

“O IMPORTANTE NÃO É FALAR, MAS SER OUVIDO”: MEIOS E ENTREMEIOS DA PROPAGANDA DE AGAMENON MAGALHÃES EM PERNAMBUCO (1937–45)

José Maria Neto*

“Ninguém mais do que ele fez do jornal uma tribuna e da Imprensa uma escola; encetada a luta, todos são arrastados a ela por uma estranha fascinação”¹. Agamenon Magalhães, interventor Federal em Pernambuco durante oito anos (1937–45), articulou uma sofisticada rede de divulgação durante o período de sua interventoria. Pernambuco ocupou um lugar de destaque no Estado Novo², e isto se dava, também, pela capacidade do interventor em criar realidades a partir da propaganda governamental: tal situação fica bem clara nos jornais de 1939 e 1940, quando o interventor exalta as virtudes do Estado Novo, que soubera não só criar uma política social como também poupar o país da guerra mundial, e finaliza acrescentando como estão vivendo num dos melhores lugares do mundo (afirmações, no mínimo, exageradas, pois o Estado encontrava-se em sérios problemas e as políticas empreendidas pelo governo não surtiavam o efeito desejado). A propaganda do governo foi eficiente na medida em que marcou a mente das pessoas, e muito desse mundo criado pelo interventor tornou-se verdade, sutil como uma lembrança, e contudo sólida como uma memória.

A propaganda agamenonista pode ser classificada como de doutrinação, o que, de fato, afirmava ser. Ainda que, vez por outra, Magalhães se dissesse comunicador ou jornalista, era óbvio seu trabalho como doutrinador – ele sequer o negava; muito pelo contrário, doutrinava.

*Doutorando do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Pernambuco. zemariat@uol.com.br

¹ Prof.^o Jacob Tumajan, no funeral de Agamenon Magalhães. GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO. In *Memorian Agamenon Magalhães*. Recife: Secretaria do Interior e Justiça: Imprensa Oficial, 1952, p. 81.

² Podemos “considerar o Estado e a Interventoria, como palco de realizações pioneiras e experimentais, uma ‘Interventoria Modelo’ e ‘laboratório’ dos objetivos estadonovistas.” IN LIMA, Djalma G. de *Estadonovismo: historiografia e histórias* (hipóteses sobre o agamenonismo). Dissertação. Recife: UFPE/CFCH/Mestrado em História. 1988. p. 92.

como ele próprio afirmava é condição *sine qua non* para um governo eficiente, pois “*Um governo que não escreve, não fala, não ouve, nem age, é um governo que não se fará entender. É surdo-mudo*”³. E o interventor fazia questão de repetir a tantos quantos pudessem ouvir suas idéias a respeito da importância da imprensa para seu governo, considerando-a como um “*órgão de Estado*”. As verdades agamenonistas tinham de ser trombeteadas aos quatro ventos e, portanto, propagar esse papel da imprensa (coerente com a política nacional empreendida por Getúlio Vargas) como braço do Estado, ajudando a criar a “emoção do Estado Novo” é uma obrigação da Interventoria. Nilo Pereira, secretário de Educação de Agamenon, disse a seu respeito: “*parece-me que havia nele mais um doutrinário que a rigor um jornalista. Era a doutrina do Estado Novo que constantemente impunha*”⁴. Pereira também destaca um outro importante fator na composição do doutrinador Agamenon, que ele chamou de “psicologia das massas e da poeira”, difícil de se definir, uma compreensão envolvendo variados tipos de habilidade (timing, sensibilidade, gênio) uma sabedoria humana semelhante a um “tocar de ouvido”, para o qual nenhuma fórmula, nenhuma panacéia, nenhuma lei geral pode ser substituído⁵. Por tudo isso, poucos políticos estavam tão cômicos da variável “opinião pública” quanto Agamenon Magalhães: em suas próprias palavras, num “*segundo a opinião pode ser esclarecida, modificando seu julgamento sobre um determinado facto*”⁶. Vê-se, então, uma das espinhas de sustentação do regime em Pernambuco: a capacidade deste regime em atingir eficientemente a população, tomá-la como sua aliada, criar nela anseios semelhantes aos que o regime desejava.

Sobre esse êxito salientamos alguns fatos: sua grande flexibilidade⁷, aplicando-se separadamente a diversos públicos-alvo de maneira a atingir

³ *Folha da Manhã*, Recife 23/11/41, p. 3, grifo nosso.

⁴ PEREIRA, Nilo, *Agamenon Magalhães*, uma evocação pessoal. Recife: Taperoá, 1972, p. 70, grifo nosso.

⁵ CTBERLIN, Isaiah, *O sentido de realidade* – estudo das idéias e de sua história, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999, p. 56.

⁶ *Folha da Manhã*, Recife, 25/11/38, p. 3.

⁷ “*a propaganda não deve ser feita com a cega adoção de um esquema, mas, que ela deve diferenciar-se, de acordo com o meio a que se dirige.*” TCHAKHOTINE, Serge, *A Mistificação das Massas pela Propaganda Política*, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967, p. 293.

a maior quantidade possível de pessoas, variando suas metáforas e símbolos. Agamenon insuflava o medo em seu discurso, apregoando os riscos iminentes que dominariam a população (não fora a ação dinâmica do governo), e são representativas dessa perspectiva duas imagens bastante usadas: o “comunista perigoso” e o “tubarão”: ora, com a primeira delas, o interventor expunha às classes ricas a iminência de uma revolução social comunista, conseguindo apoio financeiro e político; por outro lado, com o “tubarão” expunha às classes proletárias a ameaça do poder econômico, a especulação, o lucro excessivo, que o governo estava combatendo sem tréguas e ainda clamava pela ajuda de toda a população. Diante disso, percebemos como as imagens de que se armava o interventor eram tão fortes, tão expressivas... ainda que franciscanamente tão simples.

