UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA SOCIAL

LINDERCY FRANCISCO TOMÉ DE SOUZA LINS

To sell a product or to sell an idea:

A propaganda oficial do Brasil nos Estados Unidos da América
1930-1945

SÃO PAULO

2015

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA SOCIAL

LINDERCY FRANCISCO TOMÉ DE SOUZA LINS

To sell a product or to sell an idea:

A propaganda oficial do Brasil nos Estados Unidos da América
1930-1945

SÃO PAULO

2015

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

L759t Lins, Lindericy Francisco Tomé de Souza
 To sell a product or to sell an idea: A
 propaganda oficial do Brasil nos Estados
 América 1930-1945 / Lindericy Francisco Tomé de
 Souza Lins ; orientador Francisco Carlos Palomanes
 Martinho. - São Paulo, 2015.
 317 f.

Tese (Doutorado)- Faculdade de Filosofia, Letras
e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.
Departamento de História. Área de concentração:
História Social.

1. HISTÓRIA DO BRASIL . 2. SEGUNDA REPÚBLICA (1930-
1964). 3. ESTADO NOVO . 4. PROPAGANDA INTERNACIONAL
. 5. RELAÇÕES INTERNACIONAIS. I. Martinho, Francisco
Carlos Palomanes, orient. II. Título.

LINS, L.F.T.S. ***To sell a product or to sell an idea***: A propaganda oficial do Brasil nos Estados Unidos da América 1930-1945. Tese apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Doutor em História Social.

Aprovado em: _____ de _____ de 2015.

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

À Dona Hosana, minha mãe.

AGRADECIMENTOS

O tempo de doutoramento é marcado pela reclusão e definhamento. Cabe aqui agradecer a todos que colaboraram para a consecução deste estudo. Peço desculpas por eventuais ausências.

À Universidade do Estado do Rio Grande - UERN, tanto pela liberação de minhas atividades docentes quanto pela concessão de Bolsa de Pesquisa, imprescindíveis para a realização desta Tese.

Aos colegas do Departamento de História da UERN, especialmente a servidora Lidiane Alencar, pela liberação das minhas atividades e renovação do prazo para término dos estudos.

Ao Professor Francisco Carlos Palomanes Martinho, por ter acreditado no meu trabalho e pela orientação precisa e segura nesta jornada.

Às Professoras Maria Helena Capelato e Tânia Regina de Luca pelas valiosas contribuições na banca do exame de qualificação e por, mais uma vez, participarem da banca de defesa.

Aos professores Antônio Pedro Tota, Flávio Limoncic, Mary Anne Junqueira, Marcos Napolitano, Cecília Azevedo e Renata Torres Schittino pela gentileza de participarem da banca de defesa.

Aos amigos Aryana Lima Costa, Arianne Linhares, Fernando Sales Jr., Fábio Ricardo Beserra, Francisco Fabiano de Freitas Mendes, Francisco Linhares Fonteles, Iza Régis, Leonardo Rolim, Maysa Mayran e Marcos Túlio pelas contribuições sempre bem-vindas e conversas agradáveis nesse tempo complicado da escrita da Tese.

Aos amigos Igor, Natasha, Leonardo, Babington e Rafael pela diversão do RPG e assuntos *nerds* aos domingos.

À minha família, meu irmão, Linderclio Lins, e à minha mãe, Dona Hosana, pelo carinho e amor que só as mães proporcionam.

Aos servidores das seguintes instituições: Arquivo Histórico do Itamaraty, Arquivo Nacional, do Centro de Documentação e Memória da UNESP, da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, da Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos e da American University pela atenção e comprometimento em ajudar pesquisadores.

Ao Professor William James Mello, da Universidade de Chicago, pela ajuda fundamental na localização e envio da documentação estadunidense.

À família Veras, em especial, à Ana Carolina Monteiro Veras, pela compreensão e carinho nos momentos difíceis.

Ao médico Flávio Henrique Pinto e a fisioterapeuta Daniele Cristina pela ajuda no diagnóstico e tratamento do meu corpo cansado.

RESUMO

LINS, L.F.T.S. **To sell a product or to sell an idea:** A propaganda oficial do Brasil nos Estados Unidos da América 1930-1945. 317 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

Este trabalho analisa a propaganda oficial do Brasil nos Estados Unidos da América, de 1930 a 1945, no anseio de entender como o governo capitaneado por Getúlio Vargas estabeleceu uma política de promoção da imagem do Brasil naquele país. A organização da propaganda externa contou com atuação dos seguintes órgãos: Departamentos de publicidade/propaganda, principalmente o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP); Escritório de informações brasileiras nos EEUU, ligado ao Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio; postos diplomáticos do Ministério das Relações Exteriores; além dos órgãos norte-americanos: *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA) do governo estadunidense; e *American Brazilian Association*, de natureza privada. Destaca-se o fato de que cada órgão brasileiro, a sua maneira, concebia e realizava, com relativa autonomia, ações de promoção da imagem positiva do País nos Estados Unidos. Os elementos em comum às formas de propaganda desses órgãos foram as ações empregadas, a exemplo do envio de notícias aos jornais, análise das matérias sobre o Brasil, acolhida de personalidades, promoção de intercâmbios artísticos, educacionais e científicos, fomento a publicações informativas sobre o País como as revistas *Brazil*, *Brazil Today* e *Travel in Brazil*. Destaca-se a contratação, de maneira informal, do famoso redator da coluna *Washington Merry-Go-Round*, Drew Pearson, como agente de imprensa do Brasil. Essas ações detinham também um mesmo público-alvo, composto de jornalistas, empresários, políticos, intelectuais, militares e demais personalidades consideradas formadoras de opinião; ou seja, pessoas que podiam, de algum modo, interferir ou influenciar os rumos dos interesses nacionais nos assuntos externos dos EUA.

Palavras-chave: Brasil, propaganda externa, relações públicas, Estados Unidos, Itamaraty, DIP.

ABSTRACT

LINS, L.F.T.S. **To sell a product or to sell an idea: The Brazilian propaganda in the United States of America - 1930-1945.** 317 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

This study analyzes the Brazilian's government propaganda in the United States, from 1930 to 1945, which to aim to understand how the government headed by President Getúlio Vargas established a Brazil's image in that country. The organization of the Brazilian propaganda abroad featured by performance of the following agencies: Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP); Brazilian Information Bureau, diplomatic posts owned by the Brazilian Ministry of Foreign Affairs, the Itamaraty; and the American organizations: Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA) of U.S government; American and Brazilian Association, a private agency. Noteworthy is the fact that every Brazilian agency, in its way, conceived and performed with relative autonomy, actions to promote the positive image of the Brazil in the U.S. The common elements of forms of propaganda were employed, such as sending news to American newspapers, analysis of news about Brazil in the American Press, welcoming American personalities, promotion of artistic, educational and scientific exchanges, fostering informative publications about Brazil, such as magazines "Brazil", "Brazil Today" and "Travel in Brazil". The Brazilian government hired, informally, Drew Pearson, the editor of the famous column "Washington Merry-go-round", as press agent of Brazil. These actions held by the same audience, composed of journalists, businessmen, politicians, intellectuals, military and other persons considered public opinion makers; that is, people who could in any way interfere with or influence the direction of national interests in foreign affairs in U.S.

Keywords: Brazil, propaganda abroad, advertising, public relations, United States, Foreign Ministry, DIP.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Capa e primeira página da revista <i>Brazil Today</i> . Volume 1. Número 1. Setembro de 1940	58
Figura 2: Capas das edições de <i>Brazil Today</i> . (Vol 1, Números 2 ao 7).....	59
Figura 3: Capas das edições de <i>Brazil Today</i> . (Volume 1, número 8 e Volume 2, números 1 a 3).....	60
Figura 4: Capas e contracapas das seis edições de <i>Travel in Brazil</i>	76
Figura 5: Revista <i>Travel in Brazil</i> . Ano 1. N. 1. p. 26	77
Figura 6: Jantar em homenagem à nomeação de Mário de Pimentel Brandão na Embaixada do Brasil nos EUA. Hotel Waldorf Astoria em Nova Iorque, em Primeiro de junho de 1938	84
Figura 7: Revista <i>Brazil</i> , edição de novembro de 1930..	88
Figura 8: Revista <i>Brazil</i> , edições de março de 1934 e junho de 1936	89
Figura 9: Cartaz fixado nos vagões do Metrô de Nova Iorque	249

LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 1: Serviço de imprensa estrangeira – traduções e telegramas para o exterior	71
Tabela 2: Serviço de imprensa estrangeira – notícias recebidas do exterior.....	71
Gráfico 1: Serviço de imprensa estrangeira. Recortes de notícias recebidas e aproveitadas (1941 – 1944)	72
Gráfico 2: Colunas <i>Washington Merry-go-round</i> em que o Brasil foi citado (por ano)	242

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABA – *American Brazilian Association.*

AHI – Arquivo Histórico do Itamaraty.

CEDEM - Centro de Documentação e Memória.

CHDD - Centro Histórico de Documentação Diplomática.

CICI - Comitê Internacional de Cooperação Intelectual.

CPDOC - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil.

DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda.

DNC – Departamento Nacional do Café.

DNI - Departamento Nacional de Informações.

DNP - Departamento Nacional de Propaganda.

DOP - Departamento Oficial de Publicidade.

DPDC - Departamento de Propaganda e Difusão Cultural.

E&P - *Editor and Publisher.*

EUA – Estados Unidos da América.

FEB - Força Expedicionária Brasileira.

IICI - Instituto Internacional de Cooperação Intelectual.

MRE – Ministério das Relações Exteriores.

NBC - *National Broadcasting Company.*

O.S.S - *Office of Strategic Services.*

OCIAA - *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs.*

ONA - *Overseas News.*

PBV - Política da Boa Vizinhança.

RFC - *Reconstruction Finance Corporation.*

USO - *United Service Organizations.*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1 O GRAMADO DO VIZINHO É SEMPRE MAIS VERDE: A PROPAGANDA BRASILEIRA NOS ESTADOS UNIDOS (1930-1945) UM PANORAMA	34
1.1 “Boas cercas fazem bons vizinhos”: as relações Brasil - Estados Unidos e Argentina nos anos 1930 e 1940	34
1.1.1 Brasil e Estados Unidos durante a <i>boa vizinhança</i>	34
1.1.2 Brasil e Argentina: a rivalidade	45
1.2 Órgãos de propaganda externa brasileira	48
1.2.1 Escritório de Informações Brasileiras no Exterior (<i>Brazilian Information Bureau</i>)	50
1.2.1.1 Revista <i>Brazil Today</i>	56
1.2.2 Departamentos de publicidade/ propaganda no Brasil	65
1.2.2.1 Revista <i>Travel in Brazil</i>	74
1.2.3 <i>Office of the Coordinator of Inter-American Affairs</i> – OCIAA	78
1.2.4 <i>American Brazilian Association</i>	82
1.2.4.1 Revista <i>Brazil</i>	86
2 PAPEL TIMBRADO - PAPEL JORNAL: A POLÍTICA DE PROPAGANDA DO ITAMARATY	92
2.1 “<i>Revolution in revolutions</i>”: o governo Getúlio Vargas e a propaganda brasileira nos Estados Unidos organizada pelo Itamaraty	92
2.2 Serviço de Cooperação Intelectual	104
2.3 Oswaldo Aranha e a instrumentalização da propaganda do Itamaraty	109
2.3.1 Atuação do <i>Joint Committee for the Protection of the Brazilian People</i>	110
2.3.2 O caso do arrendamento dos <i>destroyers</i>	116
2.3.3 O plano de propaganda de Oswaldo Aranha.....	124
3 “POR TRÁS DO SORRISO DO GOVERNO HÁ SEMPRE A AMEAÇA DE FORÇA”. PERSUASÃO / PERSEGUIÇÃO PELA IMAGEM FAVORÁVEL DO BRASIL NOS ESTADOS UNIDOS	139
3.1 Notícias de falsos vendavais: o golpe de 1937 e o discurso de junho de 1940 nos jornais estadunidenses	139
3.1.1 Primeiro vendaval: o golpe do Estado Novo de 1937	139
3.1.2 Segundo vendaval: o discurso de 11 de junho de 1940	147

3.2 <i>Brazilians are charming people</i> Tratamento aos jornalistas / figuras públicas estadunidenses	159
3.3 “O lobo, mesmo com capa de monge, ainda assim está à espreita das ovelhas”. Censura e perseguições a jornalistas estrangeiros	192
4 NO PAY, NO GAIN. A PROPAGANDA PAGA À IMPRENSA ESTADUNIDENSE (1930-1945)	211
4.1 Os assediadores da propaganda	211
4.2 Drew Pearson – “<i>the right man in the right time</i>”	232
4.2.1 O poder da tinta: a cobertura de <i>Washington Merry-Go-Round</i> sobre o Brasil	241
4.2.1.1 Elogios a Oswaldo Aranha	244
4.2.1.2 Previsões ou prevenções? A propaganda brasileira nos textos de <i>Washington Merry-Go-Round</i> .	250
4.2.2 <i>Brazil Goodwill Program</i> : os 15 minutos de fama do Brasil nas noites de domingo	267
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	275
6 ACERVOS E FONTES	285
6.1 Acervos pesquisados (<i>in loco</i>)	285
6.2 Acervos Virtuais (internet e DVD’s)	285
7 LISTA DE FONTES	287
7.1 Correspondências (ofícios, cartas e telegramas) por ano	287
7.2 Documentos governamentais do Poder Executivo do Brasil	297
7.3 Documentação do Poder Executivo dos Estados Unidos	301
7.4 Periódicos da imprensa	304
7.5 Livros e artigos	305
REFERÊNCIAS	307

INTRODUÇÃO

“A opinião geral sobre a propaganda do Brasil no estrangeiro é que essa propaganda é completamente nula”. Assim sentenciou o jornalista polonês Conrad Rostan Wrzos¹ que, nos anos 1950, em carta ao Governador do Rio de Janeiro, Ernani Amaral Peixoto², analisou a propaganda brasileira no exterior, comparando-a com a executada no governo Vargas. Seu julgamento parte das seguintes observações:

As notícias sobre o Brasil, vinculadas no exterior pelas agências estrangeiras e seus colaboradores, são baseadas simplesmente sobre **fatos comuns** e acontecimentos em geral, sem nenhuma influência brasileira.

Os jornais que mantêm correspondentes no Brasil são muito poucos e seus comentários são feitos, em muitas vezes, sem qualquer influência do correspondente.

