A contribuição do DNP para a defesa nacional

O concurso de frases e cartazes patrióticos sobre a nova lei do serviço militar

DNP's contribution to national defense: the patriotic phrases and posters contest about the new military service law / Contribución del DNP a la defensa nacional: el concurso de frases y carteles patrióticos sobre la nueva ley del servicio militar

RESUMO

Este artigo analisa o concurso de frases e cartazes patrióticos elaborado pelo Departamento Nacional de Propaganda (DNP), para difundir entre a população o conteúdo da nova lei do serviço militar, instituída pelo decreto-lei n. 1.187, de 4 de abril de 1939.

Palavras-chave: governo Vargas; lei do serviço militar; Departamento Nacional de Propaganda.

ABSTRACT

This article analyzes the patriotic phrases and posters competition prepared by the Departamento Nacional de Propaganda (DNP – National Department of Propaganda), to disseminate among the population the content of the new military service law, established by Decree-Law n. 1.187, April 4, 1939.

Keywords: government Vargas; military service law; Departamento Nacional de Propaganda.

RESUMEN

Este artículo analiza el concurso de frases y carteles patrióticos preparado por el Departamento Nacional de Propaganda (DNP – Departamento Nacional de Propaganda), para difundir entre la población el contenido de la nueva ley de servicio militar, instituida por el decreto-ley n. 1.187, de 4 de abril de 1939.

Palabras clave: gobierno Vargas; ley de servicio militar; Departamento Nacional de Propaganda.

André Barbosa Fraga
Doutor em História pela Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil
andrebfraga@yahoo.com.br

Introdução

Os órgãos de propaganda criados ao longo do governo de Getúlio Vargas (1930-1945) apresentaram gradativamente uma produção político-cultural intensa e diversificada. O início se deu com o Departamento Oficial de Publicidade (DOP), inaugurado em 1931, passando pelo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), pelo Departamento Nacional de Propaganda (DNP), até chegar ao mais conhecido deles, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), fundado em dezembro de 1939. Algumas das produções oriundas desses órgãos são mais conhecidas e já se encontram relativamente bem catalogadas, como, por exemplo, os Cinejornais Brasileiros, cujo inventário foi produzido pela Cinemateca Brasileira (Galvão, 1982). No entanto, de outras produções – a grande maioria – ainda se sabe muito pouco. É o caso das publicações de livros e de folhetos. Apenas recentemente se passou a estudar o DNP e o DIP em seus papéis de editores, buscando mapear os títulos, os autores e a quantidade dos impressos produzidos (Luca, 2011; Vieira, 2019).

Inserido nessa discussão das políticas culturais elaboradas pelo regime Vargas, este artigo pretende abordar uma produção de propaganda ainda menos conhecida, sobre a qual não há estudos acadêmicos: os cartazes. Apesar de impressos aos milhares no período, quase nada se conhece a respeito da importância da elaboração deles para os projetos político-ideológicos do governo iniciado em 1930. Na verdade, essa situação se explica, em grande parte, pela própria natureza e finalidade do cartaz: ser descartado após o uso. Até porque a prática mais comum para sua exibição era a de mantê-lo colado em muros de logradouros públicos. Pelo mesmo motivo, houve uma dificuldade dos lugares de memória (Nora, 1993) em preservarem, até os dias de hoje, esse tipo de material. No caso das bibliotecas, existiu ainda um obstáculo a mais, já que, embora tenham guardado exemplares de folhetos (publicações, em geral, com poucas páginas e grampeadas) e de livros (com mais páginas e em brochura) editados pelos órgãos de propaganda, não faz parte da tradição delas conservarem cartazes.

Os arquivos públicos e privados também dificilmente mantiveram sob suas guardas esse tipo de conteúdo. O Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (Cpdoc), da Fundação Getúlio Vargas, apesar de reunir os arquivos privados dos principais nomes que colaboraram com Vargas na administração federal, não tem nenhum cartaz do DNP ou do DIP depositado em seu acervo. O Arquivo Nacional tampouco. Este, ao menos, possui, no fundo Agência Nacional, fotos com as representações de alguns dos cartazes produzidos na época. A Figura

1 traz exemplos típicos deles e retrata as ações dos dois ministérios criados em 1930 e considerados estratégicos para o governo: o da Educação e Saúde e o do Trabalho, Indústria e Comércio.

Figura 1 – Exemplos de cartazes produzidos pelo DNP. Fonte: Arquivo Nacional. Fundo Agência Nacional. BR RJANRIO EH.0.FOT, EVE.2207 (2 e 6)

Os objetivos deste artigo serão alcançados justamente com a utilização desse acervo imagético do fundo Agência Nacional e, ainda, com informações sobre a produção de cartazes do DNP encontradas na pouca documentação sobre esse órgão que restou no fundo Ministério da Justiça e Negócios Interiores, também do Arquivo Nacional. Com base nessas documentações e em jornais e revistas publicados na época, procurar-se-á analisar um concurso de frases e de cartazes patrióticos criado em 1939 pelo DNP, demonstrando como a produção de cartazes foi uma parte significativa das estratégias desenvolvidas pelo regime Vargas para difundir entre a população o conteúdo da nova lei do serviço militar, instituída pelo decreto-lei n. 1.187, de 4 de abril de 1939.

Competições culturais como essa foram comuns e recorrentemente empregadas ao longo da presidência de Getúlio Vargas, tanto pelos órgãos de propaganda quanto pelas pastas ministeriais. O próprio DNP havia patrocinado, no Rio de Janeiro, entre dezembro de 1938 e janeiro de 1939, três concursos durante a Exposição Nacional do Estado Novo: bandas de música militares; melhores cantor e cantora de rádio; e música popular

brasileira, samba e marcha, de maior sucesso no momento (Fraga, 2017, p. 43-44). Já o Ministério da Educação e Saúde, por intermédio de sua Comissão Nacional de Literatura Infantil, organizou, em 1936, um concurso de livros para estimular a redação de novas histórias voltadas às crianças (Gomes, 2009). Por sua vez, em 1942,o Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio promoveu o Concurso de Romance e Teatro, o qual foi vencido pelo livro *Pedro Maneta*, de Paulo Licio Rizzo, e pela peça *Julho, 10!*, de Leda Maria Albuquerque e Maria Luiza Castello Branco (MTIC, 1942).