A propaganda era uma máquina azeitada e constante, jamais descansava, nunca dava seu serviço por terminado, atacava por todos os lados, não excluía nenhum grupo social, mirava a jugular de qualquer um que obstaculizasse o seu percurso. Quantas vezes, lendo os jornais dos anos da interventoria, os mais diversos grupos sociais são virulentamente atacados pelo chefe do executivo estadual em pessoa. A esse fato podemos juntar outros: a perfeita sintonia entre o departamento de propaganda e os demais setores da administração: “*Homens ligados à polícia na ocasião, punham, por exemplo, panfletos por baixo da porta de algum operário que eles supunham suspeito, para depois ‘descobrirem’ a célula comunista, com estardalhaço na imprensa*”⁸. As operações eram comandadas a partir do Campo das Princesas, sede do governo e essa coordenação centralizada provou ser bastante eficiente. Todavia, a despeito de sua centralização, espreada-se por todo Estado, dando ao povo pernambucano uma sensação de que o interventor era onipresente, sentimento de ubiquidade ressaltado pelo interventor: o recifense lia Agamenon na Folha da Manhã (jornal de propriedade do interventor) e em diversos outros jornais, ouvia Agamenon duas vezes por dia no rádio, e se ia ao cinema, lá estavam Agamenon e o seu governo estampados na tela grande.

O século XX e seu avanço tecnológico permite aos políticos ascender à uma aura de mito por dominarem os meios de comunicação de massa.

⁸ Cid Sampaio apud PANDOLFI, Dulce C.. *Pernambuco de Agamenon Magalhães. consolidação e crise de uma elite política*. Recife: Massangana, 1984. p. 55, grifo nosso.

Entre esses políticos, encontramos Agamenon Magalhães, maestro dessa “*selvagem sinfonia totalitária*”⁹ que foi o Estado Novo pernambucano e mestre titereiro dos mídia da época¹⁰.

Tome-se o exemplo do rádio. Pernambuco tem uma antiga relação com a radiotransmissão: pelo menos desde 1910 que amadores operam telegrafia sem fio, TSF, “*apesar de ser a radiotelegrafia de uso privativo do Governo – especialmente durante a I Guerra Mundial*”¹¹. Em 1919 foi fundado o Radio Club de Pernambuco (note-se o artigo masculino por ser um clube de rádio). No decorrer dos anos 20, o rádio foi-se firmando como uma fonte de divertimento e informação do povo recifense. Em 1924, as transmissões do Rádio Clube são oficialmente inauguradas; dois anos depois, pioneiro no Brasil, é inaugurado o “telejornal”; em 1932, estréia o “teleteatro”.

Quando Agamenon chega ao poder encontra um Estado ligado ao rádio: avanços tecnológicos popularizaram os receptores domésticos, e novos modelos são anunciados nos jornais a cada ano. Principalmente a partir dos anos 30, vive-se a “coqueluche” do rádio: programas de auditório, grandes galãs... Recife “pisa nos astros distraído”, fossem estes locais, nacionais e mesmo internacionais.

A tecnologia do rádio, fácil de ser aprendida, vulgarizava as transmissões: muitos ouviam os programas, mesmo sem aparelhos: uma das engenhosas soluções encontradas foram os “baixo-falantes”, equipamentos rústicos mas extremamente funcionais: a partir de materiais simples como linguetas feitas de lata de óleo e cabos de vassoura mais elementos extremamente baratos, como o ímã em forma de U e fio, era construído um receptor; com um arame estendido nos telhados das casas, à guisa de antena, e um cone de papelão servindo de amplificador, as ondas eram captadas e a música inundava os ambientes. O interventor também favoreceu-se de uma decisão do seu antecessor e algoz, Carlos de Lima Cavalcanti: quando governador, ele decretara “*o uso de receptores de rádio em todos os municípios do Estado para audições públicas*”¹².

⁹ LIMA F. Antonio de A., **China Gordo**: Agamenon Magalhães e sua época, 2ª edição. Recife: Editora Universitária, 1976, p. 41.

¹⁰ “*Para transformar as velhas ideias [SIC] em fortes e poderosas armas políticas era necessário qualquer coisa mais.*” (...) “*Embora o solo viesse sendo preparado há muito para o mito do século XX, não teria produzido o seu fruto sem a utilização hábil da nova*”

¹¹ CÂMARA, Renato P., **Fragments da história do Rádio Clube de Pernambuco**, 2ª edição. Recife: CEPE, 1998, p. 17.

¹² *Ibid.*, p. 47.

Em 27 de julho de 1938, pouco menos de um ano após o golpe, Magalhães supriu as finanças do Rádio Club de Pernambuco com “*uma subvenção annual de 100.00\$000*”¹³, colocando-o claramente à serviço do regime. Depois inaugura seu programa de rádio, “*Conversa Com O Ouvinte*”, na mesma emissora, onde “*o Interventor respondia cartas, perguntas ou dissertava sobre temas de interesse geral*”¹⁴. Agamenon sabia que não bastava, apenas, colocar suas mensagens no rádio: era fundamental que elas fossem divulgadas de forma clara e atraente, para conquistar mais facilmente os corações e as mentes dos pernambucanos. Por isso, tal missão ficava a cargo dos experientes locutores do Rádio Club, que teve papel fundamental na construção do mito agamenonista. Amiúde, os seus ouvintes eram bombardeados pelas mais desbragadas peças de propaganda, pensadas para capturar a simpatia do ouvinte, lembrando da figura extremamente capaz que capitaneava o Campo das Princesas.