Durante pelo menos a última década todas as experiências feitas não lograram êxito e foram feitas somente para dar lucro ao pessoal encarregado de disseminar a propaganda brasileira.³ (Grifo nosso)

A opinião de Wrzos é pertinente. Jornalista experiente e conhecedor do ramo da assessoria de imprensa, foi dele o esboço de um plano de propaganda no exterior, solicitado pelo então governador do Estado do Rio de Janeiro Ernani do Amaral

¹ Conrad Rostan Wrzos nasceu na Polônia. Foi correspondente de várias agências internacionais, como a francesa *Havas* e a *Agência de Informações Aliada* – representante do jornal londrino *Daily Mail* na América Latina e diretor da agência de notícias *Serviço de Imprensa Sul-Americano* (SISA) na década de 1950. Conrad Wrzos visitou o Brasil em 1940 e 1942. Após a guerra, fixou residência no Brasil. Seu trabalho de maior destaque foi a organização do *The Brazilian Information Handbook*, livro de bolso informativo sobre assuntos brasileiros vendido em países de Língua Inglesa, publicado pela Editora do Jornal *Correio da Manhã*, de 1953 a 1972, segundo levantamento nos jornais brasileiros. Pela importância da obra, foi condecorado com a *Ordem do Cruzeiro do Sul*, em 1968, pelos serviços prestados ao Brasil. Revista *O Cruzeiro*, 11 maio 1968. p. 34.

WRZOS, Conrad. *Jucelino Kubitschek*. Estados Unidos – Europa. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1960. Nota da editora.

² Ernani Amaral Peixoto nasceu no Rio de Janeiro, em 1905. Militar de carreira, foi casado com Alzira Vargas, filha do presidente Getúlio Vargas. Exerceu diversos cargos no governo Vargas, destacando-se o de Interventor Federal no Estado do Rio de Janeiro, onde fez carreira política. Foi nomeado embaixador do Brasil nos Estados Unidos de 1956 a 1959.

Fonte: *Dicionário Histórico Biográfico Brasileiro pós 1930*. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2001. In: <https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/Jango/biografias/ernani_amaral_peixoto>. Acesso em: 09 jul. 2015.

³ WRZOS. Conrad B. Carta a Ernani do Amaral Peixoto. Rio de Janeiro, 24 out. 1955. CPDOC. EAP emb. 1956.01.18. Anexo.

Nota: A grafia da fonte foi adaptada à linguagem contemporânea para tornar-se mais clara ao leitor, porém sem alteração de conteúdo do documento. As transcrições de fontes utilizadas nesta tese obedecerão a essa norma.

Peixoto⁴, a ser aplicado, principalmente nos Estados Unidos. O trecho dessa correspondência conduz a três observações.

Primeira, se comparada à época do primeiro governo Vargas, a propaganda no Brasil nos anos 1950 diminuiu consideravelmente. A situação política brasileira era diferente, não havia, portanto, necessidade de reconhecimento externo, sobretudo nos Estados Unidos, país hegemônico⁵ no Continente. A *autonomia* brasileira para com aquele país nos tempos do primeiro governo Vargas não mais existia.⁶ A perda de importância do Brasil no pós-Segunda-Guerra explica, em parte, o “desinteresse” pelo país por setores da imprensa e governo estadunidenses, assim como as deficiências na promoção da imagem brasileira nos Estados Unidos, apontadas a Amaral Peixoto. Então, o que teria o Brasil para vender aos *lanques*? A localização geográfica, muito útil no período da guerra, não representava uma barganha relevante.⁷ Evidentemente, o diagnóstico enviado ao Governador clamava pela execução de alguma mudança nesse panorama.

A segunda se refere às notícias sobre o Brasil, que fugiam ao controle ou influência das autoridades brasileiras. Os tempos eram outros, não havia uma ditadura que pudesse censurar ou direcionar o que os (poucos) correspondentes estrangeiros escreviam sobre o Brasil, resultando nas tais matérias sobre “fatos comuns”. É

⁴ Ainda no governo do Rio de Janeiro e exercendo a Presidência do PSD (Partido Social Democrático) – agremiação vitoriosa nas eleições presidenciais de 1955 – Amaral Peixoto, provavelmente, sabia de sua nomeação ao cargo de Embaixador em Washington, por isso solicitou um diagnóstico da imagem do Brasil nos EUA e um plano de propaganda para ser aplicado naquele país no próximo governo. Conrad Wrzos foi quem executou seu próprio plano de propaganda. Ele foi assessor de imprensa na viagem de 20 dias do presidente J.K nos EUA e na Europa. O resumo dessa viagem foi impresso na obra *Jucelino Kubitschek. Estados Unidos – Europa*, escrita por Wrzos.

⁵ O cientista político Guy Poltras caracteriza *hegemonia* como a “preponderância de poder de um estado sobre outros”. No caso da América do Sul, a situação estadunidense era mais favorável por não ter existido outro centro de poder nas Américas capaz de desafiar o poder dos EUA. Partindo desse conceito, Kyle Longley aponta as seguintes ferramentas para o estabelecimento da hegemonia dos EUA na América: força militar e ações dissimuladas; política e diplomacia; dependência econômica por meio de agências (Eximbank, OCIAA) ou de empresas; dominância dos EUA nas organizações regionais e internacionais, a exemplo da União Pan-americana; imperialismo cultural, como modelo de desenvolvimento (*American way of life*) em níveis diversos. LONGLEY, Kyle. *In the Eagle's Shadow: The United States and Latin America*. Harlan Davidson: Wheeling, 2002. p. 3 - 6.

⁶ Ver: MOURA, Gérson. *Autonomia na dependência: a política externa brasileira de 1935 a 1942*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1980.

⁷ No pós-guerra, a “América Latina aparece, nas diretrizes do Conselho de Segurança dos EUA, como a região de menor importância estratégica nos planos de segurança externa dos Estados Unidos e, de fato, isso apenas confirma o papel marginal do continente nas relações internacionais de modo geral”. ALMEIDA, Paulo Roberto. Tendências e perspectivas dos estudos brasileiros nos EUA. In: BARBOSA, Rubens Antônio [et al.] (orgs) *O Brasil dos brasilianistas: um guia de estudos sobre o Brasil nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002. p. 39.

importante deixar claro que este estudo não pretende entender o que, na visão de Wrzos, se constituiu um “fato comum” e se essas notícias consistiram mesmo em *atos comuns*. A “frustração” do autor de *The Brazilian Information Handbook* no que concerne à forma e ao conteúdo das notícias veiculadas na imprensa estadunidense é indicativa da ausência do Brasil como agente ativo nas relações internacionais na época.

Já a terceira observação, *last but not least*, refere-se ao destaque do jornalista em que apontou fracasso na política de propaganda brasileira nos anos 1940, ensejando lucratividade apenas ao “pessoal encarregado de disseminar a propaganda brasileira”. Esta é, pois, uma problematização levantada para este estudo, ou seja, verificar até que ponto Conrad Wrzos havia acertado em sua avaliação.

A preocupação de Amaral Peixoto em solicitar a Conrad Wrzos um diagnóstico da propaganda brasileira nos Estados Unidos faz parte do metiê dos diplomatas, que é representar os interesses de seu país no Exterior. Para tanto, é tarefa primordial captar a reputação de sua pátria no estrangeiro, recorrendo-se a “interceptações de telefones de altos funcionários, à análise de editoriais de jornais” e ao financiamento de “pesquisas de opinião”.⁸ A depender do resultado da avaliação, é incumbência do diplomata realizar atividades de promoção de uma boa imagem por meio da propaganda.

Este estudo, por conseguinte, analisou como o governo brasileiro avaliou e estabeleceu uma política de propaganda nos Estados Unidos, de 1930 a 1945, principalmente aquela encabeçada pelo Ministério das Relações Exteriores, no anseio de entender como o governo Vargas realizou a promoção da imagem do Brasil naquele país. Todavia, antes de adentrarmos no objeto propriamente dito desta investigação, é necessário estabelecermos alguns conceitos que fomentaram a perspectiva de análise.

Na Língua Inglesa, existem duas palavras que ajudam a definir o tema desta tese: *advertising* e *propaganda*.⁹ A primeira, refere-se à publicidade de produtos e

⁸ SKIDMORE, Tomas. *O Brasil visto de fora*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994. p. 33.

⁹ O termo propaganda nasceu com o Papa Gregório XV, em 1622, na fundação da *Congregatio de propaganda fide*, uma comissão de cardeais com objetivo de fiscalizar o ensino das missões. Apenas em 1842 essa terminologia é descrita na Língua Inglesa, definida como um “movimento de propagação de uma doutrina ou prática”, ou difusão de ideologia. MITCHELL, J. M. *International cultural relations*. Londres: Allen & Unwin. The British Council, 1986. p. 28.

serviços com o intuito de encorajar pessoas a comprá-los ou utilizá-los; enquanto que a segunda diz respeito às ideias com objetivo de convencimento político.¹⁰ Vale ressaltar que ambas são definições contemporâneas. Nos anos 1920 e 1930, os termos *propaganda* e *publicity* – este último, entendido como informação oferecida aos jornais para publicação facultativa, também conhecida por *public relations* – eram vocábulos novos, ambos com desagradáveis conotações, embora o vocábulo *propaganda* fosse de negatividade mais acentuada.¹¹

Em Língua Portuguesa, o termo “propaganda” vem do Latim *propagare*, tendo como sinonímia a palavra “publicidade”. É empregado tanto para anúncios comerciais quanto para governamentais.¹² Logo, em termos conceituais, pode ser resumido na

Difusão deliberada e sistemática de mensagens destinadas a um determinado auditório e visando criar uma imagem positiva ou negativa de determinados fenômenos (pessoas, movimentos, acontecimentos, instituições, etc.) e a estimular determinados comportamentos”. A propaganda é, pois, um esforço consciente e sistemático destinado a influenciar as opiniões e ações de um certo público ou de uma sociedade total.¹³

Por definição, *propaganda oficial* (ou governamental) apresenta um direcionamento interno e outro externo. O primeiro diz respeito ao sistema político e é – na maioria das vezes, porém não se resumindo a isso – um instrumento de comunicação por meio da divulgação de mensagens ao *público interno*, o povo, cujo objetivo é fortalecer a imagem do detentor do poder estatal.

¹⁰ Cf. HORNBY, A.S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English*. 8th. Ed. Oxford: Oxford University Press, 2010. p. 23 e 1217.

¹¹ SCHUNDSON, Michael. *Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 161. J. Mitchell assevera que, geralmente, o termo propaganda era negativo no mundo Anglo-Saxão. Ibid. p. 30. Se observarmos sociedades latinas, o termo tem conotação menos negativa. Em Português, assim como em Francês, o sentido do termo propaganda é semelhante ao Latim “*propagare*”, “coisas que devem ser propagadas”.

¹² Em Português, a definição mais comum é “propagação de princípios, ideias, conhecimentos ou teorias. Vulgarização de certas doutrinas”. Cf. FERREIRA, Aurélio B. de Hollanda. *Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999. p. 1649.

¹³ BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (orgs). *Dicionário de política*. Vol. 2. Brasília: EDUNB, 2008. p. 1018.

O segundo direcionamento, de natureza externa, tema central desta tese, é aquele empregado nas relações entre países, cujo empenho se orienta à opinião pública¹⁴ “ou alguns de seus setores” visando:

Em tempos de paz [...] criar ou robustecer sentimentos de amizade ou solidariedade e, por vezes, também, a incluir respeito; em todo caso, o que se pretende é influir, com a intenção presumível de exercer, por este meio, pressões sobre os governantes. Em tempos de guerra, o fim principal é o de enfraquecer o inimigo, provocando a sua disgregação e confusão, minando-lhe a coragem e debilitando-o nas suas estruturas internas.¹⁵

Então, se conceitua como “propaganda externa” quaisquer ações promovidas por um governo com objetivo de projetar uma imagem positiva do país no exterior.

No Brasil, nos anos 1930 e 1940, a propaganda oficial direcionada à população local se baseou em instrumentos oriundos de experiências *anteriores* (ao governo Vargas), *interiores* (mediadas pela criação de vários órgãos com essa finalidade, como o Departamento Nacional de Propaganda - DNP e Departamento de Imprensa e Propaganda - DIP), assim como *exteriores* (inspirados nos regimes fascistas de Itália e Alemanha). No governo autoritário estadonovista, o monopólio dos

¹⁴ Importante lembrar que esta tese não se propõe analisar a *opinião pública*, tampouco sua relação com a política externa. Há, inclusive, extenso debate no campo da Ciência Política estadunidense sobre o tema, tendo como marco inicial o ciclo de palestras promovido pelo *Council on Foreign Relations* (organização civil dedicada à produção e divulgação de estudos sobre a política externa dos EUA), em março de 1947, resultando na publicação da obra *Public Opinion and Foreign Policy*, organizada pelo editor-chefe da edição dominical do jornal *The New York Times*, Lester Markel, em 1949. MARKEL, Lester. Opinion – a neglected instrument. In: MARKEL, Lester (org). *Public opinion and foreign policy*. Council of Foreign Relations. New York: Harper Brothers, 1949.

De todo modo, longe de esgotar o debate, os conceitos de *opinião pública* elaborados por Bauer, Lippmann e Habermas são relevantes para análise. Wilhelm Bauer dividiu opinião pública em duas formas: a “estática” e a “dinâmica”. A primeira se constitui como uma *ideologia* de um país, em longa duração, visto que se relaciona pelo “costume, os hábitos, os usos; era o resultado das tradições, das estruturas da sociedade, da formação moral e intelectual”, recebidas e transmitidas por gerações no país. Já a segunda, a “dinâmica”, refere-se à “reação da opinião diante do acontecimento”, ou seja, em curta duração. Cf. BECKER, Jean-Jacques. A opinião pública. In: REMOND, René. *Por uma história política*. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003. p. 188. Assim, acrescenta-se o pensamento de Walter Lippmann que conceitua opinião pública como “imagens que são feitas por grupos de pessoas ou por indivíduos agindo em nome dos grupos é opinião pública com letras maiúsculas”. Para Lippmann, há diferença entre opinião particular individual (resultado de experiências únicas), de conceitos formulados por grupos que agem em nome dos indivíduos. Deste modo, prevalece a visão do coletivo frente ao individual. Cf. LIPPMANN, Walter. *Opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 40. Evidentemente, o conceito de opinião pública de Jurgen Habermas é importante porque trata de como a sociedade leitora, a partir do debate público, pode interferir na política. Cf. HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2. ed. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

¹⁵ BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (orgs). *Dicionário de política*. Vol. 2. Brasília: EDUNB, 2008. p. 1019.

meios de comunicação, a censura e a formação de uma burocracia profissional de propaganda – exercida pelos servidores do DIP – facilitaram o convencimento do povo às causas governamentais, sobretudo a utilização de eficientes instrumentos midiáticos (rádio, cinema, livros e demais publicações) na "sacralização"¹⁶ de Getúlio Vargas no poder.

