

**UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

Roger dos Santos

**COMUNICAÇÃO, CULTURA E IDEOLOGIA IMPRESSAS NAS
CÉDULAS E MOEDAS DA ERA VARGAS (1930-1945)**

**Sorocaba/SP
2013**

Roger dos Santos

**COMUNICAÇÃO, CULTURA E IDEOLOGIA IMPRESSAS NAS
CÉDULAS E MOEDAS DA ERA VARGAS (1930-1945)**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Celso da Silva.

**Sorocaba/SP
2013**

Ficha Catalográfica

S238c Santos, Roger dos
Comunicação, cultura e ideologia impressas nas cédulas e moedas da era Vargas : (1930-1945) / Roger dos Santos. -- 2013. 150 f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Celso da Silva
Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2013.

1. Comunicação. 2. Cultura. 3. Ideologia. 4. Mídia. 5. Moeda – Brasil – História, 1930-1945. I. Silva, Paulo Celso da, orient. II. Universidade de Sorocaba. III. Título.

Roger dos Santos

**COMUNICAÇÃO, CULTURA E IDEOLOGIA IMPRESSAS NAS
CÉDULAS E MOEDAS DA ERA VARGAS (1930-1945)**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba.

Aprovado em 24/05/2013.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Paulo Celso da Silva (UNISO)



Prof^a. Dr^a. Mônica Franchi Carniello (UNITAU)

Prof. Dr. Wilton Garcia Sobrinho (UNISO)

À minha Filha, Esposa, Pais e Família,
amor puro, sincero.

AGRADECIMENTOS

O trabalho acadêmico pressupõe saber científico. Nos estudos humanos, diálogo com o cotidiano, com a sociedade e suas crenças, nas observações amparadas por pesquisadores do presente e do passado. Ciente do rigor científico a que o pesquisador está submetido, em primeiro lugar digo ser cristão, crente e certo da presença e do auxílio de Jesus Cristo, segundo o profeta Isaías, “Pai da Eternidade”.

Agradeço primeiramente a Deus pela misericórdia, pela força, por todas as oportunidades por Ele concedidas, pela possibilidade de ter chegado à conclusão do curso de mestrado, pois sem o braço constante do Senhor, sem o amparo de Sua mão, tal tarefa não seria possível.

Nunca estive só no desenrolar dos anos envolvidos na duração do curso. Agradeço à Francine por ter sabido entender os momentos de dificuldades, amiga que silenciou minhas incertezas, pessoa maravilhosa que eu tenho o privilégio de chamar de Esposa.

Agradeço a minha Mãe (in memoriam) e a meu Pai, companheiro de todas as horas por terem me feito a pessoa que sou, pais que me orgulho muito. Também a meu sogro e sogra, novos pais que ganhei há pouco mais de uma década, tempo bastante curto para equacionar o sentimento de alegria do qual desfrutamos.

Agradeço a Ana Vitória, que desde sua chegada tornou minha existência mais feliz e trouxe novo sentido a vida quando comecei a entender o que é ser pai. À minha família, Júnior, Neto, Alessandra, Débora, César, Álefe, Eduarda e Tháles que souberam entender minhas ausências enquanto escrevia as linhas deste trabalho.

Obrigado aos amigos com os quais discuti ideias sobre a dissertação, especialmente aos Professores Sérgio Ricardo e Samuel Caliani sobre horas regadas de assunto sobre sociedade e ao amigo Professor Fellipe pela coleção, cédulas da segunda geração do Cruzeiro, que ganhei. Incluo também os amigos Professores Renata Toledo e Carlos Fernando Leite, pelo cuidado com a língua nas revisões deste trabalho.

Não posso deixar de fora desta seção a Universidade de Sorocaba pela bolsa de estudos sem a qual este trabalho teria sido interrompido e também a Daniela, do setor administrativo por toda ajuda; a FACENS pela facilitação na aquisição de

vários textos ora usados, especialmente à Letícia, Edilene, Ester e Sérgio pela ajuda na organização dos mesmos.

Agradeço aos colegas pelas sugestões que contribuíram na pesquisa. Obrigado aos profissionais de ponta que conheci, Prof. Dr. Wilton Garcia Sobrinho pelas importantes considerações a este trabalho e os demais professores do Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da UNISO, também à Professora Dra. Mônica Franchi Carniello, que se deslocou mais de trezentos quilômetros para as bancas de qualificação e defesa.

Sincero obrigado a meus Professores, os quais procuro seguir seus passos na academia, em especial meu Orientador, Professor Doutor Paulo Celso da Silva, pela condução, pela dedicação, pela paciência e generosidade de ter-me aberto as portas de sua casa para o desenvolvimento do trabalho que aqui se apresenta.

“A sociedade midiática reúne traços preponderantes de culturas heróico-míticas e de culturas centradas no presente.”

Norval Baitello Júnior

“Ora, a verdade é que convém que vão para o poder aqueles que não estão enamorados dele; caso contrário, os rivais entrarão em combate.”

Platão, livro VII d'A República.

RESUMO

Esta dissertação apresenta o dinheiro, cédulas e moedas do Estado varguista, entendidos, dentro das teorias da Comunicação, como mídia. O objetivo pretendido foi apresentar como um regime autoritário e populista usou do dinheiro circulante como mídia legitimadora de sua ideologia. Entender o dinheiro como veículo não é algo que criamos na pesquisa, mas uma leitura feita a partir de um período determinante na construção da modernidade brasileira em que, nem o dinheiro da época, tanto o mil-réis quanto o Cruzeiro, ficou de fora da propaganda ideológica. Paralelamente aos estudos da imagética estampada na moeda, nos valem de elementos da cultura como música e cinema para compreender o contexto político-cultural da Era Vargas. O Cruzeiro, moeda brasileira instalada no início dos anos 1940 recebeu especial atenção. A partir do conceito de mídia secundária de Harry Pross, entendida como as que lançam mão da técnica e do suporte para comunicar via impresso e que vêem o ato da leitura facilitado, uma vez que não é intermediado pela técnica, foram lidos os símbolos estampados na moeda brasileira o que possibilitou depreender como os mecanismos usados pelo regime batizado de Estado Novo trabalharam para legitimar seu operar naquela mídia, significante real de valor. Mostramos aqui que para legitimar suas ações o governo interveio em todos os veículos disponíveis com ação direta da censura. As cédulas e moedas do Cruzeiro foram usadas como suporte imagético do discurso político-ideológicas getulista que primou pela exaltação do presidente e do Estado.

Palavras-chave: Comunicação. Cultura. Mídia. Ideologia. Dinheiro. Era Vargas.

ABSTRACT

This paper shows the money, notes and coins about the New State under Getúlio Vargas, understood as media, within the theories of Communication. Our objective was to show how an authoritarian and populist regime used the circulating money as a legitimating media to its ideology. To understand money as a vehicle is not a yield of our research, instead, it is an understanding from a determining period in the construction of Brazilian modernism in which, the currency, both *mil-réis* and *Cruzeiro*, was apart from the ideologic propaganda. Parallel to the studies on currency effigy, cultural elements like music and movies are valuable instruments to understand the political and cultural context from Vargas Era. It was given special attention to *Cruzeiro*, Brazilian currency which began to be used in the 1940's. Starting from Harry Pross' concept of secondary media, understood as the ones that use technic and support to communicate through press and view the act of reading as facilitated, since it is not intermediated by technic, the symbols printed in Brazilian money, were observed, which made possible to understand how the devices used by the regime called New State worked for legitimating its procedures within that media, a true value sign. We show here that in order to legitimate its actions, the government intervened in all the available vehicles with direct action of censorship. The notes and coins of *Cruzeiro* were used as imagetic support of the Getulista's political-ideological speech, which exalted uppermost the president and the State.

Key-words: Communication. Culture. Media. Ideology. Money. Vargas Era.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1:	moeda de \$200 (duzentos réis) de 1938 com a efígie de Vargas no anverso	30
Figura 2:	moeda de \$300 (trezentos réis) de 1938 com a efígie de Vargas no anverso	30
Figura 3:	moeda de \$400 (quatrocentos réis) de 1938 com a efígie de Vargas no anverso	30
Figura 4:	moeda de uma peseta “rúbia” de 1944	31
Figura 5:	moeda de uma peseta “rúbia” de Franco	31
Figura 6:	cédula republicana de \$500 (quinhentos réis)	50
Figura 7:	cédula republicana de 2\$000 (dois mil réis)	50
Figura 8:	cédula republicana de 5\$000 (cinco mil réis)	50
Figura 9:	Anverso e reverso da cédula de Cr\$ 100,00 (cem cruzeiros) de 1944	77
Figura 10:	L.5 (cinco liras) com a efígie do monarca Vitor Emanuel no anverso e o símbolo do fâscio no reverso	83
Figura 11:	Anverso com representação feminina da República e reverso da moeda de \$400 (quatrocentos reis) em cuproníquel, 1925	101
Figura 12:	Anverso com representação feminina da República e reverso da moeda de 1\$000 (mil reis) em bronze alumínio, 1928	101
Figura 13:	As moedas da primeira geração do Cruzeiro com a efígie de Vargas no anverso dos centavos e a efígie que representa o território brasileiro nos Cruzeiros	118
Figura 14:	cédula de Cr\$ 10,00 (cem Cruzeiros) de 1944, anverso e reverso	119

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 NO PAÍS DO CAFÉ COM LEITE	18
2.1 Semente da ideologia autoritária	21
2.2 Para criar um Estado autoritário	23
3 LEITURA DA CONSTRUÇÃO DO MODERNO À ÓTICA DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA	32
3.1 Comunicação, História, Cultura e Mídia	62
3.2 Mídias, imagens e mensagens	71
3.3 Comunicação e História no dinheiro	74
3.4 Construção do mito da nacionalidade brasileira nas mídias audiovisuais	79
4 MOEDA: CONTEXTO POLÍTICO E SOCIAL DO CRUZEIRO	99
4.1 Grande pai e líder: O desenvolvimento do imaginário varguista	109
4.1.1 A instalação do Cruzeiro	113
4.2 Realidade distante presentificada: o Cruzeiro e a câmara clara	120
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	128
6 REFERÊNCIAS	132
Anexo A: Cartões postais editados pelo DIP	141
Anexo B: As cédulas do Cruzeiro em sua primeira série	143

1 INTRODUÇÃO

No início dos estudos no Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, o que se via no horizonte era a modernidade brasileira, referente a décadas atrás, com ênfase à metade do século XX, ainda sem vislumbrar um ponto de partida exato para o desenvolvimento do trabalho no qual Comunicação e Cultura são motes a serem problematizados¹.

A proposta de estudar o período mais autoritário da Era Vargas não se relaciona ao fato de no ano de 2012 ocorrer o aniversário de 75 anos da instalação do Estado Novo, nem dos 70 anos da entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial. Foi essa personagem, o governante que mais exerceu o poder na história da república brasileira que abre os caminhos para a modernidade no país. A modernidade “[...] refere-se a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência.” (GIDDENS, 1991, p. 11) Nos anos 1600 citados pelo autor, não existia Brasil, mas uma colônia portuguesa na América com esse nome; o Estado é posterior, engendrado no século XIX. A marca do extrativismo agrícola persistiu fortemente até o século XX quando, a partir da década de 1930, foi potencializada a mudança de viés, pois a proposta do industrialismo ganhou relevo e passou a fazer frente ao poder econômico e político do campo, porém sem relação com ascensão social e econômica para o povo em geral.

O turbilhão da vida moderna tem sido alimentado por muitas fontes: grandes descobertas nas ciências físicas, com a mudança da nossa imagem do universo e do lugar que ocupamos nele; a industrialização da produção, que transforma conhecimento científico em tecnologia, cria novos ambientes humanos e destrói os antigos, acelera o próprio ritmo de vida, gera novas formas de poder corporativo e de luta de classes; descomunal explosão demográfica que penaliza milhões de pessoas arrancadas de seu habitat ancestral, empurrando-as pelos caminhos do mundo em direção a novas vidas; rápido e muitas vezes catastrófico crescimento urbano; sistemas de comunicação de massa, dinâmicos em seu desenvolvimento, que embrulham e amarram, no mesmo pacote, os mais variados indivíduos e sociedades; Estados nacionais cada vez mais poderosos, burocraticamente estruturados e geridos, que lutam com obstinação para expandir seu poder; movimentos sociais de massa e de nações, desafiando seus governantes políticos ou econômicos, lutando por obter algum controle sobre suas vidas; [...] (BERMAN, 1995, p. 16)

¹A proposta do Professor Doutor Paulo Celso da Silva, orientador da presente dissertação, em ler a modernidade a partir dos textos impressos nas moedas era a peça que faltava no complexo quebra-cabeças acadêmico.

O objeto de estudo da presente dissertação é o dinheiro brasileiro circulante durante a Era Vargas, especificamente o Cruzeiro, instalado nos últimos anos desse período. Governo que fez largo uso dos meios de comunicação, Vargas e sua equipe veiculou, também no dinheiro, sua ideologia.

O interesse pelas imagens estampadas no dinheiro vem desde a infância do autor deste trabalho, que herdou de seu avô materno uma pequena coleção particular de cédulas e moedas do Brasil composta do Mil-réis até o atual Real, herdada do avô materno, surge o interesse pelas imagens estampadas no dinheiro. Desde a infância até hoje, muitos anos de passaram e as inquietações sobre a sociedade cresceram junto. No curso de graduação em História veio maior esclarecimento a respeito dos discursos expressos nas cédulas e moedas, objetos de interesse particular, até então exclusivamente em função de sua estética.

Ciente da historicidade presente naqueles documentos, a partir das leituras dos teóricos da comunicação e da cultura, de historiadores, de geógrafos e de filósofos foram abertos novos entendimentos, não apenas do contexto social, político e econômico, mas também das mensagens subjetivas daquelas peças. A partir da Numismática, nos direcionamos a um período que há muito inquieta o autor, a Era Vargas, principalmente sua fase mais aguda, o Estado Novo.

Objeto de desejo, o dinheiro, não apenas cédulas e moedas é necessário nas trocas cotidianas, presente nas relações comerciais. Sua posse em grande quantidade indica poder econômico que pode se converter, também, em poder político. Esse poder político, desde a Antiguidade até o atual século, imprimiu seus códigos e símbolos em vários objetos, como nos templos e palácios, nos pergaminhos, livros e também na moeda, lida neste trabalho como mídia comunicativa de determinado poder.

Todos aqueles dependentes de trocas monetárias, obrigatoriamente devem possuí-la, pois carrega e transmite a retórica do poder de quem controla a civilização e o Estado, independentemente de serem, ou não, a ele favorável.

Segundo Vílem Flusser, código é “sistema de signos ordenado por regras” e símbolo é “signo convencionado consciente ou inconscientemente” (2011, p. 17; 19). O autor aborda, tanto em código quanto em símbolo, a presença do signo que, para ele, é “fenômeno cuja meta é outro fenômeno” (FLUSSER, 2011).

A busca por pesquisas relacionadas tanto ao período histórico escolhido, o Brasil dos anos 1937-45, quanto uma abordagem sobre o dinheiro como suporte

mediático para a divulgação ideológica, então veículo comunicacional, mostrou a carência dos estudos em comunicação voltados a essa fase da história do país e principalmente ao suporte que escolhemos.

Além disso a moeda pode ser lida como veículo uma vez que está presente na bibliografia que se debruça sobre a arte. Portanto, pode-se fazer uma leitura sobre a estética e sobre a história que pretenda ler essa peça, a moeda, sob a luz da Comunicação.

A inquietação parte desse entendimento para a leitura da comunicação através do dinheiro como suporte para a transmissão dos signos legitimadores de poderes, legitimadores da ideologia oficial, propostas encontradas em governos fortes, totalitários, nacionalistas, recorrentes na história da primeira metade do século passado. Nesse contexto está o período da história do Brasil conhecido por Era Vargas, quando o país fora governado durante quinze anos pelo mesmo homem que emergiu ao poder como líder de um movimento, um golpe de Estado. Entre governo provisório, após a deposição do presidente Washington Luis, presidência constitucional e chefe de um executivo arbitrário, Getúlio Dorneles Vargas construiu a imagem de um grande líder, ora aclamado, ora contestado.

Vargas procurou construir a imagem de um divisor de águas, ou melhor, da história, o líder da nação que finalizou uma república carcomida, decrépita, e trouxe consigo a proposta de renovar o país, modernizar o Estado brasileiro. De acordo com o jogo internacional, promoveu aqui a industrialização, bastante tardia em relação às potências da época.

Esse traço do capitalismo “tupiniquim” buscou dar suporte a esse sistema por meio da urbanização e crescimento das grandes cidades, sobretudo São Paulo e Rio de Janeiro. A primeira já gozava das ações industriais, ainda que de forma incipiente, desde o século XIX e o Rio de Janeiro era a capital federal.

No impulso da urbanização, as cidades foram o alvo de centenas de milhares de migrantes e imigrantes ao longo dos 1900 e a chegada de novos agentes muda a face da cidade, seus códigos, sua forma, ao mesmo tempo em que reverbera na vida de seus habitantes. O dinamismo urbano escreveu uma nova comunicação. Para Lucrecia D’Alessio Ferrara (1999, p. 201) a cidade aparece como “[...] império fervilhante de signos, que cria uma linguagem [...]” através da qual será possível ler essa realização humana concentradora da multidão, a cidade, principalmente a industrial, é o lugar em que se verifica “[...] o movimento, os adensamentos

humanos, os transportes, o barulho, o tráfego, a verticalização [...]” (FERRARA, 1999 p. 201). Esses símbolos da cidade passam a ser vendidos como significantes do progresso, do avanço técnico, tal processo foi possível porque houve um presidente propagandeado como visionário que conduziu o Brasil, ou parte do país, a essa proposta anunciada como renovadora de um passado calcado no atraso e no imobilismo. Getúlio Vargas passou a ser mostrado como o arauto dos novos tempos. Durante o Estado Novo, período estudado na dissertação, Vargas, apoiado por parcela de intelectuais, militares, industriais e trabalhadores, cuidou para que qualquer contestação fosse debelada.

Ao longo do século passado, a dívida externa fora constante, infernizou a vida do povo, que carregou, ao longo da história, o ônus do Estado. Na Era Vargas não fora diferente e se fizera necessário uma reforma monetária. No Estado Novo varguista é lançada uma nova moeda para o país, o Cruzeiro. Assim, apresentamos os elementos de que nos servimos para o estudo da Comunicação como objeto, comunicação lida através das significações que o governo centralizador daquele Brasil estampou na moeda nacional. As cédulas e moedas da primeira série do Cruzeiro chegam a público durante a Segunda Guerra mundial. Foram suporte para que o povo brasileiro carregasse, para qualquer parte que fosse, os símbolos do poder estadonovista e seu maior representante, o presidente, presentificado por meio da imagem. A cédula de Cr\$ 10,00 e as moedas dos centavos do cruzeiro são reveladoras dessa presentificação. Para entendimento de tal presentificação, nos valem da “Câmara Clara”, trabalho de Roland Barthes (1984) a respeito da construção do texto imagético que cada imagem porta. Essas imagens, como mostra o autor, não são apenas registros de um tempo que já passou, mas presentificações carregadas de juízo de valor uma vez que cuidadosamente pensadas, propagadoras de significações.

Para maior clareza a respeito da complexidade daquele contexto histórico, desde o recorte que antecede a ascensão de Getúlio Vargas ao poder, está o capítulo intitulado No país do café com leite, fundamental para a apreensão do estado de coisas que gerou a Era Vargas. Nesse, está um item que explica os desdobramentos Para construir um Estado autoritário. Aqui já há a leitura numismática das moedas do mil-réis, ao final dos anos 1930, quando, no Brasil, Vargas já é o grande senhor do país no mesmo momento histórico em que o general Franco, chefe das forças armadas da Espanha monarquista, liderou um movimento

de força contra o governo republicano socialista, democraticamente eleito pelo povo espanhol. Franco foi na Espanha, após 1939 até 1976 o homem forte do Estado tal qual Vargas fora no Brasil. A pesquisa mostra que não foram exemplos isolados, pois Adolf Hitler, Benito Mussolini, Antônio Salazar e Joseph Stalin, também são figuras de ditaduras.

No capítulo seguinte foi traçada uma linha de análise do dinheiro circulante no país, já entendido como suporte à comunicação da simbologia oficial do Estado. Essa parte trata de maneira histórica como se constituiu o Estado e a utilização dos recursos comunicacionais para consolidar seus símbolos.

Para essa consideração nos amparamos nas teorias de Karl Marx, como arcabouço historiográfico do dinheiro como mercadoria universal de troca; numismatas para a compreensão da moeda como referencial de Estado; Marshall McLuhan e sua teoria dos meios de comunicação como extensores do homem ou de seus símbolos. Silveirinha, contribuiu com suas análises sobre a simbologia do dinheiro. Comunicação e História no dinheiro faz uma leitura de personagens como Getúlio Vargas e do Imperador Dom Pedro II, entre outros. As pesquisas de Lilia Moritz Schwarcz, Luciano Mendes Cabral, foram usadas para a apreensão do século XIX, período de governo do último monarca do Brasil. A imagética real do Imperador Bragança aparece com outras roupagens na moeda varguista, o Cruzeiro. Esse capítulo se encerra com a consideração a respeito da cultura popular brasileira na República sob Getúlio Vargas. As produções culturais passam pelo crivo do governo, que criou a imagem de um mito, o presidente, vendido na condição de um grande pai e não, simplesmente, de um chefe de Estado. Música e cinema foram fundamentais nesse período para que o Estado Novo lograsse êxito.

O capítulo seguinte Moeda: contexto político e social do Cruzeiro faz uma leitura da história do dinheiro através dos séculos. Teve o propósito de ler a comunicação expressa no dinheiro brasileiro como veículo das intenções políticas e sociais daquele contexto.

A estética de uma moeda moderna é sempre bastante cuidada, pois é documento de Estado. Através da leitura do dinheiro de uma nação será possível ter acesso a qual proposta cultural e política está em voga. Portanto, mais do que estampagem de objetos e cores, dinheiro também pode ser lido pelo seu capital estético, criado com valores que cruzam o tempo e mesmo após a obsolescência

daquela moeda, exemplo do Brasil que viu o padrão mil-réis, Cruzeiro, Cruzeiro Novo e outros, serviram de arcabouço para estudar aquela memória. É a partir

das coisas belas que nos ficaram do passado, que podemos refazer, de testemunho em testemunho, os itinerários percorridos nessa apaixonante caminhada, não na busca do tempo perdido, mas ao encontro do tempo que ficou vivo para sempre porque entranhado na arte.” (COSTA, 2003, p. 17)

Essa arte que, segundo Costa, é fala de um tempo que não acabou é corroborada por Harold Innis, seus vieses da Comunicação que trabalham com tempo e espaço ajudaram a entender o dinheiro como algo feito tanto para larga circulação quanto para duração, pois é suporte para memória.

As teorias de Raymond Williams, H. W. Janson, Walter Benjamin, serviram de base para o estabelecimento de moeda como peça artística que comunica por sua estética, não apenas de ordem cultural. Essa foi a principal análise sobre a cédula que carregou a efígie do próprio Vargas. A formação e o direcionamento da cultura brasileira estão presentes nesse capítulo.

O órgão de fiscalização da mídia do período estadonovista, o Departamento de Imprensa e Propaganda, DIP, tem ação decisiva na construção do varguismo, desde os anos que antecedem a Segunda Guerra, com atividades até o final do governo ditatorial de Vargas. Esse capítulo é finalizado com a leitura da cédula de Cr\$ 10,00 que levou ao bolso dos brasileiros a imagem do presidente da República. Mais do que uma fotografia, é uma presença contínua. Roland Barthes, o teórico que traz as considerações para a compreensão sobre a construção de um *Studium*, que na corrente pesquisa, é lido como a imagem criada com intenções políticas.

O Estado Novo varguista se revela como portentoso período histórico, perpassado por ações que interferiram diretamente no cotidiano coletivo, na educação escolar, nas artes, na imprensa, na economia. Com tantas intervenções, nem a moeda nacional escapou.

2 NO PAÍS DO CAFÉ-COM-LEITE

Para uma amostra do Brasil da transição XIX-XX, quando a República dos Estados Unidos do Brasil era gerida pelos representantes do capital agrícola, segundo um dos principais intelectuais da Era Vargas, Oliveira Viana, o político conta que na então capital do país, o Rio de Janeiro,

[...] a sua nata social, no III como no IV séculos, vive no retiro das belas chácaras afazendadas, nesses recantos umbrosos, por onde se estende atualmente a casaria de nossos bairros e subúrbios. [...] Daí o traço fundamental da nossa psicologia nacional. Isto é, pelos costumes, pelas maneiras, em suma, pela feição mais íntima do seu caráter, o brasileiro é sempre, sempre se revela, sempre se afirma um homem do campo, à maneira antiga. O instinto urbano não está na sua índole; nem as maneiras e os hábitos urbanos. (VIANA, 2005, p. 78;79)

Essa característica rural será combatida ao fim da República Velha. A pecha de velha remete ao cenário acima descrito que os novos agentes do poder, sob liderança de Getúlio Vargas, cuidaram por minimizar. O novo Brasil pensado pelos responsáveis pela queda de Washington Luís deveria ser urbanizado, industrial, moderno, para que se consubstanciasse por aqui o modelo que já, há muito, gerava dividendos no hemisfério norte.

No Brasil dos anos 1920 funcionava a política do café com leite, posta avante pelo presidente Campo Salles, em 1898, que estabelecera uma espécie de acordo entre São Paulo e Minas Gerais, o estado mais rico e o mais populoso respectivamente, que excluía demais oligarcas do jogo poder. Nesse modelo de governo, no qual o presidente da república tinha a missão de garantir os ganhos do café e os lucros dos fazendeiros (LOVE, 2000, p. 142-145), suas efígies figuravam nas cédulas do antigo padrão mil-réis. Exemplos nas cédulas de mil réis, com Campo Salles (1898-1902) no anverso e dez mil réis com Rodrigues Alves (1902-1906) no anverso, que circulavam no Brasil em 1923. O primeiro fora o responsável por aquela política dos governadores, o segundo fora presidente da república, último paulista de nascimento a exercer o cargo, na primeira década do século passado. Em seu governo houve a mudança urbanística do Rio de Janeiro, capital federal, desenhando ali o cenário do progresso republicano, processo em que se deu a demolição de vários edifícios antigos, usados como estalagens e cortiços (REIS FILHO, 2000, p. 104) e conseqüente adensamento das favelas nos já povoados morros cariocas. O jovem Estado independente, de história curta frente às potências

capitalistas da época, Inglaterra e os Estados Unidos mostrava-se como terreno fértil o bastante para os detentores do poder escreverem, cada um a seu modo, histórias oficiais do Brasil. O país carregou por muito tempo o pesado fardo do analfabetismo que começou a ser corrigido, em larga escala, apenas ao final do século passado.

Com esse quadro desenhado: poder oligárquico, concentração de renda, economia agrícola e analfabetismo endêmico, fica mais fácil entender as condições adversas para a instalação de um plano democrático, um sistema de participação que faça jus à etimologia do vocábulo república, do latim, coisa pública, portanto, para acesso coletivo às benfeitorias. Aquele contexto se mostrava muito diferente de outros países que viram no povo a principal força para reformas sociais, como fora na França do século XVIII ou nas independências sul-americanas no século XIX, processo que decompôs o Império espanhol nessa parte do globo.

Os grupos que gozaram da administração do Brasil articularam a construção da educação, comunicação e da cultura para sempre corroborar seus interesses próprios. Schettino mostra que

[...] podemos conceituar a educação, a comunicação e a cultura, bem como as interrelações que se podem estabelecer entre as categorias. [...] a Comunicação Humana seria um fenômeno refém da Educação vista como um processo gerador que a torna capaz de produzir alterações e modificações na Cultura, tanto individual quanto do grupo. (SCHETTINO, 2010, p. 130-131)

As interrelações acima apresentadas consubstanciaram – até hoje a retórica é praticamente a mesma – a ferramenta primordial para a escrita da história. Essa escrita reverbera pela produção midiática e, também, tem sua representação no dinheiro. É com este último que nos preocupamos para ler como esses grupos, em especial aquele sob o mando de Getúlio Vargas, mostraram aos brasileiros, letrados ou não, como carregar consigo a simbologia de quem lidera, uma mídia em particular que o Estado, também, usou para mostrar, impor e espalhar sua ideologia.

Os meios de comunicação tradicionais levam ao povo som, imagem e texto impresso como garantia de entretenimento (dirigido) e informação (oficial). Onde será possível ler o dinheiro nesse cenário? Uma simples “moedinha” que qualquer pessoa leva no bolso carrega em suas faces discursos carregados de valores?

Será necessária uma passagem pela mídia para compreensão daquilo que pretendemos ler em um país que caminha para a modernidade industrial e urbana em detrimento de uma memória rural que passou a incomodar as novas elites

urbanas, que tinha nos velhos ricos rurais sua antítese de poder, além da leitura que se fazia do homem do campo visto de forma pejorativa.

Era o “[...] homem [que] padecia, mergulhado na indolência e na tristeza. Nada produzira e nada produziria [...]”, personagem caricatural desse brasileiro foi o Jeca Tatu, um matuto criado por Monteiro Lobato (MOTA, 2003, p. 19).

O médico aposentado e escritor Dr. Edgard Steffen, que integra a Academia Sorocabana de Letras, ao lembrar dos anos de sua infância enquanto o regime estadonovista vigorava, ressalta a figura criada por Lobato a fim de propagandear ao público em geral qual era sua leitura sobre o brasileiro do interior do país. Um matuto batizado de Jeca Tatu apresentado

[...] no almanaque do Biotônico Fontoura. Livre do amarelão e fortalecido pelo biotônico, o capiau de Lobato transformou o decadente sítio em lucrativa fazenda, onde até a criação usava botinas. O neo-fazendeiro Jeca Tatu, gordo, charuto na boca, controlava tudo por aparelho de televisão; vivia endinheirado e feliz, bem ao molde do capitalismo de resultados num país de jecas acostumados ao paternalismo estatal de Vargas (STEFFEN, 2012, p. 2).

A tônica higienista eugênica da época pouco destoava, no Brasil, do que se processava na Alemanha, nos Estados Unidos e demais partes do ocidente. Reconstruir a imagem do país era necessidade premente e a personagem histórica diretamente envolvida nos desdobramentos, Getúlio Vargas é nome recorrente na dissertação, e sua mais conhecida alcunha, a de pai dos pobres, numa época que pode ser lida como “[...] bem ao molde do capitalismo de resultados num país de jecas acostumados ao paternalismo estatal de Vargas.” (STEFFEN, 2012. p.2). Mesmo com as críticas apresentadas ao brasileiro do campo, Vargas perceberá que cuidar deste, enquanto construção de uma memória era importante, afinal as raízes do povo e do país, sua “[...] autenticidade estaria preservada principalmente no mundo rural e o sertão e o sertanejo passam a ser vistos como os verdadeiros símbolos da nacionalidade [...]” (OLIVEIRA, 2003, p. 327), porém o que se dera na prática, foi muito maior a preocupação com o trabalhador urbano que deveria portar carteira de trabalho do que com esse homem da roça, produto histórico de um país que urgia por mudanças.

Lemos no dinheiro que circulava no Brasil durante a Era Vargas, principalmente o Cruzeiro, como a proposta de um novo país foi apresentada na moeda corrente, um suporte que só o Estado detém a produção. A modernização de um Brasil de mercado passado agrícola passou a promover sua industrialização,

engendradora pelas novas elites urbanas e apoiada pelas políticas oficiais do grupo de Getúlio Vargas.

O Estado Novo cerceou direitos civis, praticou a distorção da democracia pela ação das forças militares contra qualquer questionamento político, empastelando jornais, controlou as emissoras de rádio e a imprensa ao mesmo tempo em que forjava o populismo, um de seus sustentáculos, esse último, processado em concatenação com os detentores do capital industrial daquele Brasil dos anos 1930-40, que, sim, promoveu algumas mudanças sociais, porém apenas as que interessavam aos senhores do grande capital. A ideia do novo Brasil promovido pelas elites daquele momento não pretendeu nem democracia plena nem distribuição das riquezas do Estado. O recorte histórico do entreguerras se configurou bastante pesado no país de pouco mais de cem anos de existência que vivia um regime de governo ainda pouco compreendido pela maioria da população.

2.1 Semente da ideologia autoritária

Getúlio Vargas é o nome mais lembrado da política brasileira na primeira metade do século XX e pode-se dizer que um de seus principais personagens. Tamanho relevo pode ser conferido ao título que se tornou uma espécie de rótulo da história do Brasil entre 1930-45, a chamada Era Vargas. Especialmente quanto aos anos do Estado Novo, sete anos sem interrupção de poderes. Sempre que se faz referência a esse regime, se lança mão do uso do nome do presidente para indicar a centralização de poder a fim de facilitar ao leitor a compreensão daquele tenso período. No entanto, Getúlio nunca esteve sozinho no poder do Estado. Mesmo quando fora chefe do governo provisório, anos antes da ditadura estadonovista, se encontrava amparado por militares, pensadores, ideólogos e empresários.

Quando se considera que Vargas foi mais um ditador na história do Brasil, seu perfil político, sua linha ideológica e as decisões tomadas não foram criadas por ele de forma simplista, pois havia uma certa linha intelectual em constante diálogo com as forças políticas daquele momento alimentado o plano teórico do projeto político, do governo provisório ao Estado Novo. Necessário tocar no pensamento de Alberto Torres, contemporâneo da transição monarquia-república e das primeiras propostas levadas avante pelos presidentes vinculados à lavoura cafeeira.

Alberto Torres desenhou sua ideia de organização social sobre a preocupação com o trabalho organizado. Diante do quadro de supremacia agrícola na economia brasileira, Torres via na grande propriedade cafeeira o mote para sua proposta orgânica, pois para o fazendeiro “[...] manter o ritmo da produção em crescimento precisava de um grupo de trabalhadores disciplinado e organizado.” (TORRES, 1999, p. 32). Seu projeto de nação e de nacionalismo se pautava no mote agrícola, pois considerava que a terra, os trabalhadores e a produção, geridos pelo racionalismo do sistema capitalista poderiam alavancar o Brasil, porém, tal êxito só seria alcançado por meio de um forte poder central. Abria-se mão da representatividade democrática, as classes sociais seriam suprimidas em favor do Estado, único protetor dos direitos igualitários dos cidadãos. Dessa forma se tem nesse pensador “[...] uma tradição entre os ideólogos nacionalistas da geração dos anos 30 e 40, influenciando no pensamento autoritário e nacionalizador na construção do Estado Nacional brasileiro instituído em 1937.” (TORRES, 1999, p. 33-34)

A respeito dos intelectuais que contribuíram tanto para o arcabouço ideológico do varguismo, quanto para a instalação e as práticas do sistema, estão os nomes de

[...] Francisco Campos, o típico ideólogo de Estado, atuou de dentro do aparato parlamentar e burocrático do poder, o advogado das políticas de Estado, reformador dos Códigos jurídicos, da Escola e da Constituição. Azevedo Amaral identifica-se como o ideólogo cidadão, profissionalmente vinculado a um dos setores do campo ideológico dominante, o das comunicações, exercendo suas atividades jornalísticas. E, por fim, Oliveira Viana, consultor do Ministério do Trabalho, membro do Tribunal de Contas da União, professor de Direito e, em parte, o ideólogo descomprometido, o sociólogo produtor de teorias sobre a realidade política brasileira. (TORRES, 1999, p. 30)

Alberto Torres antecedeu os três nomes acima apresentados. Faz-se necessário indicá-lo como pensador fonte para os ideólogos do Estado Novo, que acreditavam serem os arautos da modernização do país, antes agrícola e atrasado. Revisado pelas lideranças políticas à frente dos governos, todos encabeçados por Vargas, de 1930 até 1945, seria construído um novo Brasil, urbano e moderno, através de um processo de reformatação do capitalismo nacional, direcionado para o sistema industrial de produção.

Francisco Campos, nome vinculado à política de Getúlio, empossado Ministro da Educação e Saúde em 1930, considerava que o Estado deveria ser forte e disciplinado a fim de ser eficiente. Quando do golpe do Estado Novo, de 10 de

novembro de 1937, era Ministro da Justiça. Campos fora o elaborador de nova Constituição para o Brasil, a Carta Magna da ditadura varguista. Oliveira Viana corrobora a linha pensamento de Campos ao ver no autoritarismo uma forma de nacionalismo capaz de combater quaisquer segregacionismos nocivos à nação (TORRES, 1999, p. 33-45). Nessa toada se encontrava também Azevedo Amaral que “[...] percebia no novo regime do Brasil à altura de sua época, soterrando as antigas inspirações liberais, abolindo os partidos, fortalecendo o executivo, individualizando a liderança e a responsabilidade do Chefe da Nação.” (TORRES, 1999, p. 48)

Para tanto, o caminho mais provável ao “sucesso” era uma nova caracterização da República, que primasse para o centralismo em detrimento de qualquer diferença política que pudesse vir a corromper o sucesso do país. Estabelecido o referencial, cabia ao sistema inculcar na população o credo político. É nesse ponto que se mostra de forma mais consistente a ação dos veículos comunicacionais e da mídia. Soma-se a isso a moeda circulante.

2.2 Para criar um Estado autoritário

Para Canclini (2000, p.160), “o sentido histórico intervém na constituição de agentes centrais para a constituição de identidades modernas”. O Brasil não foi caso à parte no que toca governos de força. O Estado Novo instalado por Vargas não foi o único. Portugal foi exemplo claro de governo ditatorial que se apossa da história para a construção de uma proposta renovadora, social e econômica. Esse país também passou por um regime de força chamado Estado Novo, regime iniciado anos antes de seu homônimo brasileiro.

Antônio do Oliveira Salazar, professor de economia da Universidade de Coimbra e principal figura do Centro Católico Português (CCP), organização fundada em 1917, foi Ministro de finanças. O início dos poderes de Salazar no mundo português se iniciam ainda nos anos 1920. Em 1932, Salazar foi eleito presidente do Conselho de Ministros após o equilíbrio da moeda. No ano seguinte, a política lusa passaria por reformulação.

O Estado Novo português, de marcado discurso nacionalista, foi iniciado em 1933, 23 anos após iniciada a República naquele país no dia cinco de outubro de

1910. Sob Antônio de Oliveira Salazar foi reimplantado em Portugal o antigo regime, um modelo de corporações medievais, conhecido por corporativismo associativo que foi inspirado ao modelo oriundo do medievo e que foi extinto em 1834. Esse “[...] corporativismo fundava-se nas “relações naturais” entre os homens: no parentesco (família), na residência (município) e na profissão (associação, corporação)” (PASCHKES, 1985, p. 22). A organização do Estado Novo português bebeu nas ideologias católica e da extrema direita francesa, que propalavam a manutenção da hierarquia social e críticas contundentes ao parlamentarismo e ao sufrágio universal. Esses eram pontos da república portuguesa permeada pelo clima de repulsa aos ideais dos revolucionários franceses e, também, das propostas socialistas que antecederam a instalação do regime do Estado Novo. Embora declarada a separação entre Igreja e Estado, a retórica católica não arrefeceu ao longo dos anos 1910. A produção impressa dessa linha se manteve viva, com as doutrinas católica, corporativa e nacionalista ganhando volume. Portugal passou por amargo período durante e após a primeira grande guerra, com cismas políticos e tentativa de reimplantação da monarquia. Chegou ao ano de 1920 com nove presidentes em alternância e no ano seguinte, mais cinco, na soma foram, entre 1910 e 26, 45 governos com 93 ministros.

Para além desta situação crítica em que se encontrava o país, existia ainda o “incômodo” que as greves operárias causavam à então burguesia democrática portuguesa. Esta, por não conseguir estruturar um Estado do tipo clássico para conduzir a bom termo seus interesses e, por conseguinte, engendrar o desenvolvimento e o crescimento social ao lado das liberdades democráticas, foi buscar alhures um meio autoritário para a sua manutenção no poder. (PASCHKES, 1985, p. 12)

A ditadura salazarista emergiu no contexto de desordens, na política, fruto das crises engendradas na Primeira República portuguesa que pôs termo à monarquia no século XX, que ainda se submetia às ordens da Inglaterra. Daí vem a desordem na economia, a se considerar que os anos 1910 são destacados pela Primeira Guerra, resultando em desordem social.

A situação de crise que propõe mudanças e sugere um novo modelo foram os argumentos do salazarismo, governo o garantidor do capitalismo monopolista luso. Segundo Salazar, desordem social era igual “à falta de um governo autoritário e centralizador, que, entre outras medidas, estabeleceria o corporativismo, além de proibir o direito de greve, conquistado na Primeira República.” (PASCHKES, 1985, p. 15)

Antônio Salazar, desde sua alçada aos poderes do Estado português, forjou um arcabouço de tom popular nacionalista para que aquele *status quo* adverso pudesse ser superado, porém o regime que passou a administrar o país foi de ação centralizadora e sem participação popular. A criação de seu Estado Novo, datada de 1933, ocorre sob regulamentação de lei. Além da Constituição, houve o Estatuto do Trabalho Nacional (ETN) como justificador da nova realidade política e econômica.

Portugal, agora sob uma ditadura disfarçada de democracia, gozava de eleições com sufrágio universal para a presidência da República, havia parlamento, carta magna vigente, porém era regime de partido único, a União Nacional (UN), fundada em 1932. Nesse sistema, os candidatos que se lançaram à presidência eram oriundos da UN. O Estado Novo, apesar de sua faceta popular, tinha vários impedimentos,

[...] partido único, voto censitário, fraudes eleitorais e censura, o regime podia, por um falso paradoxo, se fazer passar por uma democracia, na medida em que as instituições democráticas lá permaneciam, e manter sua longa permanência no poder. (PASCHKES, 1985, p. 19)

No início do século passado, Portugal atravessava a passagem da monarquia à república, transição que gerou muitas questões que receberam soluções ao longo dos anos. No mesmo momento da mudança de regime em Portugal, o Brasil era administrado por uma oligarquia que organizava as políticas de Estado em função dos ganhos da principal matéria de exportação, o café, produto das fazendas de parte desses oligarcas. O projeto político republicano que propõe um Estado democrático até então não acontecera no Brasil. Aquele país rural era controlado por políticos ligados à grande propriedade rural realçando o perfil agrário do país que tinha na terra sua riqueza, leia-se, riqueza possuída por quem era proprietário do latifúndio, outrora chamado de *plantation*, o que acabou por se configurar

[...] grande obstáculo à expansão da cidadania, herdado da Colônia, era a grande propriedade rural [...] o grande proprietário e coronel político age como se estivesse acima da lei". (CARVALHO, 2010, p. 53-54)

Sobre da “renovação da hegemonia política” (CANCLINI, 2000) que tem na história política do país um Estado governado por uma oligarquia ligada à produção de café, substituída pelo governo encabeçado por Getúlio Vargas trouxe consigo a modernidade industrial para o Brasil. Naquele contexto, o país era dependente das receitas conseguidas com a exportação de café, então principal gênero de exportação.

A década de 1930 foi perpassada pela grande Depressão econômica e pelo irromper de vários governos autoritários que entenderam que a retórica do Estado forte levaria ao sucesso da nação e posterior hegemonia internacional. Interessante nessa passagem histórica que os novos poderes pautados na força se originam na periferia econômica daquele momento. Dentro dessa lógica podemos citar exemplos pontuais como Portugal, Espanha, Itália, Alemanha, União Soviética e Brasil, cada um desses governado por regimes de força até o término da segunda guerra. Permaneceram nessa situação Portugal, Espanha, União Soviética além da parte oriental da Alemanha e outros Estados sob tutela de Moscou no leste europeu.

Na tentativa de apagar diferenças regionais em benefício do controle, foi trabalhada a ideia de que “a cultura, ou o Estado, são uma espécie de utopia prematura, abolindo a luta em um nível imaginário a fim de não precisar resolvê-lo em um nível político” (EAGLETON, 2005, p. 17). Essa manobra de solapar diferenças não estava calcada no apagamento do passado, mas sim na readequação das tradições, daquilo que ora servia a memória coletiva como ritual ou celebração. Tal energia deveria ser direcionada para o novo agente, o Estado, personificado no líder. Assim,

[...] quando as narrativas são analisadas há que se considerar que qualquer construção ficcional ou não articula a sedimentação de padrões existentes anteriormente com a inovação. É a ligação com a tradição, com os esquemas narrativos já de conhecimento do leitor, que permite o reconhecimento do desvio, ou seja, a inovação. O desvio só é possível existir se tiver como pano de fundo a cultura tradicional que cria no leitor expectativas que o artista irá estimular ou frustrar. (BARBOSA, 2007, p. 21)

Na construção da narrativa há três momentos: em primeiro lugar o mundo real, um mundo que é texto; em segundo, a leitura desse mundo texto que será entendido e, por fim, com ajuda dos meios de comunicação, será construído uma nova percepção, um novo mundo-texto pelo leitor. Com isso, se corrobora a ideia de Eagleton sobre a necessidade de se resolver problemas na esfera do imaginário para que não se tenha que resolvê-los no plano real, do cotidiano social perpassado pelas complexas relações sociais e, em função disto, promover o convencimento e a cooptação por meio da comunicação visual e sonora, com esses recursos entendidos como ferramentas para arrefecer qualquer ação potencialmente revolucionária.

A política do Estado Novo pretendeu reescrever a história do país e em nome do objetivo do poder, fomentou o nacionalismo unilateral, promoveu o ser brasileiro e enfatizou a figura do presidente.

Vargas passou a ser o nome da modernidade tecnológica no país, da modernidade elétrica, que se serviu dos revezes internacionais para fomentar o industrialismo local ao mesmo tempo em que concatenava com a burguesia industrial privilégios e aliciava o operariado com alguns benefícios há anos conclamados pelos líderes trabalhistas, então membros de organizações socialistas e anarquistas, por isso ler esse presidente como aquele que suplantou o modelo oligárquico-rural tão poderoso até 1930, que pôs termo ao que ficou conhecido como República Velha.

A publicização das ações governamentais paralela a demonização, também publicizada, de qualquer força opositora vistas como impeditivos a nação, foram recorrentemente veiculadas pela mídia. Na herança de um país que viu no modelo monárquico a centralização de poderes, antes em um rei depois no Imperador, era necessário naquele momento da República inventar um personagem salvador, um amalgama. Em analogia, Vargas fora o Imperador durante aqueles anos.

A propaganda varguista pretendeu inventar uma nova tradição, a de cultuar o Estado, não a República nem a democracia, mas o chefe do executivo e sua liderança.

Por “tradição inventada” entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. (HOBBSAWM; RANGER, 1984, p. 9)

Para tanto, buscou-se maior compreensão do período bastante contundente da história do Brasil, quando Getúlio Vargas era chefe máximo do Estado entre os anos 1937 e 1945, a ditadura estadonovista.

Nesse recorte, o governo federal do país trabalhou de forma ferrenha na construção da imagem paternalista do presidente da República. O projeto era apresentar Vargas como pai do povo brasileiro, proposta ampla, que vendia a ideia de rechaçar qualquer disparidade e dicotomia entre os habitantes do país, promovendo sólida ligação nacional, para tanto, o controle da mídia era vital.

Com a Constituição de 10 de novembro, o Estado passou a agir com mais rapidez e segurança. Por intermédio do poder executivo, outorgou uma grande responsabilidade aos meios de comunicação, chamando-os a

colaborar diretamente com o Governo. O exercício da Imprensa foi considerado uma função de caráter público, e as empresas jornalísticas nacionalizadas, quer econômica, quer administrativamente. (TORRES, 1999, p. 54)

Da forma como os Imperadores Bragança venderam a imagem de pais de seu povo, assentados no patriarcalismo, Vargas foi beber na mesma fonte, amparado por ideólogos centralizadores, competentes órgãos de imagem, imprensa e propaganda e um departamento dedicado a veiculação da imagem do presidente e dos feitos do governo. Explica Susan Besse que a

[...] força persistente da tradição patriarcal do Brasil estava manifesta na imagem cuidadosamente cultivada e extremamente impositiva do presidente Vargas como “pai-dos-pobres”. Ele era um pai atualizado - sempre sorrindo, não circunspeto, acessível, não distante, à vontade, não formal e disposto à inovação moderada, não cegamente amarrado à tradição. Mas, era também uma figura paterna viril, cuja legitimidade apoiava-se e se fortalecia em pressupostos a respeito do “caráter natural” da hierarquia social e, pois, da necessidade da autoridade paterna (masculina e de classe alta) (BESSE, 1999, p. 225).

A figura vendida como verdadeiro “pai do povo” apareceu em publicações variadas ao lado de enfermos, ao lado dos jovens, populares, ao mesmo tempo em que sendo homem forte, viril, comandava as forças armadas, sendo a figura central delas a principal figura do país². Querido da juventude, senhor das armas, cuidador dos doentes, representante da modernização industrial, siderúrgica, amparador das massas que recebem das mão desse pai sua moradia, esses discursos imagéticos revelam o que Vilem Flusser (2011) problematiza como “filosofia da caixa preta”, do aparelho codificador destinado à produção de imagens técnicas, imagens que são

[...] mediações entre homem e mundo. O homem “existe”, isto é, o mundo não lhe é acessível imediatamente. Imagens têm o propósito de representar o mundo. Mas, ao fazê-lo, entropõem-se entre mundo e homem. Seu propósito é serem mapas do mundo, mas passam a ser biombos. O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas. Tal inversão da função das imagens é idolatria. [...] A função das imagens técnicas é a de emancipar a sociedade da necessidade de pensar conceitualmente. As imagens técnicas devem substituir a consciência histórica por consciência mágica de segunda ordem. (FLUSSER, 2011, p. 23; 33)

² No anexo 1 há uma sequência de imagens de cartões postais editados pelo Departamento de Imprensa e Propaganda, o DIP. Nestas imagens, cheias de significações, é mostrado esse presidente abarcador de vários adjetivos segundo a fala de Besse.

A caixa preta que se usa para criar imagens não deve ser vista apenas em sua aparência física, provida de botões e lente, deve ser entendida no propósito de criar textos pictóricos por meio do avanço técnico da indústria.

Com a máquina fotográfica e sua derivação, o projetor de cinema, foi possível a reprodução de uma mesma imagem, de um mesmo texto carregado de valores, a fim de ser distribuído à maior parcela possível da população.

Essa ação de tornar mito um homem comum foi usado copiosamente durante a Era Vargas. O presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, figura enfatizada durante o Estado Novo, ganhou contornos praticamente messiânicos por meio da exaustiva repetição de sua imagem sempre associada a feitos de destaque na modernização do Estado, na assistência ao povo, na força de um Brasil que se mostrava livre de qualquer poder paralelo.

Na tônica da sociedade industrial capitalista, modernizar pode ser lido como sinônimo de urbanizar o país e esse foi o caminho escolhido. Na prática, o que foi propagandeado fora exatamente assim, pois os grandes centros urbanos provaram das benesses ao passo que o poder central não se preocupou com o mesmo zelo com o homem do campo, não acalentou o trabalhador rural da mesma forma que o fabril sindicalizado. À economia agrária e sua mão de obra autóctone pesava o passado colonial e oligárquico, além de se enfrentar a dispersão territorial daquela população, o que incorria em maiores problemas para controlar qualquer ação divergente ao passo que o operário sindicalizado tinha suas ações vigiadas mais de perto.

Além das ações executadas na mídia de então (imprensa escrita, cinema e rádio) será o norte desta pesquisa pensar o dinheiro como produto midiático, mídia secundária (BETH; PROSS, 1990, p. 158-175) transmissor da ideologia do Brasil, enquanto Estado forte, governado por um presidente poderoso.

Uma vez que a moeda corrente está diretamente sob as determinações dos agentes que governam o Estado, será visto que o uso dos símbolos políticos nas moedas é recorrente nos vários países que passaram pelo modelo de gestão que o Brasil também conheceu.

Para tanto, buscamos elementos sobre o critério de uso das imagens, seus personagens e como estes respondem a seu momento histórico que terá no dinheiro seu fulcro. Para um primeiro exemplo sobre a lógica do período que o Presidente da República é a figura mais forte da nação, no que tange à numismática, está a efígie

do próprio Vargas estampada em moedas de valores variados. Contemporâneo do Estado Novo brasileiro ocorre na Espanha um modelo próximo ao que se deu por aqui, “el bando ganador de la guerra parecía tener, en un principio, ideas nuevas respecto a la organización política y social que habían de plasmarse en una actitud más intervencionista del poder público”. (DELGADO; SANZ, 2000, p. 107). Francisco Franco, general que pôs termo à República espanhola de matiz socialista em 1939, reimplantando a monarquia naquele país, terá sua efígie estampada na Peseta, então moeda espanhola. Além do general Franco, junto consigo essas moedas traziam a mensagem de que esse era “Líder pela Graça de Deus”. Contudo há que se pontuar que a ditadura varguista capitula em 1945 e o governo do general Franco segue até sua morte em 1976. Sobre as moedas abaixo, da Espanha franquista, Delgado e Sanz afirmam:

Peseta del Gobierno de Franco, la primera en metal, acuñada a partir del 1944. Como la mayor parte de los dictadores, Franco evitó en un principio representar su efígie en la moneda y optó por temas neutros o simbología de tipo patriótico.

Peseta con la estampa de Franco, que se seguían denominando «rubias», ciertamente por el metal, no por la estampa. La peseta de papel desaparece y la efígie del «Caudillo por la gracia de Dios» se va generalizando paulatinamente hasta ocupar todos los valores monetarios metálicos. . (DELGADO; SANZ, 2000, p. 265).

Figura 1: moeda de \$200 (duzentos réis) de 1938 com a efígie de Vargas no anverso.



Fonte: (AMATO; NEVES, [199-], p. 327).

Figura 2: moeda de \$300 (trezentos réis) de 1938 com a efígie de Vargas no anverso.



Fonte (AMATO; NEVES, [199-], p. 327).

Figura 3: moeda de \$400 (quatrocentos réis) de 1938 com a efígie de Vargas no anverso.



Coleção particular do autor.

Figura 4: moeda de uma peseta “rúbia” de 1944.

Figura 5: moeda de uma peseta “rúbia” de Franco, 197-.



Fonte: (DELGADO; SANZ, 2000, p. 265)



Fonte: (DELGADO; SANZ, 2000, p. 265)

Faz-se necessária uma leitura de dois mundos para que se possa ter maior ambiência do objeto de estudo, a comunicação que tem no dinheiro seu suporte, num tempo em que a organização da sociedade difere em vários pontos da atual realidade assentada nas ferramentas da modernidade elétrica, que tanto faz uso de recursos eletrônicos informatizados para a resolução das tarefas cotidianas e também para o lazer. O computador pessoal permitiu acesso a informação e entretenimento de maneira não pensada pelas gerações anteriores. Visitaremos esses dois momentos, o atual e a primeira metade do século passado a fim de pensar suas respectivas propostas políticas e sociais quando cultura, comunicação, política, diversão, emprego tinham outras perspectivas.

3 LEITURA DA CONSTRUÇÃO DO MODERNO À ÓTICA DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA

No passado recente a informação era adquirida pelo rádio ou televisão, que se sobrepuseram sobre o impresso. A relação sociedade e informação no viés tempo era outra, muito diferente da atual.

O mundo atual é permeado pela informação; o tempo é curto para completar as tarefas cotidianas. Na virada para o século XXI, a sociedade passou a provar de uma plêiade de ferramentas comunicacionais nunca antes disponível. Quanto a consumir, o simples ato da compra não carece mais exclusivamente de dinheiro em espécie, pois passou-se a se pagar com moeda virtual possibilitada pelo meio eletrônico. O ferramental digital materializou mecanismos de rastreamento das pessoas, que se no passado eram alvos de crítica, pois cerceavam a individualidade, na realidade que se vive, tais recursos, o cartão de crédito, a rede social usada por meio da internet, passaram a ser objetos de desejo do público. Devido a esse recurso, bastante comum na vida das pessoas há vários anos, fica mais claro ver a mudança entre o incômodo em ser vigiado e o desejo pelo mesmo, pois a ação do “sinóptico” que,

[...] por sua natureza, global; o ato de vigiar desprende os vigilantes de sua localidade, transporta-os pelo menos espiritualmente ao ciberespaço, no qual não mais importa a distância, ainda que fisicamente permaneçam no lugar. Não importa mais se os alvos do Sinóptico, que agora deixaram de ser os vigiados e passaram a ser os vigilantes, se movam ou fiquem parados. Onde quer que estejam e onde quer que vão, eles podem ligar-se — e se ligam — na rede extraterritorial que faz muitos vigiarem poucos. (BAUMAN, 1999, p. 57)

Face a celulares, computadores, de mesa ou de mão, ficou bastante difícil assimilar tantas e tantas informações e mensagens a respeito das mais plurais indagações a que o ser humano, sobretudo o urbano, está submetido. Herança do século XX, a internet hoje pode ser interpretada como parte de cada pessoa que, simplesmente, porta um telefone celular ou que precisa se comunicar com outro através do corriqueiro e quase obsoleto e-mail.

Dessa forma, a produção de mensagens é um processo de criação, geração, realização de um mundo de fluxos, de volatilidade dos “espectros expressivos”, nos quais as novas tecnologias da informação e da comunicação podem ser consideradas como novos estruturadores do espaço. (SILVA, 2009, p. 17)

A vida digital hodierna cuidou por deixar o homem alijado do tempo, pois a aceleração da vida dificulta a pausa para a reflexão, para o questionamento sobre o que e como se vive, com possíveis mudanças ou não. De forma despercebida, plenamente circundada pelos meios de comunicação e seus produtos midiáticos, a sociedade escreve história e memória sob um viés comunicacional jamais pensado. Silva (2009, p. 45-49) chama a atenção para o desenvolvimento de micro nações, recurso oferecido na internet pelo qual usuários acabam por desenvolver seu lócus virtual, buscando ações comuns, onde a cada criador é possível estabelecer sua forma de poder. Nesse distanciamento do real, a pungência do cotidiano circundado pelo capital fica de fora. No mundo virtual se tramam mais estórias do que História. Deparamo-nos com a complexa trama que fala que se expressa em entendimentos plurais, estamos diante de “uma sinalização para garantir oportunidades a todas as correntes de pensamento que gravitam em torno do campo comunicacional” (MELO, 2011, p. 50).

Segundo Barbosa (2007, p.15), para a Comunicação, História é o resgate do passado, para a História, os meios de comunicação de massa são ferramentas para a comprovação de um contexto mais amplo. Nossa preocupação com a História está na compreensão do tempo presente, para tanto nos servimos do passado, pois lá estão as raízes do que se vive hoje. O cenário atual é perpassado por pouca identificação popular com política partidária, quando se vê ter se tornado muito comum as pessoas alegarem o desinteresse por esse assunto em função da não compreensão sobre o funcionamento do complexo sistema que materializa os poderes do Estado e que afetam diretamente a vida da população em geral ao determinar leis e pagamentos de impostos. Então, que se processa na esfera política é ação ideológica que, para se fazer valer, necessita mais do que convencer o público, precisa conquistá-lo e, se possível, que sejam criados multiplicadores daquelas propostas. Uma vez conseguido isso, a propaganda do poder feita pelas próprias pessoas, que pagam os ônus do sistema, a ideologia se faz vencedora. Para melhor compreensão do Estado Novo, foram lidos os meios de comunicação como portadores de ideologia e política. Para Barbosa, é comunicação o

[...] conjunto de conhecimentos (linguísticos, psicológicos, antropológicos, sociológicos, filosóficos, cibernéticos, etc) relativos ao processo de comunicação. [...] Atividade profissional voltada para a utilização desses conhecimentos e técnicas através dos diversos veículos (impressos, audiovisuais, eletrônicos, etc), ou para a pesquisa e o ensino desses processos. (BARBOSA, 2001, p. 155-156)

Não se pode confundir ideologia com crenças ou formas de agir, “o termo ideologia está mais para relações de poder do que para um sistema de crenças.” (EAGLETON, 1997, p.18). Filosofias para pensar e problematizar o cotidiano não podem ser entendidas como ideológicas. Num exemplo simples, a forma com que a pessoa prefere determinado cardápio em detrimento de outro. Ser vegetariano ou não pode partir de uma análise simplesmente física e saudável. Porém se a opção pelo vegetarianismo está vinculada a uma noção política de que o consumo da carne está ligado a necessidade de existência da grande propriedade rural, que desaloja o homem e o expulsa da pequena lavoura de subsistência, produz desmatamento e poluição para a criação de gado destinado ao mercado industrial, se pode dialogar com a proposta de cunho ideológico. Assim, a ideia construída se fez ideologia, que se trata de algo rígido, contundente, imposto por forças exteriores que se inculcaram nas mentes seu modo de agir ou pensar, Eagleton, a partir de Michel Foucault, afirma que “o poder não é algo confinado aos exércitos e parlamentos; é, na verdade, uma rede de força penetrante e intangível que se tece em nossos menores gestos e declarações mais íntimas” (EAGLETON, 1997, p. 20). Então, ideologia é um conceito de complexa definição uma vez que pode ser lido como prática cultural de um grupo social, uma tribo, ao mesmo tempo em que pode remeter à produção de significação com conotação político-partidária para apresentarmos apenas dois ramos. Ideologia pode descrever

[...] a visão de mundo ou perspectiva geral característica de uma classe ou de outro grupo social, a qual inclui crenças formais e conscientes, mas também atitudes, hábitos e sentimentos menos conscientes e menos articulados ou, até mesmo, pressupostos, posturas e compromissos inconscientes. [...] Essa área mais ampla e menos palpável é importante também para revelar a cultura em mudança daquilo que, visto de outro modo (em termos econômicos, digamos), é uma classe que perdura e persiste. (WILLIAMS, 1995, p. 26)

Aqui estão, segundo o autor, as áreas globais vividas onde se manifesta a prática social concreta. Pelo apontamento de Williams, ganhamos suporte para discutir o avanço da dominação burguesa nos últimos séculos, em processo de reformatação social que suplantou o trabalho servil e o espraiado misticismo, característicos do medievo. Uma vez à frente da política a burguesia cuidou por garantir a hegemonia do sistema capitalista liberal, levou ao ocaso o antigo modelo internacional de comércio baseado na administração direta do Estado. A livre iniciativa, instalada de forma contundente ao longo das décadas, mostrou-se mais

rentável. Dos 1600 aos 1900, o sistema capitalista cresceu ao ponto que não podia mais se sustentar diante de uma nova configuração internacional do pós-primeira guerra e chegou ao seu primeiro grande colapso, a Depressão iniciada em 1929. Neste ponto houve tensões ao longo do ocidente, desemprego em massa, desestabilizações econômicas que serviram como arcabouço para ações políticas e militares.

A partir desse ponto, muito será usado em termos de produção ideológica, não apenas para justificar o fomento à economia, mas também para inculcar propagandas políticas de viés tanto segregacionista quanto belicistas, traços característicos de governos autoritários.

Após séculos de luta por ascensão, travadas pela burguesia liberal já no século XVII, finalmente essa classe, a burguesia, instala seus valores e seus ideais de liberdade e fraternidade, a igualdade ficou na esfera jurídica, quando haverá uma congregação de leis, uma carta magna no Estado que pretenda isonomia a todos os habitantes do território. As massas, seja de origem agrícola ou as já radicadas nas cidades, compuseram o exército que efetivou os desejos burgueses. Em momento algum a isonomia proposta deve ser entendida com a conotação comunal que o socialismo, nem utópico nem científico, propôs. Sobre a tal igualdade praticada pela democracia burguesa, pode ser entendida como aquela fulcrada na possibilidade de consumo, potencializada pela persuasão da propaganda.

Uma vez residente na cidade, as pessoas vinculadas ao trabalho fabril passaram a ter mais necessidades em consumir gêneros alimentícios, vestimenta, tratamentos de saúde oferecidos no comércio urbano em função de a cada década os hábitos sociais, outrora fulcrados na vida rural, se reformataram, do que decorre a dependência do comércio instalado nas cidades. Nesse jogo, a propaganda e a publicidade, a considerar os anos 1930-40, passa a vender produtos amparados pela ideia de satisfação da posse.

Nas sociedades em que imperam o marketing e a publicidade, não compramos apenas um objeto, mas um estilo de vida, que evoca todo um sistema de significados. Os produtos e os serviços oferecidos aos consumidores expressam conceitos de modos de vida plenos. (SANTOS, 2011, p.128)

Traço marcante da sociedade organizada no ritmo do capital industrial, a propaganda e a publicidade de produtos industrializados oferecidos ao grande público passa a se configurar em elemento integrante de uma grande produção de

bens culturais que serão oferecidos como objetos garantidores de ascensão e realização social. Uma vez que uma mercadoria comum deixa seu estado fundamental, uma mesa, por exemplo, de simples mobiliário se converte em fetiche, de simples peça para uso se converte em objeto a ser desejado e daí a necessidade em ser adquirido, leia-se, comprado. Transformada em fetiche com sua aura especial que mostre ao consumidor garantias de benefício em sua vida, ainda que tais benefícios não saiam da órbita do imaginário, uma vez seduzido pela propaganda que transforma a mercadoria, o consumidor tende a crer que da posse daquele objeto sua vida ascenderá.

Poucas expressões contemporâneas demonstram de forma tão cabal e transparente os processos ideológicos das sociedades capitalistas. O que se pode denominar literalmente de “palavras de ordem” da publicidade tende, sem dúvida, a aliciar o consumidor; mas por isso mesmo apelam para o contexto ideológico em que se coloca o problema do consumo. [...] A propaganda investe em sua própria imagem na medida em que descarta o conflito de suas preocupações; já o bom anúncio alicia na medida em que coloca na aquisição da mercadoria a superação dos problemas sociais. [...] Se a posse de um bem identifica os homens tornando-os co-participantes do poder e das riquezas, cabe à publicidade precisamente escamotear toda realidade que diga o contrário. (SQUEFF; WISNIK, 2004, p. 75-76)

A classe trabalhadora que conseguiu acesso ao dinheiro por meio da inserção no mercado de trabalho, sobretudo no nível que o governo desejava o emprego formal, na indústria, com carteira profissional assinada e com vínculos no sindicato, passa a constituir a classe média urbana que está apta a consumir mais, possuir os novos recursos técnicos como o rádio e assim se torna alvo do apelo ao consumo. A publicidade e a propaganda atuam como combustíveis na sociedade de consumo. Será pelo discurso da venda que as diferenças sociais são veladas.

Está estabelecido o mecanismo para promover a troca da moeda, mercadoria universal de troca no universo da acumulação, premissa do sistema capitalista, por uma simples peça, agora encantada pela ação da promoção de venda (MARX, 2002, p. 46-53). Para essa igualdade comercial de executar trocas mediante a posse do dinheiro, estabelecemos uma relação com a oferta de outro produto, imaterial e intangível, porém de grande poder de ação na vida social, a ideologia. A partir da instituição da igualdade burguesa, que afirma as pessoas serem iguais perante as leis, essa igualdade será melhor percebida no âmbito jurídico, não sendo igual socialmente, no que toca o problema das benfeitorias em saúde, educação e alimentação, o proletário e o empresário possuidor dos meios de produção, ou seja, a gente comum anônima e a classe que lidera política e, economicamente, o Estado.

Assim, quem tem o poder sobre o Estado por consequência organiza a complexa teia, fetichiza seu discurso, vendendo os ideais que corroboram suas ações e abarcando os aliados do jogo político para si a partir do ponto que os mais carentes, crenes na fala da ascensão coletiva e da distribuição igualitária, anuem com o discurso oficial. No jogo de aliciar as massas, os governos totalitários do século passado mostraram sua maestria, em contexto de crise econômica internacional, desemprego e fome lançando mão largamente do uso dos meios de comunicação já inseridos na sociedade, imprensa escrita, cinema e rádio. Luiz Martino afirma que “os meios de comunicação dizem respeito a tecnologias que [...] modificam a experiência social e, portanto, a própria categoria de tempo e a noção de historicidade.” (MARTINO, 2008, p. 29) Segundo Innis (2011), os principais vieses da comunicação são o tempo e o espaço. O dinheiro pode ser inserido nessa afirmação uma vez que ao mesmo tempo está relacionado ao tempo enquanto duração e ao espaço enquanto flexibilidade e fácil trânsito. Para esse autor, o tempo se apoia nas mídias rígidas, sendo a comunicação em pedra ou argila aquelas orientadas para a duração, de difícil deslocamento. Parte da imagética antiga oriental tomando o antigo Egito como análise, era composta em pedra. O objetivo dessas esculturas era o eterno. A se considerar que grande parte da escultura e da arquitetura antigas chegaram até nós, o diálogo com o viés tempo para longa duração alcançou seu objetivo. No que tange o viés espaço de Innis, este é lido nas mídias leves, pergaminho, papiro, na antiguidade e papel em período posterior.

A moeda, de origem estatal, é entendida aqui como veículo que traz consigo características dos dois vieses innisianos. É flexível, leve, de fácil transporte podendo circular por vasta extensão territorial e, com tudo isso, por onde puder chegar, leva a mensagem, da cultura, da simbologia e da ideologia da força que a cunhou. Esse estudo, pertinente aos Impérios antigos, também se adapta às realidades modernas dos 1900.

Na busca pela construção de novas identidades políticas paralelamente à instalação de pesadas ideologias que lançaram mão da violência e da morte de adversários, alguns dos chefes de Estado da primeira metade do XX buscaram, cada qual em sua parte do mundo, os culpados para as mazelas coletivas em seus países.

Na Alemanha nazista, além do marxismo, foram os judeus que levaram a nação à fome, à inflação e ao desemprego. Nos demais países do ocidente

capitalista, o medo era oriundo dos discursos emanados de Moscou. Nesse ponto da história se organiza de forma mais visível a sociedade de massa. Naquela sociedade ocidental que cedo aprendeu a gozar dos sabores da diversão alimentada pela energia elétrica, seja na América ou na Europa, sistemas opressivos de força ou perpassados pelo discurso de real democracia replicaram a retórica que fomentava a sociedade a um processo de uniformização, que solapava qualidades individuais que poderiam incorrer em resistências, em agitações contra os administradores do poder, por isso “[...] a indiferença do mercado pela origem das pessoas que nele vêm trocar suas mercadorias, é pago por elas mesmas ao deixarem que suas possibilidades inatas sejam modeladas pela produção das mercadorias que se podem comprar no mercado.” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 27) Tal uniformização pode ser verificada na chamada sociedade de massa.

O conceito de massa pode ser visto como ideológico, pois massa é diferente de multidão, esta última como heterogênea e efêmera. Afirma Gabriel Cohn, segundo uma descrição sistemática, que

[...] o termo massa designa uma coletividade de grande extensão, heterogênea quanto à origem social e geográfica dos seus membros e desestruturada socialmente. Isto é, trata-se de um coletivo, contíguo ou à distância, de indivíduos indiferenciados quanto a normas de comportamento, valores e posições sociais, pelo menos naquilo que diz respeito a uma situação determinada. (COHN, 1973, p. 17)

A partir do excerto, entendemos massa, partindo de sua desestrutura social, como organismo formado por indivíduos anônimos, possuidores de baixo ou quase nenhum capital intelectual e valores estéticos, migrando para os lados ao sabor do vento, porém o conceito de massa ganha novas cores ao longo do tempo, sendo possível apurar diferenças apenas entre poucas décadas, da virada dos anos 1800 para os 1900. No calor da emergência industrial do século retrasado, massa fora vista como contingente eminentemente perigoso, de potencial revolucionário, que poderia se organizar em luta contra os detentores do capital, contra os industriais e contra os governos. Movimentos surgiram, ações populares foram executadas, a violência grassou solta pela Europa.

Caso emblemático foi do movimento ludista que praticava a destruição da maquinaria das indústrias, vista por aqueles revoltosos como mecanismo gerador da falta de moradia, da fome, das mazelas sociais com que a população mais pobre passara a conviver, além de outros movimentos de força dos quais os trabalhadores

lograram parcos sucessos (RUDÉ, 1991). Assim foi sendo engendrada a visão pejorativa sobre massa. Em partes a teoria se concretizou, pois foi a revolução proletária que pôs termo ao Império semi-feudal dos Romanov na Rússia e passou a ser vista de forma paradigmática ao redor do mundo. As divisões sociais entre cidade e campo ficam mais evidentes ao passo que o capital industrial e financeiro se estabelece frente ao antigo modelo baseado na posse da terra para extrativismo agrícola. Mostra Karl Marx que a divisão entre cidade e campo pode ser entendida como a separação entre o trabalho intelectual e o trabalho físico, pois a

[...] cidade já é obra da concentração da população, dos instrumentos de produção, do capital, do desfrute e das necessidades, ao passo que o campo, representa o expoente cabal ao fato contrário, quer dizer, ao isolamento e à solidão.[...] A separação entre cidade e campo pode ser concebida também como a separação entre o capital e a propriedade da terra, como o começo de uma existência e de um desenvolvimento do capital independentes da propriedade da terra, ou seja, de uma propriedade baseada tão-somente no trabalho e na troca. (MARX, 2007, p. 75-76)

Na desagregação do trabalho rural, a população desses lugares migra às cidades a fim de conseguir atividade remunerada a partir da troca de sua mão de obra por salário.

Sem especialização técnica, o novo trabalhador urbano terá acesso apenas a serviços braçais na busca diária pelo ganho do próprio sustento, análise esta que remete diretamente à assertiva de que “a necessidade do trabalho a soldo diário nas cidades é que deu origem à plebe” (MARX, 2007, p. 77).

Está estabelecida a condição para a formação do proletariado, que despossuído de bens de produção só tem a oferecer sua força de trabalho.

Entre os anos 1890 e 1900, aflora o discurso nacionalista no Velho Mundo e na América. Na Europa em função da corrida e da supremacia imperialista praticada, sobretudo por Inglaterra, França e as jovens Alemanha e Itália, na América em função de ter sido entre as décadas de 1810 e 1830, a decomposição dos Impérios Ibéricos, sendo o século XIX o momento de construção dos novos países sul-americanos. Enquanto a América do Sul se consolida como bastião agrícola, na Europa ocidental se firma o modelo econômico baseado no capitalismo liberal. Pautado no avanço da grande indústria nacional e nas ações de censura e de força contra potenciais opositores, dirá Marx sobre a ação da emergente indústria nos anos 1840 que a

[...] grande indústria [...] obrigou todos os indivíduos ao retesamento extremo de suas energias. Destruiu, onde foi possível, a ideologia, a

religião, a moral etc e, onde logrou fazê-lo, transformou-as em uma mentira palpável. Criou pela primeira vez a história universal, [...] acabou com todas as relações naturais, na medida em que foi possível fazê-lo dentro do trabalho, e reduziu todas as relações naturais a relações fundamentadas no dinheiro. Criou [...] as grandes cidades industriais modernas, [...] destruiu, onde quer que tenha penetrado, o artesanato e todas as fases anteriores da indústria. Tornou perfeito o triunfo da cidade comercial sobre o campo. (MARX, 2007, p. 87)

Nesse cenário, sobretudo a partir de 1919, o conceito de massa ganha nova roupagem, sendo visto como “disponibilidade” (COHN, 1973, p. 18), pois agora esse agente, a massa, passa a ser instrumento de ditadores, que lançando mão do atendimento de requisições, trabalhistas em primeira instância, fomentando o emprego, onde a indústria bélica foi um concentrador de muita mão de obra, cuidaram também de reorganizar a economia, sendo a Alemanha nazista o caso mais emblemático. A segunda guerra mundial estava sendo gestada.

Interessante como a leitura sobre o mesmo objeto, as massas, ganha pesada diferença nos dois recortes históricos. Enquanto na sociedade de classes dos 1800, massa é revolucionária, portanto potencialmente politizada e sabedora de seus direitos, nas décadas seguintes há mudanças nesse capital político,

Naquele novo estado de coisas, as massas passaram a questionar seu lugar na sociedade, a partir do ponto que passam a exigir representação política.

A luta ambicionava a conquista de direitos, de leis para tomar conta do mundo do trabalho fabril, uma vez que na nova disposição social, década após década, a população vai se desligando do campo, das atividades exclusivamente agropecuárias, para a concentração nas cidades, onde na primeira metade do século passado, os fazeres estão relacionados à vida nas fábricas.

Afirma Giovandro Marcus Ferreira que, na sociedade moderna, o homem é direcionado ao isolamento dentro da multidão. Tal pode ser entendido por três pontos-chave que caracterizam a modernidade capitalista mecanizada. São estes a divisão social do trabalho, o crescimento das unidades industriais e a urbanização, para atender à nova proposta que carece de um aparato técnico disponível praticamente ao alcance das mãos, não mais podendo ser operado pelas grandes distâncias entre um lugar e outro, característica do modelo rural.

A atomização, vista como fruto da divisão social do trabalho geradora do individualismo que faz o homem se desligar da coletividade enquanto agente social, tem relação direta com o anonimato, passa a ter a própria identidade desconhecida

sendo visto a partir da função que desempenha, conduzido à órbita da alienação frente aos problemas da estrutura social em função de sua prática cotidiana, que se assemelha ao movimento mecânico e repetitivo da máquina.

A função profissional passa a indicar a que classe o indivíduo pertence. De acordo com o pensamento marxiano é um indicativo para a segregação social e daí o pressuposto para a luta de classes. Na modernidade industrial, organizada a partir de um Estado burocrático, este último tende a tocar todas as esferas da sociedade, o que gera mudança nos indivíduos que são orientados a seguir normas ora aceitas, ora contrárias a seus interesses, do que decorrerá a organização de grupos identificados pela semelhança de função profissional, pela semelhança da técnica dominada na atividade cotidiana como associações de professores, sindicatos de operários, uma vasta teia de grupos que passam a buscar representatividade coletiva uma vez que a fala solitária não logrará êxito. Tal análise se concentra na “[...] crítica da desintegração social da sociedade moderna [de onde] surge a sociedade de massa” (FERREIRA, 2001, p. 102-104).

Nesse desenrolar está o surgimento e o espalhamento dos produtos culturais midiáticos, início do XX. Tratamos nesse ponto, exatamente nos nascimentos de cinema e rádio, além do teatro que não deve ser relegado ao esquecimento, atrações que arrebanham o público urbano no novo cenário histórico, a cidade.

A materialidade virtual da comunicação via imagens é determinada pelas relações sociais e culturais que nela se concentram, assim como a materialidade das mercadorias é determinada por Marx pelas relações sociais de produção que nelas se escondem, e não certamente pelo seu sabor ou pela corporalidade de um padrão. Mais do que simulacros vazios, a comunicação urbana, bem como a da *mass media*, me pareceu ser sempre uma forte concentração das relações de poder entre quem detém o controle das comunicações e quem é reduzido apenas à passividade de espectador. As classes sociais, os grupos étnicos, as identidades de gênero ou de geração, os muitos norte-sul do mundo, constituem conflitos presentes na comunicação e por ela reciclados. E a cidade permanece como o seu coração visível. (CANEVACCI, 1993, p. 16)

A comunicação por imagens é medida pelas relações sociais que ela apresenta. Não é apenas representação vazia, carrega valores, mensagens de poder, age como ferramenta para convencimento ao mesmo tempo em que sua exibição leva ao leitor o discurso de quem está no comando, seja pelo imperativo da força, seja pela persuasão que leva grande parcela das pessoas a corroborar as ações político-ideológicas do grupo dominante, seja política, econômica ou militar.

Francisco Rüdiger afirma que, onde o sistema capitalista se consolidou,

[...] a população é mobilizada a se engajar nas tarefas necessárias à manutenção do sistema econômico e social através do consumo estético massificados, articulado pela indústria cultural. As tendências à crise sistêmica e deserção individual são combatidas, entre outros meios, através da exploração mercantil da cultura e dos processos de formação da consciência. Assim sendo, acontece porém que seu conteúdo libertador se vê freado e, ao invés do conhecimento emancipador em relação às várias formas de dominação, as comunicações se vêem acorrentadas à ordem social dominante. (RÜDIGER, 2001, p. 133)

A população é orientada a engajar-se na manutenção do sistema político-econômico mediante produção cultural que fomente determinado estilo de vida, modelo que se concebe *pari passu* com as propostas tanto práticas quanto espirituais dos agentes controladores do poder. Não se pode considerar que apenas regimes de força como aqueles encabeçados por ditadores que organizam a sociedade, em geral a partir da tônica militarista, cuidam por vender, construir costumes e inventar novos elementos promovidos a categoria de tradicionais.

Tal ação também faz parte do cotidiano de Estados conhecidos por seus modelos democráticos liberais que lançaram mão das mesmas ferramentas para a manutenção de seu equilíbrio, rechaçando propostas que visassem uma revisão do modelo instalado, pois

[...] o capitalismo criara sem querer as condições para uma democratização da cultura, ao tornar os bens culturais objeto de produção industrial. A socialização dos meios de consumo estava virtualmente completada com a distribuição em massa de discos, filmes e impressos. (RÜDIGER, 2001, p. 135)

Com os novos recursos midiáticos, construiu-se um pensar equivocado sobre o esvaziamento político-intelectual da população, pois a massa nada mais seria do que simples consumidora dos bens culturais da classe economicamente dominante, numa lógica vertical de cima para baixo, quando nestas duas polaridades se encontram indivíduos inseridos, cada qual em sua categoria social, homogênea, sendo as duas, constantemente díspares. Assim se fecha o círculo com a definição mais aviltante de massa, como composta de membros incapacitados social, política e esteticamente, radicada nas cidades em função da imposição da nova ordem de produção fabril, mecanizada, alienadora. Não se toca a produção sócio-cultural daqueles que estão fora dos bairros abastados, dos aliados do grande capital, porém também possuidores e produtores de capital cultural, de arte, de leitura política e social, que sabem e têm clareza das necessidades de que carecem. Na

presente dissertação esses discursos emergirão principalmente nas artes, na expressão plástica estampada no dinheiro, no cinema e na música.

Sobre concepção de cidade como núcleo urbano, industrial, dirá Gaston Bardet que

[...] do século VI até o ano 1800 – durante doze séculos – a população da Europa jamais chegou a ultrapassar os 180 milhões de habitantes. Ora, de 1800 a 1914 – em pouco mais de meio século – essa população elevou-se de 180 a 460 milhões. A esse vertiginoso crescimento é preciso acrescentar ainda um superávit de 100 milhões de ocidentais que afluíram para a América.

Em três gerações deu-se o advento das massas. A multidão sucedeu-se em grupos. Tendo triplicado de volume, as populações dos grupos locais disseminados nas regiões, em vez de organizarem-se ou migrarem em novos grupos isolados, em escala humana, concentraram-se em aglomerações monstruosas a serviço da grande indústria. É o fenômeno chamado de urbanização [...] (BARDET, 2001, p. 7)

Na organização social massiva, radicada na cidade, será possível perceber a troca cultural de forma mais clara, pois a civilização rural, residente distante dos núcleos urbanos, desenvolve sua cultura local, baseada na organização do meio natural, engendrada pela ancestralidade, garantida pela transmissão da mesma de geração a geração, avesso ao modelo industrial, mecânico, organizado pelo tempo da máquina. Assim, mais do que a produção humana, dos ritos, dos alimentos, dos credos, dirá Eliot que cultura é modo de vida (1988, p. 55-56) que, na cidade, será transformada, multifacetada. Essa assertiva dialoga com o pensamento de Vidal de La Blache que propôs uma leitura dos meios sendo alterados pelas ações humanas, do homem como agente de mudanças e desenvolvedor de ações que se comporão como cultura ao afirmar que “[...] com o decorrer do tempo, formam-se domínio de civilização que absorvem os meios locais, meios de civilização que impõe uma norma geral que se imprime em muitos usos de vida.” (LA BLACHE, 1954, p. 377)

Buscaremos por meio do uso feito da comunicação, dialogar sobre o processo dialético da constituição dos poderes no Brasil que, inserido no contexto da segunda grande guerra, não era uma república democrática, não havia liberdade de expressão àquelas propostas de qualquer crítica ao modelo que passou a privilegiar a vida urbana em detrimento da rural, em função de cuidar mais das necessidades da burguesia urbana industrial, sobretudo da paulista, detentora do poder econômico, a lembrar que os capitais oriundos do café estão em relação com a formação da indústria daquele estado, o que garantiu a São Paulo, desde o século XIX, grande poder político. A burguesia paulista, ainda que se mostrara contrária e

contundente a Vargas no início dos anos 1930, não permaneceu com esse posicionamento político ao longo dos demais anos até 1945.

A apreensão da ideia de comunicação já vista (BARBOSA, 2001) será trabalhada também como ciência, para além do simplismo da troca entre emissor e receptor sobre o emprego da palavra comunicação que

[...] costuma ser empregada tanto para indicar uma disciplina ou estudo, a Comunicação, quanto seu objeto de estudo, a comunicação. A ambigüidade da palavra não deve obscurecer o fato de a Comunicação ter sido constituída como um campo de estudos que progressivamente se *autonomiza* dentro da grande área de conhecimento que são as Ciências Sociais e Humanas." (LOPES, 2005, p. 13)

A pesquisa que ora se apresenta nessa grande área dita por Lopes, que se serve da pluralidade de recursos trazidos por Barbosa, pretende como objeto central o estudo de uma mídia em particular: a moeda. Assim, moeda será tanto os pequenos discos metálicos como, também, o chamado dinheiro de papel, para além de meio de troca, mecanismo intermediário em transações ou reserva de valor (WONNACOTT, P.; WONNACOTT, R., 1982, p. 214).

A moeda, controlada pelo Estado, foi usada como suporte a vários símbolos políticos e religiosos. Daí o interesse especial no cenário vivido no Brasil há setenta anos, quando o país estava sob governo de uma figura rica em simbologia, Getúlio Vargas, bastante aclamado pelo povo, ao mesmo tempo demonizado por muitos. O mesmo chefe do executivo que promoveu mudanças sociais a favor do operariado, da habitação popular, também lançou mão da perseguição e da agressão física, da tortura corporal ou psicológica àqueles que não confessassem o credo oficial do Estado forte e do líder paternal, engendrados na imagem do presidente da república, chefe de Estado e ao mesmo tempo controlador a produção midiática por meio de rígida censura que fez parte do cotidiano das produções artísticas e culturais do país. Nas palavras de Joseph L. Love

[...] em seu golpe de 10 de novembro de 1937, que criou o Estado Novo, Vargas proclamou, estridentemente, o fim do federalismo e da democracia liberal. Os antigos estados passaram a ser meras divisões administrativas do regime unitário, e o presidente, transformado em ditador, substituiu os governadores eleitos por interventores indicados por ele. (LOVE, 2000, p. 150)

Dirá Virgílio Noya Pinto que os poderes políticos de Getúlio Vargas foram constituídos por meio de um

[...] compromisso entre as várias facções da burguesia, parte da classe média e os militares. Desse acordo emerge um Estado forte, que praticamente pôde anular com o estado de sítio, em 1935, a Constituição

aprovada no ano anterior e, em 1937, estabelecer de fato uma ditadura sacramentada pela Constituição do mesmo ano [...] (NOYA PINTO, 2002, p. 48)

O endurecimento do governo Vargas sob o signo do Estado Novo ocorreu em um momento em que a esquerda brasileira tenta um levante contra o governo do estadista em 1935, ação que não logrou êxito, derrubar o governo e instalar um regime semelhante ao que ocorria na então União Soviética. Esse fato colocou o país em estado de sítio e serviu de pretexto para um plano político que resultou na instalação do novo regime, o qual trouxe nova carta magna ao Brasil, inspirada na Itália da época, a de Mussolini. Exigiu que não apenas imprensa como também as demais expressões sociais readequassem suas falas. Conforme Maria Helena Capelato:

A Constituição brasileira de 1937 legalizou a censura prévia aos meios de comunicação. A imprensa, através de legislação especial, foi investida da função de caráter público, tornando-se instrumento do Estado e veículo oficial da ideologia estado-novista. O art. 1.222 exterminava a liberdade de imprensa e admitia a censura a todos os veículos de comunicação. A lei [segundo o Anuário da Imprensa Brasileira. DIP, 1941] prescrevia: “Com o fim de garantir a paz, a ordem e a segurança pública, a censura prévia da imprensa, do teatro, do cinematógrafo, da radiodifusão, facultando à autoridade competente proibir a circulação, a difusão ou a representação”. (CAPELATO, 1999, p. 171)

A vida urbana passava pela fiscalização dos agentes do Estado, enquanto que no campo também havia tensões pois, além dos sobressaltos do contexto, está viva a luta entre a extrema direita personificada no governo e as forças de esquerda, representantes da internacional comunista que atuavam no Brasil e demais partes do mundo.

A cidade é núcleo “polifônico” (CANEVACCI, 1993), pois ali estão produções das elites econômicas, políticas, intelectuais, herdadas de sua própria história, ao mesmo tempo em que se desenvolve a cultura popular com seus próprios gestos, por vezes em uso de influências do erudito elitista para produzir verdadeiro mosaico cultural. Tal cenário tem como pano de fundo a contínua exploração capitalista com preocupações para além do produzir-vender-lucrar, pois se fazia – e se faz – necessário conquistar novas áreas de comércio, fornecedores mão de obra e matérias-primas, mercados consumidores e, para isso, era necessário garantir poder pela força das armas e potencialização de exércitos. A grande abrangência beligerante é oriunda da sanha pelo desejo de poder e acumulação do capital que financiou a pesquisa científica de forma intensa, sobretudo no viés do

armamentismo direcionado pelo mote da conquista, da imposição, pela força da arma ou da persuasão de modelos culturais, que por vezes se mostravam deveras estranhos a quem os recebia. Desde o século XV, o homem urbano do velho mundo ceifou milhões de vidas e tentou apagar culturas milenares não conhecedoras do sistema de acumulação e exclusão praticado pelos cristãos europeus.

A liberdade de expressão, de comércio, política e também a igualdade jurídica foram alcançadas. A sociedade ocidental atual vive um mundo de utopias em crise, sem bandeiras, sem líderes revolucionários ou carismáticos que arrebanhem multidões, representantes máximos de grandes grupos que embriagavam as massas com discursos inflamados.

Nesta segunda década do século XXI, está bastante difusa a ideia de mudanças sociais, a ideia de socialização dos recursos públicos para benfeitoria coletiva. Salvo movimentos sociais que eclodiram no mundo árabe em 2011 e que derrubaram alguns ditadores desenhando futuro incerto naqueles territórios onde é muito vivo o discurso religioso e que não beberam da fonte iluminista burguesa do século XVIII, no entanto, agora ensejam em colocar em ação algumas daquelas propostas.

A história avançou e tudo acabou por se tornar produto, tudo é passível de ser consumido.

A busca, geralmente, é a de reunir todos os elementos que definem uma região, ou um país, e de alinhar todos os fatores possíveis de uma dada situação local. Esse enfoque abre espaço para uma maré de ambiguidades. Quase sempre o lugar acaba sendo visto como se fosse autocontido. E os fatores considerados não são enxergados como o que eles realmente são, isto é, um sistema. (SANTOS, 2006, p. 72)

Dialogar com a concepção de um sistema-mundo, uma ideia de imperialismo, que exerce domínio não pela totalidade territorial, mas a partir de pontos chave de controle é algo adiante no tempo e no espaço em relação a nosso objeto. Quando as ideologias malograram, as antíteses acabaram por se converter numa espécie de pensamento único, propalado por quem detém o poder da informação que mostra às pessoas somente aquilo que deve ser mostrado, seja diversão píflia, carente de conteúdo instrutivo, seja violência gratuita que as massas aplaudem há milênios.

Os lugares não são autocontidos, corroboramos a assertiva de Santos. A produção local se desdobra em função de ampla troca cultural e essa troca ocorre no sistema. Exemplo bastante simples, o maior influencia o menor e vice-versa.

Usamos nessa analogia o rótulo de maior para designar o Estado, sendo o menor, os indivíduos, peças centrais na trama social, agentes definitivos do cotidiano que, com sua forma de produzir cultura, característica e única de cada parte dentro de um todo gigantesco chamado Brasil, promovem ou reprovam seu contexto social, exaltam sua transcendência ou simplesmente produzem plástica ou sonoramente seu entendimento do belo. Na outra ponta está o poder, fiscalizador, arbitrando entre certo e errado segundo suas próprias regras.

É possível se propor uma visão mais abrangente, abarcadora de grandes limites, mas imprescindível que seja feita a partir do ponto menor, da parte ou das partes, para que se analise cada realidade, cada proposta de cultura e desse processo se compreenda as muitas dissonâncias da complexa teia a fim de que não se admita uma tessitura uníssona.

O projeto disciplinador do Estado Novo bebia muito na ideia de totalidade proposta nos anos 1930, naquele século inaugurado sob o clima de nacionalismos exacerbados no ocidente. Esse combustível explodiu em 1914 e se manteve pelos próximos cinquenta anos. Como exposto por Santos (2006, 72-83), pensar do universal para o particular, se encaixa com o que estava contido no projeto varguista. O que se pretendia era do particular constituir o universal, padronizado, pasteurizado, de acordo com as teorias comunicacionais de então quando se discutia o controle do todo, da massa como seguidora de estímulos, da teoria hipodérmica. Para que se identifique o processo há que se revisitar o conceito de totalidade, identificar suas mudanças e como se forjou e sua relação com o espaço.

A totalidade é a realidade em sua integridade. Para Wittgenstein, no *Tractatus*, a realidade é a totalidade dos estados de coisas existentes, a totalidade das situações. A totalidade é o conjunto de todas as coisas e de todos os homens, em sua realidade, isto é, em suas relações, e em seu movimento. No seu livro *Origem da Dialética*, L. Goldmann (1967, p. 94) nos diz que a totalidade é o "conjunto absoluto das partes em relação mútua". (SANTOS, 2006, p. 74)

Nessa totalidade não há nada de prévio, de dado de antemão, pois se trata de processo contínuo e conflituoso, portanto, dialético que, para ser entendido, não se pode pegá-lo pelo todo. Será mais pertinente estudá-lo pelas partes, decompondo o problema como sugerido por René Descartes (1996, p.23), a se analisar cada parte para que melhor o solucione, a fim de que se conheça algo mais denso. A totalização advém de constante emergência do fazer humano, histórico então. A totalidade produzida e a que ainda está em produção, resultado e processo,

coexistem, o que faz da totalidade algo por acabar, num contínuo fazer-refazer-se de totalização, atingindo a totalidade que se reformatará novamente.

Quem nasceu a partir dos anos 1990, portanto já com mais de vinte anos de vida, cresceu numa realidade histórica dotada de pouca referência do que ocorrera nas últimas seis décadas. Os jovens ocidentais do século XXI foram educados para a cultura da descartabilidade, do efêmero, do volátil (HARVEY, 2000, p. 257-276), nesse mundo que é vendido como o melhor dos mundos só se torna tangível para quem está plenamente inserido no jogo do sistema capitalista e, além disso, que seja apenas simples força de trabalho. No contexto social perpassado pelos recursos tecnológicos digitais que mudaram a realidade das relações sociais, é pregada a posse do livre acesso, o que não se comprova, pois nunca na história da humanidade foi tão simples o acesso à informação e ao mesmo tempo esta se mostra blindada sob oligarquias que dialogam diretamente com quem administra o Estado. O ócio criativo, reflexivo, não é marca de nossa realidade. Afirma Brandão (1999, p. 22) que voltar à história significa “[...] contestar o presente – tanto a tradição do novo no moderno, como o novo tradicional do pós-moderno”. O rompimento proposto pode ser lido como diálogo com a ideia de uma sociedade com memória curta, qual a densidade e a complexidade da compreensão do passado não responde às necessidades imediatas da contemporaneidade, o que corrobora a tese de Harvey.

É pensando na construção da realidade vendida como fácil, digitalmente construída chegando às telas e à palma da mão dos milhões de anônimos mundo afora, que vem a necessidade de revisitar um recorte temporal bastante pungente na história recente.

A comunicação na moeda, objeto desta dissertação, se localiza ainda na primeira metade do século passado, os anos 1930-40, num Brasil de forte herança rural que caminhava no sentido do industrialismo e da urbanização, resultado alcançado décadas após, porém no cenário que se observa isso não aconteceu para todos, do que resulta o interesse na recuperação do passado através dos rastros, das peças a que hoje ainda se tem acesso, fontes, documentos e emblemas, através de significações, ressignificações engendradas pelo aparato tecnológico dos meios. Os rastros, como sugere Barbosa (2007, p. 25) “[...] são signos de representação. Seguir um rastro significa percorrer um caminho já trilhado pelos homens do passado.” Ler os rastros torna possível recriar vários agoras. Quando se

tem contato com a produção de outrora, imbuída de valores de seu tempo, é possível tocar tempo e espaço passados no agora real enquanto se chega ao agora do tempo histórico de quando a peça, sob ação dos efeitos do meios de comunicação de então, tinha valor cultural vivo em seu recorte temporal. Tais efeitos dos meios de comunicação são capazes de criar produtos culturais que se posterizam sendo alçados ao círculo das tradições, quando se verifica viver no hoje, no agora real, costumes, práticas culturais engendradas no passado, vivificadas ao longo do tempo cronológico pela ação dos meios de comunicação, que perpassaram a criação do produto que se manteve pulsante ao longo do tempo pela mesma ação dos meios de comunicação, portanto como produtores de efeitos e de tradições.

O passado colonial agrícola pesou de forma decisiva na formação do brasileiro. Tradicionalmente, na história do Brasil, o país esteve nas mãos de oligarquias que garantiam para si aquilo que gerava lucro para o Estado, ao passo que deixava para depois a discussão de como prover, resolver os problemas que as pessoas enfrentam, desde serviços básicos de saneamento e saúde à resolução de carências em educação, habitação e segurança, comprovando a débil ideia de República que se instalou neste país. Tal poder político ocorre com a criação de uma complexa rede de produções simbólicas que eram a garantia imaterial, cultural para a legitimação de ações contra grupos ou parte do povo que rechaçavam os ditames do governo. Nos primeiros anos do sistema republicano no Brasil, os novos condutores do Estado usaram da moeda em papel para propagandear sua filosofia e mostrar que a República viera para resolver um Brasil que deveria crescer sem parar. A partir de 1890, o mil-réis deixa de ostentar os valores e a simbologia do Império e passa a propagandear o novo regime e a forma como seus ideólogos desejavam mostrar novos os caminhos. Vejamos três casos reveladores nas cédulas do mil-réis abaixo:

Figura 6: anverso da cédula republicana de \$500 (quinhentos réis)



Fonte: Itaú Numismática – Museu Herculano Pires: 500 réis, 1890. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/numismatica/274.htm>> Acesso em: 03 jul. 2012

Figura 7: anverso da cédula republicana de 2\$000 (dois mil réis)



Fonte: Itaú Numismática – Museu Herculano Pires: 2000 réis, 1890. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/numismatica/276.htm>> Acesso em: 03 jul. 2012

Figura 8: anverso da cédula republicana de 5\$000 (cinco mil réis)



Fonte: Itaú Numismática – Museu Herculano Pires: 5000 réis, 1890. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/numismatica/278.htm>> Acesso em: 03 jul. 2012

O primeiro Ministro da Fazenda da República fora Ruy Barbosa. Para alavancar a proposta de industrializar o país, fora decidida uma política de emissão de moeda para fomentar a abertura de novas empresas, política que ficou conhecida pela alcunha de encilhamento, analogia à corrida de cavalos, do lugar da partida dos animais que saem em desembalada carreira na busca pela vitória consagrada, porém sem sucesso. O que ocorreu na prática fora especulação em bolsa seguida de inflação em função da grande emissão de moeda. (CHAGAS, 2005, p. 187-188) Nas cédulas acima, da época do encilhamento, o dinheiro brasileiro trouxe as mensagens de como o Brasil deveria ser visto, mais com representações filosóficas do que com um governante paternalista. Pelas estampas das cédulas apresentadas nas figuras 6, 7 e 8, se leem as propostas que trazem a República como uma espécie de entidade apresentada cheia de qualidades, afinal nas representações simbólicas dos quinhentos réis estão, à esquerda, uma mulher, aquela que gera, pari e amamenta, uma mãe que pastoreia uma ovelha, símbolo do cordeiro divino, com Minerva, deusa romana da sabedoria, à sua direita. Uma República dotada de espírito maternal, bonança, sacrifício e, por fim, sapiência.

Nos dois mil réis, razão e fé, uma representação da justiça e a Igreja do Carmo à direita da cédula. Esse templo, na data da fabricação da cédula, era a Sé Católica Romana do Rio de Janeiro. Foi nessa igreja a coroação de Dom Pedro I, o responsável pela criação do Estado brasileiro. Por fim, nas imagens do cinco mil réis, é possível ver um marinheiro à esquerda, destemido, com olhos atentos, e uma deusa das artes à direita. Com essas leituras, o que deve ser apreendido do texto imagético daquelas cédulas foi ver a República, ao mesmo tempo como acalentadora e racional (\$500), justa e ligada à religião, ainda que o Estado seja declaradamente laico (2\$000), descobridora, destemida como o marujo que viu a terra antes dos demais, bela, formosa, atraente e divina (5\$000). Efigies de vultos históricos ou políticos em exercício de poder passam a ser usadas a partir da virada do século. A partir de 1942, com a advento do Cruzeiro após o ocaso do mil-réis, vultos históricos aparecerão em todas as cédulas e apenas um homem figurará nas moedas, Getúlio Vargas.

No Brasil das primeiras décadas da República, carente de educação pública, de alfabetização, de escolas, a identidade do povo a partir dos anos 1930 foi sendo construída para o trabalho, com perfil para mão de obra, reserva de mercado internacional com vocação para o consumo e não para a produção de tecnologia.

Desde a carta de Caminha, o Brasil foi uma terra de excelência; ao longo do processo colonizador, o território recebe epítetos de sabor como Pão de açúcar. No século XVII, o clérigo Baltasar Gracian apresentou sua descrição para um Brasil de delícias “[...] donde los ríos son de miel, los peñascos de azúcar, los terrones de bizcochos: y con tantos y tan sabrosos dulces, dicen que es el Brasil un paraíso confitado.” (GRACIAN, 1982, p. 187).

Enquanto Estado-Nação imperial, a riqueza provinha da terra, com café, cana-de-açúcar e tabaco figurando como estrelas da exportação brasileira. Netto (2004, p. 77-83) aborda a ideia do Brasil como país degustável, “[...] um rico território a ser consumido pelo olhar, tato e paladar daqueles que viessem habitá-lo.” (NETTO, 2004, p. 79). Com economia direcionada à lavoura de exportação desde sua fundação no século XVI, o açúcar, ao lado do café, configura a memória mais viva da história econômica de um país pomar que produz abacaxi, banana, cacau, enfim, artigos de suculenta sobremesa que configurava, segundo Oswald de Andrade, o verdadeiro produto de excelência para exportação, sua gama alimentícia. Andrade baliza, em 27 de março 1931, no jornal O homem do povo, a característica de um grande e rico país que se coloca como mero coadjuvante da modernidade capitalista daquele momento no artigo chamado de Ordem e Progresso onde expõe que

Dum paiz que possui a maior reserva de ferro e o mais alto potencial hydraulico, fizeram um paiz de sobremesa. Café, assucar, fumo, bananas. Que nos sobrem ao menos as bananas!
Os capitaes estrangeiros compraram as nossas quedas d’agua e crearam um sórdido e meigo urbanismo colonial que passou a ser o que eles queriam – um dos melhores mercados para seus produtos e chocalhos. Sendo assim, o ouro entra pelo café e sahe pelo escapamento dos automóveis. (ANDRADE apud QUADROS, 2009, p. 228)

A fala acima retrata a situação do Brasil no ano seguinte ao golpe de Estado liderado por Getúlio Vargas. A economia pautada na exportação agrícola que entrara em colapso desde 1929 aleijou o Estado, vinculado ao sistema capitalista liberal internacional como exportador de produtos primários, de gêneros oriundos da lavoura, tal qual a tradição colonial-imperial rezava. Após o desastre econômico internacional eclodido ao final de 1929,

[...] pela primeira vez, os interesses de economias dependentes e metropolitanas entraram claramente em choque, inclusive porque os preços dos produtos primários, dos quais dependia o Terceiro Mundo, caíram muito mais drasticamente que os dos bens manufaturados que eles compravam do Ocidente. (HOBSBAWM, 2005, p. 211)

O Brasil, em 1929-30, respondia pelo fornecimento de dois a três terços do café vendido no mundo, o país

[...] tornou-se um símbolo do desperdício do capitalismo e da seriedade da Depressão, pois seus cafeicultores tentaram em desespero impedir o colapso dos preços queimando café em vez de carvão em suas locomotivas a vapor. (HOBBSAWM, 2005, p. 97)

Esse Brasil estava em plena dissonância com as realidades daqueles saboreavam suas delícias adocicadas, pois o país se encontrava alijado do potencial industrial mecanizado que Estados Unidos e Europa já gozavam há muitas décadas.

Andrade corroborou sua crítica ácida, anos após, em 1937, ao publicar “País de sobremesa” que exhibe o traço característico e persistente da economia que primava por exportar:

[...] bananas, castanhas-do-pará, cacau, café, coco e fumo. País laranja! [...] o açúcar substitui o pão das populações. [...] Somos um país de sobremesa. Com açúcar, café e fumo só podemos figurar no fim dos menus imperialistas. Claro que sobremesa nunca foi essencial. Quando os nossos grandes compradores, por falta de dinheiro ou mitragem, suspendem a sobremesa, mergulhados nas mais desgraçadas e imprevistas das crises. (ANDRADE, 1992, p. 164-167)

O retrato de um Estado que definitivamente não figurava entre os principais agentes internacionais, pois se era sobremesa, de forma alguma poderia ser prioritário, afinal, sobremesa se pode descartar. Tal cenário mudou na década seguinte em função do início da nova guerra mundial.

A necessidade de braços para a lavoura sempre foi uma constante. Com a criação da bifurcação político-ideológica do século XX personificada nas duas pontas do problema, Estados Unidos da América e União Soviética, a minoria burguesa abastada viu diante de si uma força que os fazendeiros dos séculos anteriores sempre temeram e que, no Haiti, foi realidade: o levante dos escravos, que trabalhavam clamando por melhorias de vida. Os cativos de outrora, pessoas na condição de simples ferramentas de trabalho, servem como analogia para um trabalhador dito livre que usa sua força no cotidiano do trabalho assalariado, não tinham liberdade para estar em praça pública a fim de organizar ações políticas contra seus senhores, a resistência se dava de forma mais silenciosa.

A classe trabalhadora, inspirada pelas ações oriundas da Europa, posicionou-se contra a pauperização que o sistema impunha, ao mesmo tempo em que outros agentes se organizavam para tomar o Estado numa marcha que percorreu boa parte do país, conhecendo a miséria, as doenças, as mazelas de um Brasil esquecido que

era festejado apenas nos principais centros políticos. A oligarquia agrária, que dominava os poderes da república e gerenciava o Estado para calçar seus próprios interesses, recebeu duro golpe com a crise internacional dos anos 1930. A depressão pesou em todas as áreas coligadas ao sistema financeiro internacional amarrado no dólar estadunidense. Só nos Estados Unidos da América

[...] à medida que a economia escorregava para a Depressão, a quantidade de moeda caía de 26,2 bilhões de dólares na metade de 1929 para 19,2 bilhões de dólares na metade de 1933 – uma queda de 27 por cento. (WONNACOTT, P.; WONNACOTT, R., 1982, p. 214)

Segundo Eric Hobsbawm, nessa conjuntura emergem as mudanças sócio-políticas que contribuíram para a nova tônica do século XX, pois

[...] começavam a surgir, claramente ou não, as tendências gerais das políticas de massa do futuro: populismo latino-americano baseado em líderes autoritários buscando o apoio dos trabalhadores urbanos [...] No Brasil, a Depressão acabou com a oligárquica “República Velha” de 1899-1930 e levou ao poder Getúlio Vargas, mais bem descrito como populista-nacionalista. (HOBSBAWM, 2005, p. 212; 110)

Estão apresentados os principais pontos que constituíram líderes políticos que arrebanharam milhões de pessoas para atender seus chamados e o viés da política unilateral, da força e da truculência que se espalhou por muitos Estados-Nação.

Seguindo o pensamento de Nicolau Maquiavel, pensador do século XVI, mais conhecido por seu texto dedicado a Lourenço de Medicis na Florença dos anos 1500, este propôs que “[...] de fato, com uns poucos exemplos duros poderá ser mais clemente do que outros que, por muita piedade, permitirem os distúrbios que levem ao assassinio e ao roubo” (MAQUIAVEL, 2000, p. 98). O Brasil governado por Vargas, que andou nos trilhos da retórica do Estado forte ao promover ordem e disciplina, fazia valer sua ideologia nacionalista ao mesmo tempo em que punia opositores e assim promoveu sua integração entre o Estado e o povo.

Essa construção ocorre no campo de produção simbólica. No que Bourdieu chamou de “produções simbólicas para instrumentos de dominação” anuímos sua descrição sobre a ação da ideologia quando se pensa a segregação social baseada na luta de classes, pois

[...] as ideologias [...] servem interesses particulares que tendem a [se] apresentar como interesses universais, comuns ao conjunto do grupo. A cultura dominante contribui para a integração real da classe dominante (assegurando uma comunicação imediata entre todos os membros e distinguindo-os das outras classes); para a integração fictícia da sociedade no seu conjunto, portanto, à desmobilização (falsa consciência) das classes

dominadas; para a legitimação da ordem estabelecida por meio do estabelecimento das distinções (hierarquias) e para a legitimação dessas distinções. (BOURDIEU, 1989, p. 10)

A classe dominante faz valer suas regras por meio da imposição simbólica, o que levará os dominados a dispersarem sua criticidade e ação de resistência em função do anestesiamiento cultural imposto, do que decorre a garantia da manutenção de tal ordem. Na sociedade midiática isso procede a partir de outros códigos.

Por um lado descarta a informação apenas passado o seu tempo imediato de veiculação, instaurando uma memória de tipo “curtíssimo tempo”. Por outro lado permite, no vácuo criado pela destruição do passado imediato, o ressurgimento dos fantasmas de deuses e heróis, figuras que povoam as culturas centradas no passado. (BAITELLO JR., 1999, p. 103)

Assim, os meios de comunicação, ao veicularem mundos imaginados, recheados de ações heroicas e vitórias ficcionais, alimentam as esperanças do público de lograr tal êxito também na vida real. Difundidos os elementos que pretendem interligar membros das várias classes em bloco homogêneo, cuida-se por rechaçar considerações contrárias a esta, não se divulgam propostas que levem à crítica da sociedade de classes. Essa assertiva sobre uma ditadura contra a segregação social fora o fio condutor da propaganda ideológica também da ex-União Soviética. Mesmo após a morte da principal figura da revolução proletária na Rússia, Lênin, a tônica de um comunismo legitimado pela ação dos trabalhadores em prol do fim da segregação social foi usado como discurso por Stalin, ditador que gravitou na esfera de violência em que também orbitam Hitler e Mussolini.

Ainda segundo Bourdieu, tal dominação ocorre pela violência simbólica, seja na imposição ou na legitimação forçosa por parte da classe dominante, portanto a luta de classes se dá em primeiro plano no campo simbólico, antes mesmo do físico, em função de que os símbolos, elementos de comunicação apresentados de forma estruturada, alimentarão ou não os ânimos para a ação. Ao administrar o campo de produção simbólica, torna-se possível apresentar as regras ao jogo, assim como conseguir romper um estado de coisas já carcomido pela própria insolvência política. “A crise de 1929 teve o mesmo efeito sobre a Primeira República que a abolição da escravidão teve sobre o império: destruiu as bases políticas e abriu espaço para uma ampla reorganização institucional [...]” (REIS FILHO, 2000, p. 108) como fora o caso do Brasil em 1930, quando as elites paulistas não mais sustentavam seu isolamento político frente ao movimento encabeçado pelo então candidato derrotado

à presidência da república, Getúlio Vargas. Na sociedade de massa, através da mídia se dissemina o capital simbólico, para desenhar pensamentos e fomentar ações de onde se depreende a ideologia transmitindo interesses de classe, interesses de quem a produz, em suma, interesse de quem manipula o campo de produção simbólica.

Ter domínio sobre o poder simbólico é conseguir a manutenção da segregação social sob o discurso da união coletiva, do fim das classes em favor do espírito nacionalista e unificador. Se torna possível organizar de forma mais clara a divisão entre dominador-dominado. Pontuamos mais uma vez que os chamados dominados não são sujeitos passivos das ações e mandos daqueles que exercem o poder, portanto, o

[...] efeito propriamente ideológico consiste precisamente na imposição de sistemas de classificação políticos sob a aparência legítima de taxinomias filosóficas, religiosas, jurídicas, etc. Os sistemas simbólicos devem a sua força ao facto de as relações de força que neles se exprimem só se manifestarem neles em forma irreconhecível de relações de sentido (deslocação). (BOURDIEU, 1989, p. 14)

A citação acima coloca que, antes que se construam os mecanismos produtores dos campos simbólicos, cuja força está em seu poder de ação invisível, de persuasão silenciosa, o símbolo passar a se presentificar. Os conceitos de infraestrutura e superestrutura, segundo Marx (2002) revelam que a estrutura econômica da sociedade se mostra como base real sobre a que se lança uma superestrutura e a que correspondem determinadas formas sociais de consciência. Esse enfoque, para o qual “o modo de produção da vida material condiciona em geral o processo da vida social, política e espiritual”, seria indubitavelmente verdadeiro para o mundo atual, no qual imperam os interesses materiais (tradução nossa).³ Na sociedade capitalista se organiza um plano econômico que dê sustentação aos outros, políticos, filosóficos, jurídicos, religiosos e morais. Dentro da comunicação dirigida a cada classe e de uma classe para outra, a saber, dentro dos conflitos sociais, demanda habilidade para que aquele capital simbólico possa produzir seus efeitos.

Para que o grupo que detém o poder possa garantir sua manutenção, será

³ MARX, Karl, 2002, p. 52.: la estructura económica de la sociedad es la base real sobre la que se alza una superestructura jurídica y política, y a la que corresponden determinadas formas sociales de conciencia, ese enfoque para el cual "el modo de producción de la vida material condiciona en general el proceso de la vida social, política y espiritual", sería indudablemente verdadero para el mundo actual, en el que imperan los intereses materiales [...]

necessária a imposição sutil de seus valores de classe. Getúlio Vargas conseguiu fazer com que a classe trabalhadora, claro que não sua totalidade, acreditasse que tinha real importância no desenvolvimento brasileiro, que seria o fator de mudança na história. O país mudaria de fato pelo empenho – sacrificante – de cada operário, devoto do sistema industrial e das garantias trabalhistas asseguradas pelo chefe do executivo nacional que as transformou em lei, a primeira Consolidação de Leis Trabalhistas da história do Brasil.

Compôs sua imagem mostrado ao povo na forma que se perpetuara a seu respeito, o de pai dos pobres, seu principal capital simbólico. A essa sutileza Bourdieu chamou de eufemização, quando grupo ou classe dominante implanta e faz valer sua ideologia sem grandes resistências e com o tempo esse poder passa a ser apoiado pelos próprios dominados.

A ideia de que o poder simbólico só se mostra realmente eficaz se concretiza quando reconhecido como poder de fato, incontestável, livre de qualquer relação com arbitrariedade e posição unilateral, passa a ser promovido e defendido.

Para garantir tamanha pujança política, os meios de comunicação têm, aqui, papel de relevo. A imprensa, o rádio e o cinema, dentro de nosso escopo, eram minuciosamente controlados, instrumentalizados, naqueles anos e qualquer dissonância do discurso oficial levava os que divergiam para condenação sumária. Nos discursos nacionalistas do presidente, pautava-se o grande amor à Pátria e a seus filhos.

Nas falas da paixão (e em sua paixão pela fala), o homem põe, na comunicação, toda a força do seu impulso poético, instalando com isso, na ordem convencional da linguagem, o desvio da sua pulsão, produzindo uma espécie de pulsação significativa. Nesta dimensão, a linguagem deixou de ser instrumento útil, para se tornar o “dado” com que o falante tenta vencer o caos da indiferenciação. De elemento de discriminação, a linguagem se transforma, então em veículo e modo de sedução... (VALVERDE, 2007, p. 205)

Com as convulsões políticas do pós-primeira guerra, os meios de comunicação foram vistos como armas de controle, entendidos como espalhadores-construtores-multiplicadores de cultura, produtores para além do que simplesmente exhibir imagens ou copiar letras, são recursos geradores de subjetividades. O cinema fora objeto de atenção do próprio Getúlio Vargas. Aquele “livro de imagens luminosas” seria peça importante em seu esquema de doutrinação social, como se vê em suas próprias palavras:

O cinema será, assim, o livro de imagens luminosas, no qual as nossas populações praieiras e rurais aprenderão a amar o Brasil, acrescentando a confiança dos destinos da Pátria. Para a massa dos analfabetos, será essa a disciplina pedagógica mais perfeita, mais fácil e impressiva. Para os letrados, para os responsáveis pelo êxito de nossa administração, será uma admirável escola. Associando o cinema ao rádio e o culto nacional dos desportos, completará o Governo um sistema articulado de educação mental, moral e higiênica, dotando o Brasil dos instrumentos imprescindíveis à preparação de uma raça empreendedora, resistente e varonil. E a raça que assim se formar será digna do patrimônio invejável que recebeu. (VARGAS apud GONÇALVES, 2009, p. 101)

Na Alemanha de 1933, comandada por Hitler e sua ideologia nazista, parte da população passou a acreditar em sua superioridade racial.

Para garantir a eficácia de sua proposta, coube ao Estado alemão dominar os meios de comunicação e na numismática da época, o governo imprimiu seu signo principal, a suástica, que figurou em moedas de vários valores até a capitulação do governo hitlerista (BEUTLER, 2001, p. 36-41). Estava criada a cultura do nazismo engendrada pela “horda” garantidora do “[...] triunfo da igualdade repressiva, a realização pelos iguais da igualdade do direito à injustiça” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 27), cultura político-ideológica que permaneceu como oficial de Estado até seu malogro oficial em 1945.

O governo nazista de fato dera impulso a uma economia estagnada e imersa em terrível inflação que a Alemanha amargava sobretudo após o solavanco que as economias capitalistas sofreram de 1929 em diante. As ações do nacional trabalhismo alemão orquestrado por Adolf Hitler executaram severa militarização do Estado. Foi nessa trilha que o nazismo reorganizou a economia do país e, enquanto isso ocorria, os planos para a conquista de territórios na Europa e demais parte do mundo estavam traçados. O fomento ao emprego propiciou crescimento econômico e eminente diminuição do quadro inflacionário. Naquela conjuntura que emanava a ideia de igualdade entre os alemães, não havia quaisquer distorções aos de real origem germânica. Essa simbologia da irmandade serviu para engajar homens e mulheres no discurso político e práticas nazistas. Aos olhos do povo aquele partido político era a redenção da nação, porém o preço fora alto, a história mostra.

A naturalização dos homens hoje em dia não é dissociável do progresso social. O aumento da produtividade econômica, que por um lado produz as condições para um mundo mais justo, confere por outro lado ao aparelho técnico e aos grupos sociais que o controlam uma superioridade imensa sobre o resto da população. O indivíduo vê-se completamente anulado em face dos poderes econômicos. Ao mesmo tempo, estes elevam o poder da sociedade sobre a natureza a um nível jamais imaginado. Desaparecendo diante do aparelho a que serve, o indivíduo vê-se, ao mesmo tempo, melhor

do que nunca provido por ele. Numa situação injusta, a impotência e a dirigibilidade da massa aumentam com a quantidade de bens a ela destinados. A elevação do padrão de vida das classes inferiores, materialmente considerável e socialmente lastimável, reflecte-se na difusão hipócrita do espírito. Sua verdadeira aspiração é a negação da reificação. Mas ele necessariamente se esvai quando se vê concretizado em um bem cultural e distribuído para fins de consumo. A enxurrada de informações precisas e diversões assépticas desperta e idiotiza as pessoas ao mesmo tempo. (HORKHEIMER; ADORNO, 1985. p. 14-15)

Esse ficou cristalizado como o exemplo máximo do totalitarismo na história recente da humanidade. Comandou grande parte nação por ação eficaz dos meios de comunicação, manobrou a massa enquanto pode. Infelizmente não ficou sozinho, conviveu com outros que divulgavam ações muito próximas às suas na Espanha, na Itália e na União Soviética, para ficar apenas nesses exemplos e naquilo que procuramos buscar, no Brasil.

Importante considerar vários pontos de análise para a leitura de como a comunicação foi teorizada naquele recorte. Faz-se necessário considerar seu contexto social, sua história, sua economia. Remetemos a uma época em que o Estado filtrava cuidadosamente aquilo que o povo tinha contato, pois nos meios para produção cultural se processavam conteúdos abarcados pelo imaginário popular, se escrevia e se propalava aquilo que o povo deveria acreditar. Não cairemos no simplismo de admitir a plena eficácia, nem de que as pessoas simplesmente obedeciam às ordens do que era propagandeado via estímulo-resposta, a partir da lógica behaviorista, que geraria comportamentos pretendidos pelos emissores tal qual pretendeu há décadas a teoria hipodérmica. Impossível tal ocorrer quando se dialoga com as ciências humanas, pois a heterogeneidade social está para além de se admitir que um estímulo midiático seja capaz de atingir as pessoas a fim de produzir os efeitos pretendidos.

A esse respeito, considera-se o “contexto social, histórico e econômico em que um determinado modelo teórico sobre as comunicações de massa apareceu ou se difundiu” (WOLF, 1999, p. 6). Naquele contexto de crescimento da sociedade de massas e da produção para essas se pensava pelas notas da chamada teoria hipodérmica. A respeito dessa coletividade, se entende que a massa

[...] é constituída por um conjunto homogéneo de indivíduos que, enquanto seus membros, são essencialmente iguais, indiferenciáveis, mesmo que provenham de ambientes diferentes, heterogéneos, e de todos os grupos sociais. [...] elemento fundamental da teoria hipodérmica, ou seja, o facto de os indivíduos estarem isolados, serem anónimos, estarem separados, atomizados. [...] A fragilidade de uma audiência indefesa e passiva provém precisamente dessa dissolução e dessa fragmentação. (WOLF, 1999, p.7-8)

A análise de Mauro Wolf corrobora o conceito de “disponibilidade” trazido por Gabriel Cohn (1973) a respeito do recorte histórico. Quando a teoria hipodérmica emerge, o cenário era o da emergência também das grandes cidades, do espriar da industrialização, da demanda da população por emprego, moradia e alimento.

Resistências e conflitos são ações inerentes à história humana, porém essa consideração não foi contemplada no que pretendeu a citada teoria hipodérmica, que via a massa composta por denso mosaico de indivíduos. A proposta era promover, ao menos despertar, o espírito de modernidade que aquele Brasil atravessava, pois rádio e cinema servem para instruir quem não tem familiaridade com a letra impressa e essa característica foi pontual desde a chegada do rádio à sociedade civil. No futuro será a televisão o veículo para esse fim, não que o rádio venha a ser descartado.

Com o desenvolvimento do sistema capitalista liberal e, a partir deste, o processo de urbanização para acelerar a produção fabril e propiciar maior acumulação, organiza-se na cidade o conglomerado social massivo, portanto, uma sociedade de massas, num contexto socioeconômico multifacetado na educação, na cultura, na política, pluralismo que ganha mais intensidade na crise da monocultura cafeeira de exportação. A partir de 1930, a instalação fabril mecanizada será vista em maior escala. (RUBIM, 2000, p. 15) Contudo não se pode entender que fora a crise de 29 o evento responsável pela industrialização do Brasil nem Vargas seu idealizador após 30. O processo já vinha desde o último quartel do XIX, com sudeste e sul como as regiões que mais passaram a receber imigrantes voltados ao modelo de trabalho urbano.

A imigração para o setor rural fora mais intensa na última década do século XIX, mas nos primeiros anos do século XX, com a crise do mercado de café, as empresas que atuavam nesse campo voltaram-se para outro setor, promovendo a imigração de populações urbanas europeias. Estas vieram provocar o aumento do número de habitantes das cidades e das regiões em processo de industrialização, principalmente São Paulo e Porto Alegre. (REIS FILHO, 2000, p. 102)

Na década de 1920, a indústria têxtil contava com visível força de produção no Estado de São Paulo, porém sem equiparação com os números do café. Sorocaba fora o berço da produção têxtil industrial no interior, na então província de São Paulo, ainda sob regime imperial, “Manoel Lopes de Oliveira importou uma pequena fábrica de tecidos, de teares mecânicos, não se sabe quantos, e tocada a vapor [...]” (ALMEIDA, 2002, p. 247), contava inclusive com braços escravos na faina

cotidiana. A pequena fábrica malogrou, ainda, antes da proclamação da República.

O presidente Washington Luis, último antes do golpe de Estado encabeçado por Getúlio Vargas, discordava dos cafeicultores sobre a política de defesa do café ao mesmo tempo em que tinha relacionamento favorável com os industriais. No Brasil já há um complexo sistema capitalista instalado, que financiava a atividade agrícola para exportação e dos lucros auferidos nessa atividade financeira a indústria avançava. Nessa toada, inerente ao avanço fabril-tecnológico se desenvolve, também, um grande contingente operário.

Nos anos anteriores a 1929, a lavoura de café fora financiada pelo Estado e quando o financiamento não era conseguido, havia prejuízos para os fazendeiros, que perdiam a terra para credores, para bancos e até para colonos.

Necessário pontuar sobre a “[...] relação da indústria nascente com a economia cafeeira e a economia de outros produtos primários de exportação” (MARTINS, 1981, p. 98), em concomitância com o sistema industrial em desenvolvimento que se alavancava sob o novo governo em função da alta dos preços dos importados, situação semelhante a que ocorrera nos anos 1914-18, quando da primeira grande guerra.

Na leitura de um recorte local, Sorocaba, outrora ponto de partida para a produção têxtil do interior de São Paulo, crescia. No “ano de 1897, a cidade contava com 5 fábricas têxteis e as várias manufaturas” (SILVA, 1995, p. 52). Do final do XIX para as décadas de 1900 e 1910 já abrigava importantes tecelagens como a Votorantim, a Santa Maria, Santa Rosália, a Cia. Nacional de Estamparia e demais fábricas como a de calçados, de banha, de chapéus, de óleo e fiação e de enxadas (SILVA, 1995, p. 70-72). Está estabelecido o cenário composto por denso operariado que luta por direitos, reconhecimento e condições mínimas de trabalho. Aqui se mostra duvidoso o emprego da palavra benefícios dada a conjuntura dentro das empresas.

Até os anos 1930, organizações trabalhistas eram entendidas pelos empresários como agitadoras, casos de polícia que muitas vezes eram resolvidas pela ação truculenta do braço armado do Estado. A eclosão da primeira guerra mundial, em julho de 1914, e que duraria até novembro de 1918 mais as contundentes ações sociais capitaneadas por mencheviques e bolcheviques na Rússia entre fevereiro e outubro de 1917 ecoaram pelo globo.

No mesmo ano da Revolução Russa, trabalhadores paralisam suas atividades

na luta por melhores condições de trabalho, redução na jornada, contra o preço dos alimentos e dos aluguéis. “A Greve Geral de 1917 não só paralisou a capital do Estado, como assustou a burguesia e Governo do Estado, levando às ruas e praças da cidade aproximadamente 45 mil operários.” (ARAÚJO NETO, 2005, 113). Nos anos seguintes, as tensões não se arrefeceriam.

Apelidada de Manchester Paulista e, também, Manchester Brasileira, fora à época chamada Moscou Paulista, dado o número de trabalhadores aqui instalados e as manifestações aqui ocorridas. Essa denominação de Moscou Paulista era usada pelos operários em alusão clara e imediata a capital russa, desde 1917, ao mesmo tempo em que a burguesia usava o adjetivo quando citava a classe trabalhadora de forma pejorativa.

No diálogo com o operariado do Brasil, oficializaram-se sindicatos – que estavam sob a batuta do Estado. No governo Vargas, figurou como contrário qualquer proposta oriunda de Moscou. Sabiamente aquela política populista atendeu parte das reivindicações trabalhistas atraindo para si os olhares da massa trabalhadora que cresceu muito nos quinze anos que esse presidente-ditador permaneceu no poder.

As relações conflitantes da história recente do ocidente capitalista têm suas raízes em período bastante remoto. O advento do dinheiro enquanto objeto de troca diferente do escambo, da troca direta se localiza ainda na antiguidade. Desde os séculos antes de Cristo os monarcas estampavam suas efígies e seus símbolos nas moedas, garantia de que aquela peça metálica tinha lastro de valor, porque de determinado reino, mais poderoso que outro.

A numismática é a ciência que se debruça sobre essa história lida no dinheiro e dessa leitura também se entende a construção das relações de política ao longo do tempo até desaguar nos governos centralizadores nacionalistas do século XX.

3.1 Comunicação, História, Cultura e mídia

A respeito da ideia do dinheiro como de meio de comunicação, salientamos sua construção recente ao longo dos séculos da Idade Média, sobretudo seu uso regular desde fins do século XVI e princípios do XVII dentro de um sentido geral que mostrava apenas sua expressão por meio de palavras narradas num quadro de

analfabetismo alastrado naquele continente. A comunicação imagética era de primordial ação, visto que dessa época se destaca a arte na escultura, nos afrescos, na pintura, financiada por uma elite endinheirada que se vincula á política. Nesse processo de produção imagética, o dinheiro se insere como suporte político, propagandeador das figuras da nobreza.

Em fins do século XVIII e a partir do XIX, a ideia de meios está relacionada ao advento dos periódicos, a produção mecanizada de livros que será reformatada no século XX com o uso da publicidade, elemento de relevo no sistema capitalista. Afirma Williams (2003, p. 110-111) que houve uma convergência de três sentidos:

[...] (i) el antiguo sentido general de una agencia o sustancia intercurrente o intermediaria; (ii) el sentido técnico consciente, como en la distincion entre la imprenta y el sonido y la visión como medios; (iii) el sentido capitalista especializado, en el cual un diario o un servicio de radioteledifusión – algo que ya existe o puede planificarse – se ven como un medio para otra cosa, por ejemplo, la publicidad.

A se considerar tanto o sentido geral e intermediário como o sentido técnico da diferença entre a imprensa e o uso dos sons e a visão como meios, o interesse se volta, exatamente, ao terceiro ponto levantado por Williams relacionado aos meandros do capitalismo, seu sentido capitalista especializado, no qual o avanço tecnológico-elétrico se torna suporte para o espraiar da publicidade, principalmente sua face particularizada no que concerne a regimes políticos fechados, conhecidos como totalitarismos. Tal modelo de governo, pautado na organização social pela força, inclusive das armas, para garantir censura e silêncio a qualquer dissonância é traço determinante na história do século passado. A primeira guerra mundial fora, de certa forma, um embate de nacionalismos apimentado pelo desejo de controle econômico internacional revestido de um discurso étnico forjado para conseguir adesão popular na ação que o Estado pretendia. Num misto de sanha econômica, crescimento territorial e fortalecimento da geopolítica, a se levar em conta que as potências europeias daquele período detinham colônias na África e Ásia, o discurso nacionalista tinha em seu cerne a sustentação desse imperialismo. “Nos últimos vinte e cinco anos do século XIX e no começo do século XX, a expansão agressiva e imperialista foi uma das características dominantes do capitalismo industrial.” (HUNT, 1981, p. 364) A fim de lograr êxito, a propaganda político-militar é usada pelos governos para fomentar a população a procurar os serviços de alistamento, manobra para montar exércitos que defenderiam cada respectiva pátria e seus

interesses econômicos. Assim fora em França, Inglaterra, Alemanha, enfim, a construção do imaginário de combate que seria facilmente vencido pelo melhor exército, que cada um acreditava ser o seu. Em função disso, procurar as respostas a fim de melhor trabalhar as inquietações geradas na leitura dos meios da comunicação de massa, num recorte histórico específico, no qual estão presentes tanto a arbitrariedade política quanto o apelo ao consumo de bens manufaturados e de signos, com a ideia de nacionalismo perpassada por ambas propostas.

A imprensa cotidiana escreve a história dia após dia. Jornais, programas de rádio e televisão, livros e, hoje, telefones celulares, são os vários meios para um fim comum: comunicar.

O controle dos meios de comunicação como será discutido ao longo da pesquisa entra na lógica da instrumentalização da mídia (RUBIM, 2000, p.15). Uma vez que se tenha controle dos veículos de informação, será possível engendrar o imaginário ideal, por isso jornal, rádio e cinema serem meios de comunicação, entendemos o dinheiro como integrante desse grupo. Para tanto, a caminhada será trilhada através das ciências que amparam a Comunicação pois,

À complexidade advinda da novidade da temática e de seu acelerado processo de realização deve ser adicionada sua composição pluridisciplinar que complexifica ainda mais a situação. Como todo saber instalado em zonas fronteiriças de conhecimentos, a temática sofre intervenções freqüentes oriundas das teorias da comunicação e das ciências sociais, em especial, dos estudos de política. (RUBIM, 2000, p. 13)

As faces das cédulas e moedas, da forma que conhecemos, carregam a história e a cultura, mais do que o valor de troca a que o dinheiro serve. De fácil e por que não obrigatória portabilidade, leva para longe das fronteiras originais as representações do poder que o cunhou, leia-se carregado de ideologia política.

Uma vez posto como, segundo Karl Marx, mercadoria universal de troca, a preocupação está no dinheiro como bem útil, leia-se elemento para ser permutado por outro de diferente referencial econômico ao exemplo de fumo, couro, animais, aquele tipo usado por povos não letrados ou em contextos alijados do jogo da acumulação do metal ou sua representação.

O escopo da pesquisa se localiza no Brasil moderno da primeira metade do século XX, cenário no qual o capitalismo, enquanto sistema econômico, está instalado e tem na circulação monetária que visa a acumulação, sua necessidade primária. O acesso ao dinheiro circulante, por imposição do próprio sistema, se fez

necessário a qualquer pessoa, em grande ou pequena parcela. Aqui o dinheiro age como nivelador social entre as várias habilidades, pois serve de paga ao médico, ao mecânico e ao jardineiro. Para isso, faz-se necessário o diálogo com a ciência que se dedica ao estudo das moedas, a Numismática.

Segundo a Sociedade Numismática Brasileira,

Numismática é a ciência que tem por objeto o estudo de moedas, papel-moeda e medalhas, desde seu aparecimento até os dias de hoje. Permite o estudo da economia, da história, das escritas, dos algarismos, da geografia, da mitologia, da fauna, da flora, da heráldica, das religiões, da política, da arte, das guerras, dos esportes, da astronomia [...] (Boletim SBN, p.14).

A partir da definição de que a ciência Numismática se debruça sobre a história do desenvolvimento das moedas e investiga suas mensagens e seus códigos, se torna possível melhor dialogar com esses elementos, a saber, usar o texto da moeda como referência explicativa do contexto histórico em que esta foi produzida e com quais interesses foram empregados determinados símbolos.

Sendo um objeto detido e administrado pelo Estado, “documento emitido pelas autoridades monetárias de um país, utilizado na compra e venda de mercadorias” (SANDRONI, 1999, p. 443), a moeda traz em si as implicações, conquistas e homenagens que coadunam, diretamente, com os anseios de quem, grupo ou pessoa, comande o Estado.

O código escrito não era trunfo de qualquer reino, de qualquer etnia. Anterior ao advento dos tipos móveis de Gutenberg, da imprensa como meio de comunicação, era bastante comum que trocas de mensagens fossem consideradas como extensão de um só corpo, a exemplo dos mensageiros reais, vistos como extensão de seus monarcas.

Os maiores Impérios do mundo antigo se impuseram sobre outros em função do domínio da escrita, que possibilitou através dessa comunicação organizada, ascensão econômica, científica, militar, ao mesmo tempo em que outros tratavam apenas verbalmente ou na simples representação pictórica. Egípcios, impérios mesopotâmicos, gregos e romanos dispunham da letra.

Sem querer pormenorizar aqui tamanho problema que a antiguidade configura, faz-se necessário considerar o poder romano, sobretudo no Império, extensão territorial que abrangeu Europa, norte da África e parte do Oriente Médio. Ao seu ocaso político em 476, mostrou-se o que ficou conhecido como Idade Média,

período no qual o conhecimento da letra impressa e da escrita na Europa ficou restrito a nobres e ao clero católico apostólico romano.

Marcas primeiras do medievo são suas características ascética, população analfabeta em sua grande maioria e uma economia baseada no escambo. Nesse contexto, contamos com o homem educado por meio das imagens, uma vez que estava desprovido do acesso à bíblia sagrada, além da carência da leitura da letra impressa, pois analfabetismo não era traço definidor apenas dos miseráveis, nobres integravam o grupo.

O que circulava enquanto texto escrito era feito um a um, cópias produzidas nos escritórios dos mosteiros que trabalhavam apenas textos litúrgicos. A esse respeito Alberto Manguel, traz à tona o relato sobre um cristão medieval que vivera entre os séculos IV e V que já convivía numa comunidade marcada pela ignorância da leitura das letras, porém capaz de ler imagens nas quais os fiéis podiam ver os símbolos da fé cristã. Assim foi pensada a decoração da igreja, não de forma aleatória, mas com cenas que explicassem as passagens sagradas do cristianismo. A ideia era usar a comunicação imagética que procurava tocar o espírito. Segundo o autor:

São Nilo imaginava os crentes analfabetos aproximando-se dessas cenas em sua igreja funcional e lendo-as como se fossem as palavras de um livro. [...] imaginava-os identificando as imagens preciosas, ligando-as mentalmente umas às outras, inventando histórias para elas ou associando as imagens familiares associações com os sermões que tinham ouvido [...] (MANGUEL, 2010, p. 117)

Os sistemas simbólicos podem ser pensados dentro de suas funções políticas, no jogo de interesses organizado pelas classes dominantes, que trabalha a linguagem imagética de forma educativa para convencimento mesmo daqueles alijados ao conhecimento da letra impressa. Tal iniciativa se mostrara funcional e se alastrou no continente pelos próximos séculos que ganhou melhor representação artística no estilo Românico, estética vista na Europa a partir do século XI e principalmente no Gótico, entre os séculos XIII e XV, quando os arquitetos medievais construíram imponentes igrejas com dezenas de metros de altura dotadas e grandes vitrais, multicoloridos, com dezenas e dezenas de metros quadrados que estampavam, com calor e vida, aproveitando-se da luz solar, o texto sacro imagético. Esta fase Gombrich (2012, p. 185-206) pontuou como o poder de uma “Igreja triunfante”. Tamanha dominação do clero latino a partir do século XIII está,

diretamente, relacionada à ascensão urbano-comercial registrada naquele período quando a cidade, o núcleo urbano, ganha relevo. Não se considera a sociedade medieval como estática. Nos mais de mil anos apresentados sob o rótulo de medievo, houve produção em todas as áreas. Na política e na economia, o sistema feudal começava sua falência no século XV.

Nos 1400 havia uma ruptura a ser debatida, pois ali o homem deixa de ser meramente auditivo para ser mais visual do que nunca. “A invenção da imprensa na metade do século XV implicou o início de uma retomada de uma civilização dominada pelo olho, mais do que pelo ouvido.” (INNIS, 2011, p. 222) O produto que o ourives germânico Johannes Gutenberg coloca no mercado revoluciona o mundo da comunicação impressa. As primeiras bíblias produzidas por Gutenberg tinham uma característica de possuir linhas com

[...] média de cinco a sete palavras [...] ele não contava hífen nem marcas de pontuação como caracteres, então os projetava para a direita, fornecendo um elemento agradável de relaxamento, aliviando a austera claridade do design com uma variedade encantadora de detalhes. (MAN, 2002, p. 176-177)

A inovação não estava apenas na beleza que o novo editor conseguiu no desenvolvimento e finalização de seu principal produto, bíblias, mas principalmente na invenção da tecnologia que ele viabilizou na Europa, a impressão com tipos móveis. A tecnologia revolucionária viabilizada por Gutenberg transcendeu a religião e a arte, serviu aos mais variados propósitos em um contexto em que o comércio com uso da moeda metálica já se refizera.

Os reinos tornaram-se mais fortes e à medida que a classe comercial ganhava poder, promovia articulações políticas para a formação de grandes extensões territoriais sob domínio de um único monarca. Estava em processo a construção do Estado-Nacional, carente de símbolos universalizantes que fizessem a ligação de uma verdadeira colcha de retalhos, étnica e cultural, para se integrar a um grupo poderoso econômica e politicamente. Naquela reordenação social, política e econômica, o dinheiro não ficou de fora, pois levava consigo a simbologia de uma nova nação.

Desse ponto em diante, a partir da organização dos Estados nacionais, para rápida leitura de um recorte no qual a moeda possa ser exemplificada como mídia, as moedas são usadas como meios de divulgar a imagem do monarca, a propaganda do novo modelo político, o Estado-Nação.

Segundo a Sociedade Numismática Brasileira, data de 1514 o primeiro importante livro sobre numismática (SNB, 2011). Referente ao século XVI, é nesse contexto que se verifica a ebulição do sistema capitalista comercial, seja marítimo ou terrestre que traz em seu bojo a articulação e o desenvolvimento das monarquias nacionais na Europa. O Estado moderno burguês emerge e a moeda surge, aqui, como veículo identificador do nascente Estado-Nação, ideia suscitada por Arriès que considera a construção do poder político refletido no cotidiano das pessoas como

[...] o novo papel do Estado, que a partir do século XV não parou mais de se impor sob modos e meios diferentes.

O Estado e sua justiça vão interferir com maior frequência, pelo menos nominalmente, e até com frequência de fato cada vez maior ao longo do século XVIII [...] sobretudo a partir dos séculos XV e XVI, havia mais espaço de manobra numa comunidade que o enriquecimento e a diversidade das ocupações tornavam cada vez mais desigual. (ARRIÈS, 2009, p.11)

Não que tal esta proposta peque por falta de originalidade, pelo contrário, desde a invenção do dinheiro, séculos antes de Cristo, este traz consigo a efigie do reino de origem. A preocupação desta pesquisa parte da desigualdade proposta por Arriès, dentro da sociedade capitalista burguesa que organizou, para atender seus propósitos, a ideia da bandeira da unidade nacional. Assim, o conceito de nação permeia a história da moeda diretamente. Jacques Gélis, a respeito da moeda como símbolo do poder nacional, corrobora a fala de Arriès ao afirmar que

Na segunda metade do século XVII, e mais ainda no XVIII, os nascimentos de príncipes ocupam um lugar essencial na moedagem, transformada em privilégio real. Nessa época favorável às teorias populacionistas, eis um meio seguro de imprimir nas consciências a imagem de um casal real rodeado pelos filhos e de convidar cada casal a seguir o augusto exemplo. (GÉLIS, 2009, p. 317)

Segundo Arriès, a moeda é veículo para construção do imaginário da família. Para além de dinheiro, já surge nos anos 1700 a proposta de moeda como veículo. O século XVIII marca uma renovação social no ocidente com a emergência de pensadores que criticaram de forma aguda aquele estado de coisas, solapavam o poder absoluto dos monarcas e suscitavam a instalação do modelo capitalista liberal sem a gerência do Estado sobre a economia. Nesse século XVIII, com os nascimentos de príncipes em destaque, fora também o ponto de partida para leilões numismáticos, que passaram a se popularizar (SNB, 2011).

Nessa lógica, é possível ler o dinheiro como extensão do homem, como extensão do Estado, que uma vez senhor do mecanismo da repetição impressa oficial, fez largo uso desde o século XVI, não cessando, até nossos dias, de levar ao longo do globo suas mensagens de poder impressas, inclusive no dinheiro. Mais do que comunicar valor de troca, a propaganda de Estado estampada na moeda propagandeava o poder das potências emergentes da época das grandes navegações quando o oceano Atlântico representava caminho para o infinito ou para o contato com seres fantásticos.

Quando o papel-moeda ganha expressão em detrimento da moeda metálica, a economia sofreu nítido impacto, o sistema capitalista foi impulsionado. Na necessidade de realizar comércio, a rápida circulação de mercadorias e de dinheiro transformou a Europa, América e Ásia, de sociedades fechadas em sociedades abertas, consumidoras, exportadoras, integradas na dialética metrópole-colônia, no jogo do que ficou conhecido como mercantilismo para desaguar na faceta mais conhecida do sistema, o liberalismo (McLUHAN, 1979, p. 159-162). O projeto dos revolucionários franceses se consolidou ao tomar os poderes do Estado. Poucos séculos atrás, o Estado-nação fora forjado com o fito de uma minoria deter o controle econômico simultaneamente ao amparo do poder político do monarca. O processo não só funcionou como estendeu raízes para além da cúpula protegida do rei. O dinheiro, peça determinante nas trocas cotidianas, vai recebendo novas caras, novos discursos.

Mais do que objeto que represente valor, mais do que mercadoria, o objeto chamado moeda carrega em suas faces, tecnicamente denominadas verso e anverso, códigos que passam despercebidos, portanto mais do que portar dinheiro no bolso é, também, abranger um discurso oficial carregado de significados políticos.

Do século XV, aos monarcas dos séculos seguintes e desses até hoje, a letra impressa está como a pedra de toque a ser considerada. Sociedades não-letradas como as tribais ou aquelas não usuárias do dinheiro não têm o referencial dos códigos do Estado impressos em moeda, afinal se pratica a troca direta, não há regras da divisão de trabalho, pois o que necessita ser feito está diretamente ligado às necessidades da vida do grupo, sendo caça, pesca, coleta, funções fundamentais da tribo ou grupo. Quando a sociedade não dispõe de dinheiro, cédulas e moedas, ocorre a preferência por bens de uso ou de consumo que se configuram como moeda.

Nas colônias dos séculos XV ao XVIII imperava a necessidade por produtos necessários ao homem. Lá era dinheiro madeira, couro, algodão, tabaco, cana-de-açúcar, escravo, animais, portanto produtos que se convertiam em meios de comunicação por traduzirem as especialidades de cada grupo produtor (McLUHAN, 1979).

Em sociedades letradas, a ideia de trabalho é concebida a partir da divisão de tarefas, com a especialização das funções, característica verificada a partir do modelo de homem sedentário agrícola. Com a sedentarização veio a divisão de tarefas e a complexificação social levou ao pagamento dos homens livres dentro Estado para, *a posteriori*, ocorrer a paga dos impostos, portanto desde os tempos antigos, a partir do momento em que se consolida a sedentarização humana em detrimento do nomadismo, a estratificação social ocorre baseada na divisão do trabalho (MARX, 2002, p. 215-219).

Já na primeira metade do século XIX, na leitura daquele sistema capitalista baseado na ascensão do poder produtivo industrial, Karl Marx problematizou essa divisão/especialização do trabalho como caminho para alienação do homem em relação às tarefas ao que disse o autor

Se o produto do trabalho me é estranho e enfrenta-me como uma força estranha, a quem pertence ele? Se minha própria atividade não me pertence, mas é uma atividade alienada, forçada, a quem ela pertence? A um ser, outro que não eu. E que é esse ser? Os deuses? (MARX, 2002, p. 110-122)

Esse autor é referencial para a discussão da sociedade baseada na troca monetária e na acumulação do capital, seus estudos são base para a compreensão de sua sociedade, a europeia dos anos 1840-1880. Nessas décadas, o mapa da Europa foi redesenhado quando dois novos Estados completam a geografia do continente, as nascentes Alemanha e Itália. Esse evento político-militar gerou o desequilíbrio de poderes há muito detidos pela Inglaterra. Estão estabelecidas as condições históricas para o fomento do nacionalismo, paralelamente ao fortalecimento bélico das nações do Velho Mundo, que neste momento também se estende a demais partes do mundo sob as políticas do neo-colonialismo.

Essa fase da história do ocidente culminou na Primeira Guerra Mundial. Esse foi o evento bélico internacional que ao ser término, em uma Europa por ser reconstruída e diante da crise econômica inexorável, forjou as condições para o nascimento e construção dos Estados totalitários no século XX.

3.2 Mídias, imagens e mensagens

Flusser afirma que “[...] uma imagem é [...] uma mensagem [...], um emissor à procura de um receptor” (FLUSSER, 2012, p. 152). Essa procura pode ser entendida como transporte, deslocamento pelo espaço. O espaço e o tempo são vieses da comunicação (INNIS, 2011) pertinentes ao entendimento da imagem-mensagem e seus leitores, agentes sociais.

Imagens são superfícies, seu transporte depende de seus corpos. Se paredes são estáticas, dependem de leitores móveis. A parede estática faz direta alusão ao viés tempo, fixa e quase imutável. Mover-se significa deslocar-se no espaço público, perpassado de relações políticas. Então, para Flusser, se as imagens estiverem corporificadas em corpos transportáveis, passíveis de usar o viés espaço, podem ser expostas em um lugar que possa ser acessado pelos leitores.

Ao se deslocarem pelo espaço os agentes sociais se colocam como participantes da história, porém se um indivíduo “[...] adquirir um corpo que transporte imagens - pode comprar, roubar ou conquistar - [...] torna-se o receptor exclusivo da mensagem” (FLUSSER, 2012, p. 152). A análise flusseriana desemboca em veículos eletrônicos, nosso trabalho se preocupa em primeiro lugar com mídia impressa, contudo sem desconsiderar rádio e cinema. O dinheiro é também corpo que transporta imagens em função de sua fácil maneabilidade e portar a mensagem estampada na moeda corrente, o discurso oficial de um Estado, não significa politização maior ou menor dos indivíduos. Essa mensagem está impressa em um plano bidimensional, no suporte do qual não se abre mão na sociedade capitalista perpassada por um sem número de códigos nas cores, nas formas, nas falas, no caminhar pela cidade que configuram outros vários códigos para a realidade cotidiana repleta de ações políticas e culturais das pessoas.

A sociedade, construção histórica processada ao longo do tempo, é produto dos agentes sociais que passam a aceitar novos elementos em um contínuo que também exclui valores que deixam de atender os anseios dos membros do grupo, as trocas e ações são plurais e multifacetadas, daí não se poder fazer a leitura de uma sociedade por apenas um prisma, pressupor homogenização cultural é atentar ao erro.

La realidad [...] se concibe como “contrucción social” de realidad, de base multiple, de causas variadas, pero hecha siempre por los hombres, referida a los componentes simbólicos de esta contrucción, a su objetivación y al

efecto retroactivo sobre los productores, em cuanto productos de estras comunicaciones. (BETH; PROSS; 1990, p. 160-161)

Da produção imagética e sonora será possível entender que uma pessoa uma vez midiaticizada, produto dos veículos, passa a ser uma personagem pública na sociedade, não mais uma pessoa comum, mas a representação de valores e ideologia publicizados. Os efeitos da apresentação pública serão sentidos também por essa personagem que ao mesmo tempo em que sugere comportamentos, recebe os reflexos do que vivido pela sociedade. A relação entre personagem e público se torna ao mesmo tempo dialógica e dialética, uma vez vista a heterogeneidade social e a pluralidade de culturas que compõem a massa humana.

A cultura como sistema comunicativo trabalha como ordenadora das informações da sociedade, seus símbolos são agentes da relação entre significados, seus ordenadores. Para a manutenção do tecido social é necessária a existência de um tecido comunicativo que realize a união dos indivíduos entre si, a ordenação centrada na cultura (BAITELLO JR., 1999, p. 99), por isso “[...] os símbolos necessitam de uma reiterada afirmação para que sejam eficazes; isto se dá por meio da presença também reiterada de seus portadores materiais, de seus suportes [...]” (BAITELLO JR., 1999, p. 102).

O que será ofertado, de forma recorrente, à sociedade é o consumo de símbolos que virá recheado de valores que o público possa ler e decodificar, condizentes com sua cultura para assimilar como de alguma forma o ofertado se identifique consigo. O produto para tanto traz em seu bojo bagagem da cultura de seu público alvo. Assim, a recepção pelas mídias, sobretudo secundárias e terciárias, do impresso ao cinema, porque meios de larga abrangência, suscitam novos saberes, novas práticas, novas ações culturais. Desta lógica os governos totalitários, vistos em vários exemplos ao longo do mundo durante o século XX, se serviram produzindo efeitos eficazes para si. Nessa lógica, interação é percebida nos vários meios disponíveis, contato direto com o público ou via impresso e com abrangência muito maior através de meios eletrônicos.

Getúlio Vargas não só é personagem histórico como também pode ser entendido de maneira a ser figuração de si próprio, o presidente da República apresentado no figurino do personagem gaúcho, formado em Direito, ex-deputado e presidente de estado que se torna o todo poderoso líder político de um país desassistido política e socialmente por um governo oligárquico. Uma vez à frente da

política nacional, lançou mão da pluralidade de mídia que dispunha para fazer seu discurso, sua imagem, chegar onde estivesse a população.

A pluralidade de opções compõe o que Beth e Pross, estudaram como classificação das mídias, entendidas em três propostas, primária, secundária e terciária.

Quanto à mídia primária entendemos o corpo a corpo, sem aparato de mediação entre as partes,

[...] recordemos que los medios del contato elemental humano permiten la comunicación sin instrumentos ni aparatos, por lo que los denominamos medios primarios, en analogía con el ámbito social primario en el que son los principales medios de entendimiento. (BETH; PROSS; 1990, p. 162)

As mídias secundárias são aquelas que lançam mão da técnica e de algum suporte para registro.

A partir do advento da escrita foi possível o acesso às ações do passado a partir das descrições originais, escritas no calor do ocorrido que, ao serem lidas, trazem ao momento presente da leitura o contato direto com aquele tempo pretérito. “La comunicación tiene tendencia a la transmisión temporal.” (BETH; PROSS; 1990, p. 164) Desde o registro escrito dos resultados de uma colheita à descrição de um rito religioso pretendido a fim transcendental, ambos careceram de mecanismos e técnicas quando de sua feitura, porém não será necessário ao leitor, entendido aqui como receptor, o aparato tecnológico original, pois esse leitor se servirá do suporte onde o texto ou imagem forma compilados, seja metal ou papel, para ter ciência da mensagem outrora escrita. Saiu-se do modelo de mídia primária para outro diferente. “Cuando se requiere un aparato del lado de la producción, y no del lado de la recepción, propongo el término de “medios secundarios””. (BETH; PROSS; 1990, p. 165)

Jornais e revistas estão inseridos nessa definição e como veículo impresso, suporte de discurso político, portanto mídia secundária também está o dinheiro. Assim como a imprensa escrita ventila sua ideologia, o dinheiro também o faz com um diferencial considerável em relação a qualquer periódico. Cédulas e moedas como mídias secundárias são essenciais para as transações econômicas do dia a dia. Além de ser produzida pelo poder central do Estado, é a mídia oficial, carregada de valores simbólicos e econômicos que sugerem legitimidade no discurso além de, enquanto veículo, ser de posse de único agente. Nesse suporte, o impresso, se presentifica sem estar fisicamente presente que se “[...] interpreta lo interpretado y lo

formula de manera que resulta accessible a los intérpretes meramente presentados o estadísticamente averiguados” (BETH; PROSS; 1990, p. 168).

“Por medios terciarios entendemos los medios del tráfico de símbolos que presuponem aparatos del lado del productor y del consumidor” (BETH; PROSS; 1990, p. 170). Durante a vigência do Estado Novo, o governo fez largo uso das três mídias, pois estava Getúlio Vargas presente em eventos chave, registrados para mídia impressa e também para a áudio-visual. A televisão ainda não havia nascido, mas o cinema não só era muito conhecido como fora bastante usado, assim como o rádio. Essas mídias terciárias foram fundamentais para o maior espraiamento do discurso getulista.

3.3 Comunicação e história no dinheiro

A ideia de nacionalismo pode ser lida como a consolidação de um processo de integração em vários atributos como territorial, religioso, gastronômico, político e cultural, que produz a sensação de pertencimento. Nesse processo de construção simbólica do ser nacional foi possível fazer a leitura do dinheiro paralelamente à bandeira, aos brasões e ao hino.

Um caminho para entendimento dessa construção está na mídia com os mecanismos de formação identitária coletiva, sobretudo na sua relação com a moeda. A respeito da construção da identidade nacional,

[...] no que toca aspectos simbólicos e comunicativos que envolvem a partilha de signos de identidade comum, a compreensão do papel da moeda na formação do espaço [...] e a forma como essa formação se faz também ao nível da comunicação pública, estabelecendo um mesmo espaço público mediatizado [...] (SILVEIRINHA, 2007, p. 7)

O texto escrito no dinheiro, codificado em letras, pictogramas ou imagem traz consigo o espírito da integração nacional apoiado num discurso que rechaça qualquer diferença política e histórica, homogeneizando o território sob uma mesma pretensão, na lógica unilateral de quem detém o poder que cuida por inventar tradições. A esse respeito de inventar algo e promovê-lo à categoria do tradicional, portanto, cultuado por gerações e estende a problemática da construção nacional enviesado

[...] que se trata de um nacionalismo conduzido pelas elites numa

abordagem à tradição e aos símbolos. [...] como identidade e cultura comum é social e discursivamente produzida e reproduzida, por meio da língua e dos outros sistemas sociais. A ideia de uma comunidade nacional específica transforma-se realidade no reino das convicções e da opinião com os discursos reificados produziu pelos políticos, intelectuais e disseminada pelos media, escola, e outros meios de socialização. (SILVEIRINHA, 2007, p. 8)

O processo de integração desejado no nacionalismo exacerbado tem por fito o silenciamento e o apagamento de diferenças históricas. No caso brasileiro, o mil-réis era um ranço simbólico de um passado ligado ao atraso no que tange o poder político, ranço este irradiador das alegorias das elites do sudeste do país, sempre organizadas para excluírem do jogo político do poder outros oligarcas do Brasil. Nesse jogo, de diferenças de cultura, as estampas nas cédulas do Cruzeiro, a partir de 1942, trouxeram heróis da guerra do Paraguai ao lado de personagens que fizeram o Estado brasileiro no século anterior, Dom João VI e Dom Pedro I, tendo nesse panteão o presidente em exercício Getúlio Vargas, igualado aos vultos históricos em poder, significação e tradição. Se Dom João VI poupou o Brasil da sanha inglesa e abriu caminho para sua independência, seu filho a concretizou.

Dom Pedro II se preocupou com o advento da nação. Usou sua influência no Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, lançou mão da literatura e da pintura para o desenvolvimento do imaginário brasileiro.

De acordo com Schwarcz (1998, p. 176-245), a construção do espírito de nação no Brasil ocorre com Dom Pedro II, na segunda metade do século XIX, pela ação comunicativa da literatura e da pintura de marcada expressão romântica. Como quem tem o poder escreve a história oficial, artistas e intelectuais próximos à corte pintaram a imagética da realeza, fora criada a representação do Imperador altivo, de Dom Pedro I, pai libertador, de um país repleto de belezas tropicais, geograficamente estratégico, das belezas de um jovem Estado que passava a ser propagandeado no exterior, encabeçado por um monarca ilustrado (MATTOS, 2004, p. 21-25). Além desses destaques estão, ainda, personagens da literatura romântica como a índia Iracema, personagem título da obra, foi mãe do brasileiro mestiço, filho de pai português. Os dois últimos são os continuadores da história do Brasil enquanto que a índia morre, e consigo o passado pré-português do país. Simbologias que figurarão no dinheiro do Brasil república.

Essa simbologia foi escrita no dinheiro brasileiro quando da conversão da moeda do antigo mil-réis para o novo padrão, o Cruzeiro. O último Imperador do

Brasil foi estampado na cédula de Cr\$ 100,00⁴. No anverso da mesma está a efígie do monarca seguindo o padrão azulado das demais cédulas daquela primeira série, porém o mais inquietante é sua representação para o Brasil dos anos 1940. O último monarca brasileiro, estampado na moeda republicana é muito próxima da que circulava no país enquanto Dom Pedro II governava. A aparência de homem maduro, com barba branca foi explorada na segunda metade do século retrasado. Veicular copiosamente a face do Imperador era comum naqueles 1800. Nas moedas metálicas e nas cédulas do mil-réis aparecia o rosto do monarca, além dos selos postais, peças oficiais do Estado brasileiro que levavam para seus respectivos destinos a efígie do Imperador. Sua face com a barba branca estampou, entre outros, os selos de \$200, \$300 e 1\$000. Luciano Mendes Cabral afirma que

[...] no plano da produção das imagens, em especial das imagens do Estado [...] os anos 1850 [...] reflete[m] a consolidação e o amadurecimento do poder do Estado e do Imperador. [...] mais que em fases anteriores, a figura do monarca é o principal símbolo desse Estado e dos discursos ideológicos que o produziu e o sustentara. (CABRAL, 2009, p. 142)

Não há qualquer menção sobre o chefe do Estado brasileiro que mais tempo esteve à frente do país por toda sua história, que saiu vencedor de uma guerra internacional, aliado de Uruguai e Argentina contra o Paraguai de Solano Lopes – há vários pontos de entendimento sobre esse evento – ou que se pôs frente à principal potência internacional de seu tempo, a Inglaterra.

A memória de Dom Pedro II foi vinculada a seu gosto pela ciência e a cédula de Cr\$ 100,00 trouxe no reverso uma gravura do professor e pintor Cadmo Fausto de Souza intitulada “Cultura Nacional” personificada na imagem de uma mulher que remete a uma provável deusa da antiguidade clássica. O nome desse artista, que segundo o Dicionário de artistas do Brasil⁵ foi docente do Instituto de Belas Artes e da Escola Fluminense de Belas Artes do Rio de Janeiro, está vinculado à história do dinheiro brasileiro. Outras obras suas apareceram nas cédulas do Cruzeiro.

Atrás da figura humana há uma coluna de capitel jônico, segundo as três ordens arquitetônicas da Grécia clássica, o estilo escolhido pelo pintor é justamente o da sabedoria, corroborando a alusão à deusa. Estaria no Estado Novo varguista, Dom Pedro II ao patamar de Atena (ou Minerva)? O que se depreende é que o homem fora um pensador, um filósofo, jamais um estadista nem mesmo o

⁴ disponível em http://www.bcb.gov.br/htms/museu-eSão_Pauloacos/cedulas/CR42/100.aSão_Paulo?idpai=CEDTNLISTA Acesso em 04 fev. 2012

⁵ Dicionário de artistas do Brasil. disponível em: http://brasilartesciclopedias.com.br/tablet/nacional/cadmo_fausto.php Acesso em 23 set. 2012.

representante de uma linhagem monárquica que lançou ao poder internacional ainda no século XVII e que administrou parte da economia internacional por quase três séculos. Tais atributos que glorificam a figura de um chefe de Estado estão com Vargas, o presidente em exercício que se põe ao lado do histórico governante.

Figura 9: Anverso e reverso da cédula de Cr\$ 100,00 de 1944



Fonte: <http://www.bcb.gov.br/htms/museu-espacos/cedulas/TN_Am.asp?idpai=AMEBANK#CR10000> Acesso em: 20 jan. 2012.

Vale apontar a sequência das personagens escolhidas para figurarem no Cruzeiro. Das dez variações de cédulas existentes a que traz Getúlio Vargas era a quarta, no valor de Cr\$ 10,00. Antes dele estão dois militares e um diplomata. Na sequência, aparece o primeiro presidente da república brasileira seguido de membros da família real portuguesa, da qual Dom Pedro II é membro. Interessante

notar que Vargas vem antes da própria República, como o arauto de um novo modelo de país.

Desde a monarquia do XIX para a república de modelo oligárquica tutelada pelos políticos fazendeiros do café, faltava um elemento, o povo, que jamais fora inserido no jogo, desde a independência até a República dos cafeicultores. Vargas está relacionado a esse processo.

A meta de unificar os habitantes do país sob única significação, brasileiro, como já posto, almeja apagar culturas díspares, quando se deseja modernizar a estrutura física do Estado agora inserida na corrida industrial que não poderia mais ser dependente unicamente da exportação agrícola como principal gerador de receita do produto interno bruto. A postura política oligárquica do Brasil até 1930 está na outra ponta do que postulam as ciências humanas quando mostram que “[...] são as nações que engendram o nacionalismo, ou seja, é o cultural que engendra o político [...] à cultura nacional está associada a uma vida mítica [...], um imaginário coletivo,” um discurso de produtos e significados (SILVEIRINHA, 2007, p. 10). Sob a batuta de Getúlio Vargas, o povo aparece como agente histórico, agentes fornecedores de mão de obra, não para imprimir mudanças naquele estado de coisas que favorecessem as pessoas e classes em geral ou que suscitasse uma política de participação popular nas decisões do país, mas para ser o exército de trabalhadores de que o Brasil carecia no caminho da industrialização que se mostrava à frente, proposta para a substituição da economia agrária do café que enfrentava forte revés. Ao povo foi imposta a ideia de nacionalismo baseada na lógica do Estado forte, ordeiro, disciplinado e, principalmente após 1937, antidemocrático e de ações unilaterais.

O governo brasileiro não poupou esforços para se fazer presente na vida e na mente do povo. O rádio, os jornais, as revistas e o cinema estavam a serviço do Estado. Nesse modelo político, nem a escola escapara da instrução ideológica. Para a criança e o adolescente que frequentou a escola varguista, aprendeu ali dentro a exaltar o líder da nação, a se preparar para a guerra e a desejar participar do conflito, tudo pela glória do Brasil.

Enquanto a música erudita era oferecida aos escolares, o povo dos morros da então capital federal cantava críticas. Era perseguido. O governo percebe que usar essa força a seu favor daria mais resultados.

3.4 Construção do mito da nacionalidade brasileira nas mídias audiovisuais

Os elementos visuais que serão usado nas cédulas e moedas do Cruzeiro, a partir dos anos 1940, não figuram sozinhos. Os textos imagéticos vistos no dinheiro brasileiro fazem relação com o complexo mosaico ideológico dos intelectuais ligados a Getúlio Vargas. O nacionalismo e a legitimação deste fora muito trabalhado na música, no cinema, na rádio e também nas escolas. Não apenas legitimar o regime para os brasileiros, os pensadores daquela política perceberam que formar uma nova geração de estadonovistas seria a garantia do futuro. Os textos midiáticos entraram na escola.

Desde que assumiu a direção do governo no Brasil, Getúlio Vargas compreendeu a importância de implantar uma concepção de educação a serviço da produção de uma cultura política voltada para a busca de legitimação e sustentação do Estado novo. (OLIVEIRA, 2010, p.46)

Quem foi criança e adolescente durante os anos do Estado Novo participou de um projeto educacional que preparava a nova geração para a guerra, principalmente após 1942 quando o Brasil se insere no conflito mundial. Fazia parte do currículo escolar a Instrução Pré-Militar. Os estudantes aprenderam sobre a hierarquia militar no Exército, Marinha e Aeronáutica, sobre regiões militares, hinos patrióticos, além de rastejar e aprender sobre as peças do fuzil Mauser 1918. (STEFFEN, 2012, p. 170-171) Nas crônicas de Edgard Steffen, estudante do então ginásio em 1942, “época ufanista, estadonovista de militarismo explícito” as crianças cantavam, “à exaustão”:

Amo tanto, estremeço esta terra
Amo tanto o meu vasto País
Que se eu um dia partir para a guerra
Eu irei contente e feliz (STEFFEN, 2012, p. 171)

Além das marchas e hinos entoados pelos estudantes, outra modalidade de canto fez parte do cotidiano escolar brasileiro, o canto orfeônico que tinha, à frente do projeto educacional, Heitor Villa Lobos.

O canto orfeônico foi a ferramenta escolhida para, a partir do ensino escolar, construir a ideologia do nacionalismo getulista. Diferente de canto coral, de matiz artística, o orfeônico primava pelo civismo, pelo patriotismo, pela integração dos indivíduos que o cantavam, grandes corais infanto-juvenis que, na escola, aprendiam a disciplina que o Estado ditava, ou seja, domar os selvagens, análise que remete ao título da modalidade, uma vez que na mitologia grega Orfeu era

aquele que cantava para acalmar as bestas feras. Essa ideia pululou pela Europa da era vitoriana, sendo o canto orfeônico aquele que propalava o valor da nação, do civismo e, em última análise, da formação do homem sempre disposto ao chamamento da pátria. No Brasil, já no início do século passado se praticava tal canto e será com Getúlio Vargas e Villa Lobos que tal expressão se tornará obrigatoriedade escolar.

Os discursos de Vargas eram transmitidos pelo rádio para os mais distantes rincões do país, no entanto, durante as grandes manifestações públicas, eventualmente comunicava uma melhoria social.

Todos os esforços foram enviados no sentido de apresentá-lo como o protetor dos desprivilegiados, aquele que, como um pai ora severo, mas carinhoso e atencioso, estava ali para resguardar os interesses dos seus.

O discurso era elaborado a partir de técnicas de linguagem: usava slogans, palavras-chave, frases de efeito e repetições ao se dirigir às massas.

Os meios de comunicação reforçavam a figura do líder com frases que se prestavam à eliminação das oposições, significando a fala do todo, com poder de convencimento muito eficaz, não admitindo contestação. (OLIVEIRA, 2010, p.49)

Através do DIP e de seus tentáculos nos estados do país, os Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda, os DEIPs, lançando mão de simbologia verbal que visava o convencimento e a adesão ideológica do povo, tinha por intuito desenvolver dentro da escola e ao longo da formação das crianças a chamada “getulização”. Trouxeram nas falas propostas de “coletividade”, “povo”, “homem”, “democracia”, “patriotismo”, “tradições de cultura”, “imperativo cívico”, “amor à Pátria”, “forças morais e espirituais”, “brasileiro”, “homem público” (OLIVEIRA, 2010, p. 48-50).

O canto orfeônico era visto como canto coletivo para a socialização, para apagar individualidades em prol da nação. Tal ato pode ser visto no trabalho de Soares (1974) na apresentação da solenidade, encabeçada por Vargas quando da queima das bandeiras dos estados em enaltecimento ao único Estado, o Brasil. Soma-se a isso que, ao fazer virar fumaça as demais bandeiras da federação brasileira, era exatamente o que acontecia com as oligarquias que ensejavam qualquer mal-estar ao chefe do executivo, que ali, simbolicamente, se mostrava senhor do Estado. Esse território uno, Brasil, se torna padrão sígnico nas moedas do Cruzeiro.

Segundo a lógica do governo, era necessária a formação de um público irradiador dos ideais nacionalistas pretendidos pelo poder central, por isso a força da escola para modelar nos meninos e nas meninas o gosto pela pátria, o orgulho em

ser brasileiro, a graça em ter um verdadeiro pai à frente do povo. Na contrapartida, enquanto Villa Lobos organizava sua disciplinarização por meio do canto ao buscar as tradições da cultura brasileira, pretendia iniciar uma nova consciência musical no Brasil, pois “[...] para ser verdadeira, a composição nacional deveria estar inspirada em fontes folclóricas ou primitivas de seu país” (OLIVEIRA, 2010, p. 55). O samba corria pelos morros e pelas ruas da capital federal, na maioria das vezes com postura crítica, questionava o *status quo*, zombando do contexto pelo qual atravessava o país. Era sabido que os resultados da propaganda redentora do governo estava restrito a determinada parcela da população, não era o país na sua abrangência maior que provava de todos avanços e soluções apresentados. A indisposição, tanto política quanto econômica, gerada também pela música de rua onde o samba era bastante apreciado e cantado pela população, deixava mais aberta a situação adversa do mundo capitalista que vivia pungente crise e o modelo de economia internacional liberal sofrera considerável sobressalto.

Intelectuais, escritores e jornalistas comprometidos com o nacionalismo não poderiam mais passar ao largo deste tipo de música que se tornava a preferida das classes populares cariocas e, posteriormente, de outras regiões urbanas do Brasil. Mais do que isso, criadores oriundos da classe média escolarizada – Noel Rosa, Ary Barroso, Orestes Barbosa, Mario Reis, entre outros – assumiam o gênero e transformavam a música popular num campo valorizado da expressão. (NAPOLITANO, 2010, p. 422)

Marcos Napolitano aborda que a sociedade civil estava interessada no samba e no seu potencial de levar ao povo muitas mensagens sobre a sociedade, que interessavam ou não tanto à classe média conservadora quanto ao governo. Nos debates entre a esquerda e direita, o samba tinha para cada agremiação um formato diferente. Para a primeira era expressão popular, que cantava a realidade dos morros, falas que não interessavam em nada a ala mais conservadora da sociedade e o governo; para a direita era um tipo de música agradável desde que reformatada, que representasse o Brasil, propalasse seus valores e não as mazelas cantadas pela arraia miúda. A direita nacionalista, que condenava o samba, o fazia calcada no discurso racista e segregacionista ao passo que entendia o estilo musical como produto eminentemente brasileiro só o seria desde que higienizado tanto na poética quanto na música.

Cláudio Aguiar Almeida (1996) mostra como as políticas do Estado Ditatorial varguista mudaram desde a forma de compor músicas até a persistência no trabalho como forma de engrandecimento pessoal e social, numa luta que o autor chamou de

“malandros X trabalhadores”. Leia-se por malandro aquele que não estivesse engajado no modelo que o governo almejava, ou seja, não ter uma carteira profissional, viver nas ruelas dos morros, jogando cartas ou fazendo música, sustentando-se por meio de trabalho informal. Eram critérios que identificavam o chamado malandro.

Através das condições internas e externas das sociedades é que se entende o uso da música no sentido político-ideológico. Esta utilização da música é observada tanto como elemento de distinção e identidade que permeia as classes sociais, servindo aos processos de dominação ideológica, portanto como contestação das ações que visam a transformação da sociedade. (OLIVEIRA, 2012., p. 84)

Nesse entendimento, a música é objeto em um campo perpassado pelas relações de poder, poder político que, ao denegrir ou condenar a expressão musical de um grupo visto como rival, tolhe sua expressão e estética. Assim procede pautado pelo ideológico, que fará, apenas, promoção de formas artísticas que coadunem com suas práticas e com seu discurso.

Propagandear o trabalho duro, cotidiano era a ordem, porém não se deve supor que houve aceitação homogênea daquilo que era discurso oficial do Estado, no que se lançou mão de “[...] um projeto de disciplinarização do homem brasileiro através do samba” (ALMEIDA, 1996, p. 8) que estava em muitas bocas e no gosto de grande parte da população que cantava o cotidiano, naquilo que o poder dominante julgava correto ou não. As ácidas críticas precisavam ser resolvidas. A herança cultural de cada indivíduo é determinante para a formação como pessoa, a família tem preponderante papel nesse processo, pois desenha os primeiros traços sociais na criança (ELIOT, 1988, p. 58-64).

No que toca à cultura negra, seus costumes e crenças no contexto dos anos 1930-40, seus representantes, descendentes de escravos, estavam descontextualizados com as constantes metamorfoses do capitalismo. A questão racial deve ser pensada “[...] a partir da estrutura social; o problema da relação entre raças ocorre no âmbito da formação da sociedade de classes, acoplada à problemática da mudança no Brasil.” (ARRUDA, 1996, p. 278)

Na corrida para galgar alguma ocupação, àqueles afrodescendentes só restava, em geral, serviços braçais e de baixa remuneração. É um problema de difícil resolução a questão de uma República supostamente democrática e a herança

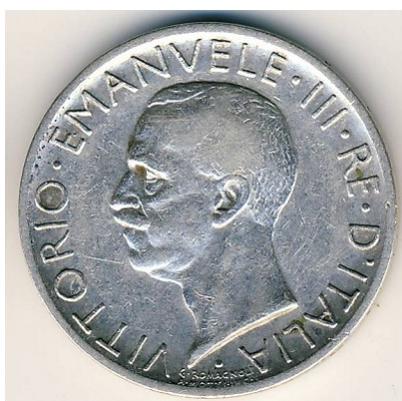
escravagista que naqueles anos pesava sobremaneira, problema perpassado por uma estrutura social classista, econômica e etnicamente.

É possível perceber as relações de conflito promovidas pelo Estado quando este identificava os indesejados e sua cultura, sendo o samba algo nada agradável naquele momento, portanto perseguido.

Produzido entre as camadas populares, e negras, da sociedade carioca, o samba foi visto, desde o seu nascimento, com muita desconfiança pelas elites e autoridades brasileiras. Não só o samba, mas também outros ritmos da música popular eram percebidos como manifestações de grupos avessos às regras da civilização e do trabalho, constituindo-se o ato de tocar violão num atestado de vadiagem. (ALMEIDA, 1996, p. 8)

Itália e Alemanha viviam sob regimes centralizadores, ditaduras que impediam qualquer crítica a sua política. Nos anos 1930, Mussolini e Hitler lideravam seus Estados com mão de ferro. Desde 1933 no poder, o partido nazista rechaçou qualquer proposta que se aproximasse do discurso marxista. Na Itália a retórica fora a mesma. Amparado pelo Estado desde os anos 1920, o partido fascista, que se tornara o poder de controle do Estado, era, pois, a principal força que organizava o país, então sob regime monárquico, representado por Vitor Emanuel III. A figura do rei apareceu recorrentemente no reverso das moedas, porém no anverso a heráldica do fásccio estava presente. Em 1929, na moeda de 5 liras, prata de 23 mm de diâmetro, dinheiro que a Itália usou até sua adesão ao atual Euro, figura o monarca e a marca do fascismo.

Figura 10: L.5 (5 liras). Prata, com a efígie do monarca Vitor Emanuel no anverso e o símbolo do fásccio no reverso.



Fonte: Global Conis. Italy Numismatics. disponível em <<http://www.gcoins.net/en/catalog/86/3>> Acesso em: 28 jun.2012

Em fins da década de 1920 e início da de 1930, a efígie de Vargas ainda não figurava na moeda brasileira. No regime italiano, os meios de comunicação também

integraram o aparato ideológico do sistema. Angelo Trento (1986) dirá que tal preocupação do governo fascista pode ser vista na “[...] criação de um Ministério da Propaganda, em 1935, transformado, depois, em Ministério da Cultura Popular”. Rádio e cinema não ficaram de fora do controle estatal, afinal era preocupação do governo que todos, inclusive os analfabetos, recebessem as mensagens do partido fascista, e os discursos do *duce*, Mussolini. Contudo, o cinema italiano

[...] não reconheceu uma verdadeira fascitização, a não ser pela autocensura em alguns assuntos, mas foi, igualmente, instrumento eficaz de propaganda, através da obrigatoriedade de se projetarem nas salas, antes do filme, os chamados cinejornais. (TRENTO, 1986, p. 49)

O recurso de impor ao público a apreciação de documentários estatais sobre os feitos do governo ao mesmo tempo em que se exhibe um líder inquestionável também ocorreu no Brasil getulista. Além do dinheiro do Estado estar vinculado às produções cinematográficas, Vargas aparecia em filmes curta metragem que antecederiam a apresentação que o público pagou para assistir. O Cine-jornal brasileiro apresentava às pessoas os feitos do Estado Novo embalado pela retórica da ordem, do progresso e do nacionalismo. Eram

[...] noticiários nacionais (obrigatoriamente inseridos pelo DIP [...]) e internacionais eram exibidos antes dos filmes. Uma figura seria familiar a todos através dos cines-jornal brasileiros: Getúlio Dornelles Vargas. Por imposição do DIP, o caudilho do Estado Novo tinha onipresença garantida em todas as escolas, salas de aulas, repartições públicas, fábricas e outros tantos lugares [...]. Getúlio não fazia exceção ao “culto da personalidade” de todos os ditadores, em todos os tempos. (STEFFEN, 2012, p. 159)

Há que se considerar que, apesar da crise econômica internacional desencadeada com a quebra da bolsa de valores de Nova York após outubro de 1929, o ocidente não parou. Houve de fato desemprego em massa, sobretudo nos Estados Unidos, porém houve também atividades artísticas e culturais em pleno desenvolvimento apesar da crise.

No que tange o desenvolvimento e a produção cinematográfica, Maurício R. Gonçalves afirma que o cinema industrial repousa sobre um tripé que organiza o modo de produção nessa arte. As três partes são os chamados “sistema de estúdio”, a fim de mitificar atores e atrizes, vendendo-os como pessoas de uma colocação superior frente às demais. Nasceram os mitos dentro da complexificação do processo quando surgem os departamentos específicos na produção cinematográfica, com dedicação dirigida a roteiro, arte e efeitos da produção; o “star system” está encarregado do fascínio do público consumidor, para fetichizar produtos e fomentar

consumo não só de produtos de origem industrial propriamente dita, como também a transformação dos artistas em produto a ser consumido e o “Código Hays que conseguiu manter a harmonia entre Hollywood e as instituições guardiãs da moral da sociedade norte-americana”, controlando as apresentações filmicas “sob a égide de valores e princípios estritamente burgueses e cristãos”.

As propostas do Código Hays estão relacionadas ao modelo estadunidense de sociedade burguesa capitalista, pois se apuram a exaltação ao trabalho, a condenação ao ócio, o esforço individual, a organização metódica da vida, o pragmatismo, o otimismo ligado à transcendência, afinal o cristianismo protestante está no arcabouço daquela sociedade desde suas bases coloniais ainda no século XVII e, fundamentalmente, o consumo, afinal, com tanto regramento da vida, a personagem cresce em posses materiais, cresce em poder econômico e social, enfim, há plena montagem do aparato ideológico de como se pretende a organização social fora da ficção cinematográfica.

Dentro dessa estrutura material e imaterial, o foco era mascarar o filme, vender sonhos ao público e fazer acreditar que é possível viver tais sonhos e também sugerir novas condutas que são transmitidas ao longo da trama, “a ideologia dominante acabou unindo a impressão de realidade com a história do sonho, conduzindo o espectador ao sonho, à mistificação”. (GONÇALVES, 2009, p.75-83). Apesar de tanta organização, não se pode considerar a uniformização dos discursos nas produções do cinema. Havia dissonâncias desse discurso e será um “Vagabundo” a personagem que abarcará grande parcela do público daquele país além de várias outras partes do mundo.

Importante nome dessa esfera artística fora o ator e diretor Charles Spencer Chaplin, o Carlitos. O menino pobre, de infância miserável, agora residindo e trabalhando nos Estados Unidos já era a esse ponto astro de cinema, diretor, empresário e milionário. Dentre dezenas de produções, “Luzes da Cidade” estava em processo de produção no final dos anos 1920. Apesar da perda da mãe e de uma crise de depressão, Chaplin finaliza a obra, indo a público em 1931 no dia 6 de fevereiro:

City Lights (Luzes da Cidade). Nove bobinas, 2,380m, 87 minutos de projeção. Estréia no Georges M. Cohan Theatre de Nova York. A produção de *City Lights*, sua montagem e sonorização duraram mais de 30 meses. Seu custo de produção ultrapassa um milhão e meio de dólares. O filme deixou 5 milhões de lucros. (SIMÕES JR., 1997, p. 55)

Seu setuagésimo quarto filme trouxe alegria e poesia naquele período econômico adverso. Os números de “Luzes da Cidade” mostram a pujança do cinema, a vida econômica não congelara com se pode pensar daquela. A história do vagabundo, chapéu menor que a cabeça, largas calças e calçados maiores que os pés, bengala de tipo indiano, personagem que Chaplin criara a partir de sua própria história, na infância pobre, se apaixona por uma moça cega, com condições de enxergar novamente, move a personagem central em conseguir a quantia necessária para a que a moça recupere a visão. O poético já pode ser percebido no título, que traz a ideia de brilho, de luz propriamente dita, quando a personagem coadjuvante da trama não pode ver tais luzes.

“No final da década de 1920, o som chegou ao cinema, ele já era o principal entretenimento familiar, principalmente nos Estados Unidos” (GONTIJO, 2004, 384). Importante pontuar que cinema é produção cultural, que leva para os lugares mais variados a crença, a arte, os traços do cotidiano, a ideologia do lugar de origem da obra e de quem a dirige. Nos anos 1930, auge de Carlitos, o terreno estava sendo preparado. A obra “Luzes da Cidade” marca época porque Chaplin, ainda investindo na pantomima, no cinema mudo, consegue abarcar as massas para conhecer seu trabalho. Ainda, na difícil década de 1930, Charles Chaplin produzira outra obra que atravessaria décadas de discussão, seja pela estética, seja pela poética, seja pelo discurso político: “Tempos Modernos”. Já com 43 anos, em 1932 retorna a Hollywood para produzir uma história de um trabalhador que se torna peça do sistema industrial. Nesse filme “ele é um entre os milhões de pessoas comuns que enfrentavam as péssimas condições de trabalho nas fábricas, as greves, o baixo salário e o desemprego.” (BROWN, 1993, p. 51-52) O filme estreou em 1936, com conotação marxista, criticando um sistema explorador que mecanizava as pessoas. A imprensa o colocara como simpatizante do comunismo.

Tempos Modernos custou um milhão e meio de dólares [...] 70 mil metros de película são impressos. O filme, recebido friamente pela crítica americana e acusado de propaganda vermelha, rende apenas 1,8 milhão de dólares nos Estados Unidos. É proibido na Itália e na Alemanha. Mas alcança sucesso considerável em Londres, Paris, Moscou etc., onde é apresentado durante o ano. (SIMÕES JR., 1997, p. 58)

O Brasil fora terra fértil para as sementes culturais adquiridas do cinema, sobretudo do estadunidense. Nos anos 1940, quando as notícias da guerra mundial alimentam o imaginário, Walt Disney será dos preferidos de Getúlio Vargas, mesmo

nos anos difíceis do conflito beligerante internacional, nem para os estadunidenses nem para os brasileiros houve inércia de atividades, muito menos no campo político. A fim de solidificar os laços com os Estados Unidos da América, o Brasil passa a receber muito da produção cultural daquele país. A aproximação política entre os dois países é fruto do acordo nos tempos da guerra, 1941. Os Estados Unidos firmam um acordo com o governo Vargas para uso militar do nordeste brasileiro e para isso entra uma quantia de U\$25 milhões. Desse capital é iniciado o projeto da CSN, a Companhia Siderúrgica Nacional, e os planos de uma aliança comercial-militar entre Brasil e Alemanha caem por terra. (DEAN, 1976, p. 232-234). O jornal *Cruzeiro do Sul* de 27 de novembro de 1941 trouxe em sua capa texto de M. Barreto, ilustrado pela fotografia presidencial de Getúlio Vargas, artigo intitulado “Em defesa da liberdade”, sobre o discurso proferido pelo presidente em 10 de novembro daquele ano, data de comemoração de quatro anos da instalação do Estado Novo, que mostra ao leitor o Brasil como materialização dos cenários dos contos de fadas, ao mesmo tempo em que passa a ideia de amizade e parceria sem pretensões entre o Catete e a Casa Branca, respectivamente, os palácios de poder de Vargas e Franklin Roosevelt:

Madrugada fria e úmida. A família carioca dormia. Talvez os mais lindos sonhos povoavam seu sono. Sonhava com a grandeza da Pátria, com as belezas das praias ou das montanhas. Cachoeira de águas, murmúrio de selvas, estralejar de festas; a mocidade sonhava, sorria e os sorrisos brilhavam: corações em flor, doce córrego em que os rios de graça e de anseio rolavam, sussurravam... [...] o chefe da nação reafirmou o seu firme propósito de combater os inimigos da democracia, evitando por todas as maneiras o alastramento de doutrinas extremistas no território nacional. Nesta época de inquietação entre os povos, a palavra do presidente souou clara e eloqüente como uma ordem de comando, mobilizando todas as consciências para a cruzada da liberdade que nunca como atualmente, viu-se tanto ameaçada. Enquanto toda a Europa se desmorona, [...] conforta constatar-se a realidade da união de vistas dos americanos, presos uns aos outros, pelos laços da mais profunda solidariedade. [...] Aproveitando as comemorações do aniversário do Estado Novo para fazer essas declarações, o eminente chefe da Nação, deu um testemunho claro da coerência da sua atitude, aliando uma festividade de alto cunho patriótico ao estabelecimento de uma frente de combate ao lado das repúblicas americanas que integram as forças de reação contra a política de força que pretende dominar o mundo. (FUA, 2008, p. 55)

Interessante como a política do Estado Novo está exibida “mobilizando todas as consciências para a cruzada da liberdade que nunca, como atualmente, viu-se tanto ameaçada.” Vende-se a proposta de lutar contra ditadores, de lutar contra as forças que combatem a democracia num país com democracia desfigurada. Getúlio Vargas, sobretudo durante o Estado Novo, apesar de exercer um governo que age

com mão de ferro contra qualquer oposição, ganhou aura de mito, recorrentemente representado na mídia.

Roland Barthes, ao dizer que “não sei se, como diz o provérbio, as coisas repetidas agradam, mas creio que, pelo menos, elas significam” (BARTHES, 2001, p. 8) abre possibilidade para a análise de que o uso recorrente da imagem de Vargas vai ao encontro da proposta de repetição, afinal a significação pretendida de certa forma surtira efeito, pois quase sete décadas se passaram após a capitulação do Estado Novo, mas o significado de pai dos pobres ainda vive na memória coletiva. Não que o homem seja o mito, vai além. Para Barthes, o mito é uma fala que sob condições especiais será transformada em mito e “[...] o que se deve estabelecer solidamente desde o início é que o mito é um sistema de comunicação, uma mensagem.” (BARTHES, 2001, p. 131). Daí pensar no homem histórico Getúlio Vargas que foi promovido à categoria de mito pela ação das mensagens multifacetadas, afinal o presidente era levado ao grande público revestido de aura paternal, assistencialista, protetora, atenta, adjetivos que corroboram os significados do homem que se historicizou para o público, pois

[...] já que o mito é uma fala, tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso. O mito não se define pelo objeto de sua mensagem, mas pela maneira como a profere: o mito tem limites formais, mas não substanciais. (BARTHES, 2001, p. 131)

As ações falseadoras da realidade promovidas por um mito são mais facilmente trabalhadas do que de um homem comum. Os produtos de uma indústria cultural perpassada pela ideologia do poder, contestadores de qualquer oposição, ao mesmo tempo em que se mostram como vantajosos ao povo, ganham sustentação. Assim o mito é parte da escrita ao mesmo tempo em que escreve a história e esta é o garantidor de sua força porque respaldada no passado idealizado, pretendido como elo entre o agora e aquilo que se quer construir. O mito se apossa de símbolos e significações a fim de se legitimar porque

[...] é a história que transforma o real em discurso, é ela e só ela que comanda a vida e a morte da linguagem mítica. Longínqua ou não, a mitologia só pode ter um fundamento histórico, visto que o mito é uma fala escolhida pela história: não poderia de modo algum surgir da “natureza” das coisas. (BARTHES, 2001, p. 132)

O mito é construção humana, portanto histórica, que cria um poder derivado do imaterial e do atemporal. Independente do suporte que se apresente, de um desenho ou uma fotografia, o que se lê é um texto construído em função de uma

significação. Uma imagem comunica de forma mais direta que a letra impressa, e ao se transmutar em texto porque carregado de significações será uma linguagem, que pode ser um

[...] discurso, fala, etc., toda a unidade ou toda a síntese significativa, quer seja verbal ou visual: uma fotografia será, por nós, considerada fala exatamente como um artigo de jornal; os próprios objetos poderão transformar-se em fala se significarem alguma coisa. (BARTHES, 2001, p. 133)

Uma leitura a ser feita dessa aproximação entre Brasil e os EUA pode ser vista no desenho animado “Alô amigos” (DISNEY, 2010). A obra que faz uma viagem pela América do Sul traz personagens como Pateta, o aviãozinho Pedro, Pato Donald, para uma amostra de como era a cultura dessa parte do mundo. Ao longo do desenho se depreende a amabilidade do povo latino, lugares tranquilos e pitorescos. Nessa toada está o Brasil, que tem na figura do papagaio Zé Carioca (a primeira aparição do personagem) um guia para Donald, turista estadunidense que chega para conhecer o Rio de Janeiro. Essa ave verde, representação do brasileiro, alegre e falante, apresentada a regeneração do malandro, a figura que o sistema queria apagar, ganha novas cores, conhece a capital federal como ninguém, apresenta o samba ao recém-chegado como música arraigada ao brasileiro, diga-se samba de exaltação ao Estado, com as músicas “Aquarela do Brasil” e “Tico-Tico no fubá” de Ary Barroso e Zequinha de Abreu, respectivamente, tocadas por boa parte dos quase nove minutos do filme reservados ao Brasil, sendo este o lugar do “Bamboleio, que faz gingar; O Brasil, do meu amor; Terra de Nosso Senhor” (FERGUSON; WILFRED, 1942). Vargas não aparece na produção, mas aquele Brasil alegre representado na produção era a entonação de como o Estado Novo deveria ser visto. A série de signos que o desenho apresenta mostra a realidade que o Estado Novo queria levar ao público. Estamos em 1942, a guerra ferve na Europa, África e Ásia, mas no Brasil há paz, dança, música, cassinos e cachaça.

O cinema, segundo Walter Benjamin, acaba por ser o caso mais emblemático como exemplo da reprodução. Em razão de larga abrangência comunicativa, o cinema leva suas mensagens e símbolos para qualquer classe, pessoas de idades variadas. A considerar o período da redação do ensaio benjaminiano, os anos 1930, quando a Europa assistia a ditaduras em ação, já com o nazismo na Alemanha e o fascismo na Itália como partidos políticos administradores de seus países. Esses governos perceberam rápido os resultados a serem alcançados com o uso dessa ferramenta. No caso do Brasil dessa época a retórica era a mesma. Para o

presidente Getúlio Vargas e sua proposta de modernizar o Estado brasileiro, em função dessa reformatação outorgar seu Estado Novo sem partidos políticos e também sem oposição oficial, se adequa a proposta de Benjamin quando diz que “[...] a ideia de se fazer reproduzir pela câmara exerce uma enorme atração sobre o homem moderno” (BENJAMIN, 1987, p. 182).

Na Alemanha e na Itália, os signos da antiguidade clássica eram buscados para a justificativa dos poderes em ação, o nazismo e o fascismo respectivamente, que trouxeram como imagens representantes de seus poderes a águia romana – na antiguidade representação de Júpiter, conhecido também pelo nome grego Zeus – além da coroa de louros e do próprio fascio, um feixe de madeira com um machado sobreposto, símbolo da Roma antiga republicana, objeto trazido por magistrados que antecediam os cônsules, as principais figuras de poder. O Brasil não tem passado tão extenso assim pela lógica do branco de origem europeia. Oficialmente, a história do país foi iniciada quando os portugueses aportaram nesta parte da América e tudo o que houve de produção humana de origem indígena foi entendido como pré-história, afinal com os europeus vem também a condição de colônia, que pressupõe uma Metrópole e, por fim, um Estado. Enquanto na Europa concomitante ao Estado Novo as ditaduras eram legitimadas, emblematicamente, por discursos históricos que fortalecem sua tradição, no Brasil a retórica era da modernidade.

Nessa tônica do novo, segundo a filosofia do progresso técnico oriunda da ala intelectual do Estado Novo, são as cidades, suas indústrias e automóveis que devem ser copiosamente mostrados ao público, afinal Vargas era o homem que chegou para finalmente repaginar um país que sempre dependeu das forças da terra, da plantação para exportação, condição que sempre, até sua chegada, alijou os brasileiros das benfeitorias do progresso personificado na urbanidade, no trabalho assalariado com garantias trabalhistas de jornada de trabalho e proteção às mulheres e às crianças. Na Alemanha, o partido nazista rechaça qualquer proposta modernizadora, inclusive procede o fechamento da escola Bauhaus, representante de proposta modernista na arte e na arquitetura, exatamente o que o *führer* alemão não desejava. No Brasil, Vargas acolhe ainda antes da instituição do Estado Novo projetos modernistas que mostrem o quão inovador era o novo presidente da república, eleito de forma indireta pelo Congresso em 1934. Se durante a monarquia, 1838, fora fundado o Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, o IHGB, “[...] congregando a elite econômica e literária carioca” (SCHWARCZ, 1998, p. 126),

será na república getulista que se funda, em 1937, o SPHAN, Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, uma instituição “confiada a intelectuais e artistas brasileiros ligados ao movimento modernista”⁶, atual IPHAN, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. De acordo com apresentação oficial na página do IPHAN, o serviço de preservação

[...] foi criado em 13 de janeiro de 1937 pela Lei nº 378, no governo de Getúlio Vargas. Já em 1936, o então Ministro da Educação e Saúde, Gustavo Capanema, preocupado com a preservação do patrimônio cultural brasileiro, pediu a Mário de Andrade a elaboração de um anteprojeto de Lei para salvaguarda desses bens. Em seguida, confiou a Rodrigo Melo Franco de Andrade a tarefa de implantar o Serviço do Patrimônio. Posteriormente, em 30 de novembro de 1937, foi promulgado o Decreto-Lei nº 25, que organiza a “proteção do patrimônio histórico e artístico nacional”. O Iphan está hoje vinculado ao Ministério da Cultura.

Rodrigo Melo Franco de Andrade contou com a colaboração de outros brasileiros ilustres como Oswald de Andrade, Manuel Bandeira, Afonso Arinos, Lúcio Costa e Carlos Drummond de Andrade. (IPHAN, idem)

Ainda que parte da intelectualidade brasileira enxergava o país perpassado por problemas de sua pretérita condição de colônia, o brasileiro estava na mira do novo serviço de preservação da memória, afinal garantir a história era consolidar a imagem de tradição, que perpassa o tempo, leitura que pode ser feita na cédula de Cr\$ 10,00, discutida à frente, porém a memória que os modernistas desejam cristalizar era voltada a sua contemporaneidade, pois parte dos intelectuais que integraram o IPHAN em sua instalação estavam ligados ao movimento artístico-intelectual dos anos 1920, conhecido como Semana de Arte Moderna de 1922, que propunha uma revisão na estética da arte nacional, pela busca de uma representação artística brasileira de fato, sem o rebuscamento e as influências do academicismo europeu. “O modernismo, em seu primeiro momento, pretendia captar e vida em movimento, a eletricidade, o cabo submarino, o automóvel, o avião, o cinema, ou seja, os traços da vida urbana considerada moderna.” (OLIVEIRA, 2003, p. 328) No ano do centenário da Independência do Brasil ocorreu a semana de arte, em São Paulo, bastião da economia e do progresso tecnológico a fim de mostrar o vanguardismo desse Estado, nesse contexto, centro aglutinador das forças políticas que tomaram conta do país até 1930.

Vargas estava nessa lógica inovadora, da energia elétrica, do rádio, alvo do cinema e da imprensa, fora replicado para o público em geral como arauto de uma nação da qual ela era o grande pai. A magia do cinema e sua atração das massas

⁶Disponível em <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=11175&retorno=paginalphan>> Acesso em: 12 ago. 2012.

podem ser entendidas pelo que Benjamin definiu como efeito de choque, pois ao se deparar com uma imagem estática, uma pintura ou um impresso, a reflexão está facilitada uma vez que a imagem diante do leitor é estática, ao contrário do cinema, que traz ao espectador sequências de imagens, adicionado a isto o recurso do áudio, dificultando muito a leitura da obra cinematográfica, sua desconstrução por meio de análises, levando assim o público a espiritualmente entrar no enredo dos filmes, sendo ele próprio personagem da ação. No cinema brasileiro esta proposta tem vários exemplos, o DIP lançou mão grandemente de convencer o público brasileiro de como era a conduta que o poder central determinava ao povo. Mensagens de progresso, obediência, moral, modernidade eram veiculadas nos filmes em que o próprio governo fazia parte do desenvolvimento. De forma silenciosa, os discursos eram propalados e, por muitos, assimilados.

Outras peças cinematográficas cuidaram por levar as mensagens que Vargas queria inculcar no grande público. A modernização da cidade do Rio de Janeiro, quartel general do regime, os automóveis, os eletrodomésticos nas vitrines das lojas, aqui duas mensagens, a tecnologia e o comércio prontos a oferecer soluções confortáveis para os lares, a cultura nacional mostrada nas cenas dos salões e a sala de aula, do interior do país, já equipada com projetor de filmes de cinema (GONÇALVES, 2009, p. 144)

Tais propostas modernas das quais o cinema com suas “páginas luminosas” segundo Vargas, não eram privilégios apenas de grandes centros como São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. O interior também estava no jogo. Sorocaba já contava com salas de cinema. Foram anunciados na sexta-feira, 24 de março de 1939, na primeira página do jornal *Cruzeiro do Sul*, periódico sorocabano, duas apresentações cinematográficas. Em um discreto texto de coluna está a propaganda dos “Theatros S. José - Sta. Helena [...] nestes cines, exhibe-se a primorosa obra cinematográfica “A Rosa do Adro” attrahentissimo film portuguez”, apontado como “um dos mais bellos frutos do cinema luso.” De acordo com outro anúncio, de meia página na capa do *Cruzeiro do Sul* daquele 24 de março de 1939, era anunciada para o público em geral que, no dia 25 de março de 1939, sábado, ocorreria inauguração do Cine Eldorado na cidade. A primeira projeção daquela “luxuosa casa de diversões” trouxe à “cultura população de Sorocaba” a apresentação de “Amando sem saber”, produção estadunidense da Warner Brothers com estrelas famosas de então, os atores Arrol Flyn e Olívia Haviland. Essa inauguração foi a primeira

amostra de tantas outras películas de Hollywood que tanto os Cines Eldorado e Sta. Helena e Eldorado exibiram. Em quatro de abril de 1940, os citados cines anunciavam na capa do periódico sorocabano películas estadunidenses (FUA, op. cit., p. 53-54). Importante observar que as produções culturais trazem ao público massivo da cidade propostas de Portugal, onde o governo ditatorial, nacionalista de Antônio Salazar administrava seu modelo de Estado Novo ao mesmo tempo em que a sociedade brasileira consumia o imaginário do cotidiano dos Estados Unidos da América, vendido como bastião do progresso no continente.

Levar o encantamento do cinema para o grande público poder ser visto como que a proposta de fazer as massas acreditarem em sombras, em discursos imagéticos e sonoros. Para tanto nos baseamos na alegoria da caverna, texto de Platão narrando o proposto por Sócrates a Glauco, que no tempo histórico ora estudado, pode ser lido como um exemplo daquela caverna, o cinema. O pretendido pelas forças do governo e aqui já sob comando do DIP, era manter a propaganda do modelo de realidade idealizada que “[...] fosse senão a sombra dos objetos” (PLATÃO, 2008, p. 210), não levando ao público, sob hipótese alguma “os verdadeiros objetos” (PLATÃO, 2008, p. 238) conforme a parábola socrático-platônica. Se educar é fazer ver o caminho correto, segundo o pensamento filosófico d’A República, a proposta de educação que se lançou mão naquele Brasil do getulismo foi de que o caminho correto era amar, morrer se necessário pelo país, se fazia necessário coletivizar as responsabilidades de cada um. As pessoas deveriam enfrentar os desafios em benefício de algo muito maior, o país, pois a lei conduz para que os homens trabalhem por um bem comum, o bem da cidade, não para seu prazer próprio, singularizado.

Se na antiguidade clássica o pensador questionava aqueles que não queriam se desligar das ilusões, na sociedade midiaticizada, o convite das sombras para as pessoas permanecerem nelas, é muito forte. As produções artísticas, radiofônicas, musicais e cinematográficas emanavam símbolos e mensagens que corroboravam e afirmavam a política do Estado. No que tange à sociedade laica, baseada na divisão social do trabalho e perpassada por práticas culturais que corroboram esse modelo técnico, as vidas das pessoas passaram a ser organizadas a partir do relógio fixado no posto de trabalho e não mais tempo natural do Sol e da Lua ou mesmo em comunidades de tradição religiosa quando os sinos da igreja indicam os compromissos metafísicos de cada um. Em função do

[...] capitalismo industrial, com sua tendência racionalizadora e secularizante, não pode evitar levar seus próprios valores metafísicos ao descrédito, minando assim o próprio fundamento de que essa atividade secular necessita para legitimar a si mesma. (EAGLETON, 2005, p. 64).

Assim os ideólogos do governo promoveram o desejo de o brasileiro se lançar a esse mundo capitalista apresentado como enfadonho por Terry Eagleton. O getulismo se encaixa perfeitamente.

No Brasil estadonovista, era o momento do brasileiro se lançar ao trabalho, ao emprego formal, porém imperava de forma abrangente o racismo, sendo a cor da pele um critério determinante em muitos lugares para se conseguir ou não uma vaga no mercado. Nesse clima de desemprego e inflação, muitos foram os sambas que criticavam aquele estado de coisas. Houve muitos exemplos a exaltar a figura do malandro, *persona non grata* naquele sistema, “um tipo que preferia se dedicar aos bicos, pequenos furtos e exploração de mulheres” sujeito esperto que por opção estava fora das fábricas, levando a vida por conta própria sem propiciar mais riqueza a patrões já endinheirados (ALMEIDA, 1996, p. 9).

Afirma Santos que

[...] os lugares reproduzem o País e o Mundo segundo uma ordem. É essa ordem unitária que cria a diversidade, pois as determinações do todo se dão de forma diferente, quantitativa e qualitativamente, para cada lugar. Trata-se de uma evolução diacrônica, consagrando mudanças não homólogas do valor relativo de cada variável. O desenvolvimento desigual e combinado é, pois, uma ordem, cuja inteligência é apenas possível mediante o processo de totalização, isto é, o processo de transformação de uma totalidade em outra totalidade. (SANTOS, 2006. p. 81)

A ordem proposta por Santos aponta que o lugar está em relação direta com o macro, em seu fazer-se cotidiano, com afirmações e contradições entre o local e o global, que gera um novo local, a partir de sua especificidade, de sua própria história.

As mudanças que se mostravam pela renovação tutelada pelo poder central pretendiam expulsar pela força ou pela persuasão as dicotomias indesejadas naquele momento. Por dicotomias, se coloca em campos opostos a cultura local do Rio de Janeiro, território de marcada herança africana e escravista, que era o incômodo, devendo esta ser transformada em cultura do trabalho urbano, sindicalizado, monitorado. O trabalhador urbano, o operário sindicalizado, menina dos olhos do sistema, era zombado nas rodas de samba do Rio de Janeiro, então Capital Federal. Wilson Batista, famoso compositor naqueles anos, gravara em 1940

o samba “Lenço no pescoço”⁷ expondo a situação bastante difícil de quem preferiu a carteira assinada paralelamente à vida do malandro. Nos primeiros versos, diz o compositor:

Meu chapéu do lado
Tamanco arrastando
Lenço no pescoço
Navalha no bolso
Eu passo gingando
Provoco e desafio
Eu tenho orgulho
Em ser tão vadio

Sei que eles falam
Deste meu proceder
Eu vejo quem trabalha
Andar no miserê
Eu sou vadio
Porque tive inclinação
Eu me lembro, era criança
Tirava samba-canção
Comigo não
Eu quero ver quem tem razão

Sobre a resistência exposta por Batista é possível ler nas entrelinhas como esse autor comunica sua vivência, seu eu, afinal, neto de ex-escravos, coloca-se a si próprio como o malandro que ganha a vida com música, porém não será sempre na agremiação opositora que essa figura permanecerá.

A partir desta resistência, Pena (2005, p.101) suscita

[...] não haver uniformidade no processo de recepção. Há sobretudo uma hibridização, uma mistura em vários níveis culturais. A massa [...] consome os produtos dos meios de comunicação de forma muito diferente, sofrendo influências do meio, da sua cultura particular e das culturas dos outros.

Naqueles anos 1930-40 a noção de cisma social “da área de ambivalência entre raça e sexualidade, do bojo de uma contradição insolúvel entre cultura e classe, do mais fundo da batalha entre representação psíquica e realidade social” (BHABHA, 1998, p.70) em que o Brasil se encontrava, é pertinente o contato com a teoria de Homi Bhabha que pontua sobre o engendrar das diferenças sociais que emergem como produto do projeto de sociedade que se construiu historicamente, por isso, podem se considerar legítimas as várias formas de escrita política.

No que o teórico explica sobre o norte africano pós-colonial, na Argélia, ambientação de populações autóctones territorialmente que se tornarem

⁷ BATISTA, Wilson. “Lenço no pescoço” disponível em:

<http://www.todascifras.com.br/t/1095352/wilson-batista--lenco-no-pescoco--letra>
em: 03 jun. 2012.

Acesso

estrangeiros politicamente em seu próprio local de origem, serve como ponte para análise do Brasil, que, com Wilson Batista, para ficar apenas nesse exemplo, trazia na pele o atestado da segregação.

Os termos do embate cultural, seja através de antagonismos ou afiliação, são produzidos performativamente. A representação da diferença não deve ser lida apressadamente como o reflexo de traços culturais ou étnicos preestabelecidos, inscritos na lápide fixa da tradição. A articulação social da diferença, da perspectiva da minoria, é uma negociação complexa, em andamento, que procura conferir autoridade aos hibridismos culturais que emergem em momentos de transformação histórica. O "direito" de se expressar a partir da periferia do poder e do privilégio autorizados não depende da persistência da tradição; ele é alimentado pelo poder da tradição de se reinscrever através das condições de contingência e contradição que presidem sobre as vidas dos que estão "na minoria". (BHABHA, 1998, p. 20-21)

Nessa análise, os embates entre os discursos do poder central e a cultura popular, seus antagonismos, aquilo que o DIP desejava era, senão liquidar, ao menos reorientar as falas que criticavam aquela realidade, para que passasse a corroborar a ideologia oficial e não mais solapá-la.

A "articulação social da diferença" que, segundo Bhabha, "procura conferir autoridade aos hibridismos culturais" fora posta em prática pela violência num primeiro momento, não logrando êxito, a segunda investida foi pela compra. O samba passa a ser financiado, contanto que propagandeasse os valores do Estado Novo, sobretudo, trabalho e família. Assim, foi reescrita a tradição da música carioca, que passa a ser composta para exaltação daquilo que outrora espinhava, porém, não se atingiu a totalidade, como em qualquer processo social, humano, as dissidências estavam vivas. Paralelamente a esse constructo, a censura estava bastante ativa.

Ao se considerar a citada desuniformização, é válido pontuar que práticas culturais ou políticas fora dos cânones do DIP eram passíveis de punição, pois já o artigo segundo da lei de criação do Departamento, a Lex, Legislação Federal, 1939, p. 666-667 exposta na "terceira república" (CARONE, 1976, p. 48), artigo composto de dezesseis tópicos que rezavam sobre suas ações, destes o terceiro ponto trazia a afirmativa de que cabe ao órgão "fazer a censura do Teatro, do Cinema, de funções recreativas e esportivas de qualquer natureza, da rádio-difusão, da literatura social e política, e da imprensa, quando a esta forem cominadas as penalidades previstas por lei." A malandragem deveria ser perseguida.

Para conter e rechaçar as assimilações que o público desenharia, o governo

passa a usar a música para promover sua ideologia, pois “[...] se a música comunica, não é só porque ela transporta informações ou mensagens, mas porque ela é capaz de estabelecer uma empatia e envolver os ouvintes afetivamente” (VALVERDE, 2007, p. 224). Ainda na década de 1930 surgem as primeiras escolas de samba a fim de passar um ar mais sério para os grupos de sambistas, “as escolas de samba passaram a receber verbas oficiais para a organização de seus desfiles, sob a condição de sua legalização junto a organismos policiais” (ALMEIDA, 1996, p. 11)

O samba, que outrora se mostrara como ameaça, passa a ser mecanismo de propaganda daquele modelo de Estado pretendido por Vargas e seus pares, leia-se a burguesia industrial que teve no samba “O bonde São Januário”⁸ caso explícito de disciplina cultural quando os versos de Ataulfo Alves e Wilson Batista, em 1940, diziam que

Quem trabalha é quem tem razão
Eu digo e não tenho medo de errar
O bonde São Januário
leva mais um operário
Sou eu que vou trabalhar

Enquanto produto da indústria cultural, o samba que criticava passa a corroborar o estado de coisas. “A facilidade com que o fascismo podia empregar isso foi um alerta de que a democratização da cultura da classe trabalhadora não fora necessariamente uma benção absoluta.” (HARVEY, 2000, p. 311) Quando as forças do poder passam a usar do potencial midiático para divulgar sua ideologia através da mensagem sempre vista como contraponto, significa vitória contra questionadores agora assimilados. Essa faceta dos regimes em cooptar resistências e transformá-las em parceiros é traço de governos pautados no unilateralismo. Contudo, remeter ao entendimento de Pena sobre o consumo do produto cultural pela massa e sua multifacetação cultural complexificando a recepção, não se pode garantir que a letra permitida e aprovada pelo DIP não sofresse alterações. Uma vez que não se pode considerar homogeneidades no seio da sociedade, as resistências ao sistema persistiram até seu ocaso logo após o término da guerra mundial.

⁸ BATISTA, Wilson. “O bonde São Januário” Disponível em:
<<http://www.todascifras.com.br/t/1268962/wilson-batista--o-bonde-sao-januário--letra>> Acesso em: 03 jun. 2012.

Até 1942, vigorava no país o padrão monetário mil-réis, herança do Brasil pré-Vargas. Do aparato ideológico que o governo usa para acampar sob si as resistências, restava a reforma econômica daquele Brasil que sofria com a desvalorização do dinheiro. Ao sepultar o mil-réis com a entrada em circulação do Cruzeiro, o povo fora contemplado com cédulas e moedas, diretamente identificadas com o discurso do Estado Novo. Sambistas, artistas e o povo em geral não puderam se esquivar desse veículo de propaganda, o dinheiro, suporte iconográfico da propaganda ideológica do varguismo.

4 MOEDA: CONTEXTO POLÍTICO E SOCIAL DO CRUZEIRO

Segundo Raymond Williams, a moeda é um veículo por onde transitam símbolos de poder e as representações nela cunhadas indicam tanto força militar como econômica:

As novas técnicas de reprodução e circulação deliberadas, são, pois, de grande significado sociológico. Em seus exemplos mais antigos, como selos, moedas e medalhas, ligavam-se diretamente à expansão do comércio e à do império político. A imagem visual simbólica reproduzível tornou-se um modo de definir uma área social de crédito ou de poder. No caso do império político, a produção e reprodução decisivas de uma área de poder dava-se sem dúvida por outros meios (militares e políticos), embora no nível da reprodução o uso da imagem reproduzível da autoridade se tenha tornado e continuado a ser muito importante. No caso da expansão do comércio, a imagem reproduzível como moeda corrente (muitas vezes estampada sobre material de valor intrínseco) tornou-se bastante decisiva na expansão das relações comerciais e foi também fator preponderante na produção de novos tipos de comércio. Em ambos os casos, a imagem reproduzível ainda era primordialmente função de relações políticas e econômicas. (WILLIAMS, 1995, p. 95-96)

Ao se considerar os séculos passados, numa sociedade que não conhecia a publicidade como a entendemos hodiernamente, a origem do dinheiro era o índice de seu valor a partir de sua simbologia. Fora assim com os reinos da antiguidade, fora assim com a moeda que circulou na Europa da transição entre a servidão coletiva e as relações de trabalho assalariado, no que já se entende por relações de produção capitalista. Do recorte da formação dos Estados Nacionais para os Estados Nacionalistas contemporâneos, o dinheiro se mostra como suporte dos discursos de poder. Na primeira metade do século passado, época de líderes carismáticos que souberam ganhar as massas sob discurso de representá-las legitimamente, estabelece-se a figura de um líder popular, de um governante populista. O ocidente dessa época viveu de forma intensa essa prática, cada parte com sua peculiaridade.

O início da massificação na América Latina coincidiu com dois processos recentes e fundamentais: a vigência dos governos populistas e a construção das identidades nacionais, nos quais as indústrias culturais atuaram diretamente. Os meios massivos começam a implantar-se e a ganhar força [...] a mídia nasce não para criar o público massivo, ao contrário, ela é consequência, nasce porque já existe um público massificado para produtos culturais. (PENA, 2005, p. 100).

Ao se voltar para a produção cultural carregada de símbolos que tingiram o cinema, a música, a literatura, a pintura, que produzem efeitos plurais no público

leitor-consumidor, esse mosaico de significações acabou por implicar a aceitação, a rejeição, tensões e conflitos.

Inserido na lógica dos anos 1930-40, recorte em que pululavam vários governos totalitários, que assistiu à depressão econômica e à segunda guerra mundial, eventos que reordenaram os meandros do sistema capitalista, o Brasil é um país com história marcada por levantes militares sobretudo sob vigência do regime republicano que recorrentemente sobrepujaram qualquer peso de decisão popular. Sob a batuta de um ditador populista, muito fora propagandeado sobre a grandeza de um Brasil forte. O que não se discutiu, porém foi sobre quem pesava essa força.

Do que apresenta Rossetti (2000, p. 168-171) sobre as moedas como simples peças de um mecanismo que possibilita trocas indiretas, em função da complexidade das redes de trocas, é possível levar essa discussão para além do entendimento de um objeto prosaico, para uma leitura que contempla moedas como suporte para textos e símbolos.

Peças produzidas em série para garantir a veracidade dos símbolos que carrega, já na antiguidade “[...] os gregos só conheciam dois processos técnicos para a reprodução de obras de arte: o molde e a cunhagem. As moedas e as terracotas eram as únicas obras de arte por eles fabricadas em massa” (BENJAMIN, 1987, p. 175). Janson dirá que

[...] a partir do tempo de Alexandre Magno, os retratos dos soberanos começaram a aparecer de perfil. Os seus sucessores, a princípio, mandaram cunhar o rosto do imperador macedônio nas suas moedas, para sublinhar os laços que os ligavam ao grande conquistador divinizado. (JANSON, 2001, p. 217)

Segundo esse autor, até aquele ponto havia representação iconográfica nas moedas, porém sem esse cuidado da exibição perfilada do modelo. Os sucessores de Alexandre cuidaram por exibir seu perfil no anverso de uma moeda e o rosto do Imperador no verso, a fim de garantir peso e autoridade a sua imagem, pois está imediatamente próximo do homem maior do Estado.

No século XX, Getúlio Vargas garantiu a mesma representação que já pode ser vista nas moedas de \$100 e \$200 já exibidas. No exemplo a seguir estão as moedas de \$400, em cuproníquel e 1\$000 réis⁹ em bronze-alumínio respectivamente, que circulavam no Brasil na década de 1920, período em que a

⁹ Coleção particular do autor.

política dos governadores, sempre amparando os produtores de café, vigorava. O mil-réis apresentava várias estampas, tanto em cédulas como em moedas.

Figura 11: Anverso com representação feminina da República e reverso da moeda de \$400 (quatrocentos réis) em cuproníquel, 1925.

Figura 12: Anverso com representação feminina da República e reverso da moeda de 1\$000 (mil réis) em bronze alumínio, 1928.



As imagens acima são indicativo da economia daqueles anos. Os \$400 acima, de 1925, difere no tamanho de sua sucessora de mesmo valor cunhada em 1938, já apresentada (item 2.1, p. 21). A segunda com a efígie de Vargas é menor, com 21mm no diâmetro, enquanto que a moeda produzida nos anos 1920 tinha 30 milímetros, ambas feitas em cuproníquel. Essa redução do tamanho para o mesmo valor monetário sugere a inflação, que será atacada de forma mais enfática com o advento do Cruzeiro, a fim de corrigir aquela situação econômica.

O que se pode ler nessa moeda remete ao Estado não ao homem. Lá está a descrição do valor, ano de cunhagem e, do outro lado, a representação feminina da República, da maneira que fora usada ao longo de praticamente toda primeira fase republicana. Nota-se o nome que o Estado brasileiro ganha a partir da instauração do regime republicano, Estados Unidos do Brasil, que se alça ao patamar de paradigma. Considerando Carvalho (1990), a inspiração dos Estados Unidos da América fora forte entre os que engendraram o novo regime no Brasil, além da imagem idealizada da república no reverso, de inspiração francesa.

No início do século XX, quando o Brasil republicano era muito jovem, as moedas traziam em seus reversos símbolos republicanos, comunicando a ideia de que o novo regime de Estado estava de fato consolidado. Ao se estabelecer um paralelo entre as duas representações imagéticas usadas nas moedas, veremos que Vargas está no mesmo patamar que a própria República, uma vez que a imagem feminina foi preterida em relação ao chefe do executivo, líder máximo do país. Na necessidade de personificar o poder, o perfil do presidente da República passa a ser usado no dinheiro a partir de 1938. Pela datação dos réis acima com a efígie de

Getúlio Vargas, é sabido que o Estado Novo já vigorava. Na antiguidade, ter a sua efígie na mesma moeda que estampava a face de um Imperador sugeria poder, no Brasil getulista houve moedas com a representação do mapa do Brasil no anverso e seu respectivo valor monetário reverso paralelamente a outras moedas que traziam Vargas no anverso e o valor monetário no reverso, analogia que leva o entendimento de que o presidente era o Brasil e vice-versa.

Como já citado, a escolha do recorte da pesquisa direcionado aos anos 1937-1945 busca apurar a mudança do dinheiro em um momento de ácida mudança sócio-política e, por conseguinte, mudança do dinheiro para reformar uma época onde se lê sobre autoritarismo de Estado e acelerada modernização social calcada no processo industrial. Sobre a ideia de cultura que se tem no que se quer buscar no recorte escolhido se encontram contundentes dissonâncias na sociedade brasileira, marcada por uma realidade rural, vista como a imagem do atraso e outra industrial, urbana, moderna, por fim superior à primeira, ambas em concomitância e coexistência, em conflito permanente, visto que a nova ordem praticada a partir de 1930 tem por fim o avanço técnico industrial em função do malogro das receitas oriundas das lavouras de exportação ao mesmo tempo em que ocorre marcada carestia na importação de produtos industrializados.

A respeito desses dois elementos, Eagleton (2005, p. 10) dirá que são os habitantes urbanos que “são “cultos””, e aqueles que realmente vivem lavrando o solo não o são. Aqueles que cultivam a terra são menos capazes de cultivar a si mesmos. “A agricultura não deixa lazer algum para a cultura.” A assertiva de Eagleton corrobora a vida urbana, na realidade capitalista que se pretendia naquele contexto.

Enquanto o governo do Brasil pretende a industrialização como principal mote econômico, carecia de mão de obra para tanto. Nessa toada o governo age para promover soluções, a demanda de mão de obra para a indústria e a educação escolar passaram a ser orientadas também para esse foco. Surgem os cursos técnicos para a formação do novo tipo de trabalhador que o Brasil carecia, o operário fabril urbano e nesse processo o viver nas cidades se consolida como a proposta de vida a ser buscada, uma vez que para atender às exigências do sistema industrial, residir o mais próximo possível se torna necessidade a fim de obedecer a um dos novos controladores da vida humana, o relógio.

Uma alteração de caráter fundamental foi o deslocamento do sistema de transporte público e privado, da esfera dos bondes elétricos, das carruagens e dos poucos automóveis, para a implantação em massa das linhas de ônibus e o uso extensivo de automóveis particulares, mesmo consideradas as dificuldades de suprimento da demanda, durante e após a Segunda Guerra Mundial. (REIS FILHO, 2000, p. 109)

Nesse ponto havia duas propostas para urbanização, uma orientada pela estética e outra, pela técnica. Quanto à estética, a influência alemã era clara, com fachadas de cinza predominante, sendo posteriormente o arquiteto suíço Le Corbusier o consultor do renovo que ocorria. Os antigos edifícios e residências do início do século deram lugar a projetos maiores, novos edifícios de maior altura, de acordo com o padrão estadunidense. Nessa toada ganha impulso o surgimento de novos apartamentos residenciais, reflexo de uma classe média que cresce e na lógica do sistema capitalista, ao passo que a modernização caminhava e as melhorias eram alcançadas, para quem podia tocá-las, pois era simultâneo o surgimento de novos mocambos e o adensamento das favelas. No que tange à técnica, eram necessárias novas avenidas que viabilizassem o fluxo de automóveis e transporte público que vinha aumentando

[...] vias públicas de maiores dimensões [...] como uma forma de engenharia urbana. Esse era o caso, no Rio de Janeiro, da abertura da Av. Presidente Vargas, como uma grande via de acesso à zona norte da cidade. (REIS FILHO, 2000, p. 110)

No Brasil do final dos 1930 e início dos 40, o poder central que se pretende renovador do Estado e da nação, onde o presidente da república é propagandeado como arauto do renovo, tal proposta se limita a poucos setores, não era um projeto para integração de classes, o que o coloca em xeque o que se divulgava, pois “[...] não há modernização consistente sem urbanização e sem modernização das relações na esfera do trabalho, sem democratização.” (REIS FILHO, 2000, p. 116)

Na divisão social do Brasil varguista se encontrava a parcela da sociedade, a população rural, que não gozava dos benefícios trabalhistas garantidos pela Constituição ao trabalhador industrial sindicalizado. O homem do campo, conhecido popularmente por caipira, tem em sua história a mescla física e cultural entre branco, índio e negro,

[...] uma espécie de miscigenação que ao longo do tempo se desenvolveu a partir de uma vida rústica e peculiar de se vestir, comer, habitar, divertir-se, e tantas outras marcas que revelam uma cultura diferenciada e por vezes marginalizada pelo sistema midiático e econômico. (SANCHES, 2011, p. 14)

No que tange à cultura rural, sua culinária, crenças, lendas, seu folclore e

suas músicas, costumes que se manifestam no cotidiano do campo, concentram-se na esfera do pitoresco, do retrógrado e, com o passar dos anos, consolidou-se a equivocada ideia de que fora das cidades, o que se pratica não se entende como cultura, pois está longe do saber técnico, longe do saber clássico e dos procedimentos da produção técnica mecanizada.

O totalitarismo do Estado Novo carecia de equipar o Brasil com indústrias e supri-las de mão de obra capacitada para produção para se alcançar o progresso. Se Vargas fora o pai dos pobres, é válido apontar que dos pobres da cidade, leia-se operários e dos futuros operários fabris. O país de longa história agrícola estava embalando, sob Vargas, nos trilhos da modernidade industrial com suas ações unilaterais na política pública. Nas benfeitorias alcançadas pelo operário industrial dos anos 1930-45, houve claro avanço, contando-se com jornada de oito horas, férias remuneradas, proteção ao trabalho infantil entre outros amparos quando o trabalhador rural foi preterido naquele processo, sem as mesmas garantias por seu trabalho. Os poderes investidos em Vargas, garantidos pela aliança com a burguesia industrial e os grandes produtores rurais, são a tônica de governo totalitário, que se propunha livre de qualquer oposição.

Pode-se definir o totalitarismo como um poder de aparelho de Estado sobre todas as dimensões da sociedade em razão de seu monopólio político, teológico, militar, policial. No totalitarismo moderno, o Estado que subjuga é também subjogado pelo aparelho de um partido único Todo-Poderoso dispondo de um poder, ao mesmo tempo, político, policial, militar e quase teológico, este assegurado pela onisciência dada aos dirigentes do partido pela posse da doutrina infalível, fonte de todas as verdades humanas e naturais; o partido ramifica-se em todos os alvéolos da sociedade e controla todos os aspectos da existência. Tal ditadura do aparelho não escapa à ditadura de um chefe sobre o aparelho. No totalitarismo antigo, o rei faraó ou o César endeusado apropriava-se do poder sacralizado do Estado. O totalitarismo moderno viu o culto do chefe quase divinizado [...] (MORIN, 2007, p. 186)

Tais seus pares de época, Getúlio Vargas esteve à frente do governo amparado por rígida força militar e burocracia estatal que contava com o apoio da alta burguesia brasileira ao mesmo tempo em que tinha apoio de grande parte da classe operária. O empenho em mostrar que o Brasil se renovara, e de certa forma começara com aquele governo, era claro. Obviamente havia dissonâncias políticas e ideológicas, mas estas foram sendo silenciadas ou cooptadas mediante proposta pecuniária.

Naturalmente, muitas instituições políticas, movimentos ideológicos e grupos – inclusive o nacionalismo – sem antecessores tornaram necessária a invenção de uma continuidade histórica, por exemplo, através da criação

de um passado antigo que extrapole a continuidade histórica real seja pela lenda [...] ou pela invenção. Também é óbvio que símbolos e acessórios inteiramente novos foram criados como parte de movimentos e Estados nacionais, tais como [...] a personificação da “Nação” por meio de símbolos ou imagens oficiais [...] ou não oficiais. (HOBSBAWM; RANGER, 1984, p. 15)

As mídias da época, secundárias e terciárias, passaram a veicular as propostas do getulismo. No cinema, na música, na imprensa, nas artes, inclusive no dinheiro, verificou-se a ação do Estado totalitário.

As práticas culturais do Estado Novo podem ser entendidas no “espírito formador de um modo de vida global, manifesto por todo âmbito das atividades sociais, porém mais evidente em atividades “especificamente culturais””, a saber, a produção da linguagem, da arte e da intelectualidade (WILLIAMS, 1995, p. 11) focando apenas a Brasil urbano em detrimento do rural, o que responde à lógica varguista e da burguesia industrial que o amparava. Contudo não se pode cair no simplismo de pensar que o aquele regime vira as costas aos grandes proprietários rurais, latifundiários de herança, coronéis, título erigido ainda no XIX. A proximidade com aqueles detentores do poder econômico fora sempre trabalhada.

O órgão governamental que cuidou com esmero da imagem do presidente foi o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, criado em 27 de dezembro de 1939 - que substituiu o antigo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural. O DIP era mais forte, mais incisivo e, ao longo dos anos, até seu fechamento em 1945, com o fim do Estado Novo, o

[...] DIP se tornará cada vez mais poderoso, pois é ele quem regula a censura, permite a saída de novas revistas e jornais, tornando-se assim o órgão coercitivo máximo contra a liberdade de pensamento e de expressão. Além disso, no decorrer destes anos, o DIP publica livros e revistas de elogio ao Estado Novo. Por sua vez, nos Estados existem ramificações denominadas de Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda (DEIP), que exercem também a censura local e editam publicações. (CARONE, 1976, p. 48)

Orquestrada pelo DIP, a mídia trabalhou para a construção de um país que se modernizava ao mesmo tempo em que construía o imaginário do nacionalismo sob o manto da uniformização ideológica, exaltando a necessidade de o indivíduo se vincular ao mundo do trabalho, do povo ordeiro e trabalhador, porém sem considerar as diferenças de classe, com as atenções voltadas para o urbano em detrimento do pequeno plantador, pobre, que cultivava para o próprio sustento ou para atender pequeno comércio ao redor de sua propriedade. Esse trabalhador não ganhou

carteira assinada, nem jornada de oito horas, nem amparo ao menor de quatorze anos com longa jornada de trabalho.

O rádio fora o veículo da vez naquele momento e o governo já sabia de muito seu poder de ação, daí a necessidade de estar a par do que seria levado para dentro dos lares, quais mensagens construiriam a imagem simbólica do grande pai.

Em dezembro de 1937, existia um aparelho de rádio para cada 240 habitantes no Brasil. Só em São Paulo [...] havia 80 mil aparelhos, que correspondiam a 60% dos lares da capital [...] em 1938 o rádio já era um meio de comunicação de massa. [...] A década de 1930 terminava com o rádio consolidado no Brasil. (GONTIJO, 2004, p. 361)

Controlando o que era apresentado ao público, “[...] o governo de Getúlio Vargas criou o Serviço de Radiodifusão Educativa, em 1937, órgão responsável pela irradiação dos programas educativos” que sofrera várias intervenções durante o Estado Novo (GONTIJO, 2004, p. 358). Ao se levar em consideração o contexto de um país em processo de industrialização e urbanização, com sérios problemas sociais, de saúde, falta de saneamento, com apenas cerca de meio século de abolição da escravidão e entre 1942-45 envolvido numa guerra mundial, a postura arbitrária e disciplinadora do Estado não mediu esforços para corrigir resistências. O mosaico de signos culturais que ano após ano passaram a compor mais e mais o cenário urbano contribuía para que, de acordo com a proposta de Estado que o governo pretendia, houvesse avanço do controle sobre as manifestações populares. Concordamos com Miriam Cristina Carlos Silva quando apresenta que

[...] assim como um sistema de signos, a cultura funciona como uma espécie de inteligência coletiva, composta por conjuntos de proibições e prescrições, ou seja, por programas de comportamento. Os signos desse sistema são responsáveis por converter fenômenos em significação, armazenada não nas consciências individuais, mas nas relações, nas entrelinhas tecidas por emissor e receptor. (SILVA, 2010. p. 275)

A proposta cultural que se buscava lutava contra a heterogeneidade de histórias e vivências que sempre fizeram parte da história do Brasil. Trocas de ideias produzem novos códigos em mudança constante que são criados a partir do já construído anteriormente, do que foi herdado. Os hábitos familiares deveriam seguir os modelos que o governo, controlador da mídia, propalava, ainda que fossem na contrapartida dos costumes ou não. Sobre esse conflito e o modelo vindo de cima para baixo sob Getúlio Vargas, dirá Eliot (1988, p. 57) que “[...] o canal primário de transmissão de cultura é a família: nenhum homem escapa do tipo, ou ultrapassa totalmente o grau de cultura que adquiriu de seu ambiente primitivo.” O modelo de

vida rural e toda sua herança imaterial composta de seus costumes, práticas, crenças, era visto como atrasado pelo sistema e emanador de mazelas sociais, concentrador de pobreza, porém de lá também vinha a música popular cantada nas cidades, sobretudo no Rio de Janeiro, capital federal, a música sertaneja e o samba que embalavam grande público e teciam críticas ao governo.

Para Enio Squeff e José Miguel Wisnik “[...] o conceito de nação (pelo menos no Brasil) só surge no rastro do desenvolvimento urbano. [...] certos gêneros musicais considerados populares só nascem com a estruturação dos grandes centros urbanos. São os centros urbanos que caracterizam e irradiam certos gêneros.” (SQUEFF; WISNIK, 2004, p. 36) Os autores consideram que não se deve excluir da proposta de produção cultural a zona rural ou qualquer local mais afastado da complexidade da cidade industrial. Seja onde for que o homem tenha se estabelecido, ali há cultura.

Na medida em que a industrialização brasileira faz-se a partir das gestões do Estado, cabe também ao Estado gerir a arte. Não é um procedimento estranho ao processo de industrialização do Brasil o assessoramento da máquina burocrática nas várias etapas em que se dá este processo. (SQUEFF; WISNIK, 2004, p. 37)

A respeito da construção do sentimento de nação, essa proposta pode ser lida tanto pelo viés do discurso burguês quanto pelo popular, uma vez que pela fala burguesa, a nacionalidade faz-se a partir da concatenação de fatores sociais, políticos e econômicos:

[...] a identidade nacional confunde-se com o surgimento de uma classe que de um modo ou de outro tem alguma coisa a ganhar com a consciência necessariamente proselitista da existência de uma nação com todos os seus valores. (SQUEFF; WISNIK, 2004, p. 49)

Apesar de a proposta burguesa ter organizado os nacionalismos mundo afora, não se pode negar que longe da esfera política hegemônica que detém os poderes do Estado, a população também tem sua forma de se identificar com a terra, com o grupo, por meio de costumes, religião e arte própria, sendo possível inserir aqui como a modinha cantada na rua, as raízes de uma forma musical que culminará no samba, no ritmo que será o mais popularizado na capital federal nos anos 1930-40. Essa forma de identidade nacional na qual a música o povo remete à ideia de que “o nacionalismo é menos uma ideologia oficial, um esforço subsidiado de superar as estruturas econômicas, e mais a descoberta de que a nação existe como valor antes do nascimento do nacionalismo.” (SQUEFF; WISNIK, 2004, p. 49) O projeto burguês de nação vai do pressuposto de que nação e civilização se irmanam dentro da

historicidade capitalista-cristã-urbana, possuindo na contrapartida as características próprias de um grupo regional que se vê como nação a partir das diferenças em relação ao outro.

Do que se depreende que, durante o processo de construção do homem brasileiro, há uma retórica imbuída dos valores do capital paralela a um discurso já completo no que tange ao conceito nação, no qual será facilmente vista uma nação portuguesa concomitantemente a várias outras nações, tupis, bantos, malês e tantas outras que compuseram o mosaico étnico do qual o brasileiro, sua cultura e história, são constituídos.

A nacionalidade do brasileiro tem vínculo direto com a herança cultural africana. O papel do colonizador brasileiro, ao se integrar sexualmente tanto ao aborígene autóctone quanto ao escravo oriundo da África desenhou um perfil de miscigenação que não ocorreu em outras partes dos sistemas de colonização europeia. Enquanto o inglês se mantinha em suas relações entre brancos, o ibérico se mesclou às demais pessoas de seu cotidiano, escravizadas ou não, considerando o caso do Brasil e a capital necessidade da mão de obra africana, nessas paragens o negro tem peso considerável na geração de receita, era mais que número, uma vez que será explorado na lavoura e na cidade, enquanto escravo de ganho.

A gestualidade africana já estaria nos usos e costumes de boa parte dos mulatos gerados pela colonização sexual; mas a música negra – ex-escrava – entrou no contexto brasileiro a partir da mudança do caráter da mão-de-obra escrava para o braço livre. O ex-escravo teria de ser de alguma forma assumido oficialmente – já que extra-oficialmente isso acontecera e não apenas devido à importância que a escravidão possui no Brasil colonial ou no Brasil independente. (SQUEFF; WISNIK, 2004, p. 51-52)

Esse quadro de costumes desligados das regras de moral que a nova classe média e o governo almejavam carecia de rápido acerto e o DIP era o canal para isso, para por meio da propaganda e da promoção de um modelo cultural, higienizar e harmonizar o país.

Digno de nota é que os negros e sua descendência, carentes de conhecimento técnico e letramento, tinham poucas chances no mercado de trabalho urbano, pois

[...] não conseguiram enfrentar a competição desigual com o imigrante, por não dominarem as regras intrínsecas à sociedade em emergência [...] o legado da situação de castas típica da condição escrava, os ex-escravos não conseguem assimilar as potencialidades presentes na situação de classes. Os desajustamentos decorrentes impediram-nos de alçar à condição de cidadãos que, de resto, era apanágio dos dominantes.” (ARRUDA, 1996, p. 284)

Os habitantes dos morros cariocas, pobres por excelência, afro-descendentes, alijados de qualquer participação na organização política do país, afinal compunham a nova geração daqueles que até poucas décadas atrás viviam como peças nas senzalas ou ao largo nas cidades, ocupando vagas de serviçais na nova cidade que surgia na dialética industrialização-urbanização. Nesse cenário grassava o analfabetismo de forma veemente e o sistema percebeu isso rápido. Integrar o brasileiro no espírito do Estado Novo era atributo do DIP e a principal meio de comunicação de então, o rádio, foi largamente usado para levar aos lares e às ruas os discursos do presidente da república que empunhava a batuta do Brasil altivo uma vez que

[...] um político que faz sua campanha pelo rádio poderá falar com voz suave, amigável, dirigir-se individualmente a cada ouvinte. O médium radiofônico permite à fala introduzir-se na casa de qualquer pessoa, surpreendendo-a em sua intimidade familiar. [...] O discurso tende a tornar-se uma fala de indivíduo a indivíduo” (MAINGUENEAU, 2005, p. 73).

Nivelar o povo, promover o nacionalismo, fomentar a brasilidade foi a meta a ser alcançada por aquele governo que entendia que minimizar diferenças, ainda que apenas na esfera do imaginário, seria a forma mais fácil de administrar as divergências político-ideológicas, ao promover a retórica ascensão econômica, da paz interna e do irmanamento entre os cidadãos, por meio do falseamento da realidade social do país, tudo isso num cenário internacional de guerra, afinal naqueles anos 1930-40 boa parte da mão-de-obra especializada era europeia imigrante, a saber italianos, alemães, franceses, espanhóis entre outros que chegaram a estas paragens na segunda metade do século XIX. Seus descendentes aqui nascidos, no máximo a segunda geração desses, compunham a mão-de-obra ativa profissionalmente, compunham o grupo de trazia ideias gestadas no Velho Mundo, o socialismo e o anarquismo, que aqui soavam como perigosas, quase heréticas. As crianças, filhos e filhas desses imigrantes, passaram a ter atenção especial do governo, pois era lá na escola, lugar de excelência do aprendizado, que deveria começar o adestramento da nova geração que aplaudiria o getulismo.

4.1 Grande pai e líder: o desenvolvimento do imaginário varguista

A história da República brasileira tem início no final do século XIX quando, por

meio de um golpe de Estado liderado pelo exército, apoiado por parte da sociedade civil, é deposto o governo Imperial. Nos mais de 120 anos transcorridos de história republicana, muitos movimentos sociais ocorreram tingindo com várias cores a República brasileira, regime que tem um Marechal do exército como primeiro presidente. Deodoro da Fonseca, responsável pelo rechaço da monarquia, não conseguiu sustentação social e política, não completa seu mandato, passando a faixa para outro Marechal, Floriano Peixoto. Após este último, o Brasil viu a sucessão de presidentes civis controlarem o Estado nacional a partir de articulações que beneficiassem uma oligarquia agrária. Esse foi o roteiro de um país onde o analfabetismo e a miséria se faziam presentes de norte a sul, além do total alijamento do povo nas decisões políticas.

A sucessão de presidentes-fazendeiros fora até 1930, ano em que entra em colapso o sistema do café-com-leite, quando desarranjos dentro da oligarquia agrária abrem espaço para novas forças políticas, até então não contempladas pelo jogo do poder, ascenderem ao comando do Estado. A partir deste ponto será destacada a figura de Getúlio Dorneles Vargas, advogado de formação, então presidente do estado do Rio Grande do Sul, candidato vencido nas eleições presidenciais de 1930, líder de um golpe de Estado que pôs termo à chamada República Velha. Apenas 31 anos após sua fundação, a República brasileira está em ebulição. Vargas sentara na cadeira de Presidente do país em outubro de 1930 como líder de um governo provisório para se tornar presidente de fato por eleição indireta, passando a chefe de uma ditadura contundente. Sairá somente em 1945, deposto pelo exército, por nomes que o auxiliaram e deram suporte no movimento de 1930. Vargas construiu sua imagem por meio da promoção do grande líder, usou os recursos de mídia que estavam à mão. Ainda no governo provisório, foi baixado o Decreto n. 21.111, regulamentando os serviços de radiodifusão. Tal medida leva ao entendimento de que o rádio já está bastante presente na vida do país ao mesmo tempo em que a datação do decreto coincide com a revolta do estado de São Paulo contra as ações do governo provisório que debelou os poderes dos grandes cafeicultores paulistas, do que decorreria a chamada Revolução Constitucionalista de 1932. (NOYA PINTO, 2002, p. 42-43) Essa medida é vista no início do processo que culminará com o controle total da mídia pelo Estado, Getúlio Vargas fará esforços sucessivos para a criação e manutenção da identidade de um personagem pai de todos os brasileiros, por meios imagéticos e sonoros. Será durante seu período na

chefia do Estado Brasileiro que se estabelece de maneira bastante sólida o que Theodor Adorno e Max Horkheimer chamaram de indústria cultural.

O segmento sobre a "indústria cultural" mostra a regressão do esclarecimento à ideologia, que encontra no cinema e no rádio sua expressão mais influente. O esclarecimento consiste aí, sobretudo, no cálculo da eficácia e na técnica de produção e difusão. Em conformidade com seu verdadeiro conteúdo, a ideologia se esgota na idolatria daquilo que existe e do poder pelo qual a técnica é controlada. No tratamento dessa contradição, a indústria cultural é levada mais a sério do que gostaria. Mas como a invocação de seu próprio carácter comercial, de sua profissão de uma verdade atenuada, há muito se tornou uma evasiva com a qual ela tenta furtar-se à responsabilidade pela mentira que difunde, nossa análise atém-se à pretensão, objectivamente inerente aos produtos, de serem obras estéticas e, por isso mesmo, uma configuração da verdade. Ela revela, na nulidade dessa pretensão, o carácter maligno do social. O segmento sobre a indústria cultural é ainda mais fragmentário do que os outros. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 17)

No contexto da sociedade da massa na qual a produção cultural é destinada ao grande público de marcada heterogeneidade, ocorrem os elementos para o estabelecimento da chamada indústria cultural, quando a cultura é transmutada em mercadoria, cujo fito é pecuniário. Para que não se caia no engodo de que no ocidente que se industrializa e se urbaniza, recebe rádio e cinema como novas propostas de comunicação e entretenimento, esses novos recursos técnicos não personificam a indústria cultural, a essência da proposta é imaterial. Esses mecanismos foram determinantes para que tal conceito pudesse ficar mais evidente.

A ideia de indústria cultural era produzir o que pudesse ser vendido no mercado. Filmes que possam ser assimilados pelo público, programas de rádio que dialoguem com o cotidiano das pessoas. Uma vez o objetivo seja alcançado, essas propostas se convertem em produtos passíveis de arrecadar receitas. Então as ações dessa indústria passaram a ensejar comportamentos, maneiras de consumo, construindo uma consciência de que o indivíduo pode ser mais desde que possa consumir mais. Essa consideração se mostra pertinente no Brasil getulista que usou do cinema, da música, da educação formal para o engendramento de uma nação que deveria se portar segundo o entendimento do governo.

A máquina mais eficiente da indústria cultural do Estado Novo era DIP.

A esse respeito é pertinente a ideia de Rahde sobre o engendramento do imaginário

[...] como função social e cultural, a comunicação iconográfica foi se desenvolvendo numa troca de mensagens entre passado e futuro e, este último, foi capaz de decodificar os símbolos, adquirindo o conhecimento e a compreensão de um imaginário ancestral. (RAHDE, 2010, p. 257)

Os quinze anos do governo de Getúlio Vargas podem ser divididos em três fases: governo provisório, 1930-34; governo constitucional, 1934-37 e Estado Novo, 1937-45. Esta terceira fase, a mais fechada e truculenta, compreende o espaço de nosso estudo.

Não apenas com o controle dos meios de comunicação contra qualquer discurso oposicionista, novos personagens passam a fazer parte do cotidiano, principalmente dos adolescentes da época em função de que desembarcam no país, com aval do Estado, histórias em quadrinhos. Com enredos ficcionais estadunidenses, conquistaram seu público no Brasil e demais partes das Américas e Europa e passam a mostrar aos jovens brasileiros aventuras que nada lembravam um país sob os mandos de um governo centralizador.

De 1934 em diante, o Suplemento Juvenil do jornal A Nação ganhou público leitor crescente, até que se tornou tabloide independente. Esse veículo impresso deu popularidade às “[...] aventuras de Flash Gordon, Jim das Selvas, Tarzan, X-9, Príncipe Valente[...]”, não estando sozinho, havia também as publicações Globo Juvenil e Gibi, que conquistaram fãs para “[...] heróis como Ferdinando (Li'l Abner), Brucutu, Capitão Marvel, Príncipe Submarino, Tocha Humana [...]”, direcionando os leitores para o modelo estadunidense, no que o século XX conheceu como American Way of Life (NOYA PINTO, 2002, p. 51-52).

Naquele contexto, os nazistas, e por extensão alemães em geral, criados no imaginário das produções artísticas e culturais, eram os principais representantes do mal, bandidos, traidores, sem caráter. Steffen, corroborando Noya Pinto, afirma que “os americanos contribuíram para essa fama, principalmente através de Hollywood e dos “Comics” e a entrada desses produtos culturais ao mesmo tempo que traziam para crianças e adolescentes novos discursos, novas propostas de imaginação distantes da historicidade da cultura brasileira, fomentavam o consumo de seus leitores por deixar para o próximo número a resolução da estória, o que acabou por “engolir” os raros quadrinhos brasileiros. Zé Macaco, Reco-Reco, Bolão, Azeitona, Jerônimo iriam praticamente desaparecer [...] Heróis importados derrotariam, nos gibis, os ideais brasilianistas da Semana de 22” (STEFFEN, 2012, p. 161). A indústria cultural proposta por Adorno e Horkheimer estava materializada nas mãos infanto-juvenis daquele Brasil com garantias e proteção do DIP, calcado no poder federal.

O país que se modernizava de acordo com o que divulgava o governo, um

importante bastião que personificou tal modernidade fora a indústria automobilística, que cresceu ao longo dos anos seguintes. Desse segmento industrial, produtor de veículos automotores, derivou larga produção midiática, no rádio, na imprensa, no cinema, nas placas instaladas nas estradas aparecem as marcas Ford, Texaco, Pirelli, Goodyear, paralelamente a outros produtos que a imprensa direcionada ao público em geral fomenta do consumo de bebidas, produtos para estética, alimentos e cigarros. A indústria cultural vai se tornando mais ampla e complexa. Mais um promotor do estilo de vida estadunidense, sendo o cinema o mais dotado de persuasão em função da imagem e do som das produções hollywoodianas. Nesse ponto o cinema nacional perde em qualidade, porém segue vivo como veículo promotor do Estado Novo,

[...] em virtude de os Decretos-Leis n. 21.240, de 4 de maio de 1932, e n. 4.064, de 29 de janeiro de 1942, estabelecerem a obrigatoriedade de exibição em todos os cinemas de um documentário brasileiro. O objetivo daqueles decretos era sem dúvida a propaganda política, pois, ante a censura, a maior parte deles divulgava as atividades do governo, assim como o culto à personalidade de Vargas. (NOYA PINTO, p. 54, 2002)

A problemática centrada no dinheiro como elemento de comunicação de massa entendido na produção da indústria cultural da época, com uso de uma mercadoria imprescindível a qualquer pessoal é vista a partir da fala de Amato que aponta que

[...] o dinheiro de um país, e particularmente as suas cédulas, são instrumentos muito eficientes de comunicação de massas, uma vez que todos os cidadãos, dos mais ricos aos mais pobres, têm acesso a elas. Retrata-se nelas, a história, a geografia, as artes, as ciências, a fauna, a flora, as paisagens, a etnia, os monumentos, o próprio povo e cultua-se as personalidades e ocasiões importantes de uma nação. (AMATO, 1997, p. 9)

Portar dinheiro, papel ou metálico, é o mesmo que portar veículos comunicacionais, pois essas peças se configuram em documentos legitimadores de ideologia, propagandadores de discursos embutidos em belas imagens, no papel ou no metal, a favor do discurso oficial divulgado por um poder central, o próprio governo nacional uma vez que o Estado é seu único e responsável emissor.

4.1.1 A instalação do Cruzeiro

O impacto que o sistema capitalista internacional sofrera com a quebra de

Wall Street em 1929 se fizera sentir ao longo da década de 1930, e esse efeito fora bastante doloroso num país que tinha como base de seu PIB a exportação agrícola. A caminho da “terceira república” (CARONE, 1976), o já presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, Getúlio Vargas, enfrentara sérios problemas econômicos no âmbito internacional. A dívida externa, crescente há décadas, era sério empecilho naquele momento, segundo o apresentado no esquema Souza Costa sobre o problema das dívidas. Em 18 de janeiro de 1940, a situação era de extrema dificuldade. Segundo a afirmação de Carone, já a partir

[...] de 1930 o Brasil prolonga constantemente o pagamento de suas dívidas externas a procura de acordos com o capitalismo estrangeiro. A primeira Moratória é de 1931, seguida de outra em 1934, e a terceira em 1938. Só a partir de 1940 é que o Brasil volta a regularizar os seus pagamentos externos. (CARONE, 1976, p. 385)

A fim de sanear o erário nacional, após medidas adotadas, decretos lei, e mesmo assim sem uma solução plausível à vista, o intento do governo estadonovista foi, finalmente, de renovar a moeda brasileira em 1942, projeto que se arrastava há décadas paralelamente ao crescimento inflacionário, que corria a moeda brasileira.

Com a crescente inflação, o já desgastado padrão mil-réis dá lugar ao novo dinheiro, o Cruzeiro. Já havia relatos de reforma do padrão herdado aos portugueses desde 1870. Em 1930 há ensaios monetários já com a denominação cruzeiro, mas com as sucessivas revoluções de 1930, com a tomada do poder por Getúlio Vargas, a Revolução Paulista de 1932, a Segunda Grande Guerra o ambiente político e econômico postergou a adoção do novo padrão até novembro de 1942.

Instituído o novo padrão, houve a divisão por mil do antigo mil-réis (..\$000), ficando um mil réis a valer 1 cruzeiro (Cr\$). Inicialmente foram reaproveitadas e recarimbadas com duas rosáceas diametralmente opostas, (com o valor em cruzeiros no seu interior) as cédulas do Tesouro no valor facial de 5\$000/Cr\$5, 10\$000/Cr\$100, 20\$000/Cr\$20, 50\$000/Cr\$50, 100\$000/Cr\$100, 200\$000/Cr\$200 e 500\$000/Cr\$500. (MARTINS, 2003, p. 7)

Com a assinatura de Vargas foi, encerrado o secular padrão mil-réis e adotado o Cruzeiro, que já fora pretendido ainda nos anos 1920. “O Cruzeiro foi instituído pelo decreto-lei nº 4.791, de 5 de outubro de 1942. A nova unidade monetária dividia-se em centavos [...] e o seu símbolo é Cr\$.” (TRIGUEIROS, 1987, p. 192).

No Estado Novo, a efígie de destaque da moeda brasileira será seu poderoso líder, o presidente da república. Esta percepção se configura na materialização do objeto de estudo desta pesquisa, o entendimento da moeda como mídia. Mais importante do que qualquer veículo de propaganda, foi no próprio dinheiro que o

discurso iconográfico da política varguista propalou-se sendo suporte para a escrita de uma nova história do Brasil. Tal entendimento sobre o uso de cédulas e moedas, como veículos, têm amparo na fala de Luis C. Martino propõe

[...] que a determinação das teorias da comunicação permanece um empreendimento marcado por fatores que não se restringem ao plano do conhecimento, sofrendo variações de acordo com o universo linguístico, as diferenças regionais, as formações institucionais, as peculiaridades históricas, as injunções políticas... (MARTINO; BERGUER; CRAIG, 2007, p. 24)

Tamanha pluralidade cultural foi percebida como ponto a ser combatido naquele governo. Entendendo que um país com dimensões continentais é território de largo pluralismo cultural, Vargas, numa ação típica de um déspota, cancela as divisões territoriais do Brasil, encerra os partidos políticos e passa a ser o encarregado por todas as ações de poder no país, do que decorre os órgãos de governo subalternos a figura do presidente e sua vontade. Gesto característico da ideologia centralista dos pensadores que amparavam intelectualmente o governo. A fase democrática iniciada em 1934, que previa eleições presidenciais para 1938, fora suplantada. Para tanto a industrial cultural varguista, sob a batuta do DIP e o punho do presidente, estendeu seus tentáculos por onde foi possível propagandear seus ideais.

Há que se observar a apresentação de Amato no que tange o conceito de comunicação das massas. Esse autor está preocupado com o dinheiro como simples veículo, não sendo dedicada atenção ao potencial ideológico que emite, dos juízos de valor que o poder central imprime na moeda e em seu discurso, que no caso da moeda brasileira, nosso objeto de estudo, propala uma realidade pretendida por poucos para poucos, afinal, a face mais popular daquele Brasil não figurou na moeda, ou seja, a herança africana, o homem do campo, a cultura caipira, se não ficaram de fora, passaram por idealizações romanceadas que destoaram de suas realidades empíricas.

Dirá Barbosa (2007, p. 173) que cultura de massa pode ser aquilo oriundo das massas populares, sua expressão de arte. Na preocupação deste trabalho, corroborando a proposta de Barbosa, a moeda brasileira será também um suporte da propaganda do Estado para o povo, portanto o dinheiro é aqui mais um elemento de construção da identidade cultural varguista sendo o objeto desta pesquisa, a moeda circulante no Brasil durante o Estado Novo, o padrão mil-réis e seu

sucessor, o Cruzeiro no período que muito se investiu em produção de cultura, na criação de capital simbólico para amparar socialmente e para reforçar a imagem de um líder altivo, paternalista, por vezes humano, que engendrou facetas com o fito de mascarar a truculência com a qual seu governo exercia contra toda e qualquer forma de crítica e contestação. Para se compor o aparato ideológico se fez – e ainda se faz - uso de vasta gama de recursos tangíveis e intangíveis, símbolos e esteriótipos daquilo que o emissor pretende comunicar.

A ideologia não fala diretamente, mas representa os fatos e interesses de forma simbólica. [...] Isto porque o símbolo é um mecanismo que atua no inconsciente das pessoas.[...] Os símbolos têm a função de falar de forma indireta, de falar de uma maneira não clara sobre fatos e coisas e também de fazer que as pessoas pensem de uma forma não-imediata, ou seja, não direta no assunto. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 21)

Esses símbolos, desde uma imagem, podendo ser um filme, uma música, uma moeda ou o dinheiro em papel, agem de forma coerente e concatenada a emitir uma mensagem, um modelo de pensar ou de determinada conduta. Por isso, não será apanágio somente de quem detém o poder usar do discurso simbólico-ideológico, pois grupos em oposição lançam mão dessa prática fazendo uso dos recursos comunicacionais para levar ao público sua lógica de pensamento. Os símbolos não estão sozinhos na construção de imaginário, os esteriótipos vão desenhando imagens a partir de discursos que chegam aos ouvidos e olhos, por meio de imagens e sons. “Esteriótipos são ideias, imagens, concepções a respeito de pessoas, objetos, fatos, etc., que as pessoas criam, aprendem ou simplesmente repetem, sem avaliar se são ou não verdadeiros [...]” (MARCONDES FILHO, 1988, p. 25). Os esteriótipos não são peças concretas, são a representação de ideias criadas com intenção e carregadas de juízo de valor, que podem ser de difícil desconstrução em função da técnica persuasiva do emissor. Disso pode decorrer a segregação social, opção feita pelos governos totalitários caso do qual o Brasil não se exclui.

Na preocupação com a produção cultural e sobre como esta se deu durante o período ditatorial que Vargas batizou de Estado Novo, abordamos o que Canclini (2000, p. 161) apresenta sobre a teatralização do poder para “[...] entender as relações indispensáveis da modernidade com o passado requer examinar as operações de ritualização cultural”. Na reformulação da vida política e social fora com a força das armas que Vargas comandou o país durante o Estado Novo, como

aponta Skidmore (1975, p. 53) dizendo que o regime “repousou no apoio das Forças Armadas, a polícia de Vargas e a desorganização, a desmoralização e debilitação da oposição”. Porém não fora com o uso da violência que Getúlio se manteve no poder por quinze anos – este se alça chefe do Executivo já em 1930, quando líder do golpe que depõe o então Presidente da República, Washington Luís.

As propostas artísticas que vieram a público na nova moeda, o Cruzeiro, trouxeram muitos textos imagéticos carregados de significação que leva ao entendimento de que Getúlio Vargas está para além de um homem comum. Nos reversos das dez novas cédulas (anexo 1) foram estampadas obras de arte que transmitem as mensagens do governo. Segundo Miriam C. C. Silva, “[...] a obra de arte, composta de linguagem e mensagem, é mensagem na medida em que se estrutura por uma linguagem específica, promotora de significados não aleatórios, mas codificados à linguagem que os compõe.” (2010, p. 279)

Apresentamos a cédula de Cr\$ 10,00 e as moedas inicialmente produzidas quando do lançamento do Cruzeiro. Será possível ler nessa arte que “o significado mais profundo é transmitido aos olhos com poderosa imediatez pelas características perceptivas do esquema compositivo.” (ARNHEIN, 2011, p. 451) As moedas dos centavos trouxeram a efígie do presidente nos valores de dez, vinte e cinquenta ao passo que as moedas de um, dois e cinco cruzeiros trouxeram como efígie a imagem do território brasileiro. Importante salientar o contexto político de então, seu personagem central – Getúlio Vargas – para que se tenha maior compreensão do uso do dinheiro como mídia.

A fase mais ácida de seu governo, o Estado Novo, ditadura de fato, tem início em novembro de 1937 e implanta no Brasil um modelo muito próximo da Itália fascista de Benito Mussolini, pois o

[...] golpe de 1937 determinou finalmente o caminho histórico do Brasil, numa conjuntura crítica. Os objetivos do bem-estar social e o nacionalismo econômico, muito debatidos no começo daquela década, iriam ser agora perseguidos sob tutela autoritária. O resultado foi um aprofundamento da dicotomia entre um constitucionalismo estreito que havia negligenciado as questões econômicas e sociais e uma preocupação com o bem-estar social de fundo nacionalista inequivocamente antidemocrática (SKIDMORE, 1975, p. 52).

Seguem as imagens das moedas do Cruzeiro, figura 13, e da cédula de Cr\$10,00 fabricadas pela American Bank Note Company, primeira série azul para o anverso de todas as cédulas, variando a cor do verso de acordo com as personagens históricas nelas estampadas.

Na cédula de Cr\$ 10,00 se vê a imagem do presidente da República no anverso e uma ilustração batizada de “Unidade Nacional” no reverso também desenvolvida pela American Bank Note Company. Nas moedas de centavos, Cr\$ 0,10, Cr\$ 0,20 e Cr\$ 0,50 nas quais o presidente tem presença recorrente enquanto que, nas moedas de Cr\$ 1,00, Cr\$ 2,00 e Cr\$ 5,00, está estampada a representação do mapa do Brasil sem as divisões internas que delineiam os estados da federação, iconografia que corrobora a cerimônia da queima das bandeiras dos estados em favor do nacionalismo, do Estado único.

Figura 13: As moedas da primeira geração do Cruzeiro com a efígie de Vargas no anverso dos centavos e a efígie que representa o território brasileiro nos Cruzeiros.



Fonte: <<http://www.moedasdobrasil.com.br/series.asp?a=0&v=0&t=0&s=13&m>> Acesso em: 02 abr. 2013.

Embora as imagens acima apresentem o mesmo tamanho, seus diâmetros são diferentes, de acordo com cada respectivo valor. Para fins de editoração, foi privilegiada uma amostragem padronizada. O material de produção variou do bronze alumínio ao cuproníquel rosa.

Figura 14: Anverso e reverso da cédula de R\$ 10,00 de 1944.



Fonte: Museu de valores do banco central disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/museu-eSãoPauloacos/cedulas/CR42/10.aSãoPaulo?idpai=CEDTNLISTA>> Acesso em: 20 jan. 2012.

Getúlio Vargas figurou na cédula de Cr\$ 10,00 ao lado de figuras de relevo na História do Brasil, porém ele era o único vivo. “O reconhecimento que a tradição outorga é uma forma parcial de identificação. Ao reencenar o passado, este introduz outras temporalidades culturais incomensuráveis na invenção da tradição.” (BHABHA, 1998, p. 21). As imagens estampadas nos aversos daquelas cédulas apresentam um congregar de autoridades, cada um com seu legado para a história do país, com Vargas como único na ativa, sendo este o herdeiro de todo esse legado, capacitado e portador de todas aquelas qualidades daqueles finados, desenhando um cenário, como que sendo das outras personagens históricas, seus ancestrais, uma linhagem quase profética que chegou ao líder máximo. A respeito da exaltação da figura do presidente,

A personificação do mito é um dos traços que marcam o fenômeno. Ele pode acentuar as qualidades do Chefe, mas, em escala menor, há repetição das mesmas características em escalas menores. Em cadeia, tenta-se mostrar como todos os líderes que se identificam com o Estado Novo apresentam traços e personalidades ímpares, que os distinguem dos outros, apesar de não atingirem o nível e qualidades do chefe da Nação.

Mito e comemoração se conjugam. O primeiro acentua as qualidades, o segundo torná-os público. É assim que o Estado Novo marca a ação e o sentido do presidente Getúlio Vargas, que, aspecto curioso, só começa a ser sistematicamente festejado a partir de 1940 (CARONE, 1976, p. 166-167).

Os festejos relacionados a Vargas, citado por Carone, após 1940 tem relação direta com a criação do DIP, em 27 de dezembro do ano anterior. Segundo esse autor, de 1940 em diante, o dezanove de abril, aniversário do presidente, torna-se data festiva, daí a badalação chegando ao zênite em 1942.

A imagem do pai da nação fora divulgada por todo Brasil, a fotografia e o cinema presentificavam Vargas e os feitos do Estado Novo de norte a sul do país.

4.2 Realidade distante presentificada: O CRUZEIRO E A câmara clara

Apresenta Walter Benjamin (1987, p. 165-195) análise sobre a possibilidade de se reproduzir de forma inumerável uma obra de arte em função do avanço tecnológico que nos anos 1930 já estava à disposição, trata da arte como ideologia e ao mesmo tempo discorre contra o ideológico e o ideologizante, através do que o autor chamou de reprodução técnica. Foi permitido popularizar a arte clássica, a produção erudita ao mesmo tempo em que foi possível, por parte da ação popular, em referência aos bolcheviques, por meio da reprodução técnica tornar mais abrangente o raio de divulgação de suas propostas de governos populares voltadas às ações dos trabalhadores, então o avanço tecnológico acabou como ferramenta para os dois lados daquele contexto histórico. A reprodutibilidade técnica benjaminiana que postula arte como ideologia, pois no que diz respeito à antiga União Soviética, era vista como produção popular, todavia é sabido que as forças que administravam aquele Estado estavam sob a batuta (ou o fuzil) de um ditador, Joseph Stalin, ao mesmo tempo em que o fascismo, alvo das críticas de Benjamin, grassava na Itália e fazia seus congêneres em outras partes do mundo, inclusive na própria terra do autor, pois a Alemanha já era nazista quando da redação de sua análise. Nessa realidade contundente, Benjamin refletira sobre as possibilidades

artísticas que seu mundo assistia com admiração, a reprodução da arte, do cotidiano, da história por meio dos avanços da indústria química e dos novos mecanismos elétricos como o rádio e a possibilidade da execução de música gravada magneticamente.

Ao tornar possível a reprodução das obras de arte, ocorre o que Benjamin classificou como perda da aura, da essência da obra, sua mitologia se esvai, “o que se atrofia na era da reprodutibilidade técnica da obra de arte é sua aura. [...] figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja.” (BENJAMIN, 1987, p. 168; 170) A respeito de uma obra de arte até o advento dos recursos técnicos que possibilitaram a cópia, enquanto uma estátua da antiguidade fora concebida há milênios como peça única, representação sagrada de uma divindade, a extrema dificuldade em saber de sua real aparência, de sua real existência alimentavam tal aura, que se enfraquece com a possibilidade de conseguir fotografias e filmagens cinematográficas dessa obra. O que no passado remoto do homem fora concebido com dedicação ao transcendente, a tecnologia química popularizou por meio da imprensa, através da fotografia e também do cinema, da mesma forma que a execução de uma sinfonia ou um coral sacro perdeu sua aura primordial no momento em que se tornou cópia de um original que jamais será conseguido novamente, porque realidade criada para o fim da execução da música como arte ou como louvor, agora convertida em imagem e som magnéticos, reproduzíveis *ad infinitum*. É nesse contexto de exacerbada facilidade da reprodução que tocamos o Cruzeiro como mídia oficial propagandeadora de política e ideologia.

Sobre a apresentação visual de uma obra, suas cores e formas, afirma Rudolf Arnheim,

[...] a forma visual de uma obra de arte não é nem arbitrária, nem um mero jogo de formas e cores. Ela é indispensável como um intérprete preciso da ideia que a obra pretende expressar. Do mesmo modo, o assunto não é nem arbitrário, nem sem importância. Ele está exatamente correlacionado com o padrão formal para prover uma corporificação concreta de um tema abstrato. (ARNHEIN, 2011, p. 452)

As formas e cores a serem empregadas na comunicação imagética compõem a complexidade do que se quer expressar, da forma como e para quem isso está sendo direcionado. O cenário a ser composto é carregado de simbologias. A partir das reflexões de Walter Benjamin e de Rudolf Arnheim, tomamos suas contribuições

para a leitura de nosso objeto de estudo propriamente dito, o dinheiro como veículo de propaganda a pensar também com os trabalhos de Barthes (1984), Lotman (1978) e Rubim (2000) para que a análise quanto à função dos signos apresentados nas peças, mais do que simples objetos decorativos, trazem em seu bojo a lógica de um discurso que se fizera valer de mídias que transcenderam a indústria gráfica, o rádio e o cinema foram fartamente usados no jogo do poder.

O estudo de Barthes tem por objeto central a fotografia, ora entendido como suporte para transporte do real imortalizado na representação gráfica, media secundária, um *flash* de tempo registrada no papel para a posteridade e desta para a leitura futura de um fragmento passado, finado segundo, porém passível de ressurreição a cada nova leitura.

Não simplesmente a imagem registrada em um pedaço de papel ou estampada em alguma página da imprensa, o que propõe a imagem leva a pensar sobre qual a intenção do fotógrafo ao registrar determinada pessoa, lugar, objeto ou fato com ângulo e iluminação escolhidos. Uma vez realizada a fotografia ou escrito o texto pictórico está feito o suporte para a presenticidade, para que ocorra a realidade distante, ou melhor, a telerrealidade, conceito que Rubim (2000, p. 40) em seu estudo sobre comunicação e política, apresenta “para nomear uma nova e contemporânea dimensão de sociabilidade que se distingue e se diferencia da realidade, tradicionalmente concebida como territorialidade (geográfica), localidade, proximidade, materialidade, presença e convivência.”

As considerações desse autor estão voltadas para os meios eletrônicos, pertinentes a análises sobre a mídia contemporânea, eletrônica, porém pensamos ser possível trabalhar com sua lógica na produção imagética escrita no dinheiro a fim de garantir para a presença da autoridade maior do Estado em cada uma das regiões do país por meio da telerrealidade, garantia de publicidade. Na sociedade alimentada pelos meios elétricos, a simples presença física não dá conta de garantir um existir social. Existir fisicamente é limitado, por isso se faz necessária a criação da representação midiática para que na maior extensão territorial possível a imagem física agora transmutada em representação imagética ou sonora seja levada a cada ponto receptor (RUBIM, 2000, p.42), consumidores prós e/ou contra a fala original, porém ambos alvos da produção simbólica geradora de efeitos.

Para articular esse conceito, cruzamos com a preocupação de Barthes que permeia o objeto do corrente estudo a fim de analisar fotografias e questionar as imagens que a mercadoria universal de troca, o dinheiro, traz consigo.

Sobre afirmar que a fotografia eterniza um momento, congela para sempre uma fração de segundo, dirá Barthes (1984, p. 13) que “[...] o que a fotografia reproduz ao infinito só ocorre uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir-se existencialmente” corroborando o conceito de perda da aura em Benjamin, que em função do avanço técnico-mecânico, a reprodução passa ser parte da história humana. Nessa proposta de posteridade focamos a pessoa de Getúlio Dorneles Vargas, personagem singular, emblemático, que ocupou a presidência da República de 1930 a 1945 e depois de 1951 a 1954, quando se suicida no momento extremo de sua vida política e pessoal, como disse ele próprio, deixou a vida para entrar na história. Sua efígie está nas moedas de centavos e não nas unidades do Cruzeiro.

Ao se considerar o ano de lançamento da nova moeda que sepultou o mil-réis, 1942, mesmo ano que o Brasil declara guerra à Alemanha nazista e ingressa na segunda guerra mundial é o recorte que se verificou máximo esforço popular pelo país, com trabalho em excesso nas indústrias, congelamento dos direitos trabalhistas e racionamento nos alimentos, medidas justificáveis, afinal o país vivia em estado de guerra. A imagem de um líder altivo, de sua transmutação do eu em produto pode ser entendida “[...] a partir do momento que me sinto olhado pela objetiva, tudo muda: ponho-me a “posar”, fabrico-me instantaneamente em outro corpo, metamorfoseio-me antecipadamente em imagem.” (BARTHES, 1984, p. 22). A esse respeito, da criação de uma imagem mítica à crítica que se coloca concordamos que

[...] o elemento básico do mito foi sempre o antropomorfismo, a projeção do subjetivo na natureza. O sobrenatural, o espírito e os demônios seriam as imagens especulares dos homens que se deixam amedrontar pelo natural. Todas as figuras míticas podem se reduzir, segundo o esclarecimento, ao mesmo denominador, a saber, ao sujeito. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 22)

Aparência serena, determinada, inabalável. Assim Getúlio Vargas foi estampado no dinheiro brasileiro a partir de 1943 para que cuidadosamente sua imagem exaustivamente reproduzida não transmitisse um mero mortal. Os textos imagéticos da cédula de Cr\$ 10,00 mostram esse esforço. Nessa foi trazida a face

do líder máximo do país assim como as moedas dos centavos. As cédulas do Cruzeiro trouxeram nomes memoráveis figurando junto a Vargas. Na primeira série foram estampadas na então nova moeda brasileira as efígies de: Marquês de Tamandaré, Duque de Caxias, Barão do Rio Branco, Getúlio Vargas, Marechal Deodoro da Fonseca, Princesa Isabel, Dom Pedro II, Dom Pedro I, Dom João VI e Pedro Álvares Cabral nos valores de Cr\$ 1,00, Cr\$ 2,00, Cr\$ 5,00, Cr\$ 10,00, Cr\$ 20,00, Cr\$ 50,00, Cr\$ 100,00, Cr\$ 200,00 e Cr\$ 500,00 respectivamente (Anexo 1). Sobre os motivos que vieram na nova moeda, estes estavam sob responsabilidade da Escola Nacional de Belas-Artes, como aponta Trigueiros:

[...] em 27 de maio de 1943, os membros da Junta Administrativa da Caixa de Amortização com Augusto Bracet, Diretor da Escola Nacional de Belas-Artes, Raul Lessa Saldanha da Gama e Rodolfo Chamberland, professores da mesma Escola, escolheram os motivos simbólicos que deveriam figurar nos painéis do reverso. Entre os concorrentes, foram classificados os projetos:

Cr\$ 10 – Unidade Nacional – Primeiro lugar, o da American Bank Note Company; [...] Cr\$ 20 – Proclamação da República – Não houve projeto classificado. Depois usou-se o desenho de Cadmo Fausto de Souza.

Cr\$ 50 – Lei Áurea – Primeiro lugar, o de Cadmo Fausto de Souza [...] Cr\$

100 – Cultura Nacional – Primeiro lugar, o de Cadmo Fausto de Souza [...]

Cr\$ 500 – Abertura dos portos – Primeiro lugar, o de Cadmo Fausto de Souza [...] (TRIGUEIROS, 1987, p. 193-194)

A cédula de Cr\$ 1,00 ganhou alcunha própria em função da música de Vicente Celestino que cantava sobre um toureiro e sua linda donzela, Manolita, copiosamente reproduzida no rádio e auto-falantes públicos. “Por ser a nota que mais circulava, a de C\$ 1,00 recebeu o apelido de “manolita””. (STEFFEN, 2012, p. 167) A cédula de Cr\$ 5,00 veio posteriormente em função da falta de metal para cunhagem de moedas desse valor, por isso fora do concurso acima citado. Contudo, nos centramos em Vargas que fora estampado na cédula de Cr\$ 10,00 de valor intermediário, possibilitava garantido acesso da população a esse documento de representação de poder.

Do que depreendemos dessa primeira série do Cruzeiro, pois nos anos futuros a imagética da moeda será alterada sob outro governo, é que Vargas como presidente em exercício se vale simbolicamente dos feitos de personagens históricas. Assim, como líder nacional é também bravo soldado como Tamandaré e Caxias, conciliador e diplomático como Rio Branco, revolucionário como Deodoro da Fonseca, libertador e humanitário como a Princesa Isabel, erudito e filosófico a par de Dom Pedro II, construtor de um Estado como Dom Pedro I e Dom João VI e por fim, figura de unidade nacional da independência de uma pátria como Tiradentes.

Com a preocupação na comunicação iconográfica compartilha-se a ideia da construção fotográfica para além da captura daquilo que foi focado, pois há agentes que determinam o texto fotográfico desde a seleção, enquadramento e produto final. Esses agentes serão chamados de *Operator*, *Spectator* e *Spectrum*, pessoas de um plano de construção de comunicação imagética capaz de sensibilizar o leitor, o *Spectator*, afinal a

[...] foto pode ser objeto de três práticas (ou de três emoções, ou de três intenções): fazer, suportar, olhar. O *Operator* é o Fotógrafo. O *Spectator* somos todos nós, que compulsamos, nos jornais, nos livros, nos álbuns, nos arquivos, coleções de fotos. E aquele ou aquela que é fotografado, é o alvo, o referente, espécie de pequeno simulacro, de *éidolon* emitido pelo objeto [...] que [...] chamaria de *Spectrum* da Fotografia. (BARTHES, 1984, p. 20)

A par destes apontamentos é possível ler o texto imagético presente na moeda brasileira, metálica e de papel em verso e reverso. A face do Presidente da República na cédula de Cr\$10,00 mostra um homem lúcido, com olhar ao infinito, infinitude esta que pode transmitir a ideia de um país sem limites ou seu poder ilimitado – o de Vargas. Assim, se conclui que o mapa do Brasil nas unidades das moedas representa um país rico, pois está estampado nas moedas de maior valor e Vargas, nos centavos, representa cada fração da unidade nacional, cada fragmento que, unido, formará o todo, o Estado Novo, porém há que se considerar que Vargas nos centavos estará certamente em todos os bolsos para que todo aquele que manusear o dinheiro do Brasil saiba quem ali manda, garantia da telerrealidade.

O anverso da cédula de Cr\$ 10,00 traz uma ilustração chamada “Unidade Nacional”, ilustração carregada de bens simbólicos.

O conteúdo cognitivo da obra é a estrutura. A ideia, na arte, é sempre um modelo, já que ela recria uma imagem da realidade. Consequentemente, a ideia artística é inconcebível fora da estrutura. O dualismo da forma e do conteúdo deve ser substituído pelo conceito da ideia que se realiza numa estrutura adequada, e que não existe fora desta. (LOTMAN, 1978, p.14)

Ser a ideia um modelo, conforme Iuri Lotman afirma, corrobora nosso entendimento sobre a imagem do reverso da cédula de Cr\$ 10,00. O “texto artístico” ali estruturado - nos valem da ideia de Lotman para a leitura e entendimento – da imagem, texto imagético batizado de “Unidade Nacional” do qual emana uma realidade idealizada que se molda a uma estrutura ideológica, uma vez que no anverso dessa cédula está o presidente da República criando o conceito da ideia desse chefe de Estado estar no patamar de uma divindade clássica ou ainda de uma entidade mitológica, acima do tempo e do espaço, eterno.

Para o texto imagético que se apresenta na “Unidade Nacional” estão dispostos cuidadosamente vários elementos que explicam a grande variedade de signos ali presentes, pois

[...] toda estrutura bem construída não deve conter nenhuma informação complexa supérflua ou injustificada. [...] Daí decorre que uma determinada informação não pode existir, nem ser transmitida, fora de uma estrutura dada.” (LOTMAN, 1978, p.38-39)

Daquela imagem emana uma linguagem textual, poética, daí Lotman dizer ser a imagem poética que constitui um texto artístico carregado de mensagens (1978, p. 49).

A poesia daquela obra em que está representada a figura do ser mitológico e sua pluralidade de textos expressos por imagem age de forma mais persuasiva do que se apresentadas por meio da letra impressa, pois “[...] a arte é o meio mais econômico e mais denso para conversar e para transmitir uma informação.” (LOTMAN, 1978, p. 58)

Ao observar o personagem daquela ilustração, o *Spectator* é imediatamente remetido ao modelo greco-romano. Lá estão a modernidade mecanizada e a eternidade mítica, olímpica, ainda que de forma velada *pari passu* ao capital simbólico nazista, no qual o *füher* alemão se pretendia como maior e mais novo César. Seria a musculosa figura masculina do verso da cédula de Cr\$ 10,00 um deus, portanto um imortal que move seu poderoso cetro como se fosse uma peça industrial, alavancado o futuro moderno, pois corroborando a leitura, este deus tem ao fundo indústrias em operação, marcas da renovação republicana proposta por Vargas a partir de sua ascensão em 1930, uma vez que a principal riqueza do Brasil no início do século passado, o café, sofrera forte revés com o colapso econômico desencadeado em 1929. A legenda da gravura é bastante sugestiva uma vez que a ideia de unidade nacional está com a face de Vargas a seu verso, exatamente aquilo que o *duce* brasileiro sempre almejou ser, a cola que une o país e seu povo.

Como um conceito máximo de avaliação, Getúlio Vargas, sereno e seguro, é dez, está na cédula de Cr\$ 10,00, traz no anverso, ou a suas costas, um deus poderoso e uma estrutura industrial e potencialmente rica, elementos cuidadosamente pensados por *Operadores* para que se construa um *Spectrum* irrefutável aos olhos de milhões de *Spectatores*.

O povo, principal agente histórico de mudanças está alijado de todas as representações artísticas das cédulas e moeda do Cruzeiro. Lançando mão de

forma imobilista de pensar, “[...] pois tira dos indivíduos a capacidade de saberem que na verdade foram eles que criaram a sociedade que aí existe e que ela é um produto somente seu” (MARCONDES FILHO, 1988, p. 75). Nesse contexto, o presidente do Estado Novo não foi lançado nas mais altas cédulas do Cruzeiro, não é de pouco valor como o Cr\$ 1,00 nem de difícil contato diário quanto a de Cr\$ 1.000,00, está na de Cr\$ 10,00 em função de seu valor de fácil aquisição para o público em geral.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No recorte social estudado na dissertação, a sociedade industrial moderna, o dinheiro é um documento que as pessoas precisam portar, desejem ou não, caso necessitem comprar produtos ou serviços. Não foi abordado no decorrer da pesquisa o dinheiro virtual, face sua propriedade intangível, modalidade monetária materializada em cartão plástico ou outros dispositivos eletrônicos característicos do final do século XX e início do XXI.

O modelo de consumo oferecido e possibilitado pelo cartão de crédito, facilitador de várias ações comerciais e que faz com que as pessoas entreguem seus dados pessoais a cada nova transação faz com que cada indivíduo escreva, silenciosa e, talvez, inconscientemente, uma trilha que garante a qualquer órgão de poder ler seus passos. Nos anos contemplados na dissertação, era o sistema que aplicava o controle e, como já discutido, quando das resistências, o uso da força era executado sem constrangimento.

A leitura do dinheiro enquanto mídia, veículo leve e flexível que possibilita o largo espraiamento no espaço ora apresentada, contemplou as mídias usadas pelo governo forte do Estado Novo. O dinheiro foi usado como veículo para difusão da ideologia vigente enquanto que na tônica da sociedade globalizada, escopo do cartão de crédito, o discurso ideológico se tornou mais sutil, mais sedutor que impositor ao promover o desejo apaixonado de consumir.

O que garante às cédulas e moedas condição de importância, ser documento, remete diretamente a sua produção, monopólio do Estado. Fora a casa da moeda ninguém mais pode fabricá-lo. A partir desse monopólio, dentro do recorte da história recente da república brasileira, entendemos as cédulas e as moedas, sobretudo no Cruzeiro, como suportes para comunicação, como mídias empregadas na veiculação do ideal de nação daqueles ligados ao governo, apresentaram ao povo figuras que exerceram poder na história do país, nunca um trabalhador comum, retórica da polarização governantes (mandantes) x governados (obedientes). Nos anos da Era Vargas, período estudado, ao passar pela leitura das mídias, que o poder central fez uso do que estava disponível, do cartaz ao folheto, do cinema aos programas de rádio para espraiar seus discursos e sua simbologia, o dinheiro não ficou de fora. Usada como meio de comunicação, a moeda brasileira instalada

durante os anos em que ocorria a segunda grande guerra trouxe mensagens bastante indicadoras daquele regime de governo, baseado na força e na unilateralidade política e ideológica.

Os festejos do dia primeiro de maio passaram a ser propagandeados, também, como do trabalho, não apenas como do trabalhador, o êxito daquele que labora cotidianamente passou a ficar sob a sombra da ação de trabalhar, pois a ideia que se vendeu era do homem dignificado pelo seu trabalho árduo, sem se deixar abater por qualquer dificuldade que possa impedir a faina diária.

Enquanto a música tocada por grupos pobres da capital federal, Rio de Janeiro, criticava aquela sociedade e o modelo de trabalho que se aplicava, no momento que as cidades cresciam em função do êxodo rural que aumentava a cada ano, os sambistas cantavam ideias contrárias ao entendimento visto como correto e de perseguidos passaram a divulgadores do governo nacionalista. A cooptação econômica, o financiamento estatal às escolas de samba funcionou. A música de exaltação ao Estado se tornou meio para corroborar aquele Estado de coisas, num país sem partidos políticos, sem qualquer oposição ao poder, com imprensa censurada e com direitos trabalhistas congelados durante os anos da guerra.

O Departamento de Imprensa e Propaganda, sob Lourival Fontes e seus pares, estendeu seus tentáculos ao fiscalizar a produção cultural e midiática do país. Prisões e torturas eram o destino daqueles que se moveram contra as regras daquele sistema. A música foi para dentro das escolas sob os argumentos de despertar o amor ao país, de fomentar um novo gosto musical, o erudito apresentado na composição orfeônica sob a batuta do maestro do Estado Novo, Heitor Villa Lobos, que levou às crianças e adolescentes do país, por meio das marchas entoadas no ambiente escolar, o desejo de partir para a batalha, sem saber ao certo sobre as dores e a morte de uma guerra, o que se cantava era o ufanismo a um Estado mãe que, se necessário fosse, seus filhos partiriam para o sacrifício.

O cinema fez sua parte como cines-jornais obrigatórios antes de cada filme. Os feitos dos governo estadonovista deveriam chegar ao maior público possível, inclusive aquele pagante do ingresso de cinema, que ia buscar nesse entretenimento, paralelamente às produções nacionais, os filmes estadunidenses. Nesses anos se consolidou a aproximação entre Estados Unidos da América e Brasil, sob acordos políticos, militares e econômicos que interessavam aos dois

lados, aos dois governos, e que foram mostrados ao público em geral como sincera amizade entre as duas partes.

A literatura que até a transição do século XIX para o XX era apanágio de pequeno público, nos anos 1930-40 tem maior participação na sociedade ao se oferecer via jornais e revistas, novos heróis, novos galãs e estrelas, importados, ao leitor-espectador brasileiro. A indústria cultural pensada pelos frankfurtianos se materializa no Brasil getulista ao receber o cinema e a música estadunidenses, que passam a gerar no país novos hábitos de consumo, quando a tão conhecida calça jeans entra no vestuário desta república tropical ao lado de outros elementos conhecidos por meio dos filmes de Hollywood, das histórias em quadrinhos destinadas ao público infanto-juvenil e das revistas de variedades consumidas pelo público adulto.

O imaginário criado durante a Era Vargas foi cristalizado na memória nacional. O homem que liderara um golpe de Estado contra a república dos fazendeiros de café se torna presidente constitucional, chefe de um país democrático e liberal, conseguiu imprimir na história do país sua posição de modernizador de um Estado, de uma nação, ao passo que seu nome está associado à indústria, como que se antes dele nunca houvera essa modalidade produtora no país. Como poucos na história brasileira conseguiu usar as adversidades a seu favor, ainda que tenha lançado mão da violência. Ao instalar seu Estado Novo, Vargas e aqueles próximos a ele, tomaram decisões que se aplicaram de forma mais rígida contra a oposição.

De posse do controle dos meios de comunicação, produziu em larga escala sua imagem idealizada por meio da reprodução técnica sem perder sua aura, ao contrário, potencializou-a, popularizou por meio de imagens cinematográficas, impressas e da sonoridade do rádio seu assistencialismo; mesmo perseguindo qualquer ação opositora, seu discurso era de assim fazer em nome da paz coletiva. Só restava ao governo nacionalista de Getúlio Vargas estampar sua ideologia no dinheiro, objeto que ninguém abre mão de conquistar, suporte para propaganda, convertida em mídia do Estado Novo.

O Cruzeiro levou para as regiões do Brasil representações imagéticas de uma época em que o país tinha legitimadamente um líder, um caudilho, um proprietário. Há séculos de discute a ideia de que mais vale penalizar severamente um ou uma minoria de forma exemplar para conseguir, se não o respeito, o temor dos demais.

No Estado Novo a teoria se tornou prática. O governo lançou mão da força contra alguns, para o bem da maioria, inclusive da manutenção do poder.

O presidente da República, com efígie estampada já nas moedas do mil-réis, figurou também nas cédulas e moedas do Cruzeiro, e nas novas, nos centavos de Cruzeiro, era apenas Getúlio Vargas o vulto homenageado, sem qualquer concorrência de outro nome histórico como fora no mil-réis. Apareceu sereno e altivo nas moedas e representado por um deus mitológico na cédula de Cr\$ 10,00. Vargas ficou para a história do Brasil, impresso do documento de real valor, a moeda do país, como o inabalável, imbatível de acordo com a forma visual como foi pensado para aparecer no dinheiro, agora mídia.

6 REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Aluísio de. **Sorocaba**: 3 séculos de história. Itu, SP: Ottoni, 2002.
- ALMEIDA, Cláudio Aguiar. **Cultura e sociedade no Brasil**: 1940-1968. São Paulo: Atual, 1996.
- AMATO, Cláudio; NEVES, Irlei S.; SCHÜLTZ, Julio E. **Cédulas do Brasil 1833-1997**. São Paulo: Perfecta Artes Gráficas, 1997.
- AMATO, Cláudio; NEVES, Irlei S.. **Livro das moedas do Brasil – 1643 até o presente**. São Paulo: Artgraph Serviços Gráficos, [199-].
- ANDRADE, Oswald de. **Estética e política**. São Paulo: Globo, 1992.
- ARAÚJO NETO, Aldalberto Coutinho de. **Sorocaba operária**: ensaio sobre o movimento operário em Sorocaba – 1897-1920. Sorocaba, SP: Create, 2005.
- ARNHEIN, Rudolf. **Arte & percepção visual**: uma psicologia da visão criadora. Tradução Ivonne Terezinha de Farias. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- ARRIÈS, Philippe. Por uma história da vida privada. In: CHARTIER, Roger (org.). **História da vida Privada 3**: da Renascença ao Século das Luzes. Tradução Hildegard Feist. São Paulo: Cia. das Letras, 2009.
- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. A imagem do negro na obra de Florestan Fernandes. In: SCHWARCZ, L.; QUEIROZ, R. S. (Orgs.) **Raça e diversidade**. São Paulo: EDUSP, 1996.
- BAITELLO JR., Norval. **O animal que parou os relógios**: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 1999.
- BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- BARBOSA, Marialva Carlos. Meios de comunicação e história: um universo de possíveis. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria Alves (Orgs.). **Mídia e Memória**: a produção de sentidos nos meios de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- BARDET, Gaston. **O urbanismo**. Tradução Flávia Cristina S. Nascimento. Campinas, SP: Papirus, 2001.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Notas sobre a fotografia. Tradução Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- _____. **Mitologias**. Tradução Rita Buongiorno, Pedro de Souza. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BATISTA, Wilson. **“Lenço no pescoço”**. Disponível em:
<<http://www.todascifras.com.br/t/1095352/wilson-batista--lenco-no-pescoco--letra>>
Acesso em: 03 jun. 2012.

_____. **“O bonde São Januário”**. Disponível em:
<<http://www.todascifras.com.br/t/1268962/wilson-batista--o-bonde-sao-januário--letra>> Acesso em: 03 jun. 2012.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Tradução Marcus Penchel. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1999.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. Tradução Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. Tradução Carlos Felipe Moisés, Ana Maria L. Ioriatti. São Paulo: Cia. Das Letras, 1995.

BESSE, Susan K. **Modernizando a desigualdade: Reestruturação da Ideologia de Gênero no Brasil, 1914-1940**. Tradução Lólio de Oliveira. São Paulo: EDUSP, 1999.

BEUTLER, Gerhard. **Kaiserreich, Weimarer Republik, Drittes Reich**. Stiegelwiesenweg 8, D-75365 Calw, 2001. Disponível em
<<http://pt.scribd.com/doc/93657085/Deutsche-Munzen-Katalog>> Acesso em 17 ago. 2012

BETH, H.; PROSS, H. **Introducion a la ciencia de la comunicaci3n**. Tradução Vicente Romano. Barcelona: Anthropos, 1990.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Tradução Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis, Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte, MG: UFMG, 1998.

Projeto de difusão cultural: a SNB nas escolas. Sociedade Numismática Brasileira, **Boletim SNB**, Rio de Janeiro, n. 63, [200-].

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução Fernando Tomaz. Lisboa: Difel, 1989.

BRANDÃO, Carlos Antônio Leite. **A formação do homem moderno vista através da arquitetura**. Belo Horizonte, MG: UFMG, 1999.

BROWN, Pam. **Charles Chaplin**. São Paulo: Globo, 1993.

CABRAL, Luciano Mendes. **Selos, moeda e poder: o Estado Imperial Brasileiro e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2009.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2000.

CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica**. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

CAPELATO, Maria Helena. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (Org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999.

CARONE, Edgard. **A terceira república (1937-1945)**. São Paulo: Difel, 1976.

_____. **O Estado Novo (1937-1945)**. São Paulo: Difel, 1976.

CARVALHO, José Murilo de. **A formação das almas: o imaginário da república no Brasil**. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

_____. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. São Paulo: Cia. das Letras, 2010.

CHAGAS, Carlos. **O Brasil sem retoque: a História contada por jornais e jornalistas – 1808-1964**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

COHN, Gabriel. **Sociologia da comunicação: teoria e ideologia**. São Paulo: Pioneira, 1973.

COSTA, Lúcio. **Arquitetura**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2003.

CP-DOC: Cartões Postais editados pelo DIP, Fundação Getúlio Vargas. Biblioteca digital. Disponível em: <<http://www.cpdoc.fgv.br>> Acesso em: 14 abr. 2008.

DE LA BLACHE, Vidal. **Princípios de geografia humana**. Tradução Fernandes Martins. Lisboa, Portugal: Cosmos, 1954.

DEAN, Warren. Tradução Octavio Mendes Cajado. **A industrialização de São Paulo**. São Paulo: Difel, 1976.

DEFLEUR, Melvin; BALL-ROCKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DELGADO, José Luis García; SANZ, José María Serrano (directores). **Del real al euro: Una historia de la peseta**. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona "la Caixa": Servicio de Estudios, 2000.

DESCARTES, René. **O discurso do método**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

DICIONÁRIO DE ARTISTAS DO BRASIL: Cadmo Fausto de Souza. Disponível em: <http://brasilartesenciclopedias.com.br/tablet/nacional/cadmo_fausto.php> Acesso em: 23 set. 2012.

DISNEY, Walt. **Alô Amigos**. [Filme-vídeo]. Disney DVD, Brasil, 2010. 1 DVD, som, cor (42 min).

EAGLETON, Terry. **Ideologia**. Tradução Luis Carlos Borges, Silvana Vieira. São Paulo: UNESP, 1997.

_____. **A ideia de cultura**. Tradução Sandra Castello Branco. São Paulo: UNESP, 2005.

ELIOT, T. S. **Notas para definição de cultura**. Tradução Geraldo Gerson de Souza. São Paulo: Perspectiva, 1988.

FERGUSON, Norman; WILFRED, Jackson. **Alô amigos (Saludo amigos)**. [Filme-vídeo]. Buena Vista, EUA, 1942. 1 DVD (40 min).

FERRARA, Lucrecia D'Alessio. **Olhar periférico**: Informação, linguagem, percepção ambiental. São Paulo: EDUSP, 1999.

FERREIRA, Giovandro Marcus. As origens recentes: os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.C.; FRANÇA, V. V. (Orgs.) **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.

_____. **O mundo codificado**. Tradução Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac & Naify, 2012.

FUA, **Mais de um século de história contado em capas do Jornal Cruzeiro do Sul**. Sorocaba, SP: Fundação Ubaldino do Amaral, 2008.

GÉLIS, Jacques. A individualização da criança. In: CHARTIER, Roger (org.). **História da vida Privada 3**: da Renascença ao Século das Luzes. São Paulo: Cia. das Letras, 2009, p. 317.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Tradução Raul Fiker. São Paulo: UNESP, 1991

Global Coins. Italy Numismatics. Disponível em <<http://www.gcoins.net/en/catalog/86/3>> Acesso em: 28 jun. 2012

GOMBRICH, E. H. **História da arte**. Tradução Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: LTC, 2012.

GONÇALVES, Maurício R. **Cinema e identidade nacional no Brasil**. São Paulo: LCTE, 2009.

GONTIJO, Silvana. **O livro de ouro da comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

GRACIAN, Baltasar. **El criticón**. Corrientes, Buenos Aires: Hyspamerica, 1982.

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna**. Tradução Adail Ubirajara Sobral, Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 2000.

HOBBSAWM, E.; RANGER, T. **A invenção das tradições**. Tradução Celina Cardim Cavalcanti. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1984.

HOBBSAWN, Eric J. **Era dos extremos**: o breve século XX. Tradução Marcos Santarrita. São Paulo: Cia. das Letras, 2005.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

HUNT, E. K. **História do pensamento econômico**. Tradução José Ricardo Brandão Azevedo. Rio de Janeiro: Campus, 1981.

INNIS, Harold. **O viés da comunicação**. Tradução Luiz C. Martino. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

IPHAN - Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional: Sobre a Instituição. Disponível em <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=11175&retorno=paginalphan>> Acesso em: 12 ago. 2012.

ITAÚ NUMISMÁTICA: Museu Herculano Pires. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/numismatica>> Acesso em: 03 jul. 2012

JANSON, H.W. **História geral da arte**. Adaptação e preparação do texto para a edição brasileira Maurício Balthazar Leal. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 2005.

LOVE, Joseph L. A república brasileira: federalismo e regionalismo (1889-1937) In: MOTTA, Carlos Guilherme (Org.). **Viagem incompleta**: a experiência brasileira. São Paulo: SENAC, 2000.

LOTMAN, Iuri. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Estampa, 1978.

MAN, John. **A revolução de Gutenberg**. Tradução Marco Antônio Oliveira. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Tradução Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2005.

MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. Tradução Pedro Maia Soares. São Paulo: Cia das Letras, 2010.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O Príncipe**. Tradução Pietro Nasseti. São Paulo: Martin Claret, 2000.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ideologia**. São Paulo: Global, 1988.

MARTINO, Luis C.; BERGUER, Charles, R.; CRAIG, Robert T. **Teorias da comunicação**: muitas ou poucas? Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

MARTINS, José de Souza. **O cativo da terra**. São Paulo: LECH, 1981.

MARTINS, Luis Cláudio Lutiis. **Cédulas brasileiras do mil-réis ao real**. Boletim SNB. Sociedade Numismática Brasileira, ed.54, ago. 2003.

MARX, Karl. **El Capital - Tomo I, El Proceso de Acumulación Capitalista**. Siglo XXI Editores, 2002.

_____. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo: Martin Claret, 2002.

_____. **A ideologia alemã**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

MATTOS, Ilmar Rohloff de. **O tempo saquarema**. São Paulo: Hucitec, 2004.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1979.

MELO, José Marques de. Memória do campo acadêmico da comunicação: Estado da arte do conhecimento empírico de natureza historiográfica. In: BARBOSA, M.; MORAIS, O. J. de. **Quem tem medo da pesquisa empírica?** São Paulo: INTERCOM, 2011.

MOTA, André. **Quem é bom já nasce feito: eugenia e sanitarismo no Brasil**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

MORIN, Edgar. **O método 5: a humanidade da humanidade**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

Museu de valores do banco central. **Cédulas emitidas pelo Tesouro Nacional - Padrão Cruzeiro - 01.11.1942 Fabricante**: American Bank Note Company. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/htms/museu-eSãoPauloacos/cedulas/TN_Am.aSãoPaulo?idpai=AMEBANK#CR100> Acesso em: 20 jan. 2012.

NAPOLITANO, Marcos. Sambistas ou arianos? A crítica racista e a higienização poética nos anos 1930 e 1940 In: CARNEIRO, M. L. T.; CROCI, F. **Tempos de fascismos: Ideologia – Intolerância – Imaginário**. São Paulo: EDUSP, Imprensa Oficial, Arquivo Público do Estado de São Paulo, 2010.

NETTO, Adriano Bitarães. **Antropofagia oswaldiana: um receituário estético e científico**. São Paulo: Annablume, 2004.

NOYA PINTO, Virgílio. **Comunicação e cultura brasileira**. São Paulo: Ática, 2002.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. Sinais da modernidade na era Vargas: vida literária, cinema e rádio. In: FERREIRA, J.; DELGADO, L. A. N. **O Brasil republicano – o tempo do nacional estatismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

OLIVEIRA, Daisy. **A música como instrumento de poder**. Jundiaí, SP: Paco, 2011.

PASCHKES, Maria Luisa de Almeida. **A ditadura salazarista**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

PENA, Felipe. **1000 perguntas – Teoria da Comunicação**. Rio de Janeiro: Rio, 2005.

PLATÃO. **A República**. Tradução Pietro Nassetti. São Paulo: Martin Claret, 2008.

QUADROS, Aurora Cardoso de. **Oswald de Andrade no jornal o Homem do povo**. Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, 2009.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. Comunicação Iconográfica: Linguagens, Significados e Imaginário. In: FERREIRA, G.M.; HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.C.; MORAIS, O.J. (Orgs.) **Teorias da Comunicação** - trajetórias investigativas. Porto Alegre, RS: EdiPUCRS, 2010.

REIS FILHO, Nestor Goulart. Urbanização e modernidade: entre o passado e o futuro (1889-1945) In: MOTTA, Carlos Guilherme (Org.). **Viagem incompleta: a experiência brasileira**. São Paulo: SENAC, 2000.

REZENDE, Eduardo. **Moedas do Brasil**: Catálogo das Moedas Brasileiras - 1942-1948, Cruzeiros, série Vargas. Disponível em <http://www.moedasdobrasil.com.br/series.asp?a=0&v=0&t=0&s=13&m=>> Acesso em: 02 abr. 2013.

RIBEIRO, A. P. G.; HERSCHMANN, M. **Comunicação e História**: interfaces e novas abordagens. Rio de Janeiro: Mauad X: Globo Universidade, 2008.

ROSSETTI, José Paschoal. **Introdução à Economia**. São Paulo: Atlas, 2000.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Comunicação e política**. São Paulo: Hacker, 2000.

RUDÉ, George. **A multidão na história**: estudo dos movimentos populares na França e Inglaterra, 1730-1848. Tradução Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

RÜDIGER, Francisco. A escola de Frankfurt. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V.V. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

SANCHES, Durce Gonçalves. **O modo de vida do caipira em obras de Almeida Júnior**. Itu, São Paulo: Ottoni, 2011.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo dicionário de economia**. São Paulo: Circulo do livro, 1999.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. São Paulo: EDUSP, 2006.

SANTOS, Tarcyanie Cajueiro. A sociedade de consumo, os media e a comunicação nas obras iniciais de Jean Baudrillard. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 21, p. 125-136, jun. 2011.

SCHETTINO, Paulo Brás C. Teorias da palavra - pilares fundantes da comunicação In: FERREIRA, G. M.; HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; MORAIS, O. J. de (Orgs.). **Teorias da Comunicação**: trajetórias investigativas, Porto Alegre, RS: EdiPUCRS, 2010.

SILVA, Miriam Cristina Carlos. Contribuição de Iuri Lotman para a comunicação: sobre a complexidade do signo poético. In: FERREIRA, G.M.; HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.C.; MORAIS, O.J. (Orgs.) **Teorias da Comunicação**: trajetórias investigativas. Porto Alegre, RS: EdiPUCRS, 2010.

SILVA, Paulo Celso da. **De novelo de linha a Manchester Paulista**: Fábrica têxtil e cotidiano no início do século XX em Sorocaba. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) Universidade de São Paulo, 1995.

_____. **Walt Disney's Celebration City**: Reflexões sobre comunicação e cidade. Bauru, SP: Canal 6, 2009.

SILVEIRINHA, Maria João; PONTE, Cristina. **Moeda e Comunicação. A Representação Mediática do Euro**. Lisboa: Livros horizonte (versão manuscrita), 2007.

SIMÕES JR, José Geraldo. **Chaplin** – vida e pensamentos. São Paulo: Martin Claret, 1997.

SOARES, Ana Carolina Teixeira. **GETÚLIO VARGAS** [Filme-vídeo]. Globo Vídeo: Zoom Cinematográfica, Brasil, 1974. 1 videocassete (76 min).

Sociedade Numismática Brasileira, SNB. **História**. Disponível em: <http://www.snb.org.br/historia.asp> Acesso em 06 dez. 2011.

SKIDMORE, Thomas. **Brasil**: de Getúlio a Castelo. Tradução equipe coordenada por Ismênia Tunes Dantas. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1975.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **As barbas do Imperador**. São Paulo: Cia. das Letras, 1998.

SQUEFF, E.; WISNIK, J. M. **Música** (O nacional e o popular na cultura brasileira). São Paulo: Brasiliense, 2004.

STEFFEN, Edgard. De Meninos e Heróis. **Cruzeiro do Sul**, Sorocaba, São Paulo, 15 set. 2012. Caderno A, p. 2.

_____. **O picolé milagroso**. Crônicas escolhidas. Itu, SP: Ottoni, 2012.

TRENTO, Angelo. **Fascismo italiano**. São Paulo: Ática, 1986

TRIGUEIROS, Florisvaldo dos Santos. **Dinheiro no Brasil**. Rio de Janeiro: Léo Christiano, 1987.

TORRES, Andréa Sanhudo. **Imprensa: política e cidadania**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

VALVERDE, Monclar. **Estética da comunicação**. Bahia: Quarteto, 2007.

VIANA, Oliveira. **Populações meridionais do Brasil**. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Tradução Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Presença, 1999.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Tradução Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1995.

_____. **Palabras Clave**: Un vocabulario de la cultura y la sociedad. Buenos Aires: Nueva Vision, 2003.

WONNACOTT, P; WONNACOTT, R. **Economia**. Tradução Yeda Rorato Crusius. São Paulo: McGraw Hill, 1982.

WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre: **Notafilia**. Disponível em: < <http://pt.wikipedia.org/wiki/Notafilia> >. Acesso em: 21 out. 2011.

ANEXO A: Cartões postais editados pelo DIP (1937-1945)



Cartões postais exaltando as realizações do governo Vargas, editado pelo DIP, 1937/1945. Rio de Janeiro (Rio de Janeiro). (CPDOC/ GV foto 091/7) Disponível em <<http://www.cpdoc.fgv.br>> Acesso em: 28 set. 2008



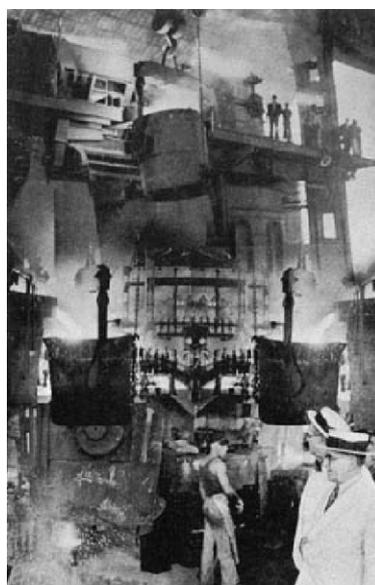
Cartões postais exaltando as realizações do governo Vargas, editado pelo DIP, 1937/1945. Rio de Janeiro (Rio de Janeiro). (CPDOC/ GV foto 091/10) Disponível em <<http://www.cpdoc.fgv.br>> Acesso em: 28 set. 2008



Cartões postais exaltando as realizações do governo Vargas, editado pelo DIP, 1937/1945. Rio de Janeiro (Rio de Janeiro). (CPDOC/ GV foto 091/9) Disponível em <<http://www.cpdoc.fgv.br>> Acesso em: 28 set. 2008



Cartões postais exaltando as realizações do governo Vargas, editado pelo DIP, 1937/1945. Rio de Janeiro (Rio de Janeiro). (CPDOC/ GV foto 091/11) Disponível em <<http://www.cpdoc.fgv.br>> Acesso em: 28 set. 2008



Cartões postais exaltando as realizações do governo Vargas, editado pelo DIP, 1937/1945. Rio de Janeiro (Rio de Janeiro). (CPDOC/ GV foto 091/3) Disponível em <<http://www.cpdoc.fgv.br>> Acesso em: 28 set. 2008



Cartões postais exaltando as realizações do governo Vargas, editado pelo DIP, 1937/1945. Rio de Janeiro (Rio de Janeiro). (CPDOC/ GV foto 091/2) Disponível em <<http://www.cpdoc.fgv.br>> Acesso em: 28 set. 2008

ANEXO B: As cédulas do Cruzeiro em sua primeira série

As cédulas do Cruzeiro¹⁰, emitidas pelo Tesouro Nacional - 01.11.1942 - fabricadas pela American Bank Note Company, exibidas em anverso e reverso, seguida das descrições oficiais segundo o Museu do Banco Central.



Fabricante: American Bank Note Company, Valor: Cr\$ 1,00

Anverso: Marquês de Tamandaré (Joaquim Marques Lisboa, 1807-1897). Almirante brasileiro cuja vida está estreitamente associada à história da marinha brasileira.

Reverso: Vista da Escola Naval, instalada em 1938 na ilha de Villegaignon, próxima ao aeroporto Santos Dumont, no Rio de Janeiro (Rio de Janeiro).

Período de Circulação: 14.12.44 a 13.05.67

¹⁰ Disponível em <http://www.bcb.gov.br/htms/museu-eSão Pauloacos/cedulas/TN_Am.aSão Paulo?idpai=AMEBANK#CR100> Acesso em: 20 jan. 2012.



Fabricante: American Bank Note Company, Valor: Cr\$ 2,00
 Anverso: Duque de Caxias (Luís Alves de Lima e Silva, 1803-1880), militar e estadista, responsável por importantes ações militares pacificadoras em movimentos revoltosos internos.
 Reverso: Vista da Escola Militar de Resende, criada em 1944 para a formação dos oficiais do exército brasileiro. Localizada na cidade de Resende (Rio de Janeiro), em 1951 teve o nome alterado para Academia Militar das Agulhas Negras.
 Período de Circulação: 14.12.44 a 13.05.67





Fabricante: American Bank Note Company, Valor: Cr\$ 5,00

Anverso: Barão do Rio Branco, José Maria da Silva Paranhos (1845-1912). Historiador, estadista e diplomata, Rio Branco exerceu importantes missões no exterior, durante o Império. No período republicano, negociou diversas questões de fronteira com nações vizinhas, consolidando de forma pacífica os limites do território brasileiro.

Reverso: "A Conquista do Amazonas", tela de Antônio Parreiras, executada entre 1906 e 1907, sob encomenda do governo do Estado do Pará.

Período de Circulação: 16.11.44 a 13.05.67



Fabricante: American Bank Note Company, Valor: Cr\$ 10,00

Anverso: Getúlio Dornelles Vargas (1883-1954), político brasileiro que exerceu por mais tempo o cargo de Presidente do país: Governo Provisório (1930-34), instalado após a Revolução de 1930, governo constitucional (1934-37), ditadura do Estado Novo (1937-45) e segundo mandato como presidente constitucional (1951-54).

Reverso: "Unidade Nacional", alegoria de autoria da American Bank Note Company.
Período de Circulação: 11.04.44 a 30.06.72



Fabricante: American Bank Note Company, Valor: Cr\$ 20,00

Anverso: Marechal Deodoro da Fonseca (1827-1892), proclamador da República, chefe do Governo Provisório e primeiro Presidente constitucional do Brasil, no período de 25.02 a 23.11.1891, quando renunciou.

Reverso: "Proclamação da República", tela de Cadmo Fausto de Souza, representando a alvorada de uma nova época, na qual aparece em destaque a Constituição Republicana, ostentando a constelação do Cruzeiro do Sul.

Período de Circulação: ...* a 30.06.72



Fabricante: American Bank Note Company, Valor: Cr\$ 50,00

Anverso: Princesa Isabel (1846-1921). Filha do imperador Pedro II e herdeira da coroa brasileira assumiu a regência do Brasil por três vezes. Em duas dessas oportunidades assinou leis de grande repercussão na nossa história: a do Ventre Livre (28.09.1871), que libertou os filhos nascidos de escravos, e a Áurea (13.05.1888), que aboliu definitivamente a escravidão negra no País.

Reverso: "Lei Áurea", tela de Cadmo Fausto de Souza, apresentando a tábua da lei Áurea, sustentada pela figura da liberdade, tendo à direita os grilhões partidos.

Período de Circulação: 11.07.44 a 30.06.72





Fabricante: American Bank Note Company, Valor: Cr\$ 100,00

Anverso: D. Pedro II (1825-1891), segundo imperador do Brasil. Declarada sua maioridade em 23.07.1840, foi coroado em 18.07.1841, governando o país até a proclamação da República, em 1889. Era homem culto, dedicado ao estudo das ciências e das artes.

Reverso: "Cultura Nacional", quadro de Cadmo Fausto de Souza.

Período de Circulação: 06.09.44 a 30.06.72



Fabricante: American Bank Note Company, Valor: Cr\$ 200,00

Anverso: D. Pedro I (1798-1834), primeiro imperador do Brasil. Nascido em Portugal, filho de D.

João VI, veio para o Brasil em 1808, com a família real portuguesa. Em 1821, com o retorno de D. João VI para Portugal, foi nomeado príncipe regente do Brasil. Proclamou a independência do país em 07.09.1822, sendo aclamado imperador em 12.10.1822. Governou até abril de 1831, quando abdicou do trono, em favor de seu filho D. Pedro II.

Reverso: "O grito do Ipiranga", quadro de Pedro Américo, representando a proclamação da Independência do Brasil, ocorrida às margens do riacho Ipiranga, nos arredores de São Paulo.

Período de Circulação: 08.09.43 a 30.06.73



Fabricante: American Bank Note Company, Valor: Cr\$ 500,00

Anverso: D. João VI (1767-1826), Príncipe regente de Portugal, transferiu-se com a família real para o Brasil, fugindo da invasão francesa. Ao chegar, em janeiro de 1808, seu primeiro ato foi decretar a abertura dos portos brasileiros às nações amigas de Portugal. Em 16.12.1815, elevou o Brasil a Reino Unido ao de Portugal e Algarve. Com a morte da rainha D. Maria I, foi coroado como D. João VI, em 06.02.1818, retornando a Portugal, em abril de 1821.

Reverso: "Abertura dos Portos", de autoria de Cadmo Fausto de Souza.

Período de Circulação: 25.09.44 a 30.06.73



Fabricante: American Bank Note Company, Valor: Cr\$ 1.000,00

Anverso: Pedro Álvares Cabral (provavelmente entre 1467-1520), foi o comandante da expedição marítima portuguesa que descobriu o Brasil, em 22.04.1500.

Reverso: "A Primeira Missa", quadro de Vítor Meireles, representa a primeira missa celebrada no Brasil, por Frei Henrique Soares, em 26.04.1500, no ilhéu da Coroa Vermelha, situado na baía Cabrália, litoral sul do estado da Bahia.

Período de Circulação: 08.09.43 a 30.06.73