAPA LEÃO XIII SOBRE A CONDIÇÃO DOS OPERÁRIOS.

Disponível no sítio oficial do Vaticano, em: <http://www.vatican.va/holy_father/leo_xiii/encyclicals/documents/hf_1-xiii_enc_1505189_1_rerum-novarum_po.html>. Acesso em: 12 mar. 2008.

3. Documentos Iconográficos.

PASTA GETÚLIO VARGAS.

Local: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil/ Fundação Getúlio Vargas (CPDOC/FGV), Rio de Janeiro.

PASTA AGAMENON MAGALHÃES.

Local: Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil/ Fundação Getúlio Vargas (CPDOC/FGV), Rio de Janeiro.

PASTA RECIFE DÉCADA DE 1930.

Local: Acervo fotográfico da Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ), Rio de Janeiro.

Artigos Consultados.

GUGLIANO, Alfredo Alejandro. Modernización, desarrollismo y Estado: algunos elementos del mundo antes del surgimento de la globalización. In: **Revista Sociedade em Debate**, Pelotas, v.9, n.3, dez. 2003, pp. 53-100. Disponível em: <<http://www.ufpel.tche.br/isp/ppgp/Modernizacion,%20desarrollismo%20y%20Estado.pdf>>. Acessado em: 11 jan. 2008.

JORNAL DO COMMERCIO. Reflexos da Guerra vêm em transportes coletivos. Especial 80 anos. **Jornal do Comercio OnLine**. Recife, 1999. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/JC/_1999/80anos/80b_29.htm>. Acessado em: 23 jan. 2008.

MENEZES, Albene Miriam F. O Brasil de Vargas, a República de Weimar e a Imprensa. Algumas notas características 1930-1933. In: **Revista Múltipla**, Brasília, jun. 2005. Disponível em: <<http://www.upis.br/revistamultipla/multipla18.pdf>>. Acessado em: 24 jan. 2008.

_____. Penetração do Capital Alemão no Brasil 1880-1930: uma visão histórica de sua anatomia. In: RECKZIEGEL, Ana Luiza Setti, et al. (Orgs.) **Anais do II Simpósio Internacional de Relações Internacionais**. Estados Americanos: relações continentais e intercontinentais. Passo Fundo: EDIUPF, 1997. pp.33-48.

SILVA, F.F.B. No Contorno do frevo. **Revista de História da Biblioteca Nacional**. Rio de Janeiro, ago 2009. pp.67-71.

Referências Bibliográficas Citadas.

- ALBUQUERQUE Jr., Durval Muniz de. **A Invenção do Nordeste e Outras Artes**. 3. ed. Recife: Massangana; São Paulo: Cortez, 2006.
- ALMEIDA, Maria das Graças Andrade Ataíde de. **A Construção da Verdade Autoritária**. São Paulo: Humanitas/ USP, 2001.
- ALMOND, Gabriel A.; VERBA, Sidney. An Approach to Political Culture. In: **The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations**. Princeton: Princeton University Press, 1963.
- ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas: reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo**. Lisboa: Edições 70, 2005.
- ANDRADE, Solange Ramos de. O catolicismo popular no Brasil: notas sobre um campo de estudos. In: **Revista Espaço Acadêmico**. Maringá. n.67, ano VI. 2006.
- ARENDT, Hannah. **A Promessa da Política**. Rio de Janeiro: Difel, 2008.
- ASSIS, Machado de. O Alienista. In: **Papéis Avulsos: obra complete**. Vol.II. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1994.
- BACHELARD, Gaston. Introduction: Imagination et Mobilité. In: **L'Air et les Songes: Essai sur l'imagination Du mouvement**. Paris: José Corti, 1943.
- BALANDIER, Georges. **O Poder em Cena**. Coimbra: Minerva, 1999.
- BARATA, G. F. A Bomba atômica foi fecundada pela relatividade, mas nasceu de múltiplas descobertas científicas. In: **Revista de Jornalismo Científico ComCiência/SBPC**. Campinas. vol. 63, março de 2005. In: <<http://www.comciencia.br/reportagens/2005/03/02.shtml>>. Acessado em 15/12/2008.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e Ambivalência**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BERIAIN, Josetxto. **Representaciones Colectivas y Proyecto de Modernidad**. Barcelona: Anthropos, 1990.
- BERMAN, Marshall. **Tudo que é Sólido Desmancha no Ar**. 2. ed. São Paulo: Companhia das letras, 2005.
- BLOCH, Marc. **Apologia da História: ou ofício do historiador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. (Orgs.). **Dicionário de Política**. 5. ed. Brasília: UnB; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.