Diversos autores perscrutaram as sutilezas da propaganda política durante os quinze anos do governo Getúlio Vargas.¹⁷ Com a leitura dos estudos referenciados, conclui-se que, por variadas razões, a propaganda brasileira elaborada internamente se diferenciava daquela pensada no exterior.

Em primeiro lugar, porque os agentes dessa propaganda política (servidores do DIP, por exemplo), contavam com o aparato ditatorial do governo para atuação, o que facilitava a execução de complexos sistemas integrados de controle de várias mídias (rádio, jornais, livros etc.) na criação/perpetuação da imagem do gestor do país. Nesse sentido, Maria Helena Capelato assevera que a utilização de instrumentais na propaganda política tinha como alvo a sedução, “elemento de ordem emocional de grande eficácia na atração das massas”, no propósito de criação de um *imaginário político* favorável ao regime.¹⁸ Relacionando esse imaginário à propaganda externa, não era possível envolver multidões não brasileiras em torno do presidente Vargas, mesmo se o governo assim o quisesse fazer. Para situações distintas são necessárias variadas soluções.

¹⁶ Termo usado por Alcir Lenharo. Cf. LENHARO, Alcir. *A sacralização da política*. Campinas: Papirus, 1986.

¹⁷ Sobre essa forma de propaganda ver: CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em cena*. Propaganda política no Varguismo e no Peronismo. São Paulo: EDUNESP: 2008; SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação* São Paulo: Annablume/Fapesp, 2003; GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990; GARCIA, Nelson Jahr. *O Estado Novo: ideologia e propaganda política a Legitimação do Estado Perante as Classes Subalternas*. SP: Loyola, 1982.

¹⁸ CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em cena*. Propaganda política no Varguismo e no Peronismo. São Paulo: EDUNESP: 2008. p. 39.

Bronislaw Baczo, ao comentar sobre a propaganda estatal num regime autoritário, acentua que “a propaganda moderna goza de possibilidades técnicas, culturais e políticas que permitem fabricar e manipular as emoções e imaginários coletivos em que assenta o carisma. Em certas condições, a propaganda consegue fazer subir as angústias coletivas, levando-as a histeria, ao mesmo tempo que projeta constantemente, sobre o chefe, os imaginários que se confundem na representação global do salvador supremo, instrumento eleito pela Nação e a História, etc.” BACZO, Bronislaw. *A imaginação social*. In: LEACH, Edmund et alii. *Anthropos-Homem*. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985. p. 314.

Segundo, porque a forma e o conteúdo da propaganda utilizada em território brasileiro não teriam o mesmo efeito quando aplicados no estrangeiro, a exemplo dos EUA.¹⁹ A propaganda externa, apesar de se valer de todos os instrumentos possíveis, tem na imprensa “o veículo mais importante e continua a ser maciçamente usada”.²⁰ Isso corresponderia, no caso em questão, ao monitoramento das matérias veiculadas na imprensa, à compra e disputa por espaços (publicitários ou não) nos diversos veículos noticiosos (jornais e revistas) dos EUA para publicação de matérias favoráveis ao Brasil.²¹ O uso dessas mídias, vale lembrar, restringia-se aos recursos financeiros para tais ações. Urgiam, pois, apoio e políticas governamentais definidas para não tornar essa medida contraproducente ao Estado brasileiro. Assim, as ações de *propaganda externa*, pelas definições expressas, merecem ser estudadas de maneira separada das atividades de *propaganda interna*.

Este trabalho aponta, portanto, a ideia de que a propaganda externa, mormente a adotada nos EUA pelo governo brasileiro, aproxima-se das palavras *advertising*, *publicity* e até mesmo *public relations* (relações públicas).²² A análise das fontes ajuda a explicar o conceito. O presidente Getúlio Vargas percebeu a deficiência do país em ser “bem-visto” no exterior. Para tanto, apontou a necessidade de superar o “problema secular” da divulgação do Brasil no estrangeiro:

Quanto à propaganda para o exterior, não é exagerado dizer que se torna imprescindível, não apenas com o objetivo de atrair correntes turísticas, mas igualmente para que nos centros civilizados se tenha ideia exata do nosso país. Mesmo entre as nações com as quais mantemos intercâmbio econômico permanente e até secular, só em rodas restritas é o Brasil conhecido. Os juízos pejorativos e injustos, que por vezes aparecem em publicações estrangeiras, são, na maioria dos casos, obra mais da ignorância que de má-fé. Por isso mesmo é que se faz inadiável uma campanha de

¹⁹ Como a utilização de símbolos catalisadores de sentimentos das massas, como a luta contra o inimigo – o “comunismo” – ou no uso de simbologias católicas, a exemplo da “Santíssima Trindade”, apropriados pelo governo no trabalho de imagem do regime. CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em cena*. Propaganda política no Varguismo e no Peronismo. São Paulo: EDUNESP: 2008. p. 52 -57.

²⁰ Cf. BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (orgs). *Dicionário de política*. Vol. 2. Brasília: EDUNB, 2008. p. 1019.

²¹ Segundo o sociólogo Robert Park, o poder da imprensa se efetiva na influência exercida pelos jornais na formação da opinião pública, mobilizando a comunidade para a ação política. PARK, Robert Ezra. Notícia e poder da imprensa. In: BERGER, Christa & MARROCO, Beatriz (orgs). *A era glacial do jornalismo*. Teorias sociais da imprensa. Vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 71.

²² Na documentação consultada, em Língua Portuguesa, é raro ler o termo *publicidade*. Na maioria das vezes, a palavra *propaganda* reinava soberana, porém com significado tendendo à persuasão de jornalistas, assim como veiculação de anúncios ou de matérias em jornais. Já na documentação diplomática escrita em Inglês, os termos usados são *advertising* e *publicity*.

largas proporções, capaz de orientar, no sentido dos nossos interesses, a simpatia e o justo apreço dos homens civilizados de qualquer nacionalidade.²³

Este trecho faz parte de um anteprojeto sobre a propaganda no exterior, segundo o qual o presidente pretendia submeter ao Poder Legislativo, porém, o golpe de 1937 adiou esse plano. De qualquer forma, é possível perceber o diagnóstico do governo, bem como os objetivos do Poder Executivo, definidos em duas frentes: atração de capitais ao país e tornar o Brasil conhecido, visto que nos países com os quais havia “relação secular”, a imagem brasileira era restrita aos círculos da “alta-rodas” – ainda que, por vezes, refletidas pelos juízos “pejorativos e injustos” que apareciam nas publicações estrangeiras.

Angariar, portanto, “simpatia e o justo apreço” dos “homens civilizados” às causas brasileiras era meta a ser alcançada pela propaganda do Brasil no exterior, principalmente nos Estados Unidos. Além disso, havia a necessidade de “criar no imaginário comum a ideia de um país em ascensão, para que lhe fosse concedido espaço correspondente no concerto das nações”.²⁴ Isto era parte na estratégia do alcance da “maior meta brasileira após consolidação territorial: o desenvolvimento do espaço nacional”.²⁵

Conforme Oswaldo Aranha,²⁶ figura primordial na elaboração da propaganda brasileira nos Estados Unidos, as grandes potências (Japão, Inglaterra, França, Alemanha e Itália) possuíam serviço permanente de propaganda, provido de “recursos especiais”, “feito por órgãos especializados de funcionamento discreto e eficiente, destinado a criar ambiente propício às atividades e objetivos dos seus governos em todas as esferas da vida americana”.²⁷ Ele argumentou que os *ianques* detinham a característica peculiar de não separar “a ideia do êxito de uma campanha (seja ela

²³ BRASIL. Mensagem apresentada ao Poder Legislativo em 3 de maio de 1936, pelo Presidente da República, Getúlio Dornelles Vargas. Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1936. p. 50 e 51.

²⁴ FERREIRA, Roberta. Difusão cultural e projeção internacional: o Brasil na América Latina (1937-1945). In: SUPPO, Hugo & LESSA, Mônica (orgs) *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contracapa, 2012. p. 65.

²⁵ Ibid.

²⁶ Oswaldo Aranha exerceu as seguintes funções no governo de Getúlio Vargas: Ministro da Justiça (1930-1931), Ministro da Fazenda (1931-1934), Embaixador do Brasil nos Estados Unidos (1934-1938), Ministro das Relações Exteriores (1938-1944). Durante o desenrolar do texto, ele aparecerá em uma dessas funções, de acordo com o período tratado.

²⁷ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937.08.31/2

comercial, industrial, social ou política) da ideia afim da propaganda”, pois “uma e outra completam-se e tendem a um fito idêntico: impor um produto ou uma ideia à opinião pública”, cuja expressão corrente era: “*to sell a product or to sell an idea*”.²⁸

Sendo assim, diversos foram os órgãos responsáveis pela propaganda brasileira nos Estados Unidos. Na esfera estatal, atuaram com maior destaque o Escritório de Informações Brasileiras no Exterior,²⁹ instituição vinculada ao Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio; repartições públicas de propaganda, principalmente o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), ligado à Presidência da República, e o Ministério das Relações Exteriores (MRE).

Importante é destacar o fato de que, a sua maneira e com relativa autonomia, cada órgão concebia e realizava ações de promoção da imagem positiva do regime capitaneado por Getúlio Vargas nos Estados Unidos.³⁰ Para o Escritório de Informações do Brasil, sediado em Nova Iorque, a questão era nitidamente comercial, no intuito de fomentar venda de produtos brasileiros a fim de satisfazer os interesses dos cafeicultores e demais elites agrícolas de gêneros exportáveis. Para o Departamento de Imprensa e Propaganda, a manutenção de uma imagem positiva do regime asseguraria, de algum modo, a segurança do presidente Getúlio Vargas no poder, já que a propaganda política estipulada pelo órgão ia além da comunicação interna, pois atingia o maior número de alvos possíveis, como a imprensa nacional e internacional. Já para o Itamaraty, foco da análise desta tese, a propaganda externa serviria à manutenção da estabilidade do regime vigente no Exterior. Criar um campo de diálogo propício a acordos diplomáticos e comerciais era também peça importante na disputa com a Argentina pela liderança regional, tema abordado no primeiro capítulo deste estudo.

Os elementos em comum às formas de propaganda desses órgãos foram as *ações empregadas*, a exemplo do envio de notícias aos jornais, análise das matérias

²⁸ “Vender um produto ou vender uma ideia”. ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937.08.31/2. (Tradução nossa).

²⁹ Algumas autoridades tratavam o Escritório de Informações Brasileiras no Exterior como Escritório de Propaganda, Escritório de Expansão Comercial do Brasil, Bureau de Expansão Comercial do Brasil, *Brazilian Information Bureau* (o nome oficial nos EUA), ou apenas por *Bureau* ou *Birô*. Estas nomenclaturas aparecerão no decorrer desta Tese.

³⁰ Havia também órgãos estrangeiros que atuavam na propaganda brasileira: *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), ligado à Presidência dos EUA; e a *American Brazilian Association*, instituição privada, porém com fortes vínculos ao Itamaraty.

sobre o Brasil, ciceronear personalidades, promoção de intercâmbios artísticos, educacionais e científicos e também fomento a publicações informativas sobre o país; e o *público-alvo*, composto de jornalistas, empresários, artistas, políticos, intelectuais, acadêmicos, militares, líderes de grupos de pressão³¹ – figuras influentes leitoras dos cadernos internacionais dos principais jornais estadunidenses – e demais personalidades consideradas formadoras de opinião; ou seja, pessoas que podiam, de algum modo, interferir ou influenciar os rumos dos interesses nacionais nos assuntos externos dos EUA.³²

A preocupação com o *público-alvo* era compreensível, haja vista que o governo Vargas foi vítima da implacável pressão de grupos organizados no parlamento estadunidense em pelo menos duas ocasiões: na criação de uma comissão especial conjunta (*The Joint Committee for the Protection of the Brazilian People*), em 1936, para investigação da repressão ao levante comunista de 1935; e na desaprovação do acordo de arrendamento de seis velhos navios contratorpedeiros (*destroyers*), de 1936 a 1937. Esses dois problemas causaram dificuldades para a diplomacia brasileira, alertando o Itamaraty, sobretudo na gestão Oswaldo Aranha, para a criação de uma política de propaganda favorável ao Brasil perante a opinião pública e, por conseguinte, na Casa Branca e Congresso dos Estados Unidos.

Por ter sido envolvido diretamente nesses dois episódios, Oswaldo Aranha alarmou ao Presidente Getúlio Vargas do grave dano ao país, caso a imagem do Brasil fosse negativa no seio da "opinião americana":

Que existem neste país [Estados Unidos] correntes favoráveis ao Brasil, especialmente nas elites governamentais e nas classes militares, especialmente na Marinha. Que a opinião americana, que governa essas

³¹ Esses grupos são variados. Podem partir tanto das elites (banqueiros ou de portadores de títulos da dívida externa), quanto das classes médias estadunidenses (grupos de defesa de direitos civis, profissionais liberais, artistas, universitários, intelectuais etc.). Cf. DAHL, Robert. A. *Congress and foreign policy*. New York: The Norton Library, 1954. p. 50-80. Ainda inclui comentaristas da mídia e repórteres, líderes de organizações lobistas e membros do Congresso que entendiam do assunto e ajudavam a tomar decisões (e ações legislativas) diante de políticas *específicas* interferindo na condução dos negócios externos dos EUA. Cf. SOBEL, Richard. *The impact of public opinion on U.S. foreign policy since Vietnam: constraining the Colossus*. Nova Iorque: Oxford University Press, 2001. p. 13 e 14.

³² Lester Markel identificou quatro ramos responsáveis pela formulação da política externa (*policy makers*) estadunidense: a Presidência da República, o Departamento de Estado, as Forças Armadas e o Congresso estadunidense. Cf. MARKEL, Lester. Opinion – a neglected instrument. In: MARKEL, Lester (org). *Public opinion and foreign policy*. Council of foreign relations. New York: Harper Brothers, 1949. p. 22 e 23.

elites e essas classes, é e será sempre guiada pelas ideias que melhor e mais efetivamente forem propagadas no país.³³

Por isso, um dos focos desta tese reside nas ações de propaganda do Ministério das Relações Exteriores, principalmente de 1936 a 1942, em que havia uma disputa com a Argentina pela predileção do governo estadunidense. A adoção de mecanismos de propaganda, amadurecidos na gestão Aranha (de 1938 a 1944) – a exemplo do Serviço de Cooperação Intelectual – estreitaram ligações com instituições acadêmicas nos Estados Unidos e, conseqüentemente, ajudaram a melhorar a visão sobre o governo brasileiro perante a elite intelectual estadunidense, conforme pode ser visto em vários relatos do corpo diplomático ao Itamaraty, descritos neste estudo.

