

volume

17

Dezembro 2011

volume

18

Dezembro 2012

ISSN 0150-2095

ICH - UFPel



História em revista

revista do núcleo de documentação histórica





**Obra publicada pela
Universidade Federal de Pelotas**

Reitor: Prof. Dr. Antonio Cesar
Gonçalves Borges
Vice-Reitor: Prof. Dr. Manoel Luiz
Brenner de Moraes

Pró-Reitor de Extensão e Cultura: Prof. Dr. Luiz Ernani
Gonçalves Ávila
Pró-Reitora de Graduação: Prof. Dra. Eliana Póvoas Brito
Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação: Prof. Dr.
Manoel de Souza Maia
Pró-Reitor Administrativo: Eng. Francisco Carlos Gomes
Luzzardi
Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento: Prof. Ms.
Élio Paulo Zonta
Pró-Reitor de Recursos Humanos: Admin. Roberta
Trierweiler
Pró-Reitor de Infra-Estrutura: Mario Renato Cardoso
Amaral
Pró-Reitora de Assistência Estudantil: Assistente Social
Carmen de Fátima de Mattos do Nascimento
Diretor da Editora e Gráfica Universitária: Prof.
Dr. Volmar Geraldo da Silva Nunes
Gerência Operacional: Carlos Gilberto Costa da Silva

CONSELHO EDITORIAL

Profa. Dra. Carla Rodrigues | Prof. Dr. Carlos Eduardo
Wayne Nogueira | Profa. Dra. Cristina Maria Rosa | Prof.
Dr. José Estevan Gaya | Profa. Dra. Flavia Fontana
Fernandes | Prof. Dr. Luiz Alberto Brettas | Profa. Dra.
Francisca Ferreira Michelin | Prof. Dr. Vitor Hugo Borba
Manzke | Profa. Dra. Luciane Prado Kantoroski | Prof.
Dr. Volmar Geraldo da Silva Nunes | Profa. Dra. Vera
Lucia Bobrowsky | Prof. Dr. William Silva Barros

INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS

Diretor: Prof. Dr. Sidney Gonçalves Vieira
Vice-Diretora: Profa. Dra. Lorena Almeida Gill

NÚCLEO DE DOCUMENTAÇÃO HISTÓRICA

Coordenadora:

Profª Dra. Lorena Almeida Gill

Membros do NDH:

Profª Dra. Beatriz Ana Loner

Profª Dra. Lorena Almeida Gill

Prof. Dr. Paulo Ricardo Pezat

Prof. Dr. Aristeu Elisandro Machado Lopes

Técnico Administrativo:

Paulo Luiz Crizel Koschier

HISTÓRIA EM REVISTA – Publicação do Núcleo de
Documentação Histórica

Comissão Editorial:

Prof. Dr. Aristeu Elisandro Machado Lopes

Profª Dra. Beatriz Ana Loner

Profª Dra. Lorena Almeida Gill

Prof. Dr. Paulo Ricardo Pezat

Conselho Editorial:

Profª Dra. Helga I. Landgraf Piccolo (UFRGS)

Prof. Dr. René Gertz (UFRGS) (PUCRS)

Prof. Ms. Mario Osorio Magalhães (UFPEL)
Prof. Dr. Temístocles A. C. Cezar (UFRGS)
Profª. Dra. Beatriz Teixeira Weber (UFSM)
Profª. Dra. Maria Cecília V. e Cruz (UFBA)
Prof. Dr. Marcelo Badaró Mattos (UFF)
Profª. Dra. Joan Bak (Univ. Richmond – USA)
Prof. PhD Pablo Alejandro Pozzi (Universidad de Buenos
Aires).
Prof. Tommaso Detti (Università Degli Studi di Siena)