- _____; EAGLETON, Terry. A 'doxa' e a vida cotidiana: uma entrevista. In: ŽIŽEK, Slavoj. (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. pp. 265-278.
- BRANDÃO, Virgínia Pontual. **Uma Cidade e Dois Prefeitos: narrativas do Recife das décadas de 1930 a 1950**. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2001.
- BRAUDEL, Fernand. **Gramática das Civilizações**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- CÂMARA, Renato Phaelante da. Introdução. In: **Fragments da história da Rádio Clube de Pernambuco**. Recife: CEPE, 1994.
- CAPELATO, Maria Helena R. **Multidões em Cena: propaganda política no varguismo e no peronismo**. São Paulo: Fapesp, 1998.
- CARNEIRO, Maria Luiza Tucci. **O Anti-semitismo na Era Vargas: fantasmas de uma geração (1930-1945)**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- CARONE, Edgard. **Classes Sociais e Movimento Operário**. São Paulo: Ática, 1989.
- CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- CATROGA, Fernando. **Memória, História e Historiografia**. Coimbra: Quarteto Editora, 2001.
- CAVALCANTI, Paulo. **A Luta Clandestina: o caso eu conto como o caso foi**. Recife: Editora Guararapes, 1985.
- CERTEAU, Michel. **A Escrita da História**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- _____. **A Invenção do cotidiano: artes de fazer, 1**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- CHACON, Valmireh. **Estado e Povo Brasileiro: as experiências do Estado Novo e da democracia populista: 1937/1964**. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1977.
- CHARTIER, Roger. **Cultura Escrita, Literatura e História**. Porto Alegre: Artmed, 2001.
- COLBY, Gerard e DENNETT, Charlotte. **Seja Feita Vossa Vontade**. A conquista da Amazônia: Nelson Rockefeller e o evangelismo na Idade do Petróleo. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- CORDEIRO, Philonila Maria Nogueira. **Ascensão das idéias nazistas em Pernambuco: a quinta coluna em ação (1937-1945)**. Dissertação (Mestrado em História) Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2005.
- DA MATTA, Roberto. **O Que faz o Brasil Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. Dinâmicas da memória e da História: representações e multiculturalidade. In: **História Oral: memória, tempo, identidades**. Belo Horizonte: Autêntica. 2006.
- DELUMEAU, Jean. Introdução. In: **História do Medo no Ocidente (1300-1800): Uma cidade sitiada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

- DOMENACH, Jean-Marie. **A propaganda política**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1955.
- DOMINGUES, Octavio. **Eugenia**: seus propósitos, suas bases, seus meios (em cinco lições). São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1942.
- _____. **Hereditariedade e eugenia**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1936.
- DURAND, Gilbert. **As Estruturas Antropológicas do Imaginário**: introdução à arquetipologia geral. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- DURAND, Jose Carlos Garcia. **Formação do campo publicitário brasileiro: 1930-1970**. Rio de Janeiro: FGV-EAESP/GVPESQUISA, 2008.
- ELIAS, Norbert. **O Processo Civilizador. Vol.1.**: Uma História dos Costumes. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.
- ESPINOSA, Bento de. **Ética**: demonstrada à maneira dos geómetras. Partes II e III. Coimbra: [s.n], 1962.
- FEATHERSTONE, Mike. **O Desmanche da Cultura**: globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Editora Studio Nobel, 1997.
- FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. **O Brasil Republicano**: o tempo do nacional estatismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.
- FREYRE, Gilberto. **Nordeste**: aspectos da influência da cana sobre a vida e a paisagem do Nordeste do Brasil. 7. ed. Recife: Global, 2004.
- GADAMER, Hans-Georg. Os traços fundamentais de uma teoria da experiência hermenêutica. In: **Verdade e Método**: Traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- GAUTHIER, Alain. **L'impact de l'image**. Paris: Editions L'Harmattan, 1993.
- GIDDENS, Anthony. **As Conseqüências da Modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.
- GOMES, Angela de Castro. **A Invenção do Trabalhismo**. 3.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.
- GOMINHO, Zélia de Oliveira. **Veneza Americana X Mucambópolis**: o Estado Novo na cidade do Recife (décadas de 30 e 40). Olinda: Livro Rápido, 2007.
- GOUNET, Thomas. **Fordismo e Taylorismo na civilização do automóvel**. São Paulo: Boitempo, 1999.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- HAECKEL, Ernest. **O Monismo**. Porto: Livraria Chardon, 1908.
- HARTOG, François. **Régime d'Historicité**: présentisme et expérience du temps. Paris: Seuil, 2003.
- HERF, Jeffrey. O Paradoxo do Modernismo Reacionário. In: **O Modernismo Reacionário**: tecnologia, cultura e política na República de Weimar e no 3º Reich. São Paulo: Ensaio, 1993.