Ademais, as representações diplomáticas brasileiras em território estadunidense executaram a propaganda sob diversas maneiras: distribuição de material propagandístico (enviado pelo DNP/DIP ou Itamaraty) ao público interessado³⁴; participação em exposições, feiras, eventos sociais, acadêmicos; e na publicação de artigos na imprensa. Os servidores dos postos diplomáticos, desta

³³ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC GVC. 1937.08.31/2

³⁴ Ressalta-se que havia nos EUA, desde os anos de 1910, teorias sobre a inaptidão do grande público em compreender assuntos de política externa. Esse “conhecimento convencional” das Ciências Sociais estadunidenses, expressado, principalmente, nas obras de Walter Lippmann *Public Opinion*, de 1922 e de Gabriel Almond *The American people and foreign policy*, de 1950, concebeu uma teoria chamada *Mood Theory* ou *Almond – Lippmann Consensus*. Grosso modo, é a ideia da *incapacidade* do grande público em compreender as ações de política externa, reagindo, na maioria das vezes, de maneira indiferente “amorfa e temperamento moldável” (*formless and plastic moods*) aos desígnios governamentais no jogo político internacional. Em alguns casos, principalmente durante “crises de política externa”, numa iminência de guerra, por exemplo, essa “indiferença” podia se transformar em “vagas apreensões, fatalismos ou fúria, o humor ainda era superficial e flutuante”. ALMOND, Gabriel. *The American people and foreign policy*. New York: Simon & Schuster, 1950. p. 53. SOBEL, Richard. *The impact of public opinion on U.S. foreign policy since Vietnam: constraining the Colossus*. New York: Oxford University Press, 2001. p. 13 e 14.

Seguindo essa linha, o sociólogo Emory S. Bogardus, partindo das discussões de Robert Park, criou a teoria da *escala da distância social*. De acordo com esse conceito, “o indivíduo, situado no centro da atividade noticiosa, vê-se afetado, em maior ou menor grau pelas notícias dependendo das distâncias territoriais, temporais ou psíquicas que o separam delas”. Assim, quanto maior a distância do acontecimento noticiado, mais “alienado” o indivíduo estará dessa realidade e, conseqüentemente, “menor será o impacto que a mudança anunciada pela informação terá sobre a sua vida”. As notícias que se referem a um entorno mais próximo do indivíduo, contudo, terão uma maior repercussão sobre a sua realidade cotidiana. “Isso é o que define o caráter das notícias para cada pessoa”. Cf. CONDE, Maria Rosa Berganza. A contribuição de Robert E. Park, o jornalista que se converteu em sociólogo, à teoria da informação. In: BERGER, Christa & MAROCCO, Beatriz. *A era glacial do jornalismo*. Teorias sociais da imprensa. v. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 27. Provavelmente, essas teorias em voga nos EUA aliadas à tradição protocolar dos diplomatas tenham reforçado a ideia da propaganda brasileira dirigida às elites.

maneira, exerceram papel de “relações públicas” do governo, prestando, frequentemente, contas de suas ações ao Itamaraty.

Transpondo a promoção das atividades de propaganda, era necessária também sua avaliação. Como será visto, na prática não havia órgão responsável pelo acompanhamento da propaganda brasileira no exterior, cabendo aos servidores das representações diplomáticas a tarefa da execução e também do exame da efetividade dessas ações.

A leitura dos jornais possibilitava aos diplomatas e demais autoridades brasileiras um indicativo de debate público e de “tendências de opiniões publicadas”³⁵ sobre o país, já que uma forma corrente de mensurar a reputação de uma nação reside na análise de cobertura das publicações de abrangência nacional. Por isso, é plausível admitir que os jornalistas detêm um peso considerável nessa tarefa, pois além de fazerem parte do seleto grupo de influência, podem, por meio da veiculação de matérias jornalísticas, sensibilizar setores do público à mobilização em favor de uma causa em política externa.³⁶

Embora houvesse projeto e direção por parte das gestões do MRE nas ações de propaganda do Brasil nos Estados Unidos, ao observarmos o conjunto da propaganda oficial no período, é flagrante sua descoordenação, haja vista a sobreposição de órgãos executando a mesma função, com a maioria deles, inclusive, operando na mesma esfera do Itamaraty, o que enfraquecia o poder da chancelaria brasileira. Se, por um lado essas ações poderiam contribuir para o reforço na política de estabelecimento da imagem oficial do Brasil, por outro, o emprego dos esforços de propaganda em demasia numa mesma localidade oneraria recursos, sem que houvesse eficácia comprovada.

³⁵ Tais jornais informam tendências de opinião, visto que ideia de opinião pública única é difícil de conceber no campo da história. Estudar, portanto, diversos jornais constitui uma abordagem qualitativa da opinião pública. Cf. BECKER, Jean-Jacques. A opinião pública. In: REMOND, René. *Por uma história política*. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003. p. 196

³⁶ Lester Markel elencou três grupos “moldadores” da opinião pública sobre a política externa nos EUA: o governo, cujo poder reside no fato de exercer diretamente (por meio de contato com a imprensa) e indiretamente, quando contata grupos privados. O segundo grupo era a própria imprensa, e o terceiro residia nos grupos de cidadãos, compostos por fóruns públicos, clubes, associações, grupos de estudo etc., que se informam, muitas vezes, por meio da leitura de jornais; ou seja, a imprensa está inserida direta ou indiretamente nos três grupos indicados pelo autor. MARKEL, Lester (org). *Public opinion and foreign policy*. Council of Foreign Relations. New York: Harper Brothers, 1949. p. 22 e 23.

Sobre a análise teórica do período definido nesta pesquisa, recorreremos às leituras contemporâneas sobre os quinze anos do governo Vargas.³⁷ Esses estudos analisam o regime capitaneado pelo presidente Vargas, mormente o Estado Novo, sob diversos prismas, problematizando suas contradições internas e a relação com a sociedade. Preciosos para o entendimento do período como um todo, os estudos desses autores enveredam por vários campos do saber, como Economia, Política, intelectuais e Cultura.

As relações entre Estados Unidos e Brasil são amparadas em conceitos oriundos da história e das relações internacionais.³⁸ Um dos conceitos norteadores desta Tese se efetiva com a mudança da política externa dos EUA, chamada de *Política da Boa Vizinhança (PBV)*,³⁹ bastante discutida pela historiografia, sobretudo pelos próprios estadunidenses, conforme será visto no primeiro capítulo.

Um dos fatores da aproximação efetiva dos Estados Unidos com os países da América Latina decorreu dos desdobramentos da crise de 1929, na qual foi flagrante a quantidade de mercadorias encalhadas nos portos estadunidenses. Sem um mercado como o europeu para escoar os bens, foram encontradas no continente americano grandes possibilidades de êxito comercial com o “irmão do Norte”. A política da boa vizinhança foi implementada sob dois princípios: não intervenção militar e reciprocidade comercial,⁴⁰ aplicados sob auspícios de Franklin Delano Roosevelt.

Há outro fator crucial na compreensão dos esforços estadunidenses na obtenção de apoio na América Latina: o perigo do arianismo. Num mundo com a conjuntura tendendo em favor de políticas intervencionistas em detrimento da

³⁷ Como em Ângela de Castro Gomes, Dulce Pandolfi, Alcir Lenharo, Fernando Teixeira da Silva, Francisco Martinho, Jorge Ferreira, Lúcia Oliveira, Maria Helena Capelato, Maria Célia D’Araújo, Mônica Veloso, Maria Leopoldi, Raquel Soihet, Regina Lúcia M. Morel, dentre outros.

³⁸ Assim, trabalhos de Antônio Tota, Gérson Moura e Muniz Bandeira auxiliam a compreensão das relações históricas entre Estados Unidos e Brasil no período estudado.

³⁹ Ver análise historiográfica em artigo de PRADO, Maria Lígia Coelho. Ser ou não ser um bom vizinho: América Latina e Estados Unidos durante a guerra. *Revista USP*. São Paulo, (26). Jun./ago. 1995. p. 52-61. Os trabalhos de Antônio Tota e Frank McCann Jr., com obras focadas na época, são diálogos centrais deste estudo.

⁴⁰ Cf. FREJES, Fred. *Imperialism, media and good neighbor: new deal foreign policy and United States shortwave broadcasting to Latin America*. Norwood: Ablex publishing corporation, 1986. p. 33.

democracia liberal, sepultada, ou pelo menos posta em torpor pela crise de 1929, a saída possível era utilizar o Estado como motor do processo de recuperação econômica, o que, invariavelmente, tornaria governos com aspectos autoritários mais viáveis na tal empreitada, como foi o caso do Brasil, na figura de Getúlio Vargas.

Além do aspecto político-econômico, a *política da boa vizinhança* se efetivava por meio da cultura, com o intuito de buscar apoio da população dos EUA e da América Latina às ações conjuntas desses países. Os instrumentos de efetivação desses esforços foram promovidos pelo *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), sendo importantes para a consecução deste estudo. Isto porque, por mais que fosse uma forma de promoção capitaneada pelos Estados Unidos com objetivos caros à sua política internacional, era uma via de mão dupla, já que a imagem do Brasil estava sendo divulgada nos Estados Unidos. Dois autores trabalharam essa “forma de propaganda” em sua dimensão cultural: Antônio Pedro Tota e Mary Anne Junqueira. O primeiro mostra como foi moldada a imagem do Brasil nos Estados Unidos e vice-versa na esfera cultural, utilizando os meios de comunicação, a exemplo do rádio e cinema, como instrumentos de propaganda massificada.⁴¹ Mary Anne Junqueira abordou representações sobre a América Latina constituídas pela revista *Seleções do Reader's Digest*, com a apropriação de conceitos do imaginário dos estadunidenses como oeste, *wilderness* e *fronteira*.⁴²

Esta tese adota como referencial teórico-metodológico a História Política de caráter renovado, articulando reflexões acerca das relações entre a ideologia política do Estado Novo para com a imprensa estrangeira. Fez-se, portanto, uma junção das áreas da História e Relações Internacionais,⁴³ aliando discussões sobre as estratégias

⁴¹ TOTA, Antônio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da segunda guerra mundial*. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 49-51.

⁴² JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao sul do Rio Grande*. Imaginando a América Latina em Seleções. Oeste, Wilderness e Fronteira (1942-1970). Bragança. SP: EDUSF, 2000.

⁴³ Relações Internacionais, que, aqui, têm seu conceito fundamentado nas observações de Jean-Baptiste Duroselle, o qual atribui a expressão *política internacional* a duas vertentes: *vida internacional* e *política externa*. A primeira relaciona-se aos aspectos de natureza privada, como turismo, esporte, cultura e comércio exterior. Já a segunda está “relacionada ao papel dos detentores do poder de um país sobre os outros”. Cf. DUROSELLE, Jean-Baptiste. *Todo Império perecerá*. Teoria das relações internacionais. Brasília: UNB, 2000. p. 45. Em 1980, essa obra atualizou o conceito de forças profundas de Renouvin e é considerada como a maturação teórica da escola francesa. Cf. SARAIVA, José Flávio Sombra. *História das relações internacionais contemporâneas*. Da sociedade internacional do século XIX à era da globalização. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. p. 9 – 16.

do Estado no âmbito político em busca de compreender a importância da elaboração da imagem positiva do regime de Getúlio Vargas aos olhos estrangeiros.

Com a inserção da abordagem cultural e social, a história política passou por transformações relevantes. René Remond foi um dos responsáveis por tal mudança, pois englobou novas perspectivas nos estudos políticos, além de perceber a política numa abordagem mais ampla, e não apenas ao Estado, embora o poder estatal esteja intimamente ligado à política. O terreno do Estado é o mais fértil para estudos acerca da história política, entretanto, a abordagem não se resume a feitos políticos ou medidas administrativas dos governantes, embora algumas características da “velha” história política se mantenham, contudo, reformuladas de sentido e problemática, como o “acontecimento político”, que é criado a todo momento, ou a influência do tempo presente, análise cara às Ciências Sociais.⁴⁴

Em relação às fontes, este estudo reuniu diversos tipos documentais, porém, privilegiou a documentação “oficial”, tendo em vista que o objetivo da tese foi entender como se efetivou a propaganda oficial do governo brasileiro nos EUA. Assim, foi utilizada documentação diplomática e estatal do Brasil e Estados Unidos,⁴⁵ composta de produção intelectual, como artigos e pronunciamentos encaminhados ao Brasil pelas representações diplomáticas brasileiras nos EUA; correspondências entre autoridades, mormente entre o corpo diplomático e o Itamaraty ou Presidência da República; decretos, memorandos, relatórios de órgãos governamentais e discursos.⁴⁶

⁴⁴ GOMES, Ângela de Castro. Política: história, ciência, cultura etc. *Estudos Históricos* - Historiografia, Rio de Janeiro, v.9, nº 17, p.59-84, 1996. p. 66.

⁴⁵ A pesquisa no Brasil foi realizada no acervo do Arquivo Histórico do Itamaraty, Arquivo Público e Arquivo Nacional, localizados no Rio de Janeiro; a documentação do CPDOC foi inventariada por meio de seu sítio eletrônico. Em São Paulo, o acervo do CEDEM (UNESP) foi de grande valia à confecção desta pesquisa.

⁴⁶ Optamos pelas traduções diretas no texto do material, com o original em Língua Inglesa disposto em notas de rodapé. Eventuais incoerências de traduções são de nossa responsabilidade.

Além dessa documentação, a imprensa foi utilizada como fonte.⁴⁷ Este estudo reuniu extenso acervo documental de jornais e revistas obtido tanto eletronicamente⁴⁸ quanto em visitas aos acervos físicos nos Estados Unidos.⁴⁹ Como fonte, devemos considerar as especificidades dessa tipologia documental. Via de regra, jornais e revistas são veículos da imprensa que seguem linhas editoriais definidas, têm redação hierarquizada, em cujo topo da carreira reside o editor-chefe, guardião da visão política do órgão de imprensa. O respaldo das matérias advém da socialização de opiniões do público leitor e dos colegas de profissão na recepção das matérias.⁵⁰ Como é sabido, existem diferenças entre jornais e revistas.