A partir de uma nota lida no dia 02 de janeiro de 1938¹⁵ (aniversário de dois meses da posse de Agamenon), podemos discernir alguns elementos bastante característicos da propaganda estadonovista: a comparação antes/depois do regime, como o quadro político e social do Estado renova-se completa e instantaneamente apenas com a chegada ao poder do interventor: “*Pernambuco já não é o campo arido, secco, sombrio, povoado de vozes misteriosas como um angustiante sitio de phantasmas que zombavam. Pernambuco, agora redivivo, como num sonho, está florido, no encanto da sementeira nova e fecunda*”.

Não se trata, propriamente, de um processo mas uma redenção automática, (“*Repontou o sol glorioso. É a vida que resurge. É a felicidade que chega*”) que os sentidos da população podem captar graças aos meios de comunicação, amplificadores dessa nova atmosfera.

Há, também, a imagem do líder redentor que atende aos apelos de seu povo em apuros e, olímpico, assume seus destinos, delirantemente aclamado por esta mesma gente que tanto o desejou no poder é perfeita do ponto de vista da propaganda: “*A multidão ansiosa e emocionada correra em massa á Praça da Republica, sagrando com seu apoio e com suas palmas o novo chefe do Estado que accudira patrioticamente ao apelo de sua Terra, para rehabilital-a no conceito sereno da Nação*”.

¹³ Folha da Manhã, Recife. 28/ VII/ 38. p. 3.

¹⁴LIMA, Djalma G. de. Op. cit. p. 138.

¹⁵ Folha da Manhã, Recife. 04/II/38. p. 8.

Quando a tudo isto somamos o vigor de uma locução radiofônica, deparamo-nos com um primor de comunicação e divulgação política. Para o pesquisador Renato Phaelante, “*inegavelmente, a popularidade de Agamenon Magalhães veio pelo rádio*”. Claro está que tal frase não é, de forma alguma, um exagero, mas um reflexo de um governo que usou habilmente os recursos técnicos que a difusora lhe oferecia. E, com justiça, suspirou o interventor: “*Se não fossem a Folha e o Radio Club*”¹⁶.

A Folha da Manhã, *piece de resistance* da propaganda agamenonista. A política pernambucana seguia o mesmo tom da política nacional – talvez porque o próprio Agamenon fosse um dos seus mentores – e por isso mesmo embora todos os meios de comunicação fossem importantes, o destaque cabia à imprensa escrita.

Agamenon decide criá-la na aurora do Estado Novo antes mesmo de ser nomeado interventor (21 de novembro de 1937). A história da Folha da Manhã coincide perfeitamente com a do regime a instaurar-se: como numa profunda relação simbiótica uma não existiria sem o outro. São existências paralelas: “*Ella [Folha da Manhã] surgiu com o Estado Novo para uma grande apostolado. O apostolado da restauração nacional. Viverá com elle e com a sua crença.*”¹⁷

Agamenon esboçou o jornal, elaborou seu projeto gráfico, atraente aos olhos, característica presente para os leitores do jornal: no primeiro aniversário da Folha, em 1938, os editores dos outros jornais do Recife enviaram suas congratulações, celebravam em uníssono seu dinamismo, o “feito” ou “feição” moderna do informativo. À Folha juntou-se a “Folhinha”: em 24 de fevereiro de 1938, é lançada a edição vespertina da Folha da Manhã¹⁸, menor, mais simples e direta que a sua irmã mais velha, mas como o mesmo objetivo: ser a voz, o pensamento de Agamenon, dizer diretamente ao povo aquilo ele que achava ser correto e, mais importante, que a população também deveria achar.

Magalhães regozijava-se da excelente tiragem, que chegou a atingir mais de quinze mil exemplares. A apresentação foi fundamental neste

¹⁶ Ibid., 23/II/41, p. 3.

¹⁷ Ibid., 20/XI/38, p. 3.

¹⁸ Alguns autores referem-se a essa edição como “Folha da Tarde”. Todavia, o nome que nós encontramos é “Folha da Manhã: Edição Vespertina”, dado esse referendado pelo pesquisador Luiz do Nascimento em sua obra já clássica História da Imprensa de Pernambuco.

aspecto: na edição matutina, mais completa, um bom pedaço dedicava-se ao mundanismo – misto de coluna social, guia de moda e dicas de puericultura e saúde da mulher; aos domingos abriam-se páginas destinadas a trechos de livros e poesia de autores pernambucanos, caprichosamente ilustradas. Tais luxos não eram encontrados na edição da tarde, mais popular (mas a programação dos cinemas da cidade e uma bem cuidada seção esportiva marcavam presença em ambas as versões).

As duas edições eram fartamente ilustradas com grandes e destacadas fotos, o que as tornavam divertidas de se ler, leves, “expeditas” como colocou seu criador. Pela manhã, algumas páginas, notadamente a primeira e a última capas (onde encontravam-se as manchetes) e as seções de cultura (nos finais de semana), apresentavam-se num tom azul, diferente do resto do jornal (branco), enquanto a edição da tarde, toda, era num verde muito claro. Tal variação na tonalidade destinava-se a chamar a atenção do passante, atrair seu olhar, e esta informação ganha relevo quando lemos, num artigo do interventor que ele, pessoalmente, escolheu “*a côr do papel*”¹⁹. Era portanto mais uma peça na, já sabemos, vasta artilharia propagandística de que dispunha o interventor federal. No mesmo artigo, ele salienta como escolheu também o formato tablóide pequeno, fácil de segurar enquanto se viaja de bonde, por exemplo. Esse formato foi adotado em maio de 1938, pois até então o jornal era grande, difícil de ser manuseado fora de um lugar assente.

Também merecem destaque especial as manchetes: bombásticas, ajudavam a dar ao cidadão a impressão de que o Estado Novo vivia sem contradições nem conflitos, numa grande e contínua festa: as grandes comemorações cívicas, com absoluto destaque para o Primeiro de Maio, as procissões, os acontecimentos. Da mesma forma, as grandes figuras do regime, inclusive o interventor, sempre apareciam em realce, mas o maior exagero era reservado para Getúlio Vargas, num tratamento que beirava a divinização.