- JAPIASSÚ, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário Básico de Filosofia**. 3. ed. [r.a] Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1996.
- KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado: contribuições à semântica dos tempos históricos**. Rio de Janeiro: Contraponto; Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2006.
- KOSÍK, Karel. **Dialética do concreto**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.
- KUSCHNIR, Karina; CARNEIRO, Leandro Piquet. As dimensões subjetivas da política: Cultura, Política e Antropologia da Política. **Revista Estudos Históricos – CPDOC/FGV**, Rio de Janeiro, n.24, 1999. Disponível em: <<http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/269.pdf>>. Acessado em 22 out. 2008.
- LANGNEAU, Gérard. **A Sociologia da Publicidade**. São Paulo: USP, 1981.
- LAPLANTINE, François; TRINDADE, Liana. **O Que é Imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- LATOUR, Bruno. **Jamais Fomos Modernos**. São Paulo: Editora 34, 2000.
- LEFEBVRE, Henry. **La Vida Cotidiana en el Mundo Moderno**. Madrid: Alianza, 1972.
- LENHARO, Alcir. **Sacralização da Política**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1986.
- LÖWE, Michael. Por uma sociologia da ‘intelligentsia’ anticapitalista. In: **A evolução política de Lukács: 1909-1929**. São Paulo: Cortez, 1998.
- LYOTARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna**. 6. ed. Rio de Janeiro: Jose Olympio, 2000.
- MAGALHÃES, Agamenon. **O Estado e a Realidade Contemporânea**. Recife: Oficinas Graphics do Diário da Manhã, [s.d].
- MARCONDES FILHO, Ciro (Org). **A Linguagem da Sedução: A conquista das consciências pela fantasia**. São Paulo: Com-Arte, 1985.
- MAUAD, Ana Maria. A América é aqui: cultura visual e consumo nas revistas ilustradas cariocas (1930-1960). Rio de Janeiro. IX Congresso Latinoamericano de Estudos sobre a América Latina e Caribe, **Anais**. 2004.
- MARROU, Henri-Irénée. **Do Conhecimento Histórico**. 2.ed. Lisboa: Aster, [s.d].
- MELO, Zélia Maria; CAMPOS, Zuleica Dantas Pereira. Família e padrões normativos na classe média do Recife dos anos 30. In: **Revista Symposium**, Recife, v. 8, n. 2, jul. 2004, p. 46-56.
- MENEZES, Albene Miriam F. As Trocas Comerciais nos Cenários Internacional e da Modernização Vargasista na Década da Grande Depressão (Os Conturbados Anos 1930). In: BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **200 anos de Comércio Exterior**. ApexBrasil, 2008.CD-ROM.
- _____. Alemanha e Brasil: o comércio de compensação nos anos 30. In: BRANCATO, Sandra M. Lubisco; MENEZES, Albene Miriam F. (Orgs). **Anais do Simpósio O Cone Sul no Contexto Internacional**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1995. pp.193-216.