O público-alvo do jornal se dirige à heterogeneidade, ou melhor, a um universo de consumidores, na casa de centenas de milhares de pessoas, segmentado apenas pelos cadernos veiculados nas edições semanais. No âmbito das notícias, os jornais necessitam informar o maior número de reportagens, notas e artigos em geral num prazo relativamente curto, pautando, deste modo, matérias para outros segmentos da imprensa. Além disso, esses veículos são capazes de influenciar a agenda nacional de debates, “intervém ou influenciam o voto dos políticos, rearranjam as informações, hierarquizando-as”. São, portanto, testemunhas dos “eventos mais importantes de seu tempo e hoje são repositórios de informações do qual os historiadores não podem prescindir”.⁵¹

⁴⁷ Tânia de Luca alerta para o cuidado em “identificar cuidadosamente o grupo responsável pela linha editorial, estabelecer os colaboradores mais assíduos, atentar para a escolha do título e para os textos pragmáticos que dão conta de intenções e expectativas, além de fornecer pistas a respeito da leitura de passado e de futuro compartilhada por seus propugnadores”. LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org). *Fontes Históricas*. São Paulo: Contexto, 2006. p. 140.

⁴⁸ A pesquisa foi realizada nos seguintes sítios de informações: arquivo do jornal *The New York Times*, *ProQuest* e *Google Books*. Roger Chartier desenvolveu reflexões sobre a utilização da informática no trabalho do historiador no texto “A história na era digital”. Cf. CHARTIER, Roger. *A história ou a leitura do tempo*. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

⁴⁹ A pesquisa nos Estados Unidos foi realizada nos seguintes locais: Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos, Biblioteca da American University, ambas em Washington; Biblioteca da Universidade de Chicago, que, a pedido do Professor William James Mello, a quem agradecemos, gentilmente, copiou e nos remeteu os acervos locados da Universidade de Michigan.

⁵⁰ DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Cia das Letras, 2010. p. 96.

⁵¹ MOLINA, Matias M. *Os melhores jornais do mundo: uma visão da imprensa internacional*. Rio de Janeiro: Ed Globo, 2007. p. 11 e 12

Neste estudo, foram inventariados jornais lidos pelos diplomatas e que representavam uma *polifonia* da sociedade estadunidense, hebdomadários de abrangência nacional com respeitável cobertura do noticiário internacional, como o *The Christian Science Monitor*, que divulgava de Boston para todo o território dos EUA notícias e análises internacionais. Ademais, foram selecionados exemplares da "extrema-direita" estadunidense, como o *Los Angeles Times* e *Chicago Tribune*, considerados por Matias Molina como os “piores jornais dos EUA”, em virtude da deturpação de notícias, cobertura imprecisa e confusa, com finalidade de favorecer os ideais da política conservadora dos Estados Unidos.⁵²

Jornais de tendência liberal – *The New York Times* e *The Washington Post* – também ilustram nossa investigação histórica. O primeiro, de abrangência nacional, considerado o mais influente do Mundo,⁵³ por se localizar na cosmopolita Nova Iorque, atuando nos anos 1930 e 1940 como informador dos acontecimentos internacionais, assistidos por um corpo de 55 correspondentes, contém a maior cobertura sobre o Brasil no período estudado. Já o segundo, por ser publicado na capital dos EUA, é um jornal de amplitude regional, mas é notória sua influência na classe política do país. Teve a missão bem-sucedida de ser lido desde o “balconista da lanchonete ao político da Casa Branca”, sem dúvidas, o primeiro jornal na mesa do café da manhã dos funcionários públicos, políticos e do Presidente da República.⁵⁴

Assim, a cobertura jornalística de alguns eventos específicos – como a revolução de 1930, a deflagração do golpe de 1937 e o discurso de 11 de junho de 1940 – foi analisada neste estudo com intuito de entender as reações dos jornais aos fenômenos e à repercussão desses episódios com suporte na leitura das matérias pelas autoridades brasileiras. Ademais, optamos por estudar os textos da coluna *Washington Merry-Go-Round*, considerada a mais lida da imprensa estadunidense à época, escrita pelos jornalistas Robert Allen e Drew Pearson.⁵⁵ O último, por ter sido

⁵² MOLINA, Matias M. *Os melhores jornais do mundo: uma visão da imprensa internacional*. Rio de Janeiro: Ed Globo, 2007. p. 11 e 12.

⁵³ Ibid. p. 112.

⁵⁴ Ibid. p. 215.

⁵⁵ Apesar de ter sido escrita a quatro mãos, quem chefiava e assinava a coluna era Drew Pearson. Robert Allen deixou a redação quando foi convocado à guerra, em 1941. Dois anos mais tarde, Pearson contratou o jornalista David Karr como assessor. Em 1945, Pearson admitiu Jack Northman Anderson para ser co-autor da coluna. Após a morte de Pearson, em 1969, Anderson assumiu *Washington Merry-Go-round*. Por isso, nesta tese, sem desmerecer o trabalho de Bob Allen e outros colaboradores, consideramos apenas Pearson como autor da coluna.

contratado “informalmente” como agente de imprensa do governo brasileiro, desempenhou papel fundamental na propaganda, ao defender posições brasileiras em momentos-chave das negociações com os EUA nos textos de *Washington Merry-Go-Round*.

As revistas, cujo fator de vendas é a segmentação do leitor – em virtude de ser bastante diversificado, mesmo as publicações noticiosas – têm público diferente do leitor de jornal diário. Marília Scalzo caracteriza a revista como “um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo”.⁵⁶ As revistas, por serem publicadas em intervalos maiores, não necessitam atualizar as informações, mas analisá-las. A opção do governo brasileiro na criação de revistas de propaganda vai ao encontro da definição desse periódico, já que para os arautos de Getúlio Vargas o campo da propaganda se restringia ao grupo das elites intelectuais, políticas, econômicas e culturais, como será visto neste trabalho. Assim, este estudo analisou três periódicos em circulação nos EUA na época: *Travel in Brazil*, do DIP;⁵⁷ *Brazil Today*, único periódico oficial impresso nos EUA, organizado pelo Escritório de Informações Brasileiras em Nova Iorque; e *Brazil*, publicação privada da *American Brazilian Association*, embora com teor influenciado pelo Consulado de Nova Iorque. Além desses magazines, analisamos artigos da revista *Cultura Política*, editada pelo Departamento de Imprensa e Propaganda.

Isto posto, esta tese foi dividida em quatro capítulos. No primeiro capítulo, há discussão sobre a *política da boa vizinhança*, contexto que norteia a dinâmica deste trabalho, as relações Brasil-EUA e a disputa pelo reconhecimento estadunidense da liderança sul-americana entre Brasil e Argentina, em que a propaganda atuou como arma numa guerra não bélica entre os dois países. Ainda neste capítulo, foram

⁵⁶ Cf. SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. São Paulo: Contexto, 2006. p. 12.

⁵⁷ Há de se ressaltar que boa parte da documentação do DIP está desaparecida, dificultando a pesquisa sobre o tema. Cf. LUCA, Tânia Regina. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. In: *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 31, n. 61, 2011. p. 272-274.

elencados os órgãos de propaganda externa brasileira em território estadunidense: Escritórios de Informações Brasileiras no Exterior; departamentos de publicidade/propaganda; os órgãos estrangeiros *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* e *American Brazilian Association*. Ademais, como informado, as três revistas de propaganda brasileira nos EUA foram analisadas.

O segundo capítulo inicia-se com a análise da cobertura da Revolução de 1930 pelo *The New York Times*, principal jornal estadunidense. O capítulo também aborda a política de propaganda encabeçada pelo Itamaraty, em que são apontadas as reformas adotadas pela Chancelaria brasileira no intuito de amenizar ou modificar as repercussões negativas, na opinião dos diplomatas, da imagem do Brasil na imprensa e nos circuitos políticos/culturais dos EUA. Uma medida de destaque foi a criação do Serviço de Cooperação Intelectual, divisão, por excelência, do trato dos diplomatas com intelectuais estrangeiros. Especificamente, esta tese analisou a atuação de Oswaldo Aranha que, desde a época em que fora embaixador em Washington, alertava para uma ação eficaz da divulgação de uma imagem positiva do Brasil como arma política na disputa com a Argentina pela predileção estadunidense.

Entrementes, ainda nesse capítulo, serão descritos os dois episódios que alertaram Oswaldo Aranha para o estabelecimento da propaganda brasileira: a criação de uma comissão mista no Congresso estadunidense para investigação da repressão ao levante de 1935 e o malogro nas negociações de navios *ianques* ao Brasil, esse último, supostamente, não teria ocorrido por interferência de Buenos Aires na imprensa e no Capitólio dos EUA. Por fim, será apresentado o funcionamento da propaganda argentina e como Oswaldo Aranha, ao se espelhar nela, redigiu o plano de propaganda do Itamaraty.

O terceiro capítulo tem início semelhante à segunda parte desta tese. Trata-se da análise de como episódios políticos internos interferem na política externa, com origem na perspectiva da imprensa estadunidense, por meio de dois exemplos: as coberturas do golpe de novembro de 1937 e do discurso de Getúlio Vargas, a bordo do navio *Minas Gerais*, em 11 de junho de 1940. Ademais, as medidas adotadas pela diplomacia brasileira para contornar os problemas desencadeados também serão descritas. Todavia, o assunto principal do capítulo versa sobre as estratégias governamentais no estabelecimento de laços entre Brasil e Estados Unidos mediante as ações de propaganda, sobretudo durante o Estado Novo, o que envolve persuasão e também perseguição aos estrangeiros no país. O primeiro refere-se à recepção e

ao bom tratamento dado a jornalistas e/ou pessoas influentes, os quais, na óptica de autoridades, consistiam em formadores de opinião e setores da elite para que elogiassem o novo regime político em seus textos e palestras. Caso o governo brasileiro não se contentasse com o conteúdo das matérias jornalísticas, apelar-se-ia para as expulsões, prisões ou perseguições dos correspondentes estrangeiros.

O quarto capítulo esmiuçou as estratégias do Ministério das Relações Exteriores na promoção da imagem positiva do país nos EUA, com suporte nos contatos dos diplomatas com agentes de publicidade e jornalistas, assim como do assédio desses profissionais ao Itamaraty por verbas de propaganda. As fontes apontam que foram infrutíferos os pedidos das agências de propaganda e dos grandes jornais estadunidenses para publicarem matérias pagas sobre o Brasil. A propaganda brasileira foi exercida, como será visto, por meio de subvenções à publicação de livros, folhetos e revistas e também na contratação, de maneira informal, de um agente de imprensa, o famoso colunista Drew Pearson. Sua atuação na propaganda do Brasil ao público estadunidense, tanto por meio do rádio quanto pela publicação de notas favoráveis ao país na coluna *Washington Merry-Go-Round*, num momento tenso de negociações entre Alemanha e Estados Unidos pelo apoio brasileiro na guerra, foi importante na política de propaganda brasileira nos Estados Unidos.

Assim, esta tese delineará, nas páginas seguintes, outra perspectiva sobre as relações entre Brasil e Estados Unidos no período escolhido, acrescentando um elemento pouco lembrado na história das relações internacionais: a boa reputação de um país como facilitador dos processos de negociação. Por isso, é compreensível o empenho de autoridades brasileiras na elaboração e execução de ações de propaganda nos grupos que poderiam influenciar, de algum modo, as decisões políticas dos Estados Unidos.

1 O GRAMADO DO VIZINHO É SEMPRE MAIS VERDE: A PROPAGANDA BRASILEIRA NOS ESTADOS UNIDOS (1930-1945) UM PANORAMA

A cultura, a propaganda e os meios de comunicação, indissociáveis, eram armas tão poderosas quanto os caças, os bombardeiros, os porta-aviões, submarinos, canhões e granadas. Eram armas para derrotar inimigos, assim como para ganhar e manter amigos.⁵⁸

1.1 “Boas cercas fazem bons vizinhos”: as relações Brasil - Estados Unidos e Argentina nos anos 1930 e 1940

1.1.1 Brasil e Estados Unidos durante a *boa vizinhança*

Não é intuito escrever várias páginas de contextos históricos para o entendimento deste estudo. Devemos, todavia, apresentar, minimamente, um “ambiente” para discussão, um breve panorama de atuação de Brasil e EUA no “tabuleiro de xadrez” da política externa dos anos 1930 e 1940.

Esta Tese supõe, de saída, que a cúpula do Itamaraty – desde os tempos do Barão do Rio Branco – reconhecia a hegemonia estadunidense (embora isso não significasse relação de subalternidade) e ambicionava ter o Brasil reconhecido como liderança regional na América do Sul.⁵⁹ Para tanto, era necessário, dentre outras

⁵⁸ TOTA, Antônio Pedro. *O amigo americano*. Nelson Rockefeller e o Brasil. São Paulo: Cia das Letras, 2014. p. 137.

⁵⁹ Utilizamos o termo *liderança* para explicar que a posição brasileira não era imperialista ou expansionista. Da perspectiva brasileira, como informa Frank McCann Jr., o país se considerava “a nação proeminente da América do Sul, o mediador de disputas entre os vizinhos de Língua Espanhola. [...] as relações com os Estados Unidos baseavam-se numa aliança informal, segundo a qual o Brasil hipotecava seu apoio aos EUA em todas as questões internacionais, em troca de um apoio à proeminência do Brasil na América do Sul”. MCCANN JR., Frank D. *Aliança Brasil Estados Unidos 1937-1945*. Rio de Janeiro. BibliEx, 1995. p. 95 e 96. A origem fronteiriça de Getúlio Vargas e Oswaldo Aranha condicionam a uma relação amistosa com a Argentina. Tanto é verdade que o Brasil resistiu aos planos estadunidenses de invasão do território argentino em represália ao não alinhamento portenho aos EUA, à época da Terceira Reunião de Consulta dos Chanceleres Americanos no Rio em

ações, projetar a imagem positiva do país nos EUA e, conseqüentemente, receber a devida atenção daquele Estado, principalmente no campo da *política da boa vizinhança*, em que pesavam a “rivalidade histórica” com a Argentina e os perigos de uma guerra com dimensões mundiais.

O contexto da política externa estadunidense pode ser ilustrado com o conto *Pan-Americano*, de Artur Azevedo,⁶⁰ publicado em jornais da Capital da República brasileira no início do século XX.⁶¹ O enredo se passa num bar. O bêbado, Chico Facada, ao tomar duas doses de parati [metonímia de aguardente], pergunta ao Seu Manuel, o taberneiro: - “Eu sou um cabra ‘vigiado’ – já fui até ao Acre -, mas sou um ‘ignorante’. Você que é todo metido a sebo, me explique o que vem a ser isso de pan-americano”?