A Folha da Manhã custava metade do preço dos demais jornais e seu avatar vespertino apenas um terço, a ponto do povo apelidá-la de “loré”, “*o bonde de segunda classe, o reboque de \$100, onde se viaja de pés descalços*”²⁰. Também a distribuição dos jornais era muito boa, “*com*

¹⁹ Folha da Manhã, Recife. 25/11/39, p. 7.

²⁰ Ibid., 25/11/39, p. 3.

*animadora penetração tanto no Recife como no interior*²¹. Certa feita, Magalhães afirmou que a “Folhinha” era como uma “*nuvem de gafanhotos*”²² que todas as tardes assomava a cidade. Com o tempo, esse enxame ultrapassou as fronteiras do Estado, divulgando a mensagem do regime em paragens mais distantes: era possível comprar exemplares nos demais estados do nordeste e até mesmo na capital federal.

Mesmo com toda essa distribuição, o público-alvo primeiro para quem as folhas originalmente foram pensadas não se perdeu: os trabalhadores pernambucanos, “*cujos salários não lhes permitam o luxo de um jornal matutino, com 16 páginas*”²³; era em boa parte a eles que Agamenon se dirigia. Se a Folhinha era uma nuvem de gafanhotos, sua revoada começava pelos arrabaldes. Mas eles não eram os únicos: reforçava-se a idéia de que o espectro social que se pretendia atingir era bastante amplo: “*O operario, o soldado, o homem de negocio, o estudante, as moças e senhoras da alta e da media sociedade, as massas, enfim, e as ellites, precisam, nessa hora de curiosidade e inquietação, de alguém que lhes diga onde está a verdade*”²⁴.

O interventor escrevia quase diariamente no jornal, mas mesmo quando não o fazia, o restante do jornal expressava exatamente suas opiniões, como se seu espírito perpassasse cada jornalista, cada comentarista do informativo. Isso porque na Folha, como no governo, Agamenon cercava-se de pessoal de sua mais inteira confiança, figuras mais que obedientes às suas ordens, e muitos também eram seus assessores na administração estadual.

Agamenon afirmava que a “Folha” era jornal só de fatos e coisas brasileiras, tratava exclusivamente do acontecimento do dia nacional, o que não condizia com a verdade: claro que possuía vasto material nacional e local, mas só as (boas) notícias que interessavam ao regime eram publicadas; a seção internacional, porém, mostrava como o mundo estava num turbilhão de violências e crimes, ou como algumas nações (notadamente a Itália, a Alemanha e Portugal) estavam saindo-se bem no apaziguamento social, funcionavam como cortina de fumaça para a população

²¹ PEREIRA, Nilo. op cit, p. 70.

²² Folha da Manhã, Recife, 25/II/39.

²³ Ibid., 25/II/38, p. 4.

²⁴ Ibid., 25/II/39, p. 8.

pernambucana, razoavelmente bem informada sobre o exterior mas iludida sobre sua realidade local: a edição vespertina da “Folha” estampava em sua manchete do dia 1/X/38: “*Quinhentas mil pessoas aclamaram Hitler em Berlim*”, certamente este fato não pertence ao “dia brasileiro” ao qual se referiu o interventor.

Garantindo o consenso em relação à sua administração, fazia um duplo movimento em direção aos jornalistas, coagindo e cooptando. A censura se fazia sentir, pois nenhum órgão de imprensa poderia se recusar a publicar matérias sobre as ações do governo. A presença do interventor era tão forte que, certa feita, o interventor fez “*publicar o discurso do Presidente em Resende, destacando até as frases para as manchetes de toda a imprensa*”²⁵.

Havia um outro lado: a cooptação em ação paralela à do regime getulista. Em setembro de 1931 foi criada a Associação de Imprensa de Pernambuco, com eleições regulares para a mesa diretora; em 1937, contudo, sem “*indicação dos motivos*”²⁶, presidente e vice da instituição renunciaram, e numa reunião com apenas três representantes da AIP é eleito como presidente José Campello, redator-chefe da Folha da Manhã, que há de se manter solidamente no cargo até os estertores do Estado Novo, em 1945. Sua posse foi prestigiada pelo interventor. Durante essa longa presidência, é correto afirmarmos que a classe jornalística logrou objetivos importantes, numa caminhada que tendia a uma verdadeira profissionalização do ofício; todavia, permaneceu também uma instituição dócil em relação ao governo estadual, numa troca de favores útil para ambos os lados e extremamente favorável para uma ditadura que precisa, diariamente, convencer os cidadãos da justeza de sua presença, indevida, no poder.

A figura de Campello é fundamental para a compreensão da imprensa pernambucana durante o Estado Novo. Não apenas pelo seu longo mandato à frente da AIP, mas por suas atividades nos jornais do Recife e por suas nada escondidas posições políticas. Redator-chefe da Folha da Manhã e do jornal católico A Gazeta, em ambos destilava a mais pura peçonha fascista e anti-semita. Na Folha, em particular, seu artigo apresentava-se na terceira página, logo após as manchetes na primeira folha de editoriais, prova da sua importância, bem como das suas opiniões, para o jornal. Era

²⁵ Agamenon Magalhães apud PANDOLFI, Dulce. C. Op. cit., p. 53. grifo nosso.

²⁶ MAIA, Carlos L. 50 anos da AIP. Recife: Massangana, 1982, p. 193.

extremamente bem informado sobre as ações nazistas – aliás, as figuras alemãs e italianas mais destacadas, como Hitler, Mussolini, o Conde Ciano ou Goering, eram muito presentes nas páginas do jornal, e sua admiração pelos países fascistas era claramente expressa, considerando-os um exemplo para a Nação brasileira.