- MESQUITA, Silvana Nery. **A Política Cultural norte-americana no Brasil: o caso do OCCIA e o papel da Seleção Reader's Digest 1940-1946.** Dissertação (Mestrado em História) Programa de Pós-Graduação em História da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2002.
- NAVA, Pedro. **Capítulos da História da Medicina no Brasil.** São Paulo: Ateliê Editorial; Londrina: EDUEL, 2003.
- NOVAIS, Fernando A. (Coord.); ALENCASTRO, Luiz Felipe (Org.). **História da Vida Privada no Brasil. Vol.2.** Império: a Corte e a Modernidade Nacional. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- NOVAIS, Fernando A. (Coord.); SEVCENKO, Nicolau (org.). **História da Vida Privada no Brasil. Vol.3.** República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- ORTIZ, Renato. Cultura, Modernidad y Identidades. **Revista Nueva Sociedad**, Caracas, n.137, 1995. pp. 17-23
- PADOVAN, Maria Concepta. **As Máscaras da Razão: memórias da loucura no Recife durante o período do Estado Novo (1937-1945).** Dissertação (Mestrado em História) Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2007.
- PAIM, Antonio. **A Escola do Recife: estudos complementares das idéias filosóficas no Brasil.** vol.5, Londrina: Editora da Universidade Estadual de Londrina, 1999.
- PANDOLFI, Dulce C. **Pernambuco de Agamenon Magalhães: consolidação e crise de uma elite política.** Recife: Massangana, 1984.
- PARAÍSO, Rostand. **Esses Ingleses....** Recife: Bagaço, 1997.
- PIGNOTTI, Lamberto. **La Super-Nada: Ideologia y Lenguaje de la Publicidad.** Valência: Fernando Torres Editor, 1976.
- PINSKY, Luciana. Um clássico volta à mesa. **Revista Época.** n. 131. Rio de Janeiro: Globo. 20 nov. 2000. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/edic/20001120/soci6a.htm>>. Acesso em: 20 mar. 2010.
- PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O Jornal: da forma ao sentido.** 2.ed. Brasília: UnB, 2002.
- RENDÓN, Carlos Enrique Londoño. Algunos referentes sobre la modernidad. **Revista Universidad Pontificia Bolivariana.** Medellín, set. 1998. Disponível em: <<http://cmap.upb.edu.co/>>. Acessado em 13 set. 2009.
- RESENDE, Maria Efigênia Lage de. O processo político na Primeira República e o liberalismo oligárquico. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de Almeida Neves (Orgs). **Brasil Republicano: o tempo do liberalismo excludente.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2003. pp. 89-120.
- REVEL, Jacques. **A Invenção da Sociedade.** Lisboa: DIFEL, 1989.
- REZENDE, Antonio Paulo. **(Des)encantos Modernos: História da Cidade do Recife na Década de Vinte.** Recife: FUNDARPE/CEPE, 1997.

- RIBEIRO, José Adalberto. **Agamenon Magalhães: uma estrela na testa e um mandacaru no coração**. Recife: ALEPE, 2001.
- ROZITCHNER, Leon. **Freud e o Problema do Poder**. São Paulo: Escuta, 1989.
- RUANET, Sérgio Paulo; PEIXOTO, Nelson Brissac. É a cidade que habita os homens ou eles que moram nela? História material em Walter Benjamin 'trabalho das passagens'. Dossiê Walter Benjamin, **Revista USP**, São Paulo, n.15, set. 1992. pp. 49-72.
- RÜSEN, Jörn. **Razão Histórica**. Teoria da História: os fundamentos da ciência histórica. Brasília: UnB, 2001.
- SALDANHA, Rafael Araújo. 'A Primeira Faz Tchan.. A Segunda Faz Tchun...': masculinidades em disputa nas representações dos anúncios da Gillette. **Anais do Seminário Internacional Fazendo Gênero: corpo, violência e poder**. Florianópolis: UFSC, 2008. Disponível em: <http://www.fazendogenero8.ufsc.br/sts/ST9/Rafael_Araujo_Saldanha_09.pdf>. Acessado em 17 mar. 2010.
- SANTOS, Francisco de Araújo. **A Emergência da Modernidade: Atitudes, Tipos e Modelos**. Petrópolis: Vozes, 1990.
- SCHORSKE, Carl E. **Pensando com a História: Indagações na Passagem para o Modernismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- SCHUFFNER, Luciana Silva. **O Minas Tênis Club e o Estado Novo: moldando corpo e mente da juventude de Belo Horizonte (1935-1945)**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Pontífca Universidade de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2007.
- SEVCENKO, Nicolau. **Orfeu Extático na Metrópole: São Paulo, Sociedade e Cultura nos Frementes Anos 20**. São Paulo: Companhia das letras, 1998. SILVA
- SOUZA NETO, José Maria Gomes de. **Engenho de sons, imagens e palavras: ditadura e propaganda na primeira metade do século XX**. Dissertação (Mestrado em História) Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, PE, 2000.
- _____. 'O importante não é falar, mas ser ouvido': meio e entremeios da propaganda de Agamenon Magalhães em Pernambuco (1937-45). **Saeculum**, João Pessoa, UFPB, n.10, jan. 2004.
- TOTA, Antonio Pedro. **O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- VEBLEN, Thorstein. **A Teoria da Classe Ociosa: um Estudo Econômico das Instituições**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1965.
- TRINDADE, Isabella Leite *et al.* A modernidade das salas de cinema no Recife. In: **Anais do Seminário Docomomo Brasil**, 6. 2005, Niterói. Disponível em: <<http://www.docomomo.org.br/seminario%206%20pdfs/Isabella%20Leite%20Trindade.pdf>>. Acesso em 22 jul. 2008.
- ZARIFIAN, Philippe. **Temps et Modernité: le temps comme enjeu du monde moderne**. Paris: L'Harmattan, 2001.

Referência Bibliográfica Consultada.