Manuel, homem “estudado”, afirma saber o que é “americano”, o problema é definir o que seria “Pan”. Chico sugere a Manuel que pegasse o livro que servia de papel de embrulho – o *Dicionário de Eduardo Faria* – e lá na letra “p”, vem a definição de “Pan”: “Deus grego...” “Grego ou americano?” Indaga o confuso Chico, interrompendo a leitura de Manuel, que o responde:

- Aqui diz grego, talvez seja erro de imprensa. (Continuando a leitura): “Filho de Júpiter e de Calisto”.

Chico: Que diabo! Então ele tem dois pais?

Manuel: Naturalmente Júpiter é a mãe. O nome é de mulher. (*Lendo*) “presidia ao rebanho e aos pastos, e passava pelo inventor da charamela”.

Chico: Charamela? Que vem a ser isso?

Manuel: Lá na terra chamamos nós charamela a uma espécie de flauta.

Chico: De flauta? Então já sei! Isso de pan-americanismo é uma flauteação! [significa enganação por meio de artifícios].

Manuel: (*fechando o dicionário*) Diz você muito bem, “seu” Chico: são uns flauteadores! Ora, que temos nós como os pastos e os rebanhos? (*vai guardar o dicionário*). Coisas que eles inventam para gastar dinheiro, como se o dinheiro andasse a rodol! (*em tom confidencial*) Olhe, aqui para nós, que

1942. BANDEIRA, Luís Alberto Moniz. *Brasil, Argentina e Estados Unidos: conflito e integração na América do Sul (da Tríplice Aliança ao Mercosul)*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. p. 200-209.

⁶⁰ Artur Azevedo nasceu em 1855, no Maranhão. Foi tradutor e revisor de folhetins franceses, além de ter sido cronista dos principais jornais do Rio de Janeiro. Escritor, membro da Academia Brasileira de Letras, com vasta obra em prosa, poesia e teatro, é apontado pela crítica como o consolidador da comédia de costumes no Brasil. Faleceu em 1908, no Rio de Janeiro. TENAN, Bruno. O autor. In: AZEVEDO, Artur. *Contos Cariocas*. São Paulo: Com-arte, EDUSP, 2011. p. 231-234.

⁶¹ Não se sabe a data exata do conto, contudo, pela citação a Elihu Root, que esteve no Brasil em 1906, supomos ser essa a data da obra. Vários contos de Artur Azevedo foram reunidos na obra póstuma *Contos Cariocas*, de 1928. Uma nova edição deste livro foi publicada pela EDUSP, em 2011.

ninguém nos ouve, o filho de Calisto *deve* ser o tal Rute, que andou por aí a fazer discursos e a encher o pandulho [estômago].
Chico: por falar em “calistos” [trocadilho com “cálice”], venha mais um de parati, “seu” Manuel!⁶²

O conto de Azevedo ilustra, *grosso modo*, a receosa visão da sociedade brasileira para com os Estados Unidos, sobretudo nos tempos das intervenções militares estadunidenses de início de século XX, assim como sua política pan-americana vista com desconfiança pela predominância do ideário *ianque*. Era uma “enganação”, já que “Pan”, na opinião do taberneiro “estudado” Manuel, era “o tal de Rute”, referindo-se ao Secretário de Estado do Presidente Theodore Roosevelt, Elihu Root, que esteve no Brasil em 1906, para presidir a Terceira Conferência Pan-americana no Rio de Janeiro.

Essa visão negativa sobre os EUA foi fruto da contradição entre discurso e prática. O país, autointitulado “farol da democracia e liberdade”, voltava-se, nos tempos de Theodore Roosevelt, com autoritarismo ao sul do rio Grande. A luz irradiava-se por meio do sabor amargo da pólvora. Essa aparente contradição, intervenções forçadas em nome da democracia, era a tônica da política do início do século XX, bem como dos anos que se seguiram.

O *big stick* resume a visão pouco simpática (e de certa forma arrogante) dos EUA para com a América Latina. O Continente, tratado com desdém, foi vítima de uma série de invasões de tropas estadunidenses com objetivo de substituição de governantes nacionalistas por aqueles ligados aos interesses *ianques*. Cuba é um dos vários exemplos dessa atuação, já que, desde a Guerra Hispano-Americana, de 1894, o país tornava-se protetorado dos EUA, proteção no que concerne aos interesses alheios ao Tio Sam, diga-se de passagem. Assim, a relação dos EUA para com a América Latina era das mais amargas.

Certamente, era difícil ao Brasil compreender as intenções dos Estados Unidos, que “presidia os pastos e os rebanhos” (seria a América Latina?). Os EUA, cientes de sua má reputação perante os latino-americanos, aplicaram, na terceira década do século XX, uma nova ação política chamada de *Política da Boa*

⁶² AZEVEDO, Artur. *Contos Cariocas*. São Paulo: Com-arte, EDUSP, 2011. p. 165-168.

*Vizinhança*⁶³, cuja principal incumbência foi modificar aquela visão do *ianque* arrogante nos tempos do governo Theodore Roosevelt.

Vale lembrar que, em 1928, data da publicação em livro do conto de Artur Azevedo, foi também o ano da visita do presidente Herbert Hoover à América Latina. Foi dele o primeiro desenho dos princípios, como também a expressão *good neighbor*,⁶⁴ cuja fama da utilização do termo foi dada ao seu sucessor, Franklin Roosevelt. Deste modo, a busca por uma aproximação mais sistemática e menos invasiva nos rumos da América Latina partiu, pelo menos na retórica, do republicano Herbert Hoover, porém, foi no mandato do democrata Franklin Delano Roosevelt que houve espaço político de amadurecimento de ações na América Latina.⁶⁵

Retrocedendo um pouco na história, os anos pós Primeira Guerra marcaram de vez a atuação dos Estados Unidos no concerto das nações. Internamente, essa nação norte-americana se via enriquecida, eufórica e esperançosa com um grande futuro, mas, externamente, os estadunidenses mergulharam num profundo isolamento político.

Os tempos de euforia foram se esvaindo com o passar dos anos. O final dos anos 1920 foi marcado por uma grave crise econômica, fruto de uma lógica da produção industrial em demasia, e já não havia qualquer planejamento, tampouco, preocupação imediata com aquela superprodução. O resultado, como *não* era de se esperar, na época, foi a mais grave crise do sistema capitalista. O *locus* sistêmico,

⁶³ Maria Lígia Coelho Prado alerta para a “moldura preestabelecida, fabricada pela historiografia oficial norte-americana” que escolheu denominações realistas, como “o *Big Stick*”, e outras adocicadas, como a “boa vizinhança”. PRADO, Maria Lígia. Davi e Golias: as relações entre Brasil e Estados Unidos no século XX. p. 322. In: MOTA, Carlos Guilherme (org). *Viagem Incompleta. A experiência brasileira (1500-2000). A grande transação*. São Paulo: SENAC, 2013.

⁶⁴ Lars Schoultz cita as intenções do presidente Herbert Hoover em encerrar o *Corolário Roosevelt* em 1928. Isso ocorreu em virtude das negociações do Secretário de Estado Frank Kellogg para a criação do chamado Pacto de Paris, ou Kellogg-Briand (homenagem aos chanceleres dos EUA e da França), sobre o qual haveria a renúncia à guerra como instrumento de política nacional. Para aceitação dos EUA ao pacto era necessário negociar com a Comissão de Assuntos Exteriores do Senado, chefiada pelo “isolacionista” Senador Borah, para a renúncia à Doutrina Monroe nos moldes do Presidente Theodore Roosevelt; ou seja, os EUA abandonariam a intervenção militar na América como pressão, em defesa de seus interesses. Um memorando destinado às representações estadunidenses foi escrito para ser entregue aos governos latino-americanos, informando-os sobre essa decisão, contudo, por motivos internos, (lutas no Congresso e a Crise de 1929), o documento nunca foi entregue. Cf. SCHOULTZ, Lars. *Estados Unidos: poder e submissão. Uma história da política norte-americana em relação à América Latina*. Bauru: EDUSC, 2000. p. 326-329.

⁶⁵ Para John Lukacs, as ideias dos presidentes Hoover e Franklin Roosevelt (primeiro governo) eram iguais. “Um misto de isolacionismo benevolente e internacionalismo”. LUKACS, John. *Uma Nova República: história dos Estados Unidos no século XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006. p. 62.

berço do liberalismo moderno, terra da prosperidade, liberdade e livre iniciativa, viu-se em decadência abrupta. A palavra de ordem era buscar sair rapidamente da depressão, cujo efeito foi sentido em quase todo o Mundo.⁶⁶ Internamente, o *New Deal* do Presidente Franklin Roosevelt, eleito em 1933, procurava reestruturar a economia do seu país.⁶⁷

O reflexo agônico de 1929 também foi um dos fatores da célere mudança na política externa dos Estados Unidos para com o Continente Americano. Antes, a Nação se voltava ao Pacífico, considerada sua área de influência e fronteira. Naquele momento, a América Latina poderia ser a nova linha divisória a ser transposta pelos Estados Unidos. O mercado, portanto, serviu de mote à nova forma do olhar dos EUA para com a América Latina.⁶⁸ Evidentemente, não se deve perceber a PBV apenas como um meio de superar a depressão, pois

As medidas tomadas pelo governo Roosevelt nos anos trinta relativas à América Latina sugerem uma grande preocupação com questões políticas e estratégicas. Os objetivos eram, na medida do possível, garantir a colaboração política e o alinhamento das nações latino-americanas à liderança dos Estados Unidos.⁶⁹

⁶⁶Para uma leitura sobre a Crise de 1929 e seus efeitos em vários países ver: LIMONCIC, Flávio & MARTINHO, Francisco Carlos Palomanes (orgs.) *A Grande Depressão*. Política e economia na década de 1930 – Europa, Américas, África e Ásia. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

⁶⁷ Para entendimento sobre o aspecto da história do trabalho nos EUA a partir do *New Deal*, ver LIMONCIC, Flávio. *Os inventores do New Deal*. Estado e sindicatos no combate à Grande Depressão. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

⁶⁸ Alguns autores como Roberto Gambini, Walter Lafeber e David Green, acentuam que o motivo da adoção da política da boa vizinhança, no aspecto da economia, decorreu da necessidade de reordenar as relações comerciais com a América Latina, reorientando a fórmula corrente: O Brasil vendia café aos EUA por dólares, que, por sua vez, eram trocados por libras para aquisição de tecidos ingleses ou pagamento de juros, voltando os dólares aos EUA quando a Inglaterra comprava algodão. Com o *New Deal*, o governo aumentou sua influência política ao substituir os banqueiros no financiamento da América Latina. Com isso, a nova forma seria a reorientação das exportações latino-americanas para fornecimento de matérias-primas à indústria estadunidense que poderia vender manufaturas aos latino-americanos. Para tanto, era necessário capitalizar o desenvolvimento da produção e “dar segurança” ao capitalista de investir na América Latina. Por isso, foi criado o *Export-Import Bank*. O resultado prático da *boa vizinhança* no aspecto econômico foi a dependência econômica dos países latino-americanos para com os EUA. GAMBINI, Roberto. *O duplo jogo de Getúlio Vargas: influência americana e alemã no Estado Novo*. São Paulo: Símbolo, 1977, p. 37- 41; LAFEBER, Walter. *Inevitable revolutions*. The United States in Central America. Nova Iorque. Norton & Company, 1993, p. 83-85. David Green complementa: o sucesso da PBV não se deu no campo da não intervenção, mas sim do apoio às economias latino-americanas. GREEN, David. *The containment of Latin America*. A history of the myths and realities of Good Neighbor Policy. Chicago: Quadrangle Books, 1971. p. 8-9.

⁶⁹ MOURA, Gerson. *Relações exteriores do Brasil: 1939-1950: mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012. p. 40.

Modificar relações centenárias exigia esforços monumentais na política, cultura e costumes. Nesse sentido, o “caubói” do império estadunidense deveria baixar seu chapéu à “dama” América Latina.⁷⁰ Eis a “boa vizinhança”.

Há vasta obra historiográfica sobre esse conceito, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos. Em revisão da historiografia sobre o tema, Maria Lígia Prado aponta que boa parte das obras são tradicionais “mantendo aparente tom neutro e objetivo”.⁷¹ Das obras brasileiras, destacam-se os estudos de Gerson Moura que elaborou uma abordagem fora da dicotomia “imperialismo” e “manipulação” dos países latino-americanos. Seu conceito de “autonomia na dependência” explica as posições de barganha brasileira pela preferência comercial entre Estados Unidos e Alemanha.⁷² Cristina Pecequilo trabalhou, de maneira geral, a trajetória da política externa estadunidense⁷³ e Roberto Gambini analisou a PBV pelo viés econômico, tentando compreender a dinâmica das relações comerciais entre “centro” (EUA e Alemanha) e “periferia” (Brasil) naquele contexto de recrudescimento da luta entre as nações de capitalismo “central”.⁷⁴

Conceitualmente, a Política da Boa Vizinhança⁷⁵ pode ser considerada como “tática” dos EUA de exercer a hegemonia continental, já que os princípios dos interesses imperialistas foram mantidos.⁷⁶ Detinha dois aspectos: o da *não intervenção nos países*, ou seja, reconhecimento à autodeterminação dos povos, o

⁷⁰ Referência à visão estereotipada dos EUA para com a América Latina. JOHNSON, John. *Latin America in caricature*. Austin: University of Texas Press, 1993.

⁷¹ PRADO, Maria Lígia. Ser ou não ser um bom vizinho: América Latina e Estados Unidos durante a guerra. *Revista USP*. n. 26. São Paulo, jun./ago. 1995.

⁷² MOURA, Gérson. *Autonomia na dependência: a política externa brasileira de 1935 a 1942*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1980.

⁷³ PECEQUILO, Cristina Soreanu. *A Política Externa dos Estados Unidos*. Continuidade ou mudança? Porto Alegre: EdUFRGS, 2003.

⁷⁴ GAMBINI, Roberto. *O Duplo Jogo de Getúlio Vargas: Influência Americana e Alemã no Estado Novo*. SP: Ed. Símbolo, 1977.

⁷⁵ Sobre a duração da Política da Boa Vizinhança, há uma série de teorias. Para uns, ela se inicia no governo Hoover e termina no final do governo Roosevelt. Para outros, o pressuposto da PBV era a *não intervenção e não interferência* na América Latina, portanto, o término ocorreu em 1954, com a derrubada do governo Jacobo Arbenz, na Guatemala. Há ainda outros que apontam na *Aliança para o Progresso* do governo Kennedy uma continuação da *boa vizinhança*. WOOD, Bryce. *The dismantling of the good neighbor policy*. Austin: The University of Texas Press, 1985. p. X-XI.