Editor: Prof. Dr. Aristeu Elisandro Machado Lopes

Editoração e Capa: Paulo Luiz Crizel Koschier

Editora e Gráfica Universitária

R Lobo da Costa, 447 – Pelotas, RS – CEP 96010-150 |

Fone/fax: (53)3227 8411

e-mail: editora@ufpel.edu.br

Impresso no Brasil

Edição: 2011-2012

ISSN – 1516-2095

Dados de catalogação na fonte:

Aydê Andrade de Oliveira - CRB - 10/864

História em Revista / publicação do Núcleo de
Documentação Histórica. Instituto de
Ciências Humanas. Universidade Federal de
Pelotas. v.17-18, (dez. 2011 dez 2012). –
Pelotas: Editora da UFPel, 2011.
1v.

Anual
ISSN 1516-2095

1. História - Periódicos. I. Núcleo de
Documentação Histórica. Instituto de Ciências
Humanas. Universidade Federal de Pelotas.

CDD 930.005

**Indexada pela base de dados Worldcat
Online Computer Library Center**

**PEDE-SE PERMUTA
WE ASK FOR EXCHANGE**

UFPel/NDH/Instituto de Ciências Humanas

Rua Cel. Alberto Rosa, 154

Pelotas/RS - CEP: 96010-770

Caixa Postal 354

Fone: (53) 3284 – 5523 (r. 204)

<http://www.ufpel.edu.br/ich/ndh>

e-mail: ndh.ufpel@gmail.com

IMAGENS E POLÍTICA BRASILEIRA

José Alberto Baldissera*

Marlise Regina Meyrer**

Resumo: Poder e imagem sempre se relacionaram durante a trajetória da história da humanidade. E na política brasileira não poderia ser diferente. O objetivo deste estudo é uma sugestão para pesquisa através da abordagem de algumas representações políticas do Estado brasileiro a partir da relação de imagens produzidas nos governos de Getúlio Vargas (Estado Novo), Juscelino Kubitschek e dos governos militares instituídos a partir do golpe de 1964. Ao estudar as imagens políticas entendemos que a diferentes governos correspondem distintas imagens, que traduzem não somente a mensagem do emissor, como também o contexto histórico do período, legitimando, assim o poder através da sua aceitação no imaginário popular.

Este texto trata de um ensaio ou apontamentos de uma proposta de pesquisa ainda em gestação. O objetivo inicial é um estudo das representações políticas do Estado brasileiro, a partir da relação de imagens produzidas nos governos de Getúlio Vargas (Estado Novo), Juscelino Kubitschek e dos governos militares instituídos com o golpe de 1964.

Partimos do entendimento de que as imagens são detentoras de diferentes significados culturais e ideológicos, cuja decodificação interfere nas mensagens transmitidas. Elas adquirem sentido de acordo como seu uso, ou seja, dependem de quem as produziu, para quem e com que finalidade. As imagens assim, não são somente a representação do real, mas representações simbólicas que a partir de seu consumo e circulação, integram o próprio real. Desta forma, ao estudar as imagens políticas, entendemos que a diferentes governos correspondem distintas imagens, que traduzem não somente a mensagem do emissor, como também o contexto histórico do período, legitimando assim, o poder através da sua

* Dr. em Educação pela PUCRS. Professor da Unisinos (baldi@unisinos.br)

** Dra. em História pela PUCRS. Professora da FACCAT – Faculdades Integradas de Taquara. (meyrer_nh@hotmail.com)

aceitação no imaginário popular.

Privilegiamos para o estudo, a imagem fotográfica. Fruto do desenvolvimento técnico da sociedade contemporânea, ela tem como característica a ausência aparente de traços do autor, o que lhe atribui (a ela, imagem) uma impressão equivocada de reprodução fiel da realidade, o que a torna eficiente para sua utilização política.