- ALTHUSSER, Louis. Ideologias e Aparelhos Ideológicos de Estado (notas para uma investigação). In: ŽIŽEK, Slavoj. (Org.). **Um Mapa da Ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. pp.105-142.
- ARRUDA, Gilmar. **Cidades e Sertões, Entre a História e a Memória**. Bauru: EDUSC, 2000.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BENJAMIN, Walter. **A Modernidade e os Modernos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2000.
- BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade: lembrança de velhos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- BOURDIEU, Pierre. **La Distinction: critique sociale du jugement**. [s.l]: Éditions de Minuit, 1979.
- BURKE, Peter. **A Escola dos Annales (1929-1989): A Revolução Francesa da Historiografia**. 7. ed. São Paulo: UNESP, 1990.
- _____. **História e Teoria Social**. São Paulo: UNESP, 2000.
- CANETTI, Elias. **Massa e Poder**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- CARR, DAVID. Narrative explanation and its malcontents. In: **History and Theory**, Wesleyan University, n.47, 2008. pp. 19-30.
- CARDOSO, Fernando Henrique e FALETTO, Enzo. **Dependência e Desenvolvimento na América Latina**. 7. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.
- CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- CASTRO, Hebe. História Social In: CARDOSO, Ciro Flamarion e VAINFAS, Ronaldo. **Domínios da História: Ensaios de Teoria e Metodologia**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- CHÂTELET, François. **Uma História da Razão: entrevista com Émile Noël**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- DE PAULA, Marcus Vinicius. **Sombra da iluminura: uma análise iconológica da ilegibilidade**. Tese (Doutorado em Design) Programa de Pós-Graduação em Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2008.
- DIAS, Manuel Nunes; MOTTA, Carlos Guilherme. **Brasil em perspectiva**. São Paulo: Diefel, 1981.

- DOSSE, François. **A História em Migalhas: dos Annales à Nova História**. São Paulo: Ensaio, 1992.
- FIGUEIREDO, Anna Cristina C. M. **Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada**. São Paulo: Hucitec, 1998.
- FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. 11. Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- _____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2001.
- FREUD, Sigmund. O mal-estar na civilização. In: **Obras Psicológicas Completas. Vol. XXI**. Rio de Janeiro: Imago, 1974.
- FREYRE, Gilberto. **Sobrados e Mucambos**. Recife: Global, 2003.
- _____. **Americanidade e Latinidade da América Latina e outros textos afins**. Brasília: UnB, 2003.
- FURTADO, Celso. **O capitalismo global**. São Paulo: Paz e Terra, 1998.
- GOULART, Silvana. **Sob a Verdade Oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo**. São Paulo: Marco Zero, 1990.
- HALBWACHS, Maurice. **Memória Coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.
- HARTOG, François. **Memória de Ulisses: narrativas sobre fronteira na Grécia Antiga**. Belo Horizonte: UFMG, 2004.
- HOBSBAWM, Eric. **Era dos Extremos: o breve século XX (1914-1991)**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HOLANDA, Sergio Buarque de. **Caminhos e Fronteiras**. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- INKELES, Alex; SMITH, David Horton. Rumo à definição do homem moderno. In: **Tornando-se Moderno**. Brasília: UnB, 1981.
- JESUS, Leandro S. Bulhões de. **Cinema de Viajantes: Estado Novo, imperialismo e as imagens dos diários de bordo da expedição Disney**. Dissertação (Mestrado em Cultura, Memória e Desenvolvimento Regional) Programa de Pós-Graduação em Cultura, Memória e Desenvolvimento Regional da Universidade do Estado da Bahia, Santo Antônio de Jesus, BA, 2009.
- JOSGRILBERG, Fábio B. **Cotidiano e Invenção: os espaços de Michel de Certeau**. São Paulo: Escrituras, 2005.
- KIRSCHNER, Tereza Cristina. Ecos do Iluminismo escocês no Brasil: José da Silva Lisboa, Visconde de Cairu. In: COSTA, Cléria Botelho da. **Um passeio com Clio**. Brasília: Paralelo 15, 2002.
- LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. 4. ed. Campinas: UNICAMP, 1996.
- LIMA FILHO, Antonio de A. **China Gordo: Agamenon Magalhães e sua época**. Recife: UFPE, 1976.
- MAFFESOLI, Michel. **Notas sobre a pós-modernidade: o lugar faz o elo**. Rio de Janeiro: Atlântica, 2004.

