

O posicionamento do Monitor Comercial sobre o Estado Novo e seus representantes¹

Thamyres Sousa de Oliveira²

Ana Regina Rêgo³

Universidade Federal do Piauí, PI

Resumo

Este trabalho tem como objetivo compreender o posicionamento do jornal Monitor Comercial em relação ao Governo e seus representantes. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental que teve como técnica de análise a análise de conteúdo. Ao todo, foram estudados 13 exemplares que circularam no ano de 1939. Nesse período, vigorava no Brasil o Estado Novo, governo implantado por Getúlio Vargas que exerceu ferrenho controle sobre a imprensa, incluindo a piauiense, estado em que circulou o jornal estudado. Para analisar o posicionamento do Monitor Comercial, buscou-se, inicialmente, compreender o contexto histórico do momento no Brasil, de modo mais específico no Piauí, e a importância de se ter o jornalismo como aliado. Ao final, concluiu-se que o Monitor Comercial se posicionou de maneira favorável ao Governo e seus representantes, conforme solicitavam os órgãos que controlavam a imprensa.

Palavras-chave: jornal; Piauí; Monitor Comercial; Estado Novo

Introdução

O Estado Novo, período em que Vargas autoritariamente assumiu o poder, é considerado um dos períodos em que a imprensa brasileira mais sofreu repressão. Com a criação de departamentos que controlavam a conjuntura política, econômica e social, o Governo divulgava seus ideais e conquistava adeptos do seu modo de gerir a nação.

O jornalismo que, segundo Rêgo e Moura (2011, p.4), ocupa posição de destaque na esfera social foi intimado pelos órgãos de controle da imprensa a atuar como propagador da doutrina difundida pelo Estado Novo. Nesse contexto, atuou, no Piauí, o jornal Monitor Comercial, um dos poucos periódicos que circulou no estado durante esse período. Conforme Celso Pinheiro (1972, p.199), as atividades da imprensa no Piauí até 1945 foram escassas.

Tendo em vista a conjuntura em que circulou tal jornal, este trabalho pretende entender o posicionamento do mesmo em relação ao Governo e seus representantes, uma

¹ Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista pela UFPI (2012). Pesquisadora no NUJOC- Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI. Email: sousathamyres@yahoo.com

³ Jornalista pela UFPI(1996). Mestre em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ(1998).Doutora em Processos Comunicacionais pela UMEP (2010). Atua como professora titular no Programa de Graduação e Pós-Graduação da Universidade Federal do Piauí (**Orientadora do trabalho**). Email:ana.rani@uol.com.br

vez que o exercício da atividade jornalística estava condicionado à divulgação das doutrinas que compunham a ditadura Vargas

O trabalho estrutura-se da seguinte forma: inicialmente, a autora buscou fazer uma contextualização do período para que se obtivesse um entendimento das modificações que o Estado Novo estabeleceu no Brasil e no Piauí, sobretudo nos serviços de imprensa. Posteriormente, trabalhou-se a importância de se ter o jornalismo como aliado em tempos de ditadura e por fim, foi construída uma breve apresentação do Jornal Monitor Comercial que embasou a análise de como o jornal se posicionou em relação ao Estado e seus representantes.

O Brasil na ditadura Vargas

Entende-se por Estado Novo ou ditadura Vargas o período em que de 1937 a 1945 Getúlio Vargas manteve-se no poder por meio de um golpe de Estado. Pouco antes desse momento, desencadeavam-se em alguns países movimentos antidemocráticos e próditoriais, totalitários e semi-totalitários que exerceram influências sobre o regime estado-novista implantado no Brasil.

Segundo Maia *apud* Moreira (2010, p. 3), a ditadura implantada por Vargas em 1937, apesar do cunho autoritário, não pode ser caracterizada como totalitarista, no entanto a adoção de medidas como o patriotismo, o ufanismo, músicas de exaltação à nação, produção de programas, controle da imprensa, da cultura e de livros didáticos aproximam o governo implantado no Brasil das bases totalitaristas e semi-totalitárias que já se expandiam na Europa.

Visando consolidar o poder após o golpe de Estado, a Ditadura Vargas tomou medidas semelhantes às adotadas pelo fascismo e nazismo.

Seguindo o modelo fascista italiano, Moreira (2010, p.10) ressalta que Getúlio Vargas apoiou-se na Constituição de 1937 para implantar medidas que facilitaríamos a nova forma de Governo, como a maior intervenção governamental, controle da imprensa e a suspensão de liberdades individuais.