Particularmente no terreno da propaganda, sua idéias são um decalque da teoria nazi-fascista européia: *“A propaganda não é apenas uma necessidade no campo das atividades econômicas. Nos tempos que correm, ella se impõe também na divulgação das idéas politicas, sociaes e culturaes. A questão é que essa propaganda se faça com intelligencia e bom gosto que são os elementos principaes do seu successo. A propaganda em taes circunstancias é util porque leva ao povo o conhecimento das grandes realizações e beneficios que um regimen politico possa executar ao influxo do seu corpo de doutrinas, sahindo do terreno das puras especulações para o das realidades concretas”*²⁷.

A questão do “bom gosto” é fundamental para a propaganda nazi-fascista. Eles desenvolveram o conceito de que a propaganda não podia ser algo mambembe, de última hora, mas sofisticado e onipresente, semelhante ao que foi levado a cabo durante a interventoria Agamenon Magalhães. Um bom exemplo dessa sintonia com o Eixo deu-se em 1938 com a estréia do filme *“Branca de Neve e os Sete Anões”*, de Walt Disney. Campello escreveu exaltado artigo explicando como aquele filme era elevado para a família pernambucana, que deveria levar suas crianças várias vezes para vê-lo; posteriormente, em outro artigo, relata como o Reich alemão controla e censura a entrada de filmes estrangeiros na Alemanha... menos os filmes da Disney, tidos como edificantes.

José Campello era pródigo em preconceitos, direcionando-o para os mais diversos grupos, mas em particular os imigrantes e seus descendentes: dos japoneses, por exemplo, disse serem *“raça inassimilavel e perigosa, enkistados em nosso territorio”*²⁸. Com os judeus, seu foco favorito, sucedia algo semelhante: em artigo significativamente chamado *“Hóspedes Perigosos”*²⁹, notamos como a prosa de Campello costurava economia e política modernas em preconceitos comuns, levando o leitor a crer que

²⁷ *Folha da Manhã*, Recife, 20/XI/38, grifo nosso.

²⁸ *Ibid.*, 18/III/38, p. 6.

²⁹ *Ibid.*, 7/XII/38, p. 3

jaziam nos judeus todas as culpas: pelo comunismo inaceitável, pela desagregação social. Os judeus são representados como ingratos, criaturas vis cheias de ódio e em cuja mente só existe um desejo: a vingança. Fora do seu estulto discurso, não há existência: quem não é anti-semita, é ignorante ou traidor vendido aos interesses judaicos.

Havia, ainda, uma terceira mídia a ser utilizada: o cinema. Assim como o rádio, o cinema já possuía uma tradição no Recife. Apesar desse início brilhante, a produção cinematográfica local minguou e “*na década de 30 há um vazio*”³⁰. Contudo, esse período havia criado excelentes profissionais da câmera que, com o advento do filme sonoro e o consequente encarecimento do aparato tecnológico, ficaram momentaneamente impossibilitados de produzir seus filmes. No devido momento, sua arte e sua técnica seriam redescobertos pelos políticos estadonovistas.

Um outro fator pesava na escolha do cinema como meio de comunicação privilegiado: a dispersão das salas. Note-se que a sétima arte era diversão pública das mais apreciadas, e sua presença marca a vida cotidiana do Recife desde as primeiras décadas do século. Na década de 30, as pessoas continuavam indo ao cinema, a frequência aumentara, as grandes produções hollywoodianas aportavam regularmente na urbe. Suspiros pelos galãs, desejos pelas mocinhas... a emoção do cinema arrebatara a cidade do Recife. Na década de 40, o Recife chegou a possuir 26 salas de exibição os cinemas concentravam-se nas estreitas ruas do centro, de onde espraiavam-se pelos bairros mais distantes, envolvendo a cidade num abraço cinematográfico. Era no centro que localizavam-se os dois principais: o Moderno, mais luxuoso, vitrine aonde a elite ia ver e ser vista; e o Parque, cinema popular.

A potencialidade desta mídia é logo percebida, e a produtora Meridional Filmes é contratada para fazer filmes de propaganda do governo. Em 29 de maio de 1939 (note bem: com menos de dois de administração) é inaugurada a “*Edição Cinematographica*” da Folha da Manhã. O primeiro filme, apresentado no “Theatro Moderno”, “*focaliza aspectos das solenidades levadas a efeito nesta cidade [Recife] durante o Dia do Trabalho* [uma das datas mais queridas ao regime, quando trabalhadores e patrões marchavam juntos – ainda que “incentivados” por Agamenon – e a escolha dessa data, o auge cívico do Estado Novo, demonstra conhecimento

³⁰ FIGUERÔA, Alexandre, *O Cinema super 8 em Pernambuco: do lazer doméstico à resistência cultural*. Recife: FUNDARPE. 1994, p. 25.

da arte de impressionar espectadores], *sendo sua segunda parte dedicada a excursão do interventor federal aos municípios de Altinho, Bebedouro, Caruarú, São Caetano e Brejo da Madre de Deus*³¹. A primeira exibição tinha de ser no teatro mais importante, mais sofisticado. Contudo, foi no popular Teatro do Parque e nos demais cinemas de bairro que esses pequenos jornais fizeram fama, ajudaram a dispersar a mensagem do interventor como cinzas jogadas ao vento.

É importante refletirmos no quanto uma projeção cinematográfica pode influenciar as pessoas. Em primeiro lugar, aquelas imagens que impressionam as retinas dos espectadores são tomadas por retratos sem retoques da realidade: não há atores ou roteiros (pelo menos não aparentes). Ou seja: nada mais seriam que instantâneos da vida real captados pelas câmeras. Por outro lado, os filmes dão às notícias uma vida que o jornal e mesmo o rádio são incapazes de atingir: o espectador está vendo e ouvindo aquelas pessoas que conhece tão bem (o interventor Agamenon, Getúlio Vargas), percebe como são na “realidade” e nem se dão conta que, nesse processo, estão absorvendo as informações que o regime está interessado em passar.