⁷⁶ FREJES, Fred. *Imperialism, media and good neighbor: new deal foreign policy and United States shortwave broadcasting to Latin America*. Norwood: Ablex Publishing Corporation, 1986. p. 6 – 7.

que, na prática, se efetivou pela revogação da *Emenda Platt* (datada de 1901 e que autorizava os EUA a intervirem em Cuba), evacuação do Haiti (em 1934), retirada dos fuzileiros (*Marines*) de qualquer Estado independente e o da *cooperação interamericana*, que se efetivou em certa “tolerância” com relação às políticas econômicas das repúblicas latino-americanas e seus respectivos governos de tendências antiliberais.⁷⁷

Ao analisar obras sobre a PBV, identificamos nestas uma lacuna temporal, isto é, um salto de 1933, ano das primeiras intenções “oficiais” da política,⁷⁸ ao ano de 1940, marcado pela criação do OCIAA, agência dos Estados Unidos que promovia a cooperação interamericana.

Esse hiato temporal explica-se pela ausência de ações efetivas dos EUA para maior aproximação com a América Latina,⁷⁹ conforme se lê na “revelação jornalística”⁸⁰ da coluna política mais lida nos Estados Unidos, *Washington Merry-Go-Round*, escrita por Drew Pearson e Robert Allen, dois dos jornalistas mais influentes

⁷⁷ PERKINS, Dexter. *A época de Roosevelt. 1932-1945*. Trad. Edilson Alkimim Cunha. Rio de Janeiro: Edições o Cruzeiro, 1967. p. 92.

⁷⁸ O primeiro registro da expressão *good neighbor policy* no jornal *The New York Times* data de 14 de abril de 1933. Tratava-se de comentário sobre o elogioso editorial do jornal panamenho, *Estrella do Panamá*, sobre a perspectiva da não intervenção proclamada por Franklin Roosevelt. O segundo registro, assim como os subseqüentes, datam a partir de 10 de setembro de 1933, e se referem aos desdobramentos da posição americana na VII Conferência Pan-americana de Montevideo. Jornal *The New York Times*, Nova Iorque, 14 Apr. 1933; 10 Sept. 1933 e 11 Sept. 1933. A diplomacia brasileira, no entanto, considera o ano de 1936 como data da inauguração da política da boa vizinhança, durante a Conferência de Buenos Aires. Relatório do Ministério das Relações Exteriores de 1938. Introdução. S/p. Sobre o assunto, Duroselle assevera: “Uma vez mergulhados nas complexidades da política mundial, os EUA foram obrigados a colocar, em segundo plano, o que havia sido definido anteriormente como seu domínio diplomático especial”, ou seja, desde o estabelecimento da PBV. De fato, o Secretário de Estado Cordell Hull direcionou suas ações e discursos na América Latina contra a ameaça europeia. DUROSELLE, Jean-Baptiste. *From Wilson to Roosevelt. Foreign Policy of the United States 1913-1945*. Cambridge: Harvard University Press, 1936. p. 414.

⁷⁹ Exceto as ações da *boa vizinhança* apontadas por Antônio Tota no campo econômico como a efetivação dos acordos comerciais entre Brasil e Estados Unidos, em 1935, segundo o qual houve diminuição mútua de impostos. No caso, manganês, mate e castanha tiveram tarifas reduzidas e houve isenção destas para o café e cacau brasileiros. Do lado brasileiro, houve redução de impostos sobre bens de capital de origem estadunidense destinados à industrialização do Brasil. Além disso, houve certa permissividade do governo norte-americano em relação ao comércio compensado entre Brasil e Alemanha. TOTA, Antônio Pedro. *O amigo americano. Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 2014. p. 78-79.

⁸⁰ Frequentemente, os termos em Língua Inglesa encontrados nas colunas são *leak* e *prediction*, traduzidos, literalmente, por *vazamento* (no sentido de recebimento de informações privilegiadas) e *previsão*. Em Língua Portuguesa, o jargão “furo de reportagem” seria termo adequado.

e bem informados de política estadunidense.⁸¹ A matéria, datada de março de 1938, versa sobre a primeira tentativa dos Estados Unidos em estabelecer uma política efetiva de “boa vizinhança” na América Latina.

Nova política externa dos Estados Unidos é amizade latino-americana. Uma das mais importantes políticas que a administração Roosevelt **seguirá no futuro** é a cooperação em toda a linha na frente latino-americana, com o maior isolamento nas frentes europeias e asiáticas.⁸² (grifo nosso).

A coluna informou, contudo, que o plano ainda estava em âmbito privado, sem anúncio oficial, embora altos servidores já estivessem detalhando as ações futuras, cujas prioridades foram reveladas extraoficialmente por Pearson & Allen. Tais ações consistiam em: criação de uma estação de rádio pan-americana; construção de bases militares; aumento do intercâmbio de estudantes e outras organizações culturais;⁸³ e, atendendo sugestão brasileira, envio de colonos à América Latina para fixar residência permanente e desenvolver os países com vastas áreas férteis.⁸⁴

O jornalista afirmou que a ação nesses países não seria dispendiosa aos cofres do governo estadunidense. Ademais, os migrantes *ianques* reduziriam a taxa de desemprego nos EUA e também conteriam a atuação fascista na América Latina, cuja influência dessa ideologia advinha dos italianos e alemães migrantes residentes em países como o Brasil. Militarmente, os EUA sondavam a instalação de uma base naval pan-americana para uso das nações hemisféricas em caso de uma guerra europeia.⁸⁵

⁸¹ Esta Tese abordou a influência da coluna *Washington Merry-Go-Round* e, especificamente, de Drew Pearson na propaganda brasileira no quarto capítulo.

⁸² Do original: *New U.S foreign policy is Latin American amity. One of the most important policies the Roosevelt administration is going to follow in the future, is cooperation all along the line on the Latin American front, with greater isolation on the European, Asiatic fronts.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 04 Mar. 1938. (Tradução nossa).

⁸³ Sobre o intercâmbio, os números atestavam a falta de cooperação entre EUA e América Latina. Em 1937, dos 6 mil estudantes estrangeiros atendidos pelas escolas americanas, apenas 20 vieram da Argentina e 21 do Brasil. A maioria dos alunos era de origem japonesa e chinesa. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 10 Feb. 1938. (Tradução nossa).

⁸⁴ A possibilidade de envio de americanos para morar no Brasil foi discutida entre Franklin Roosevelt e o embaixador Mário Pimentel Brandão. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 15 June 1938. (Tradução nossa).

⁸⁵ Do original: *So it should cause no surprise if the president proposes a Pan-American naval base or bases to be used by the nations of this hemisphere in cause of European war.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 03 June 1938. (Tradução nossa).

Decerto, esse movimento não teria sido gestado apenas na Casa Branca. Drew Pearson & Robert S. Allen atribuem a nomeação de Oswaldo Aranha na chefia do Ministério das Relações Exteriores como um importante elemento dessa nova política de relações pan-americanas, assim como do ministro do exterior argentino, José Cantilo, que seria muito mais amigo dos EUA do que seu “excêntrico” predecessor, Saaveda Lamas.⁸⁶

Embora essas ações tenham sido preparadas no início de 1938, observamos, nos meses seguintes, dificuldades de implementação da PBV, como foi o caso das críticas dos países latino-americanos ao Departamento de Estado, segundo Drew Pearson, as “nações latino-americanas, tendo estadistas dos EUA conversando sobre política da boa vizinhança durante anos, agora estão descobrindo que eles terão dificuldades em obter essas palavras traduzidas em ações”.⁸⁷

As críticas se baseavam na dificuldade de obtenção de armamentos estadunidenses aos países aliados, como o Brasil. Em contrapartida, havia intenso diálogo comercial entre Alemanha e Itália com a nação brasileira para exportação de armamentos ao país.⁸⁸

No ano seguinte, as críticas à política externa estadunidense para a América Latina persistem, conforme alerta Pearson: “fato é que a política de boa vizinhança tem sido um desastre, [e] é agora uma piada usada por comediantes de Vaudeville. Nos últimos dois anos, o prestígio dos EUA tem tomado um fantástico soco [queda], enquanto a popularidade nazifascista está no topo”.⁸⁹

Drew Pearson noticiou, em 1941, um investimento em propaganda pelo Secretário do Interior Harold Ickes que desembolsaria 30 mil dólares em publicidade

⁸⁶ PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 04 Mar. 1938. (Tradução nossa).

⁸⁷ Do original: *Latin American nations, having U.S. statesmen talk about the Good Neighbor policy for years, are now finding that they have a tough time getting those words translated into action*. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 05 Mar. 1939. (Tradução nossa).

⁸⁸ A exemplo das “razões secretas” do voo de Bruno Mussolini ao Brasil, interpretado e divulgado nos EUA, como tentativa de persuasão dos italianos para a venda de suas armas e treinamento de tropas ao país. Com isso, segundo Pearson, o governo italiano acreditava que facilitaria a entrada do fascismo no Brasil. *Bruno vende fascismo – Bruno sells fascism*. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 06 Feb. 1938. p. 3. Sem contar o assédio alemão na venda de armas ao Brasil. (Tradução nossa).

⁸⁹ Do original: *Real fact is that the good neighbor policy has been a flop, is now a joke used by Vaudeville comedians. In the last two years, U.S., prestige has taken a terrific wallop, while Nazi-fascist popularity is tops*. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 05 Mar. 1939. (Tradução nossa).

da *U.S National Parks* na América do Sul a fim de aumentar o fluxo turístico entre as Américas. Segundo a coluna, seria a “primeira vez que o governo dos Estados Unidos gastaria alguma verba de publicidade entre os bons vizinhos”. Para ele, era uma tentativa de reverter um quadro difícil, já que os *ianques* teriam sido sobrepujados pelo Brasil, que gastava muito mais em publicidade (no caso a radiofônica) nos EUA do que o oposto.⁹⁰

Em razão desse quadro, a política da boa vizinhança pouco modificou as relações entre EUA e Brasil. Embora tenha havido progresso em torno da colaboração entre as duas nações no período, acreditamos que somente com o recrudescimento da Segunda Guerra Mundial tenha ocorrido maior aproximação estadunidense para com o Brasil, tanto via *diplomacia cultural*⁹¹, pela ação de agências de desenvolvimento, a exemplo do OCIAA, quanto pelas vias diplomáticas tradicionais e informais,⁹² por meio de novas proposições militares e financeiras na tentativa de retomar a parceria comercial e política dos EUA para com o Brasil.

Recuperando os princípios da PBV, mesmo estando na “área de influência” da política estadunidense, não era acessível militarmente pelo reduzido número de

⁹⁰ Do original: *Secretary of the Interior Ickes is going to spend \$30,000 in South America advertising U.S National Parks, in an effort to boost tourist traffic between the Americas. This is the first time the Government of the United States has spent any cash for goodwill advertising among our 'Good Neighbors'. Brazil beat us to it by sponsoring a goodwill radio program in the United States ... A special intelligence service to keep an eye on Nazi activities in Latin America soon will be established. Whether it will be operated by the ponderous State Department or the fast -moving Rockefeller committee of the National Defense Commission remains a question.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 12 Jan. 1941. (Tradução nossa).

A ênfase na publicidade radiofônica brasileira pode ser entendida como uma autopromoção, já que Pearson matinha um programa de rádio patrocinado pelo Brasil, conforme será visto no quarto capítulo desta tese.

⁹¹ Há distinção no conceito de *relações culturais* e de *diplomacia cultural*. Para J.M. Mitchell, relações culturais, como o nome sugere, abrangem a compreensão e cooperação entre sociedades nacionais. Já diplomacia cultural detém objetivos políticos, sobretudo, no estabelecimento de acordos governamentais com objetivos de facilitar ou incentivar o intercâmbio cultural que visa “apresentar uma imagem positiva” nas operações diplomáticas. HERTZ, Mônica. A dimensão cultural das relações internacionais: proposta teórico-metodológica, *Contexto Internacional*, n. 6, IRI/PUC, Rio de Janeiro, jul.-dez. 1987. Utilizamos a definição de Edgard Telles Ribeiro sobre diplomacia cultural, a qual pode ser entendida como “a utilização específica da relação cultural para a consecução de objetivos nacionais de natureza não somente cultural, mas também política, comercial ou econômica”. RIBEIRO, Edgard Telles. *Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira*. Brasília: FUNAG, 2011. p. 33. Ainda segundo Ribeiro, a diplomacia cultural abrange os seguintes temas ou ideias: intercâmbio de pessoas; promoção da arte e dos artistas; ensino de língua, como veículo de valores; distribuição integrada de material de divulgação; apoio a projetos de cooperação intelectual; apoio a projetos de cooperação técnica; integração e mutualidade na programação. *Ibid.*, p. 31.

⁹² Termo em Inglês *shirt-sleeve diplomacy*. No caso, consistiu nas negociações comerciais e financeiras entre o governo brasileiro e o *Board of Economic Warfare*, sem, necessariamente, depender de intermediação do Departamento de Estado.

tropas *ianques*,⁹³ tampouco fora alvo da intervenção do *Corolário Roosevelt*.⁹⁴ Muito ao contrário, a chancelaria brasileira não temia uma ação dessa natureza vinda dos EUA no país, como também apoiava intervenções estadunidenses na América Latina, indicando, portanto, uma relação próxima com os EUA.⁹⁵

Vale destacar que o principal objetivo da política externa brasileira na época era sagrar-se como potência regional, um papel de liderança na América do Sul de “fato” e de “direito”. Para que isso ocorresse, era necessário, externamente, o reconhecimento da supremacia regional brasileira (com maior população e território) por parte da “nação líder” (os Estados Unidos). Para o segundo aspecto, internamente, era mister a realização dos principais objetivos brasileiros: estabilização e desenvolvimento da economia, mormente diversificação do comércio exterior e criação de um parque industrial, norteados na indústria de base (siderurgia e combustível), além do fortalecimento das forças armadas, para que o país pudesse exercer a liderança “de fato”.⁹⁶

Outro ponto, portanto, da colaboração entre Brasil e Estados Unidos se efetivava nas relações comerciais. Como é sabido, no início dos anos 1930, os EUA, em virtude de sua crise interna, não incrementaram o comércio com o Brasil, o que

⁹³ As tropas antes da guerra eram diminutas. Em 1938, o Exército possuía 147 mil homens, dos quais apenas um quarto se encontrava fora do País, principalmente na América Central. Já a Marinha contava com 130 mil homens com frota concentrada na região do Pacífico para defender os EUA de um possível ataque japonês. PRADO, Maria Lígia. Ser ou não ser um bom vizinho: América Latina e Estados Unidos durante a guerra. *Revista USP*, n. 26. São Paulo, jun./ago. 1995. p. 58.