Para o historiador, a fotografia torna-se testemunha ocular de uma época, mas que carrega subjetividades que interferem, sem dúvida, na sua pretensa objetividade. Ela depende do sentido que lhe é atribuído e este vincula-se a uma série de mediações que vão desde o fotógrafo, o equipamento, o contexto histórico da época e a interpretação do observador. Nesse sentido, concordamos com Mauad, que entende a fotografia como:

Pista, indício ou documento para se produzir uma história, quanto ícone, texto ou monumento para (re) apresentar o passado. Efetivamente, a fotografia nos habilita conhecer aspectos e situações passadas sendo, ela mesma, o resultado de um saber-fazer.(Mauad, 2011, p.111).

Optamos por um enfoque de imagens políticas do Brasil, iniciando pelo governo Vargas durante o Estado Novo, por entendermos que este foi o primeiro governo brasileiro a utilizar-se da propaganda de forma racional, sistematizada e intensa, sendo que esta, a partir deste período, passou a ser um componente importante do poder no Brasil. Nesse contexto, a produção de imagens tornou-se fundamental.

Em termos gerais, podemos sugerir que o uso da propaganda e, mais especificamente, das imagens durante o Estado Novo, seguiu o modelo dos regimes totalitários do período. Sem entrar na discussão sobre a adequação do conceito de totalitarismo para caracterizar o Estado Novo ou sobre ter havido ou não totalitarismo (facista) na América Latina, podemos utilizar o modelo de propaganda totalitária, em especial a nazi-facista, para exemplificar o Brasil desta época, pois, levando em consideração as particularidades nacionais, é certo que houve um intercâmbio de idéias, imagens e práticas em nível internacional, que foram apropriadas e ressignificadas pelos governos latino-americanos.

Nesse sentido, o modelo de propaganda e os símbolos utilizados

pelos regimes facistas europeus foram incorporados por diferentes governos que pretendiam impor uma visão única de mundo à sociedade e, através de um conteúdo emotivo, mobilizar as massas para a aprovação das ações governamentais. Entre esses países, o Brasil Estado-Novista, apropriou-se de muitas destas idéias para a construção do imaginário político brasileiro do período.

A propaganda foi um dos pilares dos regimes totalitários. Entendida como persuasão e manipulação das massas, a idéia central é de que estas podem ser conquistadas, dominadas e conduzidas e, por isso, a propaganda é coercitiva. Para Capelato,

A propaganda política vale-se de idéias e conceitos, mas os transforma em imagens e símbolos; os marcos da cultura são também incorporados ao imaginário que é transmitido pelos meios de comunicação. A referência básica da propaganda é a sedução, elemento de ordem emocional de grand eficácia na atração das massas. (Capelato, 1998, p.36).

Foi nos anos 30-40 que a integração política das massas surgiu como uma preocupação central no Brasil. A almejada unidade do país não poderia mais se restringir à ocupação do território, mas pressupunha unir corações e mentes dos brasileiros em torno de um imaginário único da nação. Na direção deste processo, o líder passou a ter um papel fundamental.

A imagem do Estado Novo era altamente personalista, identificando o Estado ao presidente da República. O Estado estava personificado na figura de Vargas, pai protetor do povo trabalhador. Um povo que deveria ser cuidado, pois ainda na infância. Capelato (1998) chama atenção para a diferença desta imagem de Vargas com relação à imagem de Perón, na Argentina. O segundo aparece como um pai amigo, existindo uma certa reciprocidade entre líder e massas. No Brasil, esta possibilidade inexistiu. O povo aparece sempre em situação de passividade, sob a direção do bondoso pai, que atende suas necessidades.

Esta construção da imagem de Getúlio como protetor dos trabalhadores foi, também, elaborada por meio dos discursos, onde Getúlio se referia aos trabalhadores como “Trabalhadores do Brasil” e dos meios de comunicação como o rádio, onde fazia palestras radiofônicas

periódicas. A imagem de Getúlio Vargas como pai, semelhante ao chefe da família, o guia e protetor que distribuía benesses ao povo, dele tinham direito de esperar apoio e fidelidade.