- MAGALHÃES, Agamenon. **O Nordeste Brasileiro**. Recife: UFPE, 1970.
- MARTINS, Estevão de Rezende. O Caráter Relacional do Conhecimento Histórico. In: COSTA, Cléria B. da (Org.). **Um passeio com Clio**. Brasília: Paralelo 15, 2002.
- MARTINS, Paulo Henrique. Pernambuco e a Modernidade. Recife: Editora UFPE, 1998.
- MEGILL, Allan. Grand Narrative and the Discipline of History. In: ANKERSMIT, F. & KELLNER, Hans (Orgs.). **A New Philosophy of History**. Chicago: The Chicago University Press, 1995.
- MENDONÇA, Gentil de Carvalho. **Considerações sobre o Homem e o Estado Totalitário**. Tese (Concurso para Livre-Docência em Direito Público Constitucional) Faculdade de Direito do Recife, Recife: Typ. Diario da Manhã, PE, 1940.
- MONTENEGRO, Antônio Torres; FERNANDES, Tânia Maria (Org.). **História Oral: um espaço plural**. Recife: Editora UFPE, 2001.
- MORAIS, Cláudio Jorge Gomes de. **O Cinema Educativo em Pernambuco Durante a Interventoria de Agamenon Magalhães: 1937-1945**. Dissertação (Mestrado em Educação) Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2002.
- NASCIMENTO, Luiz do. **História da Imprensa de Pernambuco: (1821-1954)**. Vol.III. Recife: UFPE, 1967.
- NIETZSCHE, Friedrich. **Civilização e Decadência e Outros Textos**. Porto: Editora Inova, [s.d.]
- ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**. São Paulo: Pontes, 2005.
- PARAÍSO, Rostand. **O Recife e a 2ª Guerra**. Recife: Comunicarte, 1995.
- PARTNER, Nancy F. History city in Age of Reality-Fictions. In: ANKERSMIT, F.; KELLNER, Hans (Orgs.) **A New Philosophy of History**. Chigaco: The Chicago University Press, 1995.
- QUINTAS, Fátima (Org.) **A Civilização do Açúcar**. Recife: Sebrae, Fundação Gilberto Freyre, 2007.
- REIS, José Carlos. **História & Teoria: Historicismo, Modernidade, Temporalidade e Verdade**. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- RÉMOND, Réne (Org). **Por Uma História Política**. Rio de Janeiro: UFRJ/FGV, 1996.
- REZENDE. Antonio Paulo. **O Recife: Histórias de uma cidade**. Recife: Fundação de Cultura da Cidade do Recife, 2002.
- RUANTET, Sérgio Paulo. **As Razões do Iluminismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- RÜSEN, Jörn. **Reconstrução do Passado**. Teoria da História II: os princípios da pesquisa histórica. Brasília: UnB, 2007.
- _____. **História Viva**. Teoria da História III: formas e funções do conhecimento histórico. Brasília: UnB, 2007.

- SANTOS, Rainri Back dos. O Jogo da Historicidade. In: **Nos Rastros da Situação Hermenêutica**. Dissertação (Mestrado em Filosofia) Programa de Pós-Graduação em Filosofia da Unersidade de Brasília, Brasília, DF, 2009.
- SARTRE, Jean-Paul. **A Imaginação**. Porto Alegre: L&PM Pocket, 2008.
- SHARPE, Jim. A História vista de baixo. In: BURKE, Peter. **A Escrita da História: novas perspectivas**. 3.ed. São Paulo: UNESP, 1992.
- SILVA, Terezinha de Jesus Pereira. **O papel do elevador na verticalização do Recife 1914/1997**. Olinda: Livro Rápido, 2006.
- TENGARRINHA, José. **História da Imprensa periódica Portuguesa**. Lisboa: Portugália, 1968.
- UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS. **Guia para Elaboração de Trabalhos Acadêmicos**: artigo, dissertação, projeto, trabalho de conclusão de curso e tese. São Leopoldo: UNISINOS, 2009.
- TOURAINÉ, Alain. **Crítica da Modernidade**. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- VEYNE, Paul. **Como se Escreve a História e Foucault Revoluciona a História**. 4. ed. [r.a] Brasília: UnB, 1998.
- WHITE, Hyden. Teoria Literária e Escrita da História. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v.7, n. 13, 1991. pp.21-48.

ANEXOS³²²

Imagem 1. O culto ao corpo e o pensamento de melhoria social pelos hábitos de profilaxia e seleção hereditária produziram como efeito imaginários diversos acerca de viciados, prostitutas e mendigos. A medicina buscava responder através da herança genética porque o ser humano reproduzia práticas socialmente condenadas. No discurso científico, o alcoólatra foi percebido como um “tarado nervoso anormal”. Ao lado, imagem que acompanhou o artigo da Semana Anti-alcoólica.