Poucos filmes documentários ainda restam do período, bastante representativos do que se fazia naquele momento. O maior deles trata da Exposição Nacional de Pernambuco, ocorrida entre dezembro de 1939 e maio de 1940, brilhante vitrine para o Estado Novo: em diversos pavilhões montados no Parque 13 de Maio, mostravam-se os avanços sociais e econômicos que o regime havia logrado em apenas dois anos. Pois bem, no filme a realidade é extremamente edulcorada, mostrando Pernambuco como lar de pessoas felizes – e brancas, posto que não aparece nenhum negro na fita. A abertura da exposição, repleta de fogos de artifício; as crianças felizes nos brinquedos (destaca-se uma ótima tomada onde o cinegrafista, Firmo Neto, numa roda-gigante, acompanha o movimento do brinquedo, e vê-se bela imagem da Faculdade de Direito do Recife aparecer ao fundo).

O pavilhão dos usineiros ocupa um terço de todo filme, mostrando como essa classe produtiva era dinâmica e ajudava na modernização do Brasil: são expostos tanto os fatores tradicionais (como os engenhos, as canas) quanto os modernos (a quilometragem de estradas de ferro, mais que duplicada entre 1930 e 1934). Diante disso, temos a percepção que as usinas são o passado e o futuro do Estado. A modernização do Recife é cuidadosamente exposta em maquetes, desde os arcos que foram derrubados

³¹ Folha da Manhã, Recife, 30/V/39, p. 3, grifo nosso.

no início do século até as novíssimas avenidas ainda sendo rasgadas no centro da cidade. Vida nova para uma velha senhora.

Dois outros filmes nos mostram a visita do ministro da Marinha ao Recife: são mostradas ruas lotadas de populares prestes a sufocar o Rolls-Royce onde o ministro desfila em “*excepcional manifestação cívica*”. Logo após, o ministro vai conhecer as cidades em volta da capital: as igrejas de Olinda e Igarauçu, as hortas irrigadas em Maranguape (município de Paulista). Aparece, então, na tela uma legenda indicando que o ministro visita a Penitenciária de Itamaracá... e a primeira cena que vemos é uma belíssima praia, com coqueiros balançando, para só depois vermos a dita prisão, com uma estrutura simplesmente impressionante: limpeza exemplar, presos trabalhando (a cena clássica dos uniformes listrados cavando a terra), e o narrador salienta o enorme esforço de regeneração do homem empreendido pelo Estado Novo.

Os principais veículos eletrônicos de comunicação, como vimos, foram utilizados. A propaganda institucional, contudo, não se restringia a eles: as mais diversas manifestações culturais eram cooptadas ou condicionadas pelo regime para adequarem-se ao figurino estadonovista e promovê-lo junto ao povo. Esse fato é ampliado em sua magnitude quando se tem em mente que o intelectual possui papel preponderante na estrutura funcional do Estado Novo³¹, fato confirmado pelo interventor.

Semelhante ao que ocorria em relação aos jornalistas, dá-se um duplo movimento em relação aos intelectuais pernambucanos: por um lado, conquista-se para a causa, utiliza-se do seu talento; por outro lado, quem se recusa a aderir é duramente perseguido, muitas vezes tendo mesmo que fugir do Estado: quando Manuel Bandeira chamava o interventor de “balordo”, na verdade: “*vingava Gilberto Freyre. Vingava Ulysses Pernambucano. Vingava Aníbal Fernandes. Vingava Joaquim Cardozo. Vingava Samuel Campelo. Vingava, enfim, toda uma ‘intelligentzia’ oprimida durante a longa noite. Com prisão. Com exílio. Com recessão de atividades*”³².

Freyre citou, em um de seus artigos, mementos dessa perseguição; de como elementos do “*nazi-jesuitismo*”, os “*sherlockões estaduais*”,

³¹ “*Se antes o intelectual se encontrava fora do Estado, alheio à política, isto sucedia porque o governo mostrava-se indiferente, senão hostil, ao seu trabalho. O Estado Novo teria o mérito de ir ao encontro do intelectual, oferecendo-lhe o necessário amparo moral e material*” OLIVEIRA, Lúcia Lippi; Velloso, Mônica P. & Gomes, Ângela C., *Estado Novo: ideologia e poder*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982. p. 93.

³² LIMA Fº, Antônio de A. Op. cit., p. 32.

pixaram os muros de sua residência em Apipucos: “*Condutores, motoristas e fiscais de bonde viram o belo espetáculo do pixamento daqueles muros da chacara aos últimos minutos de certa noite e aos primeiros de certa madrugada. Não viram estudante nenhum, mas gente de centros e associações nazi-jesuíticas. Inconfundíveis sherlocks-mirins que hoje recebem ordens em Pernambuco(...)*”³⁴.

O mesmo processo foi usado contra o médico Adolfo Simões Barbosa: amigo do governador deposto Carlos de Lima Cavalcanti, teve seu hospital encampado por Agamenon. Tal violência é explicitada pelo filho do dr. Adolfo, Frederico: “*Agamenon Magalhães tinha um jornal – Folha da Manhã – onde escrevia diariamente. Em alguns desses artigos atacou meu pai, com ódio, fazendo intrigas. Ele era um homem odioso. Nesse período, ele chegou a mandar que se ocupasse militarmente o Hospital Centenário.*”³⁵

A cultura era um ponto-chave na articulação do Estado Novo; por isso afirmava o interventor: “*O meu governo tem desenvolvido*” (...) “*ação cultural intensa*”³⁶. Nos oito anos de governo, Agamenon foi um grande incentivador de atividades culturais, inaugurando particularmente no Recife, várias das diversões ainda hoje tradicionais na cidade (a Exposição de Animais do Parque do Cordeiro, o Horto de Dois Irmãos), criados no intuito de promover diversão sadia para os trabalhadores.