Ter a opinião pública a seu favor, era um dos objetivos do governo. Para isso o controle dos meios de comunicação era fundamental. Esta tarefa foi facilitada com a criação de um Ministério de propaganda: o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) que centralizou os meios de comunicação, fazendo com que atuassem em benefício do governo através do cinema, rádio, teatro, literatura “social e política”, organização do programa de rádio oficial do governo, etc. O monopólio destes meios garante maior eficácia para a inculcação de valores e crenças construção de imaginários sociais.

O aparato simbólico remetia na época de Getúlio (Estado Novo), à ideia de trabalho e progresso e todos os pormenores de sua *mise en scène* eram cuidadosamente estudados para transmitir seguridade, popularidade e paternalismo. O tratamento da figura, sempre é essencial na política: a figura em si, o ângulo, a vestimenta, o que está no seu entorno. Como é sabido, Getúlio era de estatura média para baixa. Nas fotos havia o cuidado de fotografá-lo de baixo para cima, aumentando assim sua imagem, dando-lhe, por isso mesmo, maior poder e respeito, principalmente nas concentrações públicas. Da mesma forma, Mussolini na mesma época na Itália, com estatura semelhante a de Getúlio, tinha esse cuidado de ressaltar o poder e sua dignidade por meio da imagem, que agia, por sua vez, na legitimação do poder no imaginário popular.



Disponível em www.cpdoc.fgv.com.br

Após a Segunda Guerra Mundial um novo contexto de apresentava, marcado pela vitória do mundo democrático sob a liderança dos EUA. Os novos governos precisariam de novas imagens, outros símbolos que personificassem as aspirações do período, com as quais os governos tratariam de se identificar.

Neste contexto, as imagens veiculadas pelo e sobre o governo não tinham mais exclusividade (estariam, a princípio, livres de censura), o que fez com que ocorresse a partir daquele momento o que Gruzinski (2001) chamou de Guerra das Imagens. Governo e oposição poderiam, então, recorrer às mesmas armas de propaganda, mesmo que esta luta, na maioria das vezes, fosse em termos desiguais.

O período que vai de 1945 a 1964 é definido pela historiografia como a fase democrática da história da República brasileira. O ano de 1945 é considerado um marco tanto em nível internacional – Fim da Segunda Guerra Mundial - quanto nacional - Fim do Estado Novo -, de um

começo ou recomeço.

Nesse sentido, a defesa da democracia tornava-se a versão do discurso político do embate atraso *versus* desenvolvimento. Esta percepção de um novo tempo é compartilhada por muitos intelectuais que vivenciaram aquela época. O novo tempo, para o Brasil, era o do desenvolvimento, da superação do atraso, sobretudo econômico. Porém esse, não estava dissociado de desenvolvimento cultural e, também, político. Esse último aspecto levou a associação entre “Brasil moderno” e Brasil democrático”

Jucelino Kubistchek e Jânio Quadros foram personagens centrais na política nacional da época. Ambos passaram a representar valores essenciais da burguesia brasileira como um todo. Jânio tornou-se símbolo da moralização. Jucelino, através de seu plano de metas, encarnava o valor do trabalho e do dinamismo necessário ao progresso. Era o governante que simbolizava a nova geração. De um lado, ele incorporava a imagem de um presidente moderno; de outro, um trabalhador incansável, comprometido com o desenvolvimento econômico acelerado do país. Se em Jânio a idéia-força era a moralização pública, em JK era o ideal do trabalho que se contrapunha à morosidade da burocracia tradicional do país.

É importante lembrar o apoio de Assis Chateaubriand, proprietário da principal rede de comunicação do país à época, da qual fazia parte a revista *O Cruzeiro*, principal publicação do período a veicular imagens para todo o Brasil. Antes mesmo do início da campanha presidencial, Juscelino já havia se comprometido com Chateaubriand que ofereceu o apoio da *Rede Associada* em troca de um cargo de Senador. O apoio de uma ala poderosa da imprensa, como era os *Associados*, foi fundamental, para a construção da imagem positiva do governo e do presidente.

Nas fotorreportagens veiculadas na revista *O Cruzeiro*, JK aparecia, geralmente, em situações informais, mostrando seu cotidiano doméstico, onde eram enfatizados valores éticos e morais em relação à família e ao trabalho, identificados aos da classe média emergente. Talvez possamos encontrar, em tais matérias, o início do processo de construção da imagem de JK que ficou consolidada na memória nacional, ou seja, o presidente simpático, mais tarde conhecido por: “Presidente Bossa Nova”

1.

Em grande parte, elas enfatizam a vida privada do presidente que se popularizou exatamente por expor esse lado informal, pessoal, o que o tornou conhecido como o Presidente simpático, cordial e de hábitos simples. A revista reforçava essa imagem que visava, em última análise, tornar o presidente familiar, mais próximo dos brasileiros.

Logo após a posse, a revista *O Cruzeiro* publica a reportagem: “É o Presidente do Brasil.”² A ênfase é o passado de menino pobre do presidente. Nessa reportagem são as fotografias que orientam toda a interpretação do leitor, ocupando um espaço muito maior do que o do texto.

Há na reportagem a construção de um discurso que visa relacionar a trajetória de vida do presidente a dos eleitores e aos próprios rumos do país, na medida em que enfatiza a possibilidade de progredir pelo esforço individual e pelo trabalho. Miriam Limoeiro Cardoso, a partir da leitura dos discursos de Jucelino, diz que eles transmitiam a crença de que éramos “um país pobre, é verdade, mas democrático; que aqui os princípios da democracia vigoram realmente e as oportunidades são iguais para todos” (Cardoso, 1978, p.98) e cita um trecho de seu discurso aos trabalhadores em 1957:

Pertenço à vossa família, porque nela nasci; não tive pai alcaide, nem parentes poderosos. Aprendi, desde cedo, que é trabalhando que nos aproximamos da virtude, conquistamos os direitos mais sagrados, entre os quais sobreleva o de sermos credores do respeito de nossos semelhantes; que trabalhando é que se honra a Deus e se dignifica a vida. (Cardoso, 1978, p.98)

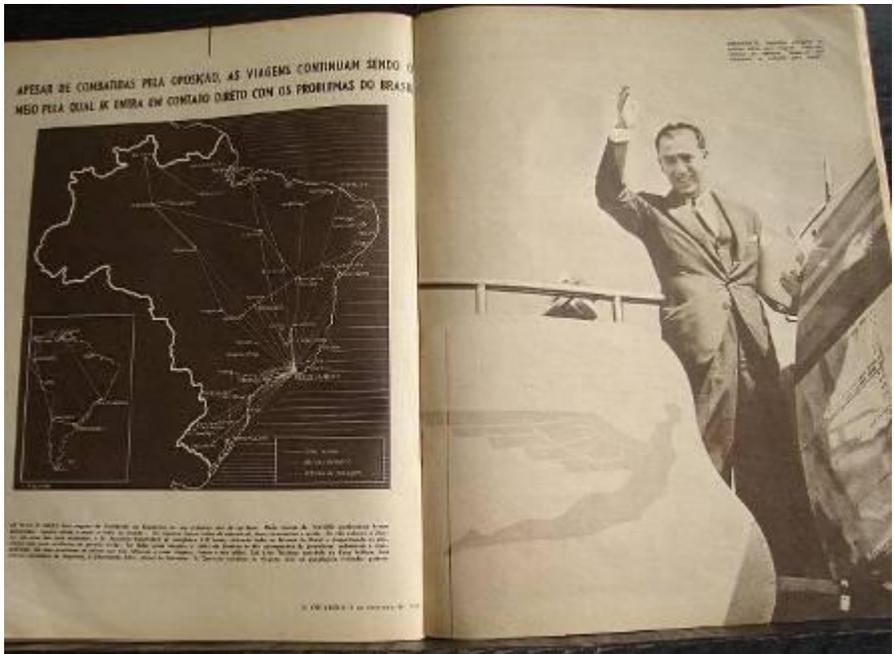
¹ No final da década de 50, Na conjuntura do fim da década de 1950, a expressão "bossa nova" tornou-se sinônimo de qualquer atitude ou manifestação identificada com o novo e o moderno. Movimento que também foi uma expressão da classe média carioca. Assim, Jucelino Kubitschek, o homem que queria modernizar o Brasil, foi chamado de "presidente bossa nova".

² *O Cruzeiro*. 04/02/1956.

Nesse sentido, também o Brasil, um país ainda em desenvolvimento, somente conquistaria a sua independência, ou seja, a sua soberania, na medida em que combatesse a pobreza, o atraso, através do trabalho e esforço. É ainda Cardoso (1978) quem cita um discurso de Juscelino no qual a identificação do desenvolvimento de sua vida pessoal ao da sociedade aparece claramente: “Notei que andara sempre sobre a linha viva do problema humano e social, sempre na faixa em que o homem, o trabalho, a profissão, a região eram, como eu tinha sido, órfãos a carecerem de oportunidade”. (Cardoso, 1978, p.98)

As “forças do mal” JK combatia com a diplomacia. Esta é uma característica atribuída ao seu governo, ou seja, a sua capacidade de comunicação com os mais diversos setores, inclusive com a oposição. Benevides enfatiza essa faceta conciliadora do governo JK, o que garantiu neste período, conforme a autora, um “equilíbrio instável” caracterizado por uma “política que, nas palavras de Celso Lafer, procurou a conciliação entre o velho e o novo, entre as elites e as massas”. (Benevides, 2002,p.26)

Ainda na revista *O Cruzeiro* podemos “ler” outras imagens referentes ao governo de JK. A reportagem intitulada *JK de Fevereiro a Janeiro*, que pretendeu fazer um balanço do governo, apresenta entre muitas imagens a um mapa do Brasil com o traçado dos locais visitados por JK e a sua fotografia acenando da escada do avião.



JK de Fevereiro a Janeiro IV. O Cruzeiro, 02/02/1957.

Como o título indica – “Apesar de combatidas pela oposição, as viagens continuam sendo o meio pelo qual JK entra em contato direto com os problemas do Brasil” – há uma espécie de resposta à oposição. A legenda da imagem do mapa conclui que, embora a oposição critique, as populações visitadas gostam. O mapa cortado com as rotas das viagens do presidente, ao lado de sua fotografia “em viagem”, constrói a imagem da nação em expansão, sendo que ela ocorria pelas mãos do novo presidente, viajante, comunicativo e simpático. O mapa é a representação do poder/atuação de Juscelino sobre o território nacional. A construção valoriza algumas áreas, ao mesmo tempo em que marcava os limites da civilização.³ O mapa não evidencia somente a integração do território nacional, mas também deste com a América Latina. Em uma imagem

³ Lembramos que entendemos o espaço como uma representação cultural e os mapas enquanto artefatos culturais, prenes de subjetividade e, especialmente, das marcas do poder.

menor, mas dentro do mesmo quadro visual, é mostrado um mapa da América Latina com as rotas das viagens presidenciais no continente, representando, assim, a política pan-americana iniciada pelo governo e que culminará com a criação da Operação Pan-americana (OPA) em 1958.

A imagem de JK, veiculada na imprensa, não está desvinculada de suas ações e de sua própria concepção de político, de democracia e de “progresso”. Como nos diz Ângela de Castro Gomes, ele construiu várias imagens simpáticas à população. Foi o presidente “bossa-nova”, o presidente “peixe vivo”, o presidente que gostava de voar e de sonhar...” (Gomes, 2002, p.16)

Este novo modelo de político, pautado pela moralidade pública, pelo trabalho, pela proximidade com público é tema de outras reportagens não biográficas, mas de caráter mais geral, evidenciando que essas questões encontravam respaldo na opinião pública. Dito de outra forma, havia o censo comum de que o país passava por uma renovação política, deixando para trás as antigas práticas coronelistas. Uma burocracia inerte e inoperante deveria ser substituída por profissionais atuantes, condizentes com um país que “*acelerava o passo*” e pretendia crescer 50 anos em cinco.

Com o golpe civil-militar de 1964 no Brasil, temos o retorno do regime ditatorial, quando novamente a propaganda política adquiriu aquelas funções de manipulação e coerção já adotadas durante o Estado Novo. A censura conviveu com uma intensa produção cultural destinada a legitimar o regime. Os meios de comunicação receberam um fantástico incremento tecnológico o que permitiu sua ampliação para plena utilização em prol do regime. As imagens televisivas superaram as impressas e cinematográficas, conseguindo, assim, atingir um número muito maior de corações e mentes.

A propaganda foi, desde o início, uma preocupação dos governos militares, pois necessitavam legitimar um governo que foi imposto fora das vias constitucionais. Para tal, foi criada a AERP (Assessoria Especial de Relações Públicas). Mas o governo fez também uso intenso dos veículos de comunicação privados. Para Martins (1999) havia uma preocupação em descaracterizar a AERP como órgão oficial de propaganda do governo. Por isso houve a desvinculação das divulgações deste órgão com os representantes do governo, evitando, assim o personalismo, que poderia identificá-los aos governos nazistas.

Buscar consenso em torno de seu projeto de desenvolvimento, atraindo, sobretudo as classes médias era uma das metas do governo. Para isso utilizou-se do lema: “Segurança e Desenvolvimento” como base para construção do “Brasil Grande Potência”. Assim, no período de 1968-73, época do milagre econômico, os brasileiros em geral e, em especial os setores médios e urbanos manifestaram posturas otimistas em relação ao futuro do país.

Ao analisar a propaganda política do regime militar, Fico (1997) aponta seus elementos centrais: a valorização da miscigenação, a crença na benevolência do povo, a valorização do trabalho, a idéia de nação associada aos princípios de coesão e da cooperação. O objetivo era que os brasileiros acreditassem que estavam vivendo um novo patamar econômico, político e moral no país, promovido pelos governos militares.

A propaganda também foi usada nestes governos como arma política. O presidente Médici era apresentado como um "homem do povo" e "apaixonado por futebol". A vitória da seleção brasileira na copa de 1970 foi bastante explorada pela propaganda do governo em slogans do tipo "Ninguém segura este país" ou "Brasil; ame-o ou deixe-o".



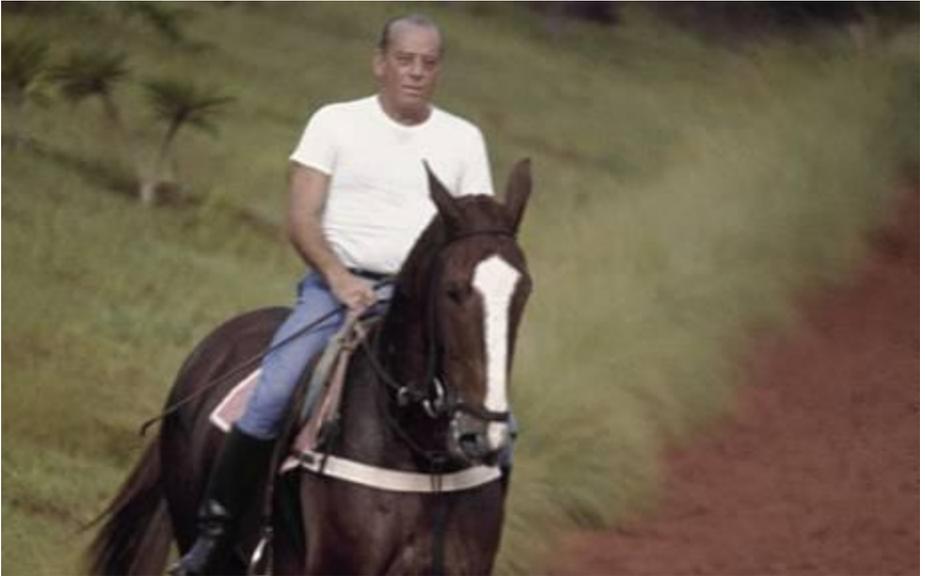
Disponível em estadao.com.br/blog/media/medici1.jpg



Disponível em <http://esporte.uol.com.br/futebol/>

Os governos militares, no Brasil pós- 1964, não privilegiaram a imagem personalista de seus governos. Imagens passam a ser predominantemente as da Nação que se sobrepõe aos indivíduos, isto é, a imagem pessoal do presidente. Tentativas, nesse sentido, foram feitas no

governo de Figueiredo, já no final do período ditatorial, resultando em alguma exibição personalista como, quando aparecia, principalmente, montado a cavalo. As imagens veiculadas neste período enfatizam os projetos do governo dissociados do governante, enquanto indivíduo.



Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/augusto-nunes/files/2009/07/figueiredo-01.jpg>

A partir deste breve levantamento é possível perceber rupturas e continuidades na produção do imaginário político do Estado brasileiro. Embora haja diferenças nas representações dos diferentes governos de contextos históricos distintos, podemos observar elementos de continuidade na legitimação do poder no imaginário popular, como por exemplo, na figura do herói, do pai ou do endeusamento da nação e, mesmo desses três aspectos ao esmo tempo. A propaganda e a produção da imagem política, a partir da emergência da sociedade de massas, que se consolidou com os regimes totalitários (tanto de esquerda, quanto de direita), tornou-se cada vez mais uma parte importante da afirmação do poder, mesmo nos regimes democráticos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- BENEVIDES, Maria Victória de Mesquita. **O Governo de Jânio Quadros**. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- BURKE, Peter. **Testemunha Ocular: história e Imagem**. Bauru, SP: EDUSC, 2004.
- CAMARGO, Isaac Antônio. Imagem: representação versus significação. In.: GAWRYSZEWSKI, Alberto. (org.) **Imagem em Debate**. Londrina: Eduel, 2011. p.205-218.
- CAPELATO, Maria Helena R. **Multidões Em Cena.: Propaganda política no Varguismo e no Peronismo**. Campinas,SP: Papyrus, 1998.
- CARDOSO, Miriam Limoeiro. **Ideologia do Desenvolvimento** – Brasil: JK – JQ. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- FELDMAN-BIANCO, Bela e LEITE, Mirian L. Moreira. (org.). **Desafios da Imagem**. Campinas,SP: Papyrus, 1998.
- GOMES, Ângela de Castro. **Qual a cor dos anos dourados?** In.: GOMES, Ângela de Castro (org.) **O Brasil de JK**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.
- GRUZINSKI, Serge. **La guerra de las imágenes: de Cristóbal Volón a “Blade Runner” (1492-2019)**. México, D.F., Fondo de Cultura Económica, 2001.
- KOSSOY, Boris. **Fotografia e História**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- _____. **Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.
- _____. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2000.
- MARTINS, Ricardo C. **Ditadura Militar e propaganda política: a revista manchete durante o governo Médice**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, 1999.
- MAUAD, Ana Maria. Olhos para ver e conhecer: fotografia e os sentidos da história. In.: GAWRYSZEWSKI, Alberto. (org.) **Imagem em Debate**. Londrina: Eduel, 2011. p.109-133.
- MEYRER, Marlse. **Representações do desenvolvimento nas fotorreportagens da revista O Cruzeiro (1955-1957)**. Tese de doutorado. Programa de Pós-graduação em História. Porto Alegre: PUCRS, 2007.