Fonte: COSTA, João. Semana Anti-alcoólica. **Jornal Pequeno**. Recife. 11 dez 1943. p.03.



Imagem 2. Ao longo do Estado Novo, o Bairro de Santo Antônio, no centro do Recife, foi alvo de particular interesse do prefeito Novaes Filho, remodelando a paisagem sob os saberes da engenharia moderna. Ao lado, fotografia das obras de reconstrução da Avenida Guararapes (antiga 10 de Novembro), em 1943, onde a verticalização de suas construções logo transformaria o local em cartão postal, indicando o “progresso” da cidade.

Fonte: Cortesia do Museu da Cidade do Recife. Fotografia de Alexandre Bérzin, 1943.

³²² Os textos que acompanham as imagens foram produzidos pelo autor, salvo quando previamente expresso.

Imagem 3. A construção da ponte Duarte Coelho, sobre o rio Capibaribe, produziu novos aspectos e dinâmica ao centro do Recife. Quando as obras de reconstrução da Avenida Guararapes foram concluídas, a ponte Duarte Coelho ligou a Guararapes à Avenida Conde da Boa Vista, produzindo um passeio público contínuo, sem curvas, espaçoso e contornado por altas edificações.

Fonte: Cortesia do Museu da Cidade do Recife. Fotografia de Alexandre Bérzin, 1941.



Imagem 4. A experiência moderna faz-se realidade quando seus imaginários relacionados alcançam o universo da prática. Neste sentido, pode-se dizer a modernidade esteve presente no cotidiano do Recife estacionovista. O imperativo na chamada ao lado – “seja forte” – é um convite à ação. Fonte: **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 04 set. 1942. p.4. APEJE.



Imagem 5. Um flagrante curioso registrado pelas lentes do fotógrafo Benício Dias. Descalços, segue o ambulante ofertando seus produtos no centro do Recife e, ao seu lado, um automóvel, símbolo da modernidade, vem adicionar elementos de contraste à imagem. Rua do Imperador Dom Pedro II, 1940. Fonte: Coleção Benício Whatley Dias. Licença para uso da imagem adquirida junto a FUNDAJ. Autor da fotografia: Benício Whatley Dias, 1940.



Imagem 6. Pernambuco contava na década de 1930 com uma organizada colônia de alemães. O Clube Alemão de Pernambuco, fundado em 1920, foi um centro político-cultural em torno do qual parte daqueles imigrantes se reuniu. Ao lado, capa da edição de novembro de 1937 da revista publicada pelo *Deutscher Klub*. Em detalhe, no centro da imagem, uma frase de Adolf Hitler: “*Wollen wir als Gemeinschaft bestehen, dann müssen wir das trennende überwinden!*” [Se queremos existir como sociedade, então devemos superar o que nos separa!]. Fonte: DEUTSCHER KLUB: Monatsschrift. Recife, Ano 18, n.82, nov. 1937. APEJE.



Imagem 7. Com a Declaração de Guerra aos países do Eixo, o racionamento de materiais de primeira necessidade e os exercícios de defesa passiva antiaéreas foram algumas medidas incorporadas ao cotidiano do recifense. Na fotografia acima, o interventor Agamenon Magalhães visita a base aérea de Piedade.
 Fonte: Licença para uso de imagem adquirida junto ao CPDOC/FGV. Autor da fotografia não identificado, [s.d.].



Imagem 8. A saúde, representada largamente em expressões de vigor físico, foi elemento valorativo consagrado na modernidade. Benito Mussolini representava não apenas esse ideal, mas remetia também a uma Itália forte diante da crise dos regimes democráticos. A propaganda do depurador sanguíneo *Galenogal* demonstra afinção entre imaginários modernos e política.
 Fonte: **Jornal do Commercio**. Recife. 04 dez. 1938, p. 9. FUNDAJ.



Imagem 9. As condições de produção daquele discurso contido na propaganda do *Galenogal* (imagem 5) já não eram mais existentes em 1944. A dinâmica da política nacional, assim como da opinião pública, impossibilitou qualquer referência positiva à imagem de Mussolini. Na ilustração ao lado, Hitler “cavalga” o ex-Duce italiano. Abaixo da caricatura, lê-se a legenda: “o cavaleiro alado”. Fonte: *Diário de Pernambuco*. Recife. 01 out. 1944, p.5. FUNDAJ.