O teatro, no universo agamenosiano, tinha um papel fundamental na formação do cidadão, escola “*do bem e do mal*”³⁷: O ser humano sempre busca emoções, e cabia ao Estado conduzir essas mesmas emoções para a virtude. Ora, já vimos essa filosofia nos diversos veículos de comunicação que o interventor utilizou, mas foi, talvez, no teatro que se deu a forma mais acabada dessa política.

O Estado adotou um grupo de teatro, o “Gente Nossa”, que passou a encenar peças de cunho cívico e moral. Esse grupo era importantíssimo

³⁴ O Jornal, Recife, 25/1/44, p. 13.

³⁵ Depoimento de Frederico Adolfo Simões Barbosa. MONTENEGRO, Antonio T. & FERNANDES, Tânia, *Memórias revisitadas: o Instituto Aggeu Magalhães na vida de seus personagens*. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, Casa de Oswaldo Cruz; Recife: FIOCRUZ, Instituto Aggeu Magalhães, 1997, pg. 279. Esses referidos ataques foram localizados em nossa pesquisa: em 1938, nos dias 20, 21 e 23 de setembro.

³⁶ MAGALHÃES, Agamenon. *Idéias e lutas*. Recife: Editora Raiz/ FUNDARPE, 1985, p. 155.

³⁷ Folha da Manhã, Recife: 04/VI/39, p. 4.

para a interventoria, tanto que: pela “primeira vez o Serviço Nacional de teatro auxiliou um conjunto pernambucano” (...) “Deu 15 contos. Mensalmente, a Interventoria Federal colaborava com dois contos, enquanto a prefeitura do Recife ajudou com 19.500\$00 as montagens de ‘Jesus’ e ‘O Conflito’.”³⁸

Essa ajuda financeira contribuiu para o equilíbrio financeiro do grupo, fato inédito até então. Nas mais marcantes festas promovidas o Gente Nossa tinha atuação destacada: a principal delas deu-se no Congresso Eucarístico Nacional, onde o “superespetáculo” “Jesus” foi incorporado à programação oficial do evento.

Outra importante fonte de renda vinha com o teatro infantil: nesse particular o grande destaque ficou com “Terra Adorada” de Valdemar de Oliveira, que possuía elementos ideológicos que condiziam perfeitamente com a ótica do regime. Nesta peça, um grupo de crianças, num zepelim, viajava mundo afora, observando as belezas, e também as agruras e flagelos das outras nações. Ao voltarem, as crianças estavam “loucas pela Terra Adorada”. Assim referiu-se o exultante interventor a essa peça: “O Recife, com o Teatro Infantil de Valdemar de Oliveira, tem tido horas de emoções delicadas. Horas de emoções altas. A sua peça – ‘Terra Adorada’ é um primor de arte.”³⁹

Como no caso do cinema, o teatro recifense possuía uma vitrine de luxo: o Santa Isabel. Contudo, essas peças não se restringiam a ele. Como a mensagem do Estado Novo tinha de atingir todas as classes, é natural que as peças de teatro fossem expostas ao público de menor poder aquisitivo. Por isso, teatros suburbanos também recebiam o Gente Nossa.

Do mesmo modo, também os Centros Educativos Operários recebiam as peças do Gente Nossa. Esses centros, “frente de batalha em defesa do homem novo brasileiro”⁴⁰, foram fundados na época em que Agamenon ainda era ministro do trabalho, e seu objetivo era conter o avanço comunista nos meios operários, dando-lhes educação e divertimento patrocinado pelo Estado. Já vimos que essas duas esferas humanas, o educar e o divertir, estavam intimamente ligadas durante o Estado Novo, sendo os centros mais

³⁸ PONTES, Joel, *O teatro moderno em Pernambuco*. São Paulo: Buriiti, 1966, p. 29, grifo nosso.

³⁹ MAGALHÃES, Agamenon. Op. cit., pp. 99-100.

⁴⁰ GOMINHO, Zélia de O., *Veneza Americana X Mucambópolis – O Estado Novo na cidade do Recife (décadas de 30 e 40)*. Recife: CEPE, 1998, p. 150.

uma vertente dessa filosofia. Assim, as peças de teatro, absolutamente necessárias à saúde emocional do ser humano, eram também fonte de educação e civismo, alegremente patrocinadas pelo Estado: o teatro “*traduz uma ideologia, um pensamento, as paixões, a simpatia ou a antipatia, os julgamentos, que a platéia não percebe nas suas origens. O teatro é, portanto, uma grande escola. Escola do bem e do mal.*” (...) “*Ai está a razão por que o meu governo tem procurado fazer do teatro uma fonte de emoções sadias*”⁴¹.

O regime utilizava-se ainda de outros meios para fazer-se presente ante a sociedade: o Recife era uma cidade “*sob emoção do Estado Novo*”⁴²; de fato, Agamenon prometera trazer essa emoção para a cidade. Qual a importância desses momentos festivos? Para regimes como o estadonovista são fundamentais: todas as manifestações políticas autoritárias daquela época utilizavam-se em larga medida das grandes comemorações para insuflar civismo em seus cidadãos. Eventuais oposições são encobertas pelo manto largo do delírio festivo, entre outras razões tão-somente porque estão ausentes às cerimônias, rigorosamente controladas para mostrar apenas o apoio recebido pelo regime, nunca as dissensões⁴³. Tais festividades tornam o regime simpático à população, reunindo-a, fazendo-a sentir um todo unificado e coeso à volta de um único objetivo, nesse caso o Estado Novo. O próprio Agamenon deixou isso bem claro quando escreveu: “*As festas comemorativas do Dia do Trabalho demonstram que o golpe do 10 de Novembro foi para Pernambuco uma renovação.*”⁴⁴.

Ou seja, para os líderes essas manifestações eram a prova definitiva de que o Estado Novo era um desejo satisfeito da população. O 1º de Maio, em particular, era a maior festa cívica do regime, onde trabalhadores e empresários marchavam juntos em (forçada) harmonia, provas vivas de que a utopia estadonovista estava a realizar-se. Nesse dia, representantes proletários e patronais proferiam discursos emocionados, exaltando esse

⁴¹ MAGALHÃES, Agamenon. Op. cit., p. 100.

⁴² GOMINHO, Zélia de O. Op. cit., p. 165.

⁴³ Note-se que em todos os filmes agamenonistas, simplesmente não há nada contrário ao regime – algo de se esperar tendo em vista serem filmes de propaganda. Assim, “*(...) com a transmissão televisual das comemorações, ao lado do comemorável e do não-comemorável introduziu-se uma outra redução, a do mostrado e do não-mostrado.*” FERRO, Marc. A *História Viglada*. São Paulo: Martins Fontes, 1989, p. 56.

⁴⁴ *Folha da Manhã*, Recife, 03/V/38, p. 3.

congraçamento e a atuação do Estado e seus dirigentes para consegui-la.

Além do dia do Trabalho, outros grandes eventos marcaram a paisagem recifense com esse mesmo intuito de dar ao povo momentos de festa e união sob o alto patrocínio do Estado Novo. Primeiro em 1939, quando o Congresso Eucarístico Nacional trouxeromeiros de todo Brasil, dando oportunidade ao interventor de salientar, mais uma vez, a unidade promovida pelo regime: “*Os peregrinos*” (...) “*festejaram, na Eucarysthia, o mistério da unidade do Cristo – Deus e Homem, ao mesmo passo que revelaram ao mundo outro milagre da unidade de espírito de uma Nação, na terra, um só Brasil* (...)”⁴⁵.

Com a Exposição Nacional de Pernambuco, em 1940, o Estado Novo teve mais uma importante oportunidade de expor sua pujança. Em grandes pavilhões no Parque Treze de Maio – o “Campo de Marte” recifense: sua localização, no coração da cidade, o fazia monopolizar todas as grandes concentrações, como a Exposição e o Congresso, e lá também foi erigido o altar da pátria – foram expostas as glórias e os avanços conseguidos desde 1930, quando da revolução. Mais importante, foram expostos os perigos das “ideologias dissolventes” como o comunismo (havia um “Pavilhão Anti-Comunista”) e as diferenças entre os dois regimes.

“*Decididamente o Recife é uma cidade festiva*”⁴⁶. Às grandes paradas e exposições organizadas pela interventoria, somavam-se o carnaval, festa pernambucana por excelência, (onde Agamenon Magalhães aproveitava e alardeava sua administração) os festejos religiosos tradicionais (Natal, Juninos), a Festa da Mocidade, criada pelo governo nessa época e sucesso de público até, pelo menos, os anos cinquenta.

Todos esses eventos e manifestações juntavam-se aos artificios de propaganda propriamente ditos (rádio, jornal, cinema) na grande tentativa de marcar as memórias e as retinas dos pernambucanos com uma imagem positiva do Estado Novo, imagem essa que, em muitos sentidos, perdurou após o fim deste regime.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERLIN, Isaiah. *O Sentido de realidade* – estudo das idéias e de sua história. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

⁴⁵ Ibid. 06/IX/39, p.3. grifo nosso.

⁴⁶ GOMINHO, Zélia de O. Op. cit., p. 175.

CÂMARA, Renato Phaelante. **Fragments da história do Rádio Clube de Pernambuco**. Recife: CEPE, 1998.

CASSIRER, Ernst. **O mito do Estado**. Lisboa: Europa – América, 1961.

FERRO, Marc. **A história vigiada**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

FIGUERÔA, Alexandre. **O cinema super-8 em Pernambuco: do lazer doméstico à resistência cultural**. Recife: FUNDARPE, 1994.

GOMINHO, Zélia de Oliveira. **Veneza Americana X Mucambópolis: o Estado Novo na cidade do Recife (décadas de 30 e 40)**. Recife: CEPE, 1998.

LIMA, Djalma Gomes de. **Estadonovismo: historiografia e história (hipóteses sobre o agamenonismo)**. Recife: UFPE/ CFCH/ Mestrado em História, 1988.

LIMAF^o, Antônio de Andrade. **China Gordo: Agamenon Magalhães e sua época**, 2ª edição. Recife: Editora Universitária, 1976.

MAGALHÃES, Agamenon. **Idéias e lutas**. Recife: Editora Raiz/ FUNDARPE, 1985.

MAIA, Carlos Leite. **50 anos da AIP**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco: Massangana, 1982.

MONTENEGRO, Antonio Torres; Fernandes, Tânia. **Memórias revisitadas: o instituto Aggeu Magalhães na vida de seus personagens**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, Casa de Oswaldo Cruz; Recife: FIOCRUZ, Instituto Aggeu Magalhães, 1997.

MOTA, Fernando de Oliveira (org.). **In memoriam Agamenon Magalhães**. Recife: Imprensa Oficial, 1952.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi; Velloso, Mônica Pimenta; Gomes, Ângela Maria. **Estado Novo: ideologia e poder**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.

PANDOLFI, Dulce Chaves. **Pernambuco de Agamenon Magalhães. consolidação e crise de uma elite política**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco: a Massangana, 1984.

PEREIRA, Nilo. **Agamenon Magalhães. uma evocação pessoal**. Recife: Taperoá, 1972.

PONTES, Joel. **O Teatro moderno em Pernambuco**. São Paulo: Buriti, 1966

TCHAKHOTINE, Serge. **A mistificação das massas pela propaganda política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.