⁹⁴ Maria Lígia Prado apontou um fato pouco lembrado: o auxílio estadunidense, por meio do envio de uma esquadra composta por 12 navios, na contenção da Revolta da Armada, durante o governo Floriano Peixoto, em 1893. PRADO, Maria Lígia. Davi e Golias: as relações entre Brasil e Estados Unidos no século XX. In: MOTA, Carlos Guilherme (org). *Viagem Incompleta. A experiência brasileira (1500-2000). A grande transação*. São Paulo: SENAC, 2013. p. 327; Ver também: JONES, Goreth Stedman. A história do imperialismo dos EUA. In: BLACKBURN, Robin (org). *Ideologia na ciência social: ensaios críticos sobre a teoria social*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982, p. 205-209 e OLIVEIRA, Lúcia Lippi. *Americanos: representações da identidade nacional no Brasil e nos EUA*. BH: EDUFMG, 2000. p. 131.

⁹⁵ CERVO, Amado Luiz & BUENO, Clodoaldo. *História da política externa do Brasil*. Brasília: EDUNB, 2008, p. 178-184.

⁹⁶ De acordo com CERVO & BUENO, “Isso explica as transformações na política externa, como o reforço do pragmatismo e do seu sentido de instrumento do projeto de desenvolvimento nacional, que tinha na implantação de uma siderúrgica sua pedra angular”. *Ibid.* p. 284. Além disso, como aponta Eduardo Svartman, “uma possível ajuda americana as já equipadas forças armadas argentinas preocupavam o Brasil. Ou seja, o Brasil precisava assegurar, o mais breve possível, a superioridade militar e agir no sentido de reverter uma possível política norte-americana de ‘crescimento equilibrado’ do potencial bélico dos países latino-americanos”. SVARTMAN, Eduardo Munhoz. *Diplomatas, políticos e militares. As visões do Brasil sobre a Argentina durante o Estado Novo*. Passo Fundo: EDIUPF, 1999. p. 99.

fez com que a diplomacia comercial brasileira se inclinasse a soluções mais convenientes à época, como o acordo de comércio compensado com a Alemanha a fim de garantir os projetos de desenvolvimento industrial, estipulados pelo governo brasileiro.⁹⁷ Não obstante, o reconhecimento dos EUA às mudanças políticas brasileiras era necessário. A diplomacia brasileira, por sua vez, tentava demonstrar que o novo regime de Getúlio Vargas não afetaria as históricas relações com o “irmão do norte”, conforme veremos no decorrer deste estudo.

1.1.2 Brasil e Argentina: a rivalidade

Em razão da liderança continental estadunidense, o espaço político no âmbito da América do Sul foi disputado por Brasil e Argentina, principalmente durante a Política da Boa Vizinhança, cuja lógica não fora bem recebida por Oswaldo Aranha, por pregar a “igualdade de consideração e tratamento das nações continentais pelos EUA”.⁹⁸ Tal igualdade significaria dividir as atenções dos Estados Unidos com a Argentina e outros países, ou seja, na visão brasileira, significaria “diminuir” espaço político em detrimento do aumento da importância portenha para com os *ianques*.⁹⁹ Por isso, Oswaldo Aranha ponderava a necessidade de

Forçar a adaptação dessa política [boa vizinhança] à **única fórmula continental conveniente ao Brasil: o apoio à preeminência continental dos Estados Unidos, em troca do seu reconhecimento da nossa soberania na América do Sul**, pois: todos os meus esforços têm sido

⁹⁷ GAMBINI, Roberto. *O duplo jogo de Getúlio Vargas: influência americana e alemã no Estado Novo*. São Paulo: Símbolo, 1977. Passim.

⁹⁸ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937.08.31/2.

⁹⁹ Segundo Oswaldo Aranha, “a simpatia desta gente por nós decorria da hostilidade indo-espanhola aos americanos”, com a adoção da “Boa Vizinhança, essa “relação especial” enfraquecia. HILTON. Stanley. *Oswaldo Aranha: uma biografia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 215. Para Frank McCann Jr., “os brasileiros tinham, simplesmente, consciência plena de que os EUA dispensavam a mesma atenção a seus vizinhos de língua espanhola. Sentiam que o Brasil devia merecer tratamento especial devido ao seu tamanho e importância e por causa da antiga amizade com os Estados Unidos”. MCCANN JR., Frank D. *Aliança Brasil-Estados Unidos 1937/1945*. Rio de Janeiro: BibliEx, 1995. p. 201.

orientados com o único objetivo de retomar esta posição, de restabelecer esta fórmula política, perdida por nós logo depois da Guerra.¹⁰⁰ (grifo nosso).

O prestígio brasileiro pós-Primeira Guerra, principalmente nas articulações políticas para a criação da Liga das Nações,¹⁰¹ esvaiu-se juntamente com a própria Liga. Enquanto o Brasil se enfraquecera política e militarmente, a Argentina, de 1919 a 1927, “aumentou consideravelmente seu equipamento bélico” e “estreitou relações com Bolívia e Paraguai”, ampliando as tensões com o Brasil.¹⁰² Anos depois, no momento turbulento do final dos anos 1930, o Brasil, com seu imenso território e população, deveria disputar a liderança regional com a rival Argentina.¹⁰³ Assim, competir por esse espaço com os portenhos em território neutro – EUA – era tarefa urgente, na visão da diplomacia brasileira.

Havia, contudo, alguns fatores, apontados pelo embaixador Oswaldo Aranha, contrários a esses esforços do corpo diplomático brasileiro, entre eles: a tendência ao pacifismo dos “*new dealers*” e o desconhecimento e ignorância “quase integral” do povo em relação aos interesses *ianques* na América do Sul, bem como às questões internacionais. Pesavam ainda os esforços argentinos para recuperação da confiança dos EUA, seja no aspecto financeiro (continuaram adimplentes com a dívida externa, ao contrário do Brasil), comercial, político, militar e, sobretudo, de propaganda, além da ausência de ações brasileiras “para ganhar a simpatia da opinião pública” dos Estados Unidos.¹⁰⁴

¹⁰⁰ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937, 08.31/2.

¹⁰¹ O Brasil obteve assento nas negociações de paz, foi membro fundador da Liga das Nações e atuou no Conselho daquele órgão. MANZUR, Tânia. *Opinião pública e política exterior do Brasil* (1961-1964). Curitiba: Juruá, 2009. p. 51-52.

¹⁰² SANTOS, Raquel Paz. Relações Brasil-Argentina: imagens e percepções do país vizinho durante a Segunda Guerra Mundial. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (orgs) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010. p. 152.

¹⁰³ Gary Frank utiliza a expressão “poder dominante” (*dominant power*) na América do Sul na disputa entre Brasil e Argentina. FRANK, Gary. *Struggle for Hegemony in South America: Argentina, Brazil, and the United States During the Second World War* Miami: University of Miami, 1979. Versão (Google e-book).

¹⁰⁴ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937, 08.31/2. As observações do embaixador do Brasil nos EUA são conhecidas. Tratam-se dos efeitos da política isolacionista dos EUA pós-Primeira Guerra Mundial. O fracasso do projeto da Liga das Nações, um dos *quatorze pontos* de Wilson, o horror à guerra e a crise de 1929 contribuíram para uma nova política isolacionista dos Estados Unidos no concerto internacional. Além desse isolamento, os estadunidenses negligenciaram sua política para a América do Sul, reorganizando-a mediante a Política da Boa

Ante a tentativa de recuperação do espaço político estadunidense no sul do continente, países como a Argentina, cuja predileção internacional se inclinava, historicamente, à Inglaterra, naquele momento, ensaiava uma aproximação aos EUA por meio da promoção de sua imagem naquele país, o que abalava, em algum grau, as relações brasileiro-estadunidenses.¹⁰⁵ Como lembrou João Joaquim de Lima e Silva Moniz de Aragão, embaixador brasileiro em Londres, ao chanceler Oswaldo Aranha, havia uma lacuna na propaganda brasileira em detrimento da ofensiva argentina, “que tem secretamente montada a sua propaganda, muitas vezes, aliás, dirigida contra nós, mormente nas atuais circunstâncias”.¹⁰⁶

O jornalista Thomas Russell Ybarra, em estada pela América Latina por quatro meses, registrou sua impressão acerca da rivalidade argentino-brasileira em artigo para a revista *New York Times Magazine*:

Outro empecilho à amizade argentino-americana é o ciúme que a Argentina tem do Brasil. Os argentinos ridicularizando o fato de que o Brasil é muito maior que a República Argentina e é de fato maior que os EUA – e que possui mais do triplo de sua população, ufanam-se do espantoso progresso e da extraordinária acumulação de riquezas que conseguiram, como prova que eles e não os brasileiros, constituem a nação mais importante da América Latina.

Zombam dos brasileiros estigmatizando-os de vadios e incompetentes. Qualquer estreitamento de relações entre EUA e Brasil está fadado a contrariar a Argentina.¹⁰⁷

Vizinhança, já no contexto do acirramento das ideologias antiliberais no continente. PECEQUILO, Cristina Soreanu. *A Política Externa dos Estados Unidos*. Continuidade ou mudança? Porto Alegre: EdUFRGS, 2003. p. 95, 102-103.

¹⁰⁵ A partir de 1929, “os Estados Unidos eram o principal parceiro comercial do Brasil, e assumiam um papel de liderança no financiamento de outros aspectos da economia cafeeira de exportação. Do ponto de vista político, o governo brasileiro tentou contrabalançar a influência britânica nos seus assuntos exteriores por meio de uma política proposital de aproximação com os Estados Unidos. Esta política, levada a cabo pelo Barão do Rio Branco, ministro das Relações Exteriores do Brasil nos primeiros anos do século XX, não era de mera adesão às políticas estadunidenses, mas pretendia ajudar o Brasil a reduzir a influência europeia. A participação brasileira na Primeira Guerra Mundial indicou que já nesta época os Estados Unidos desempenhavam um papel importante na definição da política externa brasileira”. MOURA, Gérson. *Relações exteriores do Brasil: 1939-1950: mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012. p. 34.

¹⁰⁶ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 10 ago. 1943. CPDOC. Gvc 1943.08.10.

¹⁰⁷ Ofício nº 64 do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 04 maio 1939. Anexo III. Tradução do artigo de Thomas Russell Ybarra, *New York Times Magazine*. Nova Iorque, 03 May 1939. AHI.

Esse artigo, traduzido e enviado pelo cônsul de Nova Orleans ao Itamaraty, reforça a concepção da diplomacia brasileira: o embate argentino-brasileiro pela liderança regional se efetivava, primeiramente, pela disputa da preferência dos Estados Unidos por um ou outro país. Portanto, a propaganda era uma forma não bélica de luta entre as duas maiores nações da América do Sul pela predileção do governo estadunidense.

Já se imaginava nos bastidores diplomáticos, com a ascensão do fascismo, a provável eclosão de uma nova guerra na Europa.¹⁰⁸ Em meio a esse problema futuro, qual seria a posição do Continente Americano? Oswaldo Aranha reconhecia o isolamento internacional brasileiro, daí sua preocupação com as relações diplomáticas do país no continente. Segundo o cientista político Eduardo Svartman, todas as gestões do Itamaraty durante o primeiro governo Vargas, de uma forma ou de outra, se envolveram nos seus contextos específicos com a disputa da supremacia regional, decorrente da velha e tradicional rivalidade entre Argentina e Brasil. Seria, contudo, na gestão Oswaldo Aranha que haveria a concepção e implantação de um projeto mais consistente e elaborado de hegemonia regional brasileira.¹⁰⁹

Independentemente dos resultados da política da boa vizinhança na América Latina, o objetivo deste tópico foi exprimir como essa nova abordagem diplomática dos EUA no continente fomentou uma disputa, no campo diplomático, entre Brasil e Argentina pela liderança regional na América do Sul, durante os anos 1930 até meados dos anos de 1940. Esse complexo jogo de interesses é, pois, o campo desta tese.¹¹⁰

1.2 Órgãos de propaganda externa brasileira

¹⁰⁸ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha: uma biografia política*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 210.

¹⁰⁹ Hegemonia no sentido de supremacia, liderança, preponderância. SVARTMAN, Eduardo Munhoz. *Diplomatas, políticos e militares*. As visões do Brasil sobre a Argentina durante o Estado Novo. Passo Fundo: EDIUPF, 1999. p. 97.

¹¹⁰ Como é a tese de Gary Frank. Cf: FRANK, Gary. *Struggle for hegemony in South America*. Argentina, Brazil and United States during Second War. E-book. Versão Google books.

As fontes pesquisadas indicam a necessidade, por parte do governo, do fortalecimento da divulgação brasileira nos EUA.¹¹¹ Ao que parece, não houve uniformidade nem consenso sobre o modo mais eficiente de realização da propaganda, tendo em vista a quantidade de propostas e órgãos para essa empreitada.

A diplomata Roberta Maria Lima Ferreira acentua que, em linhas gerais, três pilares sustentavam a propaganda e a difusão cultural do Brasil no Exterior: o Departamento de Imprensa e Propaganda, o Ministério da Educação e Saúde e o Itamaraty, sendo o primeiro, o principal responsável pela instrumentalização da indústria cultural para fins de propaganda, tanto pelo envio de farto material de divulgação às embaixadas brasileiras, quanto pelo ato de ciceronear estrangeiros em visita ao país, “sobretudo quando em missão cultural ou se envolvidos na produção de filmes, livros e reportagens”.¹¹²

Em pesquisa no acervo do Itamaraty, o que não significa dizer *mesmas fontes*, não foi localizado material que citasse o Ministério da Educação e Saúde e poucas fontes relacionadas ao DIP. Embora esses órgãos tenham executado importante papel no que se refere à propaganda, o “silêncio” documental do Itamaraty, de 1930 a 1945, atesta que a diplomacia brasileira considerava a atuação desses organismos como de natureza “secundária”, haja vista a função de ciceronear estrangeiros ser tradicionalmente da alçada do Ministério das Relações Exteriores. Ademais, costumeiramente, o DIP, o Ministério da Educação e demais instituições enviavam material às representações diplomáticas, cabendo às últimas a distribuição e avaliação dos resultados do “material de propaganda”, ou seja, ações que passavam pelo crivo do diplomata.

Como resultado desta pesquisa, foram catalogados os seguintes órgãos responsáveis pela propaganda brasileira nos EUA: Escritório de Informações

¹¹¹ A documentação pesquisada no Arquivo Histórico do Itamaraty (maços de documentos referentes ao assunto “propaganda”, de 1930 a 1945) e no CPDOC não revelou intenções do governo brasