

Departamento de Imprensa e Propaganda

AZEVEDO AMARAL

O decreto-lei de 30 de dezembro de 1939, que transformou o Departamento Nacional de Propaganda no D. I. P., ampliando a antiga estrutura daquele serviço e conferindo-lhe atribuições de maior alcance no conjunto das atividades do Estado Novo, foi medida logicamente deduzida da experiência de seis anos de funcionamento do aparelho de informação e difusão cultural. O Brasil foi um dos primeiros países onde o poder público compreendeu as vantagens da publicidade orientada, no sentido da propaganda sistemática em apóio dos interesses nacionais. Ha mais de trinta anos, na presidência Afonso Pena, o Governo organizou um serviço de propaganda no exterior, dando mesmo aspecto um tanto aparatoso à missão disso incumbida e que ficou popularmente conhecida como a embaixada de ouro. Esta expressão, originada na idéia de que a finalidade visada era principalmente atrair capitais estrangeiros para o país, assumiu no espirito público a significação de tratar-se de uma dispendiosa divulgação de informes sobre o Brasil.

Seria difícil dizer-se até que ponto aquela propaganda, organizada empiricamente e sem uma coordenação adequada das atividades dos que nela colaboravam, merecia o qualificativo que lhe deram pelos resultados alcançados ou pela desproporção entre os dinheiros públicos nela despendidos e a utilidade prática do seu funcionamento durante alguns anos. Mas, mesmo reconhecendo não haver sido completamente inutil aquela primeira tentativa de propaganda do Brasil, é forçoso admitir a escassez dos frutos colhidos pelo país. Entretanto, deve ser registada a iniciativa apontada, como prova de que não fomos insensíveis às vantagens da publicidade oficial,

em uma época em que esse assunto não era ainda apreciado, sinão por forma muito restrita.

De natureza bem diferente foi a organização da propaganda, cuja iniciativa coube ao Presidente Getulio Vargas, que confiou, em abril de 1934, ao diretor da Imprensa Nacional, Dr. Sales Filho, o encargo de fazer experimentalmente um serviço dessa natureza. Em julho de 1934, os resultados da experiência desenvolvida desde maio do mesmo ano levaram o Presidente da República a organizar, por um dos últimos decretos-leis promulgados no regime discricionário, o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural. Este, mais tarde, veiu a ter a sua organização executada, passando a denominar-se Departamento Nacional de Propaganda e ficando a sua direção a cargo do Sr. Lourival Fontes.

O estabelecimento de um aparelho destinado a divulgar pelo país e pelo estrangeiro informações de interesse público correspondia a uma idéia que, no momento, já se achava aplicada em alguns países e que pouco a pouco ia sendo imitada em outros. Embora correspondesse assim ao que se poderia chamar uma tendência universal no momento, a propaganda brasileira foi contudo organizada em linhas acentuadamente originais e em harmonia com a natureza especial dos problemas de publicidade oficial que tinham de ser atendidos.

A propaganda rádio-telefônica, que na fase experimental do serviço constituia exclusivamente todo o seu campo de atividade, veiu a ser suplementada pela publicidade por meio da imprensa, que se tornou uma das formas mais importantes da ação do antigo Departamento Nacional de Propaganda. A este coube ainda desempenhar, como órgão do poder público, funções múltiplas,

no sentido de entreter uma intensa campanha de educação cívica, divulgando não somente discursos oficiais importantes pronunciados em vários pontos do país, como também solenidades oficiais, que por meio da irradiação puderam ser acompanhadas pelos brasileiros em todo o território nacional e levadas ainda, pela onda curta, aos países estrangeiros.

Cumpre, portanto, acentuar que o antigo Departamento Nacional de Propaganda, em cinco anos de funcionamento, desempenhou cabalmente as funções que lhe foram determinadas e excedeu mesmo, pelo êxito das suas atividades, o que se poderia ter razoavelmente previsto ao tempo da sua fundação. E não é inoportuno assinalar aqui que tais resultados foram conseguidos com recursos financeiros muito modestos, sobretudo quando se consideram as somas muitíssimo avultadas que outros governos consagram aos serviços de publicidade do Estado.

Mas tudo que era possível realizar com a estrutura inicial do serviço da nossa propaganda estava atingido e, para desenvolver atividades tão importantes ao interesse público, era imprescindível uma reforma, que viesse tornar possível a expansão do serviço. Si este, no tocante propriamente à propaganda, apenas precisava intensificar as suas atividades, coisa dependente exclusivamente de maior largueza nos recursos financeiros, havia uma lacuna que se tornava imperativo preencher quanto antes.