Imagem 10. Enquanto que no Recife, o Escritório da Coordenação Americana manteve assíduo contato com representantes do DEIP. No plano nacional, o *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, dirigido pelo milionário Nelson Rockefeller, foi o órgão americano responsável por construir uma imagem favorável daquele país no Brasil. Acima, comemorações do Dia da Pátria, em 7 de setembro de 1942, no Rio de Janeiro. Da esquerda para a direita: Gal. Eurico Gaspar Dutra (ministro da Guerra), V. -alm. Aristides Guilhem (ministro da Marinha), Gustavo Capanema (ministro da Educação e Saúde), Getúlio Vargas, Darci Vargas e Nelson Rockefeller.

Fonte: Licença para uso de imagem adquirida junto ao CPDOC/FGV. Autor da fotografia não identificado, 1942.



Imagem 11. Criticada pelo alto valor cobrado da energia elétrica, a *Pernambuco Tramways* contou com o "sr. Kilowatt" para tentar melhorar sua imagem perante a opinião pública pernambucana. As campanhas de doações e vendas de títulos pelo governo, durante o período de guerra, foi reforçada pela propaganda comercial. A interventoria de Agamenon Magalhães obteve mais um aliado nas chamadas da "Trâmis", como era popularmente chamada a companhia.

Fonte: **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife. 16 abr. 1943. p.03. APEJE.

Imagem 12. Com o enfraquecimento do regime, a censura aos meios de comunicação perdeu força e as manobras para Getúlio Vargas perpetuar na presidência foram logo denunciadas. O *Jornal Pequeno* mostrou-se um forte opositor do Estado Novo. Ao lado, uma montagem com a figura de Vargas vem ilustrar uma paródia da poesia *Meus oito anos*, de Casimiro de Abreu. Segue abaixo parte do texto publicado pelo periódico:

“Ó que saudade que tenho
Da aurora da ditadura
Da minha vida tão pura
Que os votos não trazem
mais!
Que amor, que sonhos, que
flores,
Quando o DIP me cantava
E eu sorrindo me embalava
Pela voz dos Louruvais!

Como eram belos os dias
Da infância do Estado-
Novo!
Esperanças dava ao povo
Como perfume dá a flor.
Eu governava, sereno,
Sem Camara nem Deputado.

O mundo era um céu
dourado,
A vida um hino de amor.

Que auroras, que céu, que
vida,
Que noites cheias de brilho,
Ouvindo o Marcondes Filho
Querendo o povo ninar!
As prisões cheias de gente,
A imprensa quieta,
arrollhada,
O radio sem dizer nada,
E o DIP a me bajular!”

Fonte: **Jornal Pequeno**.
Recife. 20 ago. 1945. p.01.
APEJE.

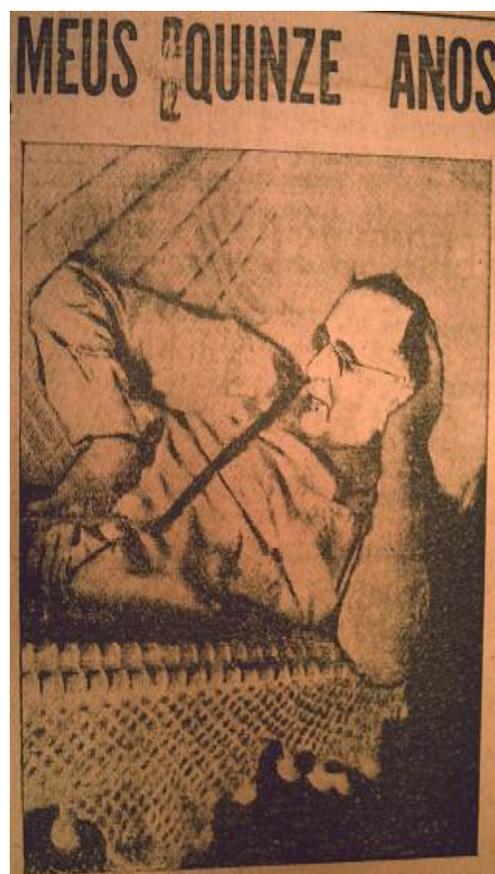


Imagem 13. Crítico da administração Agamenon Magalhães, Gilberto Freyre condenou a perseguição religiosa e a “demonização” dos mocambos. Na imagem ao lado, a caricatura de Aníbal Fernandes, diretor do Diário de Pernambuco, mostrando seu livro *Pernambuco no Tempo do “Vice-Rei”* e, à sua frente, uma representação de Freyre trazendo na mão *Casa Grande & Senzala*. O governo de Agamenon foi qualificado pelo sociólogo pernambucano como “nazi-jesuítico”, em referência às expressões de intolerância religiosa.

Fonte: **Folha da Manhã**. Edição matutina, Recife, 22 mai. 1945. p.07. APEJE.