Outra medida adotada pela ditadura estado-novista, que também já havia sido utilizada pelo nazismo e fascismo, foi a criação de bodes expiatórios, ou seja, a perseguição a grupos impotentes ou em processo de perda do poder. No Brasil, comunistas e judeus podem ser considerados os bodes expiatórios do momento estudado e com frequência tiveram seus nomes divulgados na imprensa como inimigos do regime e provocadores da

instabilidade no país. Como exemplo, tem-se o jornal piauiense Gazeta que conforme Sousa (2012, p.55) adotava o repúdio a esses grupos. Em consonância com a aversão aos comunistas, divulgada antes mesmo do Estado Novo, o Plano Cohen, que previa uma tomada de poder por parte dos comunistas, foi usado como pretexto para que o Estado Novo fosse implantado. Tal doutrina era considerada um grande mal e foi repassada como responsável pela desestabilização da sociedade. Como bem afirma Halbwachs (1990, p.54), o homem, frequentemente, faz apelo às lembranças dos outros, reportando-se a pontos de referência fixados pela sociedade. Sendo assim, o fato da população já possuir em seu imaginário a figura de que os comunistas eram causadores da desordem fez com que não fosse difícil apontá-los, no jornalismo, como ameaça.

Para dar suporte às mudanças propostas pela ditadura Vargas, fortalecer a ideologia do período estado-novista e unificar o discurso no país, o Governo criou órgãos como o Departamento Administrativo do Serviço Público (DASP) criado, por meio do Decreto- Lei nº579, de 30 de julho de 1938, a fim de supervisionar o trabalho de interventores e controlar a administração pública e o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP)⁴ que, conforme o Decreto-Lei de nº 1.915, de 27 de dezembro de 1939, controlava o cinema, o teatro, o rádio, o turismo, a divulgação e a imprensa.

As mudanças instituídas nesse período ultrapassavam o domínio federal e interferiram também nas esferas estaduais. Cada estado possui suas particularidades, e para se compreender o Monitor Comercial é necessário compreender a conjuntura em que o periódico circulou, visto que nesse contexto podem existir fatores que influenciaram seu posicionamento.

O Piauí na Ditadura Vargas

No Piauí, após a tomada do poder em 1937, o então governador do estado Leônidas de Castro Melo tornou-se interventor federal e foi o representante da figura de Vargas na instância local. Medidas como a centralização de poderes, a burocratização do aparelho estatal e a censura aos meios de comunicação e expressão começavam a ser difundidas no Piauí e se refletiam não só na política, mas também na economia e sociedade.

Na esfera econômica, o Piauí atuou em conformidade com a diretriz econômica nacional e investiu na produção da cera de carnaúba e da borracha de maniçoba. Segundo

⁴ É interessante se colocar que antes da criação do DIP já existiam outros órgãos que desenvolviam trabalho semelhante ao desses órgãos. Segundo Silva e Carneiro (1983, p. 57), antes da criação do DIP, Getúlio Vargas utilizou o Departamento Oficial de Propaganda DOP (1930) e o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC) para promover sua imagem.

Tavares *apud* Sousa (2012, p.17) os dividendos da cera de carnaúba fizeram com que o governo executasse grandes obras como o Museu Histórico, o quartel para a Polícia Militar, a ponte metálica e a conclusão da Casa Anísio Brito e do Liceu Piauiense. No que se refere à extração de maniçoba, a produção voltou-se às necessidades da Segunda Guerra Mundial, conflito no qual o Brasil não estava diretamente envolvido, no entanto a sua aproximação dos países aliados (China, França, Grã-Bretanha, União Soviética e Estados Unidos) fazia com que a maniçoba extraída fosse destinada para a produção de artefatos que seriam utilizados na guerra (LIRA, 2008, p.43).

Sobre os aspectos sociais do período, as limitações das liberdades individuais como a proibição de fumar em público ou portar caixas de fósforo e os excessos cometidos pela polícia faziam parte da conjuntura estado-novista instalada no Piauí. De acordo com Carvalho (2011), em resposta aos incêndios que, misteriosamente, atingiam as casas de palha da população menos favorecida a polícia perseguiu a população da época, alegando que esta seria uma tentativa de se manter a ordem pública. Tal justificativa assegurada pelo artigo 122 e parágrafo 15 da Constituição de 1937, era constantemente utilizada quando o Governo sentia a necessidade de perseguir membros da sociedade que pudessem se comportar de maneira contrária às ideias difundidas pelo regime.

Mas com a providência contra os incêndios vieram os excessos da polícia despreparada, numa cidade antes pacata. O uso de instrumentos de terror. Muita gente foi presa, muitos sofreram tortura injustamente. Pouco interessa no momento relembrar nomes de personagens que, na época, apoiados pelo poder discriminatório da ditadura Vargas, implantaram na cidade, o pânico, a insegurança, o medo, em nome da ordem pública (CARVALHO, 2011, p.14).

É pertinente ressaltar que não foram apenas os direitos de portar fósforos ou de fumar em público que foram perseguidos no Piauí. O direito à informação também foi controlado no momento, uma vez que os serviços de imprensa eram vigiados pelo DIP e, posteriormente, pelos Departamentos Estaduais de Imprensa (DEIP) instituídos por meio do Decreto-Lei 2557, de 4 de setembro de 1940. Sobre a vigilância desses departamentos, o país tinha a liberdade de imprensa e a liberdade de imprimir censuradas.

Para que se compreendam as perseguições que o jornalismo sofreu é necessário que se faça a distinção entre liberdade de imprensa e liberdade de imprimir. Segundo Lima (2010, p.1), a liberdade de imprimir refere-se à possibilidade de imprimir manifestações individuais de pensamento já a liberdade de imprensa é um conceito associado ao

surgimento dos veículos de comunicação que é o direito de se expressar através de qualquer meio jornalístico seja ele comercial ou não.

Sendo assim considera-se que a ditadura Vargas controlou a liberdade de imprimir, pois a população era impedida de imprimir informações contrárias às doutrinas do regime, seja de forma panfletária ou através de livros, do cinema. Outra maneira de cercear a liberdade de imprimir se dava por meio do controle da cota de papel para os estados. No Piauí, tal cerceamento incidiu até mesmo nos veículos de comunicação. Conforme Chaves apud Sousa (2013, p.26) entre 1939 e 1943 não foram lançados novos jornais, o que para Sousa (2013, p.26) representava um retrocesso para a imprensa do estado, pois a população era impedida de ter acesso a notícias com critérios de noticiabilidade⁵ diferentes e de observar outras linhas editoriais. Considerando-se que a imprensa piauiense sofria essas limitações, mesmo sendo o papel uns dos principais instrumentos de trabalho do jornalismo impresso, pode-se inferir que a dificuldade de adquiri-lo tornava-se maior para a população em geral, o que fazia com que a sua liberdade de imprimir também fosse contida.

Com relação à liberdade de imprensa, pode-se afirmar que no momento em que o DIP ou o DEIP chamavam a atenção de algum jornalista e proibiam a divulgação de determinados conteúdos nos jornais piauienses, os mesmos tinham o seu direito de liberdade de imprensa violado. Segundo Nascimento (2002), tais privações aconteceram com o jornal Gazeta e demonstram a vigilância exercida pelos órgãos de controle à imprensa no Piauí.

No dia 13 de junho de 1944, Antonio Lemos, diretor gerente do jornal Gazeta, compareceu ao DEIP a chamado do Diretor Geral [...] O diretor do DEIP encerrou o “diálogo” informando ao jornalista do Gazeta que o jornal deveria ficar fora de circulação. “Seja como for, o que tenho a lhe dizer, autorizado pelo Interventor, é que a Gazeta não poderá circular sem censura prévia que está a meu cargo” (NASCIMENTO, 2002, p. 52).

Levando-se em consideração toda a conjuntura nacional, a vigilância exercida sobre a imprensa foi uma das estratégias utilizadas pelo governo estado-novista para difundir uma boa imagem do momento e mostra a relevância que os serviços de imprensa tinham para o período

Uma imprensa forte: o poder da imprensa na ditadura estado-novista

Para Rêgo e Moura (2011, p.4) a posição de destaque ocupada pelo jornalismo faz com que ele estabeleça condições de poder, paute o público, forme opiniões e influencie o

⁵ Critérios utilizados para a seleção dos assuntos que serão noticiados em um veículo

imaginário simbólico coletivo. Tendo em vista esse poder ideológico que os meios de comunicação carregam, o Estado Novo se utilizou em larga escala da imprensa para divulgar os ideais varguistas, barrar informações que não eram convenientes para o Estado e adequar o conteúdo veiculado à nova conjuntura política, econômica e social.

Porém, é necessário ressaltar que o poder exercido pela ditadura Vargas não se embasava somente nas formas repressivas. De acordo com Capelato (1988, p. 50), o regime estado-novista buscou estabelecer uma relação amigável com alguns representantes da imprensa. Ao construir um novo prédio da Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e beneficiar veículos jornalísticos e jornalistas oferecendo regalias como a isenção fiscal, o Estado se utilizava de sua posição de poder, que lhe permitia gerir a nação de maneira bastante intervencionista, e de forma não repressiva se aproximava de setores importantes da sociedade. Segundo Foucault (2008), o poder não possui apenas a face negativa, destrutiva. Esse mesmo poder compreende um aspecto positivo, no qual se porta com um caráter produtivo. Tal afirmação pode ser observada durante o período da Ditadura Vargas.

[...]Se o poder fosse repressivo, se não fizesse outra coisa a não ser dizer não você acredita que seria obedecido? O que faz com que o poder se mantenha e que seja aceito é simplesmente que ele não pesa só como uma força que diz não, mas que de fato ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso. Deve-se considerá-lo como uma rede produtiva que atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem por função reprimir [...] (FOUCAULT, 2008, p.8).

Os constantes casos de censura e a criação de órgãos de vigilância para o jornalismo reforçam a importância e o poder que o mesmo possui. Conforme Barbosa (2007, p.), a aproximação de figuras que possuíam o domínio sobre o discurso tornado visível e o apoio dos homens da imprensa foram fundamentais para a consolidação de regimes ditatoriais como o Estado Novo.

A notoriedade que atividade jornalística possuía entre determinados grupos atribuía credibilidade ao conteúdo divulgado e fazia com que ele fosse tomado como exato, pois se pressupõe que o conteúdo veiculado na imprensa seja dotado de veracidade, ou seja, está intimamente associado à verdade. Contudo, segundo Foucault (2008, p. 12), a verdade é produto de múltiplas coerções, o que faz com que cada sociedade possua o seu regime de verdade, que ela acolhe e o torna verdadeiro. O jornalismo também possui o seu regime de verdade e por meio de mecanismos e instâncias, o jornalista faz com que os fatos apresentados por ele sejam reconhecidos como verdadeiros pelo público. Tal situação, presente nos dias atuais, mesmo com a oportunidade que o público tem de interferir nas

rotinas produtivas do jornalismo e produzir conteúdo, foi potencializada em tempos de Estado Novo, no qual considerando as ferramentas tecnológicas do momento, o poder de contestação aos meios era menor. Como o jornalismo ainda é visto como uma fonte confiável observa-se que o mesmo possui uma maior facilidade de fazer com que as pessoas rememorem fatos e adotem em seu cotidiano perspectivas noticiadas pelos meios de comunicação. Esse posicionamento corrobora Barbosa (2007, p 111), pois a mesma afirma que os jornais dispõem de mecanismos para compor realidade .

Com base na centralidade que o jornalismo ocupa na sociedade, entende-se a necessidade de tê-lo como aliado de maneira espontânea ou compulsória. Considerando a importância do jornalismo piauiense e as influências que o mesmo recebeu da conjuntura nacional e global, o presente trabalho vai identificar o posicionamento do jornal piauiense, *Monitor Comercial* em relação ao Governo e seus representantes tendo como corpus os jornais que circularam no ano de 1939.

Conhecendo o Monitor Comercial

O Monitor Comercial surgiu em outubro de 1937 e, inicialmente, atuava como uma revista de publicação mensal, que continha aproximadamente 40 páginas. Já em 1939, percebe-se que a publicação deixa de ser uma revista e torna-se um jornal, no entanto mantém a circulação mensal e passa a dispor de 6 a 9 páginas.

Assim como o jornal *Gazeta*, que também circulou durante a Ditadura Vargas, o *Monitor Comercial* também contou com a colaboração de membros de uma mesma família para sua produção. Dentre eles pode-se citar L. L. de Bittencourt, M.B de Bittencourt Bastos e João Bastos, que também atuava como diretor geral do Departamento de Estatística e Publicidade durante o Estado Novo.

Sobre o conteúdo do *Monitor Comercial* observa-se que além das notícias, o veículo tinha um espaço em que eram publicadas cartas do leitor, comentando texto publicados nas edições anteriores e a exemplo do *Gazeta* também possuía uma seção que se assemelhava a uma coluna social com informações sobre noivados, casamentos nascimentos.

A publicação em estudo possuía tipografia própria e a redação e administração funcionavam na rua São José, nº8.

Análise do posicionamento do jornal Monitor Comercial em relação a Governo e seus representantes

Com o intuito de identificar o posicionamento do jornal *Monitor Comercial* em relação ao Governo e seus representantes, utilizou-se a pesquisa exploratória, que conforme Santos (2008, p.27) é adequada a temas sobre os quais se tem pouco conhecimento, e a pesquisa documental, que segundo Gil (2002, p.45-47), é empregada com materiais que ainda não passaram por um processo analítico, como é o caso dos jornais, que se tornaram fonte documentais com a evolução da historiografia e de outras áreas de estudo.

A amostra da pesquisa foi composta por 13 exemplares que circularam no ano de 1939 e contempla quase todos os meses do ano. Sendo assim, tal recorte está em conformidade com a regra da pertinência de Bardin (1977, p. 98), que prevê que os documentos analisados devem estar em consonância com os objetivos da pesquisa, período de análise e procedimentos.

Como técnica de análise utilizou-se a análise de conteúdo com base em Bardin (1977)⁶ adotando como unidades de registro matérias e notas produzidas pelo jornal *Monitor Comercial*.

Para atender aos objetivos da pesquisa, dividiu-se o trabalho em três categorias analíticas: *sujeitos envolvidos*, *caracterização do sujeito* e *assuntos tratados*. Na categoria *sujeitos envolvidos*, observou-se quais os sujeitos pertencentes ao aparelho estatal eram citados nas matérias apresentadas. Já com a categoria *caracterização do sujeito*, buscou-se analisar como esses sujeitos envolvidos foram caracterizados e qual imagem o jornal tentou construir dos mesmos. Por fim, com a categoria *assuntos tratados*, o trabalho identificou quais temas eram abordados em relação a esses sujeitos envolvidos, visto que é importante se entender em que contexto os sujeitos envolvidos são citados.

Sujeitos envolvidos

Com a categoria sujeitos envolvidos, constatou-se o caráter de proximidade entre o jornal *Monitor Comercial* com as atividades desenvolvidas pelos representantes do governo estado-novista. Em todos os jornais analisados, foram encontradas matérias e notas que citavam representantes de órgãos públicos seja em âmbito municipal, estadual e federal.

Na esfera municipal, pode-se destacar como sujeito envolvido o prefeito de Teresina, Lindolfo Monteiro. O representante constantemente era referenciado no periódico

⁶ A análise de conteúdo fornece informações suplementares ao leitor crítico de uma mensagem seja ele lingüista, psicólogo, sociólogo, crítico literário, historiador exegeta religioso ou leitor profano desejando distanciar-se da sua leitura <aderente>, para saber mais sobre o seu texto (BARDIN, 1977, p. 133)

e em exemplares como o de junho de 1939, o gestor fora citado em duas matérias diferentes, o que demonstra o acompanhamento que o jornal em estudo exercia em relação ao mesmo.

Texto 1: Fala-se com segurança que o ilustre prefeito da nossa capital dr.Lindolfo Monteiro está empenhado em dotar Teresina, até setembro o mais tardar de um melhoramento:AUTO-ÔNIBUS(MONITOR COMERCIAL, 1939, p.4).

Texto 2: O senhor prefeito dr.Lindolfo Monteiro reconhecendo a necessidade de remodelação dessa praça que si bem tratada, será, pela disposição das árvores existentes uma das primeiras que impressionarão seus viajantes (MONITOR COMERCIAL, 1939, p.7).

Já no campo estadual, nota-se que o jornal mencionava mais órgãos públicos e representantes, o interventor federal Leônidas Melo aparecia com frequência nos exemplares e seu nome chegava a ser colocado como título das matérias. Segundo Rabaca e Barbosa (1987, p.577), o título do texto jornalístico tem a função de resumir o assunto da matéria e chamar a atenção do leitor para o texto, ao dispor o nome do interventor no título da matéria o jornal o colocava em uma posição de destaque e apostava nessa estratégia como meio de atrair o leitor. A fotografia recurso que complementa a leitura do texto e o deixa menos monótono também acompanhou alguns textos relacionados ao interventor. Tais fotografias eram pousadas ou mostravam o interventor trabalhando. Considera-se que ao inserir a fotografia em seus exemplares o periódico cumpria a determinação do DIP, de repassar boa imagem do Governo e promovia-se junto ao governo local.

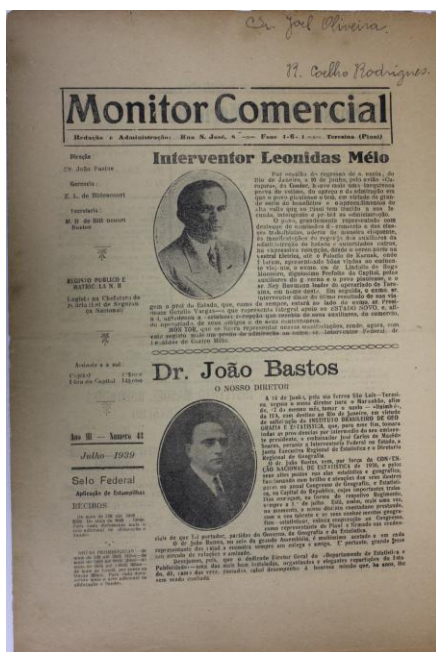


Figura1:MONITOR COMERCIAL,junho de 1939,p.1
Fonte: Nujoc/ Arquivo Público

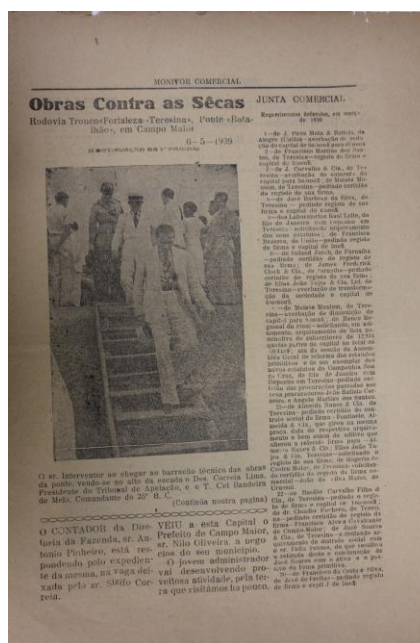


Figura2: MONITOR COMERCIAL, maio de 1939, p.7
Fonte: Nujoc/ Arquivo Público

Outro representante do Governo citado é João Bastos, diretor geral do Departamento de Estatística e Publicidade e diretor do jornal Monitor Comercial. Assim como o interventor Leônidas Melo, o mesmo foi retratado no jornal através do uso de matérias com fotografia cujo título é o seu nome. Tal fato pode ser também constatado na figura 1, em que o texto referente a João Bastos é disponibilizado a baixo do texto sobre o interventor Leônidas Melo, destacando a importância do diretor e até mesmo nivelando-a com a notoriedade que Leônidas Melo possuía no Estado, uma vez que até a disposição do título, texto e fotos deu-se de forma semelhante. O fato de João Bastos também atuar como diretor do periódico em estudo influencia na notoriedade que o mesmo recebia no periódico, uma vez que Bastos tornava-se uma fonte mais acessível, por estar vinculado ao veículo, e poderia se utilizar da posição de destaque que o jornalismo lhe conferia para promover suas ações frente ao Departamento de Estatística e Publicidade. Essa medida foi amplamente utilizada na Ditadura Vargas.

Embora com menor frequência, outros órgãos e representantes do Governo, na instância estadual, eram apresentados nos exemplares analisados.

O Capitão Landri Sales, diretor Geral dos Correios e Telégrafos, ocupou na edição de agosto de 1939 toda a primeira página do jornal. A matéria, que também foi acrescida de foto, recebia como título o nome do capitão, porém nos demais exemplares o diretor não recebeu o mesmo destaque, o que revela que o jornal não atuava com frequência na divulgação das ações desse departamento.

O Departamento de Obras contra a seca e seus engenheiros também podem ser considerados sujeitos do jornal analisado. Notícias sobre esse departamento apareciam geralmente nas páginas iniciais do jornal. É interessante colocar que Belino Bittencourt, um dos engenheiros do departamento, era parente dos diretores do Monitor Comercial, o que influencia na divulgação que o mesmo recebeu. Embora o jornalismo se apresente como dotado de objetividade, a subjetividade dos jornalistas interfere nas rotinas produtivas. Conforme Rossi apud Melo (2006, p.39), a objetividade é impossível, pois o jornalismo é mediado por um jornalista que possui sua formação cultural, *background* pessoal e opiniões a respeito do que está testemunhando, ou seja, ocupa uma posição de poder na escolha do que é noticiado.

Em âmbito federal, destaca-se como sujeitos Getúlio Vargas e o Sr Rubem Gueiros, Delegado Geral do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Porém, tais sujeitos recebiam menor destaque que os sujeitos pertencentes ao âmbito estadual. Quando

mencionados nos textos e notas produzidos pelo Monitor Comercial, os mesmos eram colocados em parceria com algum representante da instância estadual. Observa-se no texto abaixo.

Texto 3: Por uma escolha feliz e acertada do exmo. Sr. Dr. Getúlio Vargas eminente presidente da república assumiu, a 25 de julho findo, as altas funções de diretor geral dos Correios e telégrafos o Sr capitão Landri Sales Gonçalves (MONITOR COMERCIAL, agosto de 1939, p.1).

Caracterização do sujeito

Com relação à caracterização do sujeito, observa-se que o Governo e seus representantes eram caracterizados com adjetivos positivos. Tal posicionamento corrobora com as ideias difundidas pelos órgãos de controle da imprensa.

Na edição de junho de 1939, observa-se que o sujeito Lindolfo Monteiro, prefeito da cidade de Teresina, é elogiado. Nota-se no texto 4.

Texto 4: O Sr prefeito dr Lindolfo Monteiro, reconhecendo a necessidade de modelação dessa praça[...] Lindolfo Monteiro, que, agora livre da dívida que o município de Teresina tinha para com a Caixa Econômica Federal, muito mais poderá fazer pelo progresso de nossa capital(MONITOR COMERCIAL, junho de 1939, p.7).

No momento em que o periódico caracteriza o prefeito como reconhecedor da necessidade de modelação da praça, o mesmo deixa implícito que o gestor era bondoso e sensível aos problemas da cidade. Essa preocupação com a cidade é colocada de maneira tão intensa que a figura do prefeito (parte da administração municipal) fora apresentada pelo jornal como se fosse o todo (a prefeitura por completo). Ao divulgar que “muito mais poderá fazer pelo progresso de nossa capital”, o Monitor Comercial atribui os méritos da cidade apenas ao prefeito, esquecendo a equipe técnica do mesmo.

A imagem do interventor Leônidas Melo também foi fortalecida no periódico em estudo. A exemplo de como o jornal promovia Lindolfo Monteiro, o trabalho do interventor Leônidas Melo também funcionava como base para a sua caracterização.

Texto 5: [...] com elevado patriotismo e decidido interesse pelo progresso intelectual, moral e material do seu Estado (MONITOR COMERCIAL, novembro de 1939, p.1).

Texto 6: O ilustre governador piauiense, na capital da república, mais uma vez demonstra o seu reconhecido interesse pelos problemas e o bem estar de sua terra (MONITOR COMERCIAL, outubro de 1939, p.1).

Nos textos 5 e 6, nota-se a divulgação da propaganda varguista na caracterização de Leônidas Melo. A expressão “com elevado patriotismo” define o interventor e ratifica sua adesão à ideologia dominante difundida por Vargas. Assim como o prefeito de Teresina,

Lindolfo Monteiro, Leônidas fora apresentado como um gestor preocupado com o Estado. A palavra “interesse” é enfatizada nos textos em que o mesmo é mencionado e nesse caso atua como sinônimo de esforço, empenho. Característica positiva para o representante.

Outro sujeito também caracterizado no Monitor Comercial é João Bastos. Observa-se através do texto 7.

Texto 7: Estamos certos de que o comissionado, ex-contador do Estado, e ex-diretor da fazenda, funções que desempenhou com muita operosidade e inteligência, dará integral cumprimento a essa nova missão que lhe vem de confiar o ilustre Interventor Federal, Sr. Dr. Leônidas Melo (MONITOR COMERCIAL, outubro de 1939, p.1).

Considera-se por meio do texto 7 que João Bastos também é considerado um bom funcionário através da expressão “com muita operosidade e inteligência, dará integral cumprimento a essa nova missão”, no entanto observa-se que para que seja legitimado o trabalho do mesmo o Monitor Comercial o associa ao interventor federal, representante maior do Governo Vargas no Piauí, o que de certo modo confere maior autoridade à João Bastos e o classifica como fiel aliado da Ditadura Vargas.

Com relação aos sujeitos Landri Sales, Bellino Bittencourt, Rubem Gueiros e Getúlio Vargas, percebe-se que a caracterização dos mesmos é feita até com adjetivos semelhantes. Eles são sempre descritos como pessoas sábias, competentes, no entanto considera-se que o jornal os caracterizava com menos vigor do que, o que enfatiza uma maior notoriedade que o periódico oferecia à Lindolfo Monteiro, Leônidas Melo e João Bastos.

Landri Sales

Texto 8: destacado oficial do exército[...]O ilustre homem há de por certo na alta função de que se acha investido, reconhecer as necessidades do Piauí [...] (MONITOR COMERCIAL, agosto de 1939, p.1).

Bellino Bittencourt

Texto 9: [...]direção competente e criteriosa do operoso engenheiro civil[...] (MONITORCOMERCIAL, 15 de novembro de 1939, p.2).

Rubem Gueiros

Texto 10: Monitor através de nosso diretor [...] conhece a valiosa atuação do Sr Rubem Gueiros (MONITOR COMERCIAL, abril de 1939, p.4, ed2)

Getúlio Vargas

Texto 11: Por uma escolha feliz e acertada do exmo. Sr. Dr. Getúlio Vargas eminente presidente da república (MONITOR COMERCIAL, agosto de 1939, p.1).

Assuntos tratados

Na categoria assuntos *tratados*, observa-se que o jornal envolvia os sujeitos não só na esfera profissional, assuntos pessoais sobre os mesmos também faziam parte dos textos publicados no Monitor Comercial. Observa-se através do texto abaixo.

Texto 12: Lindolfo Monteiro, está empenhado em dotar Teresina, até setembro, o mais tardar de mais um melhoramento: AUTO-ÔNIBUS para a nossa viação urbana (MONITOR COMERCIAL, junho de 1939, p.4).

Com base no texto 12, pode-se inferir que o sujeito abordado, Lindolfo Monteiro fora mencionado em um assunto de trabalho, relacionado à melhoria da infraestrutura da cidade. Tal estruturação do texto aproxima o leitor das ações desempenhadas pelo prefeito, visto que o jornal divulgou um dos projetos de Lindolfo Monteiro.

As viagens de representantes do Governo era outro assunto abordado no periódico. Tais assuntos sempre apareciam justificadas no periódico.

Texto 13: Do Rio de Janeiro, onde se demorara alguns dias cercado de prestígios e atenções, tomando parte em reuniões especiais de interesses públicos conseguiu o governante piauiense alguns benefícios para a nossa terra [...] (MONITOR COMERCIAL, 9 de dezembro de 1939, p.1).

Texto 14: De regresso do Rio de Janeiro, onde se achava comissionado pelo governo representando o estado do Piauí no CONGRESSO NACIONAL DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA recentemente encerrado na Capital da República chegou a 5 do corrente a esta o sr. dr João Bastos, alto funcionário da administração piauiense[...] (MONITOR COMERCIAL, setembro de 1939, p.7).

Os textos 13 e 14, publicados no Monitor Comercial, justificam a ausência de altos funcionários do Estado (interventor Leônidas Melo e João Bastos, diretor geral do Departamento de Estatística e Publicidade) no Piauí e revelam que o jornal além de acompanhar a agenda do Governo e seus representantes se posicionava construindo uma imagem de que as viagens dos sujeitos citados tratavam da busca de melhorias para o desenvolvimento do Estado, o que de certo modo fortalecia as boas características que eram acrescentadas a esses sujeitos.

Assuntos pessoais também eram retratados sobre o interventor e seus representantes. Como exemplo pode-se citar a passagem do aniversário de João Bastos.

Texto 15: Os que trabalham nessa casa, renovando os cumprimentos enviados ao aniversariado, aproveitam o ensejo para registrar, numa justa homenagem ao dinâmico e operoso chefe do Departamento Geral de Estatística e Publicidade do Piauí (MONITOR COMERCIAL, agosto de 1939, p.10).

Ao lembrar o aniversário de representantes do Governo, o jornal aproximava o público da vida particular de seus gestores e fortalecia seus vínculos, uma vez que ao parabenizá-los o periódico reforçava sua estima pelos representantes citados.

Considerações finais

Com base na discussão proposta, considera-se que o jornal Monitor Comercial posicionou-se como um aliado do Governo e de seus representantes. Nos exemplares analisados, nota-se que o periódico atuava em consonância com os ideais varguistas, divulgando a boa imagem de seus representantes, enfatizando a ideia de que os mesmos visavam construir uma nação melhor e publicando assuntos que se distanciavam dos debates políticos calorosos que outrora faziam parte da imprensa piauiense.

Tendo em vista a situação de poder ocupada pelo jornalismo, que no Piauí fora reforçada pelos escassos periódicos, ter um jornal aliado com Governo suplantava a veiculação de informações que fossem contrárias a doutrina Vargas e fomentava a adesão da população ao governo que era imposto, uma vez que conforme Rêgo e Moura (2011, p.4) o jornalismo pode influenciar o imaginário simbólico coletivo.

Em uma conjuntura em que a imprensa era controlada por órgãos do Governo, o posicionamento favorável aos ideais varguistas também deixa implícito a existência de uma autocensura no Monitor Comercial. Caso o periódico não se posicionasse como aliado do Governo, o mesmo poderia ser punido com diminuição na cota de papel ou até mesmo com corte das verbas enviadas pelo Governo, o que afetava a sua circulação, e, por consequência, seus diretores e demais funcionários.

O fato do jornal possuir entre seus diretores um funcionário que também ocupava um alto cargo no Estado(João Bastos) também se torna um fator preponderante ao se estudar o Monitor Comercial nesse período. Um posicionamento contrário ao Governo acarretaria danos até mesmo ao seu diretor geral que compunha a gestão que representava Getúlio Vargas no Estado.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luiz Antero e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

CARVALHO, A. L. P. Teresina de ontem e de hoje. **Presença**. Teresina, ano XXVI, n 45, p. 7-17, ago.2011

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. Disponível em: <

http://www.nodo50.org/insurgentes/biblioteca/A_Microfisica_do_Poder_-_Michel_Foucault.pdf>.

Acesso em: 22 de maio de 2013.

GIL, A. C. **Técnicas de pesquisa em economia e elaboração de monografias**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HALBWACHS, M. **A Memória Coletiva**. 2ªed. São Paulo: Vértice, 1990.

LIMA, V. A. de. Liberdade de Expressão X Liberdade de Imprensa. Instituto Humanitas Unissinos on-line, Rio Grande do Sul, 10 de junho, 2010. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/33323-liberdade-de-expressao-x-liberdade-de-imprensa-entrevista-especial-com-venicio-lima>>. Acesso em: 3 de julho.2014.

LIRA, C. H. S. **O Piauí em tempos de Segunda Guerra: mobilização local e as experiências do contingente piauiense da FEB**. 2008. Dissertação (Mestrado em História) – Departamento de História, Universidade Federal do Piauí, Teresina, data da defesa 2008.

MELO, J. M. de. Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MOREIRA, C. B. Produção de práticas censórias e memória: Relações entre a ditadura Vargas e o fascismo italiano. IN: **Caderno de Letras da UFF**. Disponível em: <<http://www.uff.br/cadernosdeletrasuff/40/cotidiano1.pdf>>. Acesso em : 1 de julho. 2014.

NASCIMENTO, F. A. **A cidade sob o fogo: modernização e violência policial em Teresina (1937-1945)**. Teresina: Fundação Cultural Monsenhor Chaves, 2002.

PINHEIRO FILHO, C. **História da Imprensa no Piauí**. Teresina: COMEPI, 1972.

RABACA, C. A; BARBOSA, G. G. Dicionário de Comunicação. São Paulo : Ática, 1987.

RÊGO, A.R; MOURA, R. Leal. Nazismo e Fascismo nas páginas da revista O Cruzeiro. IN: **Confederação Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Acadêmicas de la Comunicación**. Disponível em : < <http://confibercom.org/anais2011/pdf/24.pdf>>. Acesso em : 15 de abril. 2014.

RIO DE JANEIRO. Decreto lei de nº 1.915, de 27 de dezembro de 1939. **Cria o Departamento de Imprensa e Propaganda e dá outras providências**. Disponível em: <<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=19204&>>. Acesso em: 21 de maio de 2013.

RIO DE JANEIRO. Decreto-Lei de nº 2.557, 4 de setembro de 1940. **Dispõe sobre o exercício das funções do Departamento de Imprensa e Propaganda nos Estados**. Acesso disponível em: <<http://www.camara.gov.br/internet/InfDoc/novoconteudo/legislacao/republica/leis1940Vv497/pdf35.pdf#page=1>>. Acesso em: 27 de julho de 2012.

SAID, G.F. **Comunicações no Piauí**. Teresina: Academia Piauiense de Letras em Convênio com o Banco do Nordeste, 2001.

SANTOS, A. R dos. **Metodologia Científica: a construção do conhecimento**. 3ed: DP&A, 2008.

SOUSA, T. **A atuação do jornal Gazeta em tempos de censura**. 2012. Trabalho de conclusão de Curso- Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Piauí, Teresina, data da defesa 2012.