Ao tempo da fundação do antigo Departamento Nacional de Propaganda, a imprensa não ocupava no Brasil a posição que lhe veio a ser conferida pela Constituição de 10 de Novembro, ao torná-la um órgão do poder público. As novas relações assim creadas entre o Estado e o periodismo exigiam evidentemente o estabelecimento de um aparelho especializado, no sentido de assegurar a ligação do poder estatal com a imprensa, de modo a tornar efetivo na sua plenitude o objetivo visado pelo legislador constituinte. Não se tratava mais de uma simples supervisão dos jornais e publicações periódicas, afim de salvaguardar os interesses públicos. Era preciso coordenar a imprensa com o Estado, afim de que a primeira cooperasse eficazmente com o segundo, tornando-se um instrumento poderoso de defesa do bem público e de propulsão do progresso nacional.

Foi precisamente isto que o decreto-lei de 30 de dezembro de 1939 veio fazer. E em har-

monia com as realidades em aprêço, bem como aproveitando a experiência do serviço de propaganda, aquele ato do Presidente da República sabiamente reorganizou o antigo Departamento Nacional de Propaganda, substituindo-o pelo Departamento de Imprensa e Propaganda, que se acha, pela sua estrutura e pelas diretrizes traçadas ao seu funcionamento, em excelentes condições de desempenhar a função de orientador da imprensa, nos termos previstos pelo estatuto do Estado Novo.

A organização do D. I. P. mantém em linhas muito mais amplas e com maiores possibilidades práticas o que constituía o campo de atividade do antigo Departamento. O que ha propriamente de novo na maquinaria atual do serviço oficial de propaganda é a Divisão de Imprensa, a que se acham atribuídas funções de alta responsabilidade no controle do periodismo e na determinação dos processos destinados a harmonizá-lo com a obra geral de defesa dos interesses públicos. Para se apreciar convenientemente a significação e o alcance do regime estabelecido em princípio pela Constituição de 10 de Novembro e agora tornado efetivo com a nova forma de organização do D. I. P., é imprescindível examinar-se a natureza do papel que a imprensa tem a representar em um regime político como o nosso.

Aos espíritos que se cristalizaram nas formas hoje obsoletas do pensamento liberal-democrático, à idéia do controle da imprensa afigura-se como envolvendo um constrangimento exercido sobre as atividades jornalísticas. Entretanto, a verdade é que esse controle, tornado imperativo pelo conceito da atividade periodística como função pública, não acarreta para a imprensa nenhuma restrição de liberdade, que lhe diminua a órbita de ação legítima e benfazeja para a coletividade nacional. O controle, que em ultima análise não é mais que a coordenação do poder estatal com um dos seus órgãos, redundará em uma harmonia das atividades jornalísticas com as finalidades do Governo nacional, de que resultará exclusivamente o aproveitamento integral dos valores representados pela imprensa, afim de promover o engrandecimento da Nação e a prosperidade do povo.

A verdadeira liberdade de imprensa, como sempre a entenderam os mais nobres expoentes do jornalismo, não será nem pode ser afetada pelo fato dos jornais e publicações periódicas

desenvolverem as suas atividades em uma atmosfera de harmonia com o Estado e tendo sempre como alvo colaborar com o poder público na solução dos problemas nacionais e no esclarecimento e orientação da opinião. Semelhante coordenação, longe de prejudicar a imprensa ou de comprometer os seus legítimos interesses, virá aumentar-lhe o prestígio e emancipá-la de uma dependência excessiva de interesses privados, que no regime liberal-democrático frequentemente forçava o jornalismo a desvirtuar as suas finalidades e a afastar-se das diretrizes nacionais, que aliás

os profissionais da imprensa desejavam sempre seguir.

O D. I. P. representa, portanto, não somente um progresso na organização da propaganda oficial do Brasil em todas as suas modalidades, como constitue também o aparelho central de execução de um dos mais elevados propósitos do legislador constituinte, que foi tornar a imprensa órgão de expressão da vontade nacional, fazendo dela o instrumento por meio do qual o Estado mantém com a Nação o contato permanente, que é um dos traços característicos do regime instituído em 10 de Novembro de 1937.