A nova lei do serviço militar e a preocupação com a defesa nacional

A questão da defesa nacional, interna e externa, mobilizou significativamente os integrantes do governo Vargas. A principal contribuição para isso foi a aproximação do regime com os militares, ocorrida desde a chamada Revolução de 1930. Com ela, membros do Exército começaram a se tornar eficientes atores políticos, dando sustentação aos processos de centralização e de nacionalização pretendidos por Getúlio. Tal aliança acabou fortalecida especialmente no período do Estado Novo (1937-1945), notadamente uma ditadura civil apoiada pelas Forças Armadas. No contexto de existência de um regime autoritário no Brasil, o Exército, liderado pelos generais Góis Monteiro, chefe do Estado Maior, e Eurico Gaspar Dutra, ministro da Guerra, obteve um aumento de poder, colocando em prática seu projeto de reconstruir as Forças Armadas brasileiras, mantendo-as disciplinadas, poderosas e capazes de cuidar da segurança do território e de preservar a soberania do país. Sendo assim, durante a ditadura, foi possível garantir a profissionalização das instituições militares, profundamente desorganizadas e fragmentadas na Primeira República (Carvalho, 2006; Pinto, 1999).

Alguns números são reveladores da influência crescente dos militares no pós-1937. No que diz respeito ao efetivo, houve um aumento significativo, passando de 38 mil homens, em 1927, para 75 mil, em 1937, e, ainda, para 93 mil, em 1940. Já o orçamento federal teve suas parcelas destinadas aos ministérios da Guerra e da Marinha elevadas de 19,4%, em 1931, para 30,4%, em 1938 (Malin; Flaksman, 1984, p. 1.129). Em conferência comemorativa de três anos da fundação do Estado Novo, ministrada no Palácio Tiradentes, no dia 10 de novembro de 1940, Dutra deu destaque e analisou sistematicamente os benefícios que o apoio à chegada de Vargas ao poder trouxera para o desenvolvimento e o fortalecimento do Exército brasileiro. A conferência foi publicada em livro pelo DIP em 1941, com o título O *Exército em dez anos de governo do presidente Vargas*. Nele, o gene-

ral detalhou em números o teor da reorganização realizada, abordando temas diversos como o aparelhamento da instituição, as obras empreendidas, o ensino e os serviços de saúde. Além desses, um dos resultados apresentados pelo ministro da Guerra mais significativos dessa união e comemorados pelos militares foi a reestruturação da legislação militar:

> Só com o advento do Estado Novo consegue o Exército refundir e completar sua legislação militar, dando-lhe nova e profunda organização. E são postas em execução leis de capital importância para o Exército, entre as quais podemos enumerar: a de organização do Ministério da Guerra; a de organização do Exército; a de organização dos quadros e efetivos do Exército; do serviço militar; do magistério; de promoções; de inatividades; do montepio; do ensino; código de Justiça Militar etc., além de numerosos regulamentos, como o novo regulamento interno de serviços gerais do Exército, o regulamento disciplinar e instruções atinentes ao funcionamento de repartições e serviços militares. O Exército colaborou ainda na elaboração do estatuto dos militares, prestes a ser aprovado. (Dutra, 1941, p. 36)

No que diz respeito especificamente à Lei do Serviço Militar (decreto-lei n. 1.187, de 4 de abril de 1939), o DNP, de modo a ampliar o conhecimento da população sobre a sua aprovação e o seu conteúdo, publicou-a em livro,para ser distribuído por todo o Brasil, com o título de *Imperativo nacional* (*texto da lei do serviço militar*), na quantidade de dez mil exemplares, segundo informação presente no recibo da empresa contratada para confeccionar o material. A impressão ficou a cargo da oficina gráfica I. Amorim Cia Ltda, a qual recebeu do órgão de propaganda cinco contos de réis.[1] A introdução do decreto justifica a necessidade de criação de uma nova lei do serviço militar, porque o governo considerou que a lei então vigente era anterior à Constituição de 10 de novembro de 1937 e que, desde então, várias leis já haviam sido decretadas com dispositivos que deveriam ser levados em consideração (DNP, 1939, p. 5).

Com base na introdução do livro *Imperativo nacional* e em matéria do jornal *Diário de Notícias*[2] que procurou explicar aos leitores os detalhes dos dispositivos da nova lei, é possível apresentar aqui sucintamente as principais características do decreto-lei n. 1.187. Todo brasileiro do sexo masculino, ao completar 21 anos, estava a princípio obrigado ao serviço

1 Arquivo Nacional. Fundo Ministério da Justiça e Negócios Interiores, BR AN RIO 4T, Série 7 – Negócios Interiores, Subsérie 47 – Organização e Administração dos Serviços de Informação. Caixa 287.

2 *Diário de Notícias*. A nova lei do serviço militar. Rio de Janeiro, sexta-feira, 7 de abril de 1939. Primeira seção, p. 3.

militar, sendo convocado a fim de instruir-se e preparar-se para qualquer exigência da defesa nacional. A nova lei condicionou os direitos civis e políticos da população masculina adulta à prestação do serviço militar. Sendo assim, nenhum brasileiro, a partir dessa idade, poderia, sem a apresentação da caderneta militar, com o registro de ser reservista ou de estar isento definitivamente de tais obrigações, assinar contrato com os governos federal, estadual ou municipal, obter passaporte, alistar-se como eleitor ou se tornar funcionário público. Além disso, nenhum brasileiro naturalizado poderia exercer profissão liberal sem a prévia apresentação do documento com a qualidade de reservista de primeira ou de segunda categoria (DNP, 1939, p. 3).

Ademais, por intermédio do decreto, o governo fixou disposições penais mais rígidas para todos aqueles que faltassem ao seu cumprimento, como refratários e insubmissos, ou que dela procurassem eximir-se pela fraude ou falsidade, ficando sujeitos ao pagamento de multas ou até mesmo à prisão (DNP, 1939, p. 3). Além da publicação do livro *Imperativo nacional*, o DNP criou um concurso de frases e de cartazes patrióticos que melhor servissem para estimular o interesse popular em torno dos dispositivos da lei em questão, ampliando o alcance da importância atribuída pelo Estado Novo ao recrutamento e à defesa do país.

O concurso de cartazes

Alguns dias após a publicação do decreto de instauração da nova lei do serviço militar, o DNP, em associação com o Exército e com o Ministério da Guerra, divulgou o concurso de cartazes patrióticos, com o objetivo de disseminar entre a população o conteúdo da legislação recém-implantada. Ou seja, o diretor desse órgão de propaganda, Lourival Fontes, e seus funcionários concluíram que a melhor maneira de alcançar tal meta consistia no envolvimento direto do povo, chamando-o a colaborar com o governo no propósito de manter em evidência os dispositivos da lei que definia as normas do alistamento. O regulamento do concurso foi divulgado a partir de 7 de abril de 1939, em jornais de grande circulação no país, e definia que os cartazes aprovados seriam largamente distribuídos pelo território nacional, visando "mobilizar a opinião pública brasileira em torno dos altos interesses da defesa do país".[3]

3 O *Radical*. Estimulando o entusiasmo popular pela nova lei do serviço militar. Rio de Janeiro, sexta-feira, 7 de abril de 1939, p. 2.

Segundo o edital, o concurso seria encerrado no prazo de um mês. Os candidatos teriam de mandar os cartazes em envelopes lacrados para o seguinte endereço: Agência Nacional – Palácio Tiradentes, Rio de Janeiro. No espaço do remetente, o autor precisava inserir um pseudônimo, sendo o nome verdadeiro enviado em um envelope separado, de modo a garantir a idoneidade do processo e a revelação do resultado apenas após a escolha final. O cartaz deveria respeitar a dimensão de 112 por 75 centímetros e o seu conteúdo ser de inspiração patriótica e de exaltação do serviço militar e da defesa armada do Brasil. Uma vez enviados, não haveria devolução dos trabalhos e sua simples remessa automaticamente concedia ao DNP os direitos autorais e autorizava o órgão a mandar imprimir tantas cópias quantas julgasse necessárias, fazendo delas o uso que lhe melhor conviesse.[4]

As bases do concurso previam também a constituição de uma comissão para julgar os trabalhos apresentados, a qual escolheria os primeiros lugares e as menções honrosas a receberem prêmios em dinheiro. Fizeram parte dela Lourival Fontes, diretor do Departamento Nacional de Propaganda; major Affonso de Carvalho, oficial de gabinete do ministro da Guerra; coronel Lourival Duarte do Carmo, diretor do Serviço de Recrutamento do Exército; Herbert Moses, presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI); Attila de Carvalho, presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais; Oswaldo Teixeira, diretor do Museu de Belas Artes; Almerio Ramos, diretor da Associação Brasileira de Propaganda; e Alberto Lima, ilustrador.[5]

A análise das profissões dos membros da comissão revela a preocupação do diretor do DNP em reunir um grupo multidisciplinar de especialistas civis e militares. Na verdade, duplas por áreas correlacionadas com o objetivo do certame, sendo dois militares, dois jornalistas, dois conhecedores das artes e dois membros de órgãos de propaganda. Equipe, esperava-se, criteriosa o suficiente para, juntando suas *expertises*, decidir quais cartazes, em seu conjunto, seriam capazes de convencer e estimular os jovens ao alistamento militar. A Figura 2 apresenta o júri reunido no Palácio Tiradentes, em 17 de maio, no gabinete do diretor do DNP, dia no qual o julgamento foi concluído. Lourival Fontes é o terceiro, da esquerda para a direita. Na imagem, o fotógrafo da Agência Nacional

4 A *Batalha*. Estimulando o entusiasmo popular pela nova lei do serviço militar. Rio de Janeiro, 7 de abril de 1939, p. 2.

5 A *Noite*. Encerram-se amanhã os concursos de cartazes e da frase patriótica. Rio de Janeiro, domingo, 14 de maio de 1939, p. 5.

procurou posicionar o grupo de maneira que o quadro com a fotografia de Getúlio Vargas ficasse em destaque, centralizado, incluindo simbolicamente o presidente, considerado o grande realizador do certame. Nas paredes, é possível ver alguns dos cartazes pendurados para a avaliação da comissão.

Figura 2 – **Reunião do júri do concurso de cartazes.** Fonte: Arquivo Nacional. Fundo Agência Nacional. BR RJANRIO EH.0.FOT, EVE.3571 (16)

Essa iniciativa de Lourival Fontes foi considerada um sucesso, tendo o órgão de propaganda da ditadura recebido cerca de 130 cartazes, advindos de todas as regiões do país. Desses, a comissão separou apenas trinta. Depois, foram selecionados 11 trabalhos. Entre os finalistas, o júri resolveu conceder prêmios aos cinco primeiros colocados, além de seis menções honrosas. Na quinta e quarta colocações ficaram, respectivamente, os cartazes à esquerda e à direita representados na Figura 3. O último colocado entre os vencedores foi o candidato que havia assinado sob o pseudônimo de "Defensor", Ary Fagundes, premiado com a quantia de trezentos mil réis. Em seu trabalho, é possível ver uma figura que se aproxima da representação de um cavaleiro medieval, vestido com sua armadura, segurando, na mão direita, uma lança e, na mão esquerda, um escudo. O guerreiro posiciona-se à frente da bandeira do Brasil e ali se mantém prostrado a defender o país. Já o cartaz escolhido para a quarta posição foi desenhado por Cadmo Fausto de Souza, ganhador de quinhentos mil

réis, empregando o pseudônimo "Aripurú". A imagem apresenta uma parada militar. Ao fundo, um sombreado em forma de pessoas e de bandeiras demonstra a técnica usada pelo autor para indicar o volume significativo de participantes e de unidades das Forças Armadas no desfile, ainda que dê destaque apenas a três integrantes dele. Liderando o ato, um soldado carrega uma espingarda apoiada ao ombro, à frente da parada. Atrás dele, outro soldado, pertencente à banda de música do Exército, toca um tambor e, ao fundo, um terceiro carrega e agita a bandeira do Brasil.

Figura 3 – **Cartazes premiados em quinto e em quarto lugar no concurso promovido pelo DNP.** Fonte: Arquivo Nacional.Fundo Agência Nacional. BR RJANRIO EH.0.FOT, EVE.3571 (12 e 8)

A Figura 4 ilustra os desenhos que foram classificados pela comissão julgadora em terceiro (imagem da esquerda) e em segundo lugar (imagem da direita). A ideia central das duas produções é semelhante, mudando apenas a arma utilizada para defender o país. A primeira composição foi elaborada pelo pseudônimo "Brasil", o qual se tratava de Murillo de Andrade, do Rio de Janeiro, que recebeu um conto de réis de premiação. Nela, o mapa do Brasil, em alusão a um militar, carrega, junto ao que seria o seu ombro, uma espingarda com uma baioneta encaixada na ponta, como que a postos para se defender dos inimigos. Por sua vez, a segunda, apresentada sob o pseudônimo de "Jubé", projetada por Elmano Henrique, de São Paulo, a qual lhe rendeu dois contos de réis, ilustra o mesmo mapa, mas dessa vez coberto pela bandeira do Brasil, de uma

maneira que dá a impressão de que ela, bordada em um tecido de veludo, tremula ao sabor do vento, como se estivesse içada em um mastro. Uma espada posicionada sobre o mapa, e perpassando-o por completo, sugere a necessidade da união de todos pela defesa nacional, ideia ratificada pela frase "Brasileiros! Guardemos o que é nosso com todas as nossas forças".

Figura 4 – **Cartazes premiados em terceiro e em segundo lugar no concurso promovido pelo DNP.** Fonte: Arquivo Nacional. Fundo Agência Nacional. BR RJANRIO EH.0.FOT, EVE.3571 (9 e 10)

Por fim, o primeiro lugar e o grande prêmio de três contos de réis foram concedidos ao trabalho de Edgard Koetz, de Porto Alegre, o qual assinou empregando o pseudônimo de "Juruá" (Figura 5). Nele, é possível observar dois soldados, de uniforme e capacete, erguendo e mantendo sustentado acima de suas cabeças o mapa do Brasil. Abaixo, à altura dos coturnos utilizados por esses membros das Forças Armadas, um pelotão de militares marcha, carregando sobre os ombros espingardas e baionetas, além de uma bandeira do Brasil vista ao fundo, à direita. Na parte inferior da composição, a representação escrita da mensagem que o autor do cartaz procurou passar por meio da imagem: "O Exército é o alicerce da nacionalidade". De fato, a escala métrica utilizada no desenho para representar os dois militares que erguem o Brasil favorece a percepção de uma grandiosidade deles. Simbolicamente, tal estratégia serviu para explicitar a própria grandeza atribuída ao Exército.

Figura 5 – Cartaz premiado em primeiro lugar no concurso promovido pelo DNP. Fonte: Arquivo Nacional. Fundo Agência Nacional. BR RJANRIO EH.0.FOT, EVE.3571 (11)

Na ocasião, concluindo as premiações, receberam menção honrosa e, como consequência, duzentos mil réis cada os trabalhos dos pseudônimos "Zero", "Grego", "Pax", "Matte I", "Tupy" e "Recruta". Após abertos os envelopes, a comissão pôde conhecer os verdadeiros nomes dos autores vitoriosos, tratando-se, respectivamente, de Oswaldo Magalhães, Francisco G. Romano, Elis Barros, Cortez e Victor Mello Gusmão. Já a identidade do autor do cartaz assinado com o pseudônimo de "Recruta" não acompanhava a inscrição. Dispondo do endereço, o DNP posteriormente conseguiu identificá-lo: Raul Brito.[6] De um modo geral, a predileção dos 11 autores ganhadores, ao escolherem seus pseudônimos, foi a de optar por palavras que remetiam ao militarismo (Defensor e Recruta) ou ao nacionalismo (Brasil; Juruá – rio da bacia amazônica; e Tupy – língua falada pelas tribos de povos tupis que habitavam o litoral da América quando do início da colonização portuguesa).

Na pouca documentação original do DNP que restou preservada no fundo Ministério da Justiça e Negócios Interiores, do Arquivo Nacional, há duas informações a respeito de tal concurso, mas nenhuma delas

6 *A Batalha*. Proclamados os vencedores do Concurso de Cartazes. Rio de Janeiro, quinta-feira, 18 de maio de 1939, p. 3; *Fon-Fon*. O grande concurso de cartazes de propaganda de serviço militar. Rio de Janeiro, 10 de junho de 1939, n. 46, p. 48.

sobre o porquê da escolha, pela comissão julgadora, desses cinco cartazes em detrimento dos outros. Tanto o critério apresentado no item 3 do edital do certame – "Todos os motivos deverão ser de inspiração patriótica e de exaltação do serviço militar e da defesa armada do Brasil" – quanto o empregado pela comissão na hora do julgamento, segundo alguns jornais – "preferir aqueles que sugerissem uma exaltação da defesa nacional dentro de uma expressão artística que mais se aproximasse da perfeição"–,[7] mostraram-se bastante subjetivos. Ainda assim, refletindo sobre as diretrizes do Estado Novo, é possível sugerir explicações para a escolha dos vencedores.

Conforme observado por Maria Helena Rolim Capelato, a bandeira brasileira e a figura de Vargas tornaram-se os símbolos mais explorados e reproduzidos nas representações visuais do Estado Novo (Capelato, 2009, p. 52). A análise das diferentes produções culturais do DNP permite inserir mais um elemento nessa lista: o mapa do Brasil.[8] Sua presença foi constante nos materiais propagandísticos de divulgação do órgão, como atestam o folheto *Discurso de 1º de janeiro de 1938* (Vargas, 1938) e o livro *O Brasil é bom* (DNP, 1938), os quais apresentam em suas capas um desenho do mapa com os contornos geográficos do país. Com isso, é possível concluir que a presença desses dois elementos e símbolos nacionais nos cartazes é um fator que certamente pesou na escolha dos jurados, tanto que os cinco trabalhos premiados apresentaram em comum a utilização da bandeira, do mapa ou de ambos.

Todos os desenhos vencedores de fato cumpriram as determinações contidas no edital do concurso, retratando imagens de estética e conteúdo voltados à exaltação da defesa nacional e do serviço militar. Contudo, o elemento que parece ter sido decisivo na escolha da composição que ficou em primeiro lugar é o papel de protagonismo reservado aos membros do Exército na proteção do território. Afinal, o objetivo primordial dos cartazes, que seriam impressos e espalhados pelas diversas cidades do país, era convencer os jovens brasileiros a se identificarem com as carreiras militares e almejarem tornarem-se soldados, alistando-se nos prazos devidos para servirem à pátria. Como cada cartaz apresentou

7 *Diário de Notícias*. Conhecido o resultado do concurso de cartazes. Rio de Janeiro, sexta-feira, 19 de maio de 1939. Segunda seção, p. 7.

8 Prática que se estendeu também ao Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), órgão que sucedeu aquele. Vários livros publicados em 1940 e 1941 apresentaram em suas capas o mapa do Brasil, sendo bons exemplos *A música nacionalista no governo Getúlio Vargas* (Villa-Lobos, 1940) e *O Brasil na posse de si mesmo* (Padilha, 1941).

especificamente a figura desse profissional? Aquele que ficou em quinto lugar trouxe a representação de um cavaleiro de armadura, muito distante e descolada da estética do militar moderno. Já o trabalho premiado com a quarta posição desenhou soldados contemporâneos do Exército brasileiro, mas não a postos para defender o Brasil, e sim descontraídos, em um ambiente festivo da parada militar.

Por sua vez, as obras que alcançaram a terceira e a segunda colocações não exibiram diretamente a figura dos membros das Forças Armadas, mas o fizeram metaforicamente. Na primeira delas, os militares são representados pelo próprio mapa do Brasil, quando este carrega, no que seria seu ombro, uma espingarda. Na segunda, a referência à presença dos militares se dá por intermédio da espada, símbolo do Exército e de sua virtude. Portanto, apenas o cartaz consagrado com o grande prêmio do concurso apresentou a imagem do soldado do Exército em ação na defesa e na sustentação do Brasil. Além disso, tal representação casava perfeitamente com a obrigatoriedade, presente no edital do concurso, de inspirar o sentimento patriótico, ao afirmar ser essa corporação militar o alicerce da nacionalidade. Portanto, esse diferencial pode ter sido decisivo na percepção dos jurados de, ao avaliarem esse cartaz, estarem diante "de uma expressão artística que mais se aproximasse da perfeição".

Em um esforço de manter em evidência a lei do serviço militar e de revelar ao grande público o resultado do concurso, o DNP promoveu uma exposição dos trinta cartazes escolhidos pela comissão na primeira seleção do material recebido. Simbolicamente, o dia escolhido, 24 de maio, mostrou-se bastante propício para o órgão de propaganda celebrar junto ao Exército o sucesso da parceria, uma vez que a data marcava os festejos comemorativos do aniversário da batalha de Tuiuti, ocorrida em 24 de maio de 1866, na Guerra do Paraguai.[9] Empregando aqui a definição de François Hartog e Jacques Revel a respeito da noção de "usos políticos do passado" (Hartog; Revel, 2001), a opção por esse dia revela um trabalho intencional do DNP de produção e circulação de representações sobre o passado, as quais, mobilizadas para justificar formas de poder, serviriam nesse caso aos interesses do regime Vargas de comprovar a importância do Exército, ao longo da história do Brasil, na defesa nacional e, consequentemente, estimular os jovens a espontaneamente se apresentarem ao alistamento.

9 *Gazeta de Notícias*. Os cartazes vencedores serão expostos no dia 24 do corrente. Rio de Janeiro, sexta-feira, 19 de maio de 1939, p. 8.

No mesmo dia 24, o DNP, para reforçar ainda mais a relação construída entre o passado e o presente, promoveu, na *Hora do Brasil*,[10] a irradiação em disco de uma peça radiofônica do escritor e dramaturgo Joracy Camargo, "focalizando os aspectos mais interessantes da vida do grande soldado e patriota que foi Duque de Caxias".[11] A escolha desse personagem é sintomática das transformações pelas quais o Exército estava passando no período. Como observado por Celso Castro, por muito tempo, nas três primeiras décadas da República, o dia 24 de maio foi considerado a principal comemoração militar, lembrando o comandante das forças brasileiras da batalha de Tuiuti, Manuel Luís Osório (Castro, 2002; 2000).

Por intermédio de um conjunto de investimentos simbólicos realizado pela elite militar brasileira, durante os anos 1920, 1930 e 1940, o general Osório acabou sendo substituído pela figura de Luís Alves de Lima e Silva, o Duque de Caxias, como novo modelo ideal de soldado, sendo este então representado como exemplo maior de disciplina, bravura, amor incondicional à pátria e obediência às autoridades hierárquicas superiores. Obviamente, essa versão da figura de Caxias silenciou sua face política, de intensa atuação partidária, para ressaltar seu perfil exclusivamente militar. O investimento nesse personagem fazia parte do projeto de profissionalização do Exército e foi utilizado como um reforço contra a indisciplina, a politização dos militares e o desmembramento da unidade interna do Exército, situações de instabilidade vividas nos anos 1920 e 1930, devido à atuação dos movimentos tenentistas, que questionavam a hierarquia militar (Castro, 2002; 2000). Portanto, o DNP utilizar o dia 24 de maio para destacar Caxias fez parte desse investimento realizado no período e serviu como um recado aos jovens, que, a partir da nova lei, seriam incorporados ao serviço militar, para espelharem-se nele e em seus valores.

Sendo assim, a exposição, repleta de significados simbólicos, foi inaugurada, segundo o próprio Lourival Fontes em mensagem interna do órgão, de 13 de dezembro de 1939, com "estrondoso sucesso",[12] no saguão do edifício Cineac Trianon (salão de espera do cinema), na avenida Rio

10 *Hora do Brasil* foi um programa de rádio estatal diário, inaugurado em 1935 pelo DNP e transmitido por todas as estações, visando à divulgação dos principais acontecimentos da vida nacional.

11 *Diário de Notícias*. Conhecido o resultado do concurso de cartazes. Rio de Janeiro, sexta-feira, 19 de maio de 1939. Segunda seção, p. 7. Mais tarde, a peça foi publicada pelo Departamento Nacional de Propaganda (Camargo, 1939).

12 Arquivo Nacional. Fundo Ministério da Justiça e Negócios Interiores, BR AN RIO 4T, Série 7 – Negócios Interiores, Subsérie 47 – Organização e Administração dos Serviços de Informação. Caixa 287.

Branco, com o comparecimento de altas autoridades civis e militares.[13] Encerrando-se os esforços do governo em torno dessa questão, no dia 25 de maio, às 10 horas, ocorreu a entrega dos prêmios a todos os vencedores, no gabinete do diretor do DNP.[14]

O concurso de frases

Em complemento ao concurso de cartazes, o DNP instituiu outro, chamado Concurso de Frases Populares. Da mesma maneira que o primeiro, este também objetivava despertar o entusiasmo das massas em torno dos altos interesses da defesa nacional. O edital, divulgado nos jornais junto com o anterior, apresentou estrutura semelhante: prêmios em dinheiro, nesse caso para os três primeiros lugares; obrigatoriedade da utilização de pseudônimos, para que os autores vencedores somente fossem conhecidos ao final do processo; constituição de uma comissão de júri a ser divulgada posteriormente; autorização para o DNP fazer uso das frases vencedoras da maneira que lhe conviesse, reservando-se o direito de mandar imprimir tantas cópias quantas julgasse necessárias; e envio das frases por meio de envelopes postados nos correios com destino ao Palácio Tiradentes. Além disso, o item 2 das regras estabelecia o seguinte direcionamento, sobre o que se esperava dos autores na elaboração de suas composições: "O concorrente enviará uma frase curta, patriótica, incisiva, de efeito psicológico imediato no espírito do leitor e de propaganda do serviço militar".[15]

A comissão avaliadora foi formada por cinco pessoas, três que já integravam o júri do concurso de cartazes (Lourival Fontes, major Affonso de Carvalho e coronel Lourival Duarte do Carmo), além de Oswaldo Orico, membro da Academia Brasileira de Letras, e Ozéas Motta, presidente do Sindicato dos Proprietários de Jornais e Revistas.[16] Novamente, a composição revela uma preocupação do diretor do DNP de reunir militares e civis, especialistas em campos de atuação que dialogassem com o objeto do

13 *Diário de Notícias*. Conhecido o resultado do concurso de cartazes. Rio de Janeiro, sexta-feira, 19 de maio de 1939. Segunda seção, p. 7.

14 *Diário Carioca*. Os vencedores dos concursos de cartazes e de frases. Rio de Janeiro, terça-feira, 23 de maio de 1939, p. 12.

15 *A Batalha*. Estimulando o entusiasmo popular pela nova lei do serviço militar. Rio de Janeiro, 7 de abril de 1939, p. 2.

16 *A Noite*. Encerram-se amanhã os concursos de cartazes e da frase patriótica. Rio de Janeiro, domingo, 14 de maio de 1939, p. 5.

certame. Dessa vez, os dois especialistas em artes, chamados a fim de analisar os desenhos do concurso de cartazes, não foram necessários. Para julgar frases patrióticas que melhor servissem à propaganda militar, recorreu-se, além de ao oficial de gabinete do ministro da Guerra e ao diretor do Serviço de Recrutamento do Exército, a dois entendidos no ofício das letras: um representante dos empresários produtores de periódicos e um membro da instituição literária brasileira de maior relevância para o cultivo da língua e da literatura nacionais. Na Figura 6, é possível ver o júri reunido no gabinete do diretor do DNP, analisando vários envelopes espalhados sobre a mesa, dentro dos quais as sugestões de frases enviadas pelos concorrentes aos prêmios. Na parede, visualizam-se quatro cartazes do primeiro concurso, tendo sido os dois últimos classificados entre os vencedores.

Figura 6 – Reunião da comissão julgadora do concurso de frases. Fonte: Arquivo Nacional. Fundo Agência Nacional. BR RJANRIO EH.0.FOT, EVE.3571 (13)

Essa iniciativa também foi considerada um estrondoso sucesso, tendo o órgão de propaganda da ditadura recebido o número expressivo de cerca de vinte mil frases, enviadas de todos os estados do Brasil. Após as análises da comissão do júri, que precisaram se estender além da data prevista para o encerramento devido à quantidade de participantes, as frases vencedoras foram: primeiro lugar (prêmio de dois contos de réis) "Defende para os teus filhos o Brasil de teus avós" (Francisco G. Romano,

do Rio de Janeiro); segundo lugar (prêmio de um conto de réis) "Se não és reservista, ainda não és brasileiro" (Roberto Lago Diniz Junqueira, do Rio de Janeiro); terceiro lugar (prêmio de quinhentos mil réis) "As pátrias desarmadas sucumbem: o Brasil conta contigo, soldado" (José Joaquim de Almeida, do Rio de Janeiro).[17] Nesse caso, não foi possível conhecer os pseudônimos dos ganhadores, uma vez que nenhum dos diferentes jornais consultados apresentou tal informação.

Figura 7 – Frases vencedoras expostas no saguão do edifício Cineac Trianon. Fonte: Arquivo Nacional. Fundo Agência Nacional. BR RJANRIO EH.0.FOT, EVE.3571 (7)

Conforme se pode observar na Figura 7, as frases escolhidas também foram, como os cartazes, expostas no dia 24 de maio no salão de espera do Cineac, na avenida Rio Branco. Da mesma forma, os três autores vencedores receberam os prêmios em dinheiro no dia seguinte, em cerimônia no Palácio Tiradentes. Na imagem, civis e militares observam o resultado do certame, disponibilizado em um painel. Centralizado nele, o retrato de Vargas, apresentado como idealizador do concurso e protetor da soberania nacional.

Assim como em relação ao concurso de cartazes, não há registros oficiais, na documentação do DNP depositada no fundo Ministério da Justiça e Negócios Interiores, do Arquivo Nacional, sobre o porquê da es-

17 *Diário Carioca*. Os vencedores dos concursos de cartazes e de frases. Rio de Janeiro, terça-feira, 23 de maio de 1939, p. 12.

colha dessas três frases e de uma delas como primeiro lugar. Apesar disso, o entendimento da atuação do DNP e das diretrizes do Estado Novo, o direcionamento presente no item 2 das regras do concurso e uma matéria de jornal a respeito da frase vencedora possibilitam a elaboração de uma explicação da motivação da comissão julgadora para o resultado apresentado. Segundo o *Diário Carioca*, a frase "Defende para os teus filhos o Brasil de teus avós" alcançou o primeiro lugar porque demonstrou um sentido patriótico "de afirmação de confiança na perenidade do Brasil", constituindo, "por isso mesmo, uma eloquente e decidida resposta às expressões pessimistas que estávamos acostumados a ouvir".[18]

Dando mais detalhes, o periódico concluiu com as seguintes palavras: "Em vez de um país à beira do abismo, uma nação que se impõe corajosamente, inabalável na decisão de transmitir intacto às gerações futuras o patrimônio moral e material herdado dos antepassados". A questão da tradição era algo muito valorizado pelo regime, sempre atento às conexões que podiam ser feitas entre o passado, o presente e o futuro. Francisco G. Romano elaborou a expressão vitoriosa justamente amparada nessa correlação, ao valorizar os esforços empregados por sucessões de brasileiros no fortalecimento e na defesa do país, de modo que o amor pelo Brasil e a construção da nacionalidade eram frutos de uma herança, que, depois de recebida, precisava ser compartilhada com os mais jovens. Dessa forma, a frase vencedora foi a que, para o júri, melhor apresentou uma simbiose entre o patriotismo e a propaganda do serviço militar, transmitida de forma incisiva, "causando efeito psicológico imediato no espírito do leitor".

Por sua vez, a sentença premiada em segundo lugar também atendeu perfeitamente às exigências do concurso. Ao condicionar o pertencimento ao país às obrigações cívicas do alistamento, defendendo que a identidade de ser brasileiro, dos homens naturais ou naturalizados, somente se tornaria plena e moralmente reconhecida depois de cumpridas as exigências militares, a expressão revela-se patrioticamente incisiva. Ela consegue transmitir justamente a mensagem pretendida pelo governo, de mudança da mentalidade do povo: o alistamento precisava ser encarado não como uma simples escolha, mas como um dever. Finalmente, a frase selecionada para a terceira colocação, escrita poucos meses antes do início da Segunda Guerra Mundial, reflete o contexto de instabilidade e de insegurança que marcou o período. As grandes potências tinham em comum, para além da técnica de produzirem arsenais bélicos em série, a

18 *Diário Carioca*. Defende para os teus filhos... Rio de Janeiro, terça-feira, 23 de maio de 1939, p. 5.

capacidade de formarem números expressivos de militares. A composição apela para essa constatação. Quanto mais novos membros das Forças Armadas o Brasil fosse capaz de preparar, mais seguro estaria contra possíveis inimigos internos e externos.

Depois de encerrado o concurso, a comissão julgadora fez um balanço do resultado, avaliando principalmente se os esforços do DNP, do Ministério da Guerra e do Exército na organização de tal competição alcançaram o objetivo de propagar entre a população os dispositivos da nova lei do serviço militar, despertando o interesse das massas populares pela questão da defesa nacional. Para os membros do júri, algumas constatações feitas por eles, após a leitura das vinte mil cartas enviadas, indicavam um resultado bastante positivo: a) "demonstração de um grande interesse pelas coisas cívicas, uma vez que milhares de cidadãos se preocuparam com o serviço militar, vendo nele uma das grandes necessidades da defesa nacional", b)"evidência do maior respeito e da mais justa admiração pelas nossas classes armadas, tantas lhes foram as elogiosas referências, na maioria do que foi presente ao exame da comissão" e c) "revelação de acendrado espírito cívico por parte do público e de acordo com os objetivos do concurso".[19]

Conclusão

O principal intuito deste artigo foi demonstrar, por meio do estudo de caso específico de um concurso sobre a lei do serviço militar, a importância de trabalhos acadêmicos a respeito da elaboração e da divulgação de cartazes pelos órgãos de propaganda da ditadura do Estado Novo. Conforme visto, pesquisas nesse sentido tornam-se fundamentais para uma melhor compreensão dos projetos político-culturais empreendidos em âmbito governamental no período. A Figura 8 revela o uso intenso que o DNP fez não apenas da frase e do cartaz vencedores, mas dos demais trabalhos premiados. Tanto que a imagem ilustra um cartaz produzido juntando o desenho que ficou na quarta colocação com a frase que recebeu o segundo lugar.

De acordo com o recibo de compra depositado no fundo Ministério da Justiça e Negócios Interiores, o DNP pagou dezenove contos de réis para a oficina gráfica Mauá imprimir vinte mil cópias desse cartaz, recebidas em

19 *Diário Carioca*. Os vencedores dos concursos de cartazes e de frases. Rio de Janeiro, terça-feira, 23 de maio de 1939, p. 12.

Figura 8 – Cartazes do DNP sendo afixados em logradouro público. Fonte: Arquivo Nacional. Fundo Agência Nacional. BR RJANRIO EH.0.FOT, EVE.2198 (1)

4 de outubro de 1939. Outras notas de serviço de impressão de cartazes, presentes no mesmo arquivo, revelam a intensidade com que tal órgão utilizou-se dessa política cultural para divulgar os preceitos do regime. Por exemplo, a empresa Rodrigues & Cia recebeu, no dia 19 de junho de 1939, seis contos e novecentos mil réis pela impressão de cem mil cartazes 32 x 47 cm, com quatro frases do presidente Getúlio Vargas.[20] Além

20 Fundo Ministério da Justiça e Negócios Interiores, BR AN RIO 4T, Série 7 – Negócios Interiores, Subsérie 47 – Organização e Administração dos Serviços de Informação. Caixa 287. Arquivo Nacional.

disso, é interessante notar a existência, no fundo documental em questão, não apenas de documentos sobre os pagamentos realizados pelo órgão de propaganda para gráficas, mas também para empresas especializadas na colocação dos cartazes nas ruas. O DNP recorreu constantemente ao trabalho da firma Villaça Guedes, a qual recebeu, em maio e julho de 1939, determinada quantia pela instalação, respectivamente, de vinte mil cartazes no interior do país e de outros tantos nos estados do Rio de Janeiro e de Minas Gerais.[21] Enfim, ainda há muito a ser conhecido sobre a produção cultural dos órgãos de propaganda das décadas de 1930 e de 1940. Explorar os sentidos encontrados pelo governo Vargas para investir na elaboração, confecção, impressão e distribuição de cartazes parece um campo fértil para se traçar caminhos ainda não explorados pelos historiadores do tema.

Fontes

Arquivo Nacional. Fundos: Ministério da Justiça e Negócios Interiores e Agência Nacional.
Fundação Biblioteca Nacional. Hemeroteca Digital
Periódicos: *A Batalha*, *A Noite*, *Diário Carioca*, *Diário de Notícias*, *Fon-Fon*, *Gazeta de Notícias*, *O Radical*

Referências

CAMARGO, Joracy. *O Duque de Caxias*: diálogo radiofônico sobre a vida militar do patrono do Exército Brasileiro, segundo as obras de Eudoro Berlink, Vilhena de Morais e Afonso de Carvalho. Rio de Janeiro: DNP, 1939.

CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Multidões em cena*: propaganda política no varguismo e no peronismo. 2.ed. São Paulo: Unesp, 2009.

CARVALHO, José Murilo de. Vargas e os militares: aprendiz de feiticeiro. In: _____. *Forças Armadas e política no Brasil*. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006. p. 102-117.

CASTRO, Celso. *A invenção do Exército brasileiro*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

_____. Entre Caxias e Osório: a criação do culto ao patrono do Exército brasileiro. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 14, n. 25, p. 103-117, 2000.

DEPARTAMENTO Nacional de Propaganda (DNP). *O Brasil é bom*. Rio de Janeiro: DNP, 1938.

_____. *Imperativo nacional (texto da lei do serviço militar)*. Rio de Janeiro: DNP, 1939.

DUTRA, Eurico Gaspar. *O Exército em dez anos de governo do presidente Vargas*. Rio de Janeiro: DIP, 1941.

FRAGA, André Barbosa. *O Brasil tem asas*: a construção de uma mentalidade aeronáutica no governo Vargas. 2017. 411 f. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017.

GALVÃO, M. R. (coord.). *Cine Jornal Brasileiro*: Departamento de Imprensa e Propaganda, 1938-1946. São Paulo: Fundação Cinemateca Brasileira, 1982.

21 Fundo Ministério da Justiça e Negócios Interiores, BR AN RIO 4T, Série 7 – Negócios Interiores, Subsérie 47 – Organização e Administração dos Serviços de Informação. Caixa 287. Arquivo Nacional.

GOMES, Angela de Castro. As aventuras de Tibicuera: literatura infantil, história do Brasil e política cultural na Era Vargas. In: _____. *A República, a História e o IHGB*. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2009. p. 121-154.

HARTOG, François; REVEL, Jacques (org.). *Les usages politiques du passé*. Paris: Éditions de L'École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2001.

LUCA, Tânia Regina de. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 31, n. 61, p. 271-296, 2011.

MALIN, Mauro; FLAKSMAN, Dora; DUTRA, Eurico Gaspar. In: BELOCH, Israel; ABREU, Alzira Alves de (coord.). *Dicionário histórico-biográfico brasileiro*: 1930-1983. Rio de Janeiro: Ed. Forense-Universitária; FGV-Cpdoc; Finep, 1984. v. 2. p. 1.126-1.154.

MINISTÉRIO DO TRABALHO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO (MTIC). *Pedro Maneta – romance. Julho, 10! – teatro*. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1942.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História*, São Paulo, n. 10, p. 7-28, dez. 1993.

PADILHA, Leão. *O Brasil na posse de si mesmo*. Rio de Janeiro: DIP, 1941.

PINTO, Sérgio Murillo. A doutrina Góis: síntese do pensamento militar no Estado Novo. In: PANDOLFI, Dulce (org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: FGV, 1999. p. 291-307.

VARGAS, Getúlio. *Discurso de 1º de janeiro de 1938*. Rio de Janeiro: DNP, 1938.

VIEIRA, Ana Paula Leite. *O Departamento de Imprensa e Propaganda e a política editorial do Estado Novo* (1937-1945). 2019. 248 f. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

VILLA-LOBOS, Heitor. *A música nacionalista no governo Getúlio Vargas*. Rio de Janeiro: DIP, 1940.

Recebido em 20/12/2019
Aprovado em 27/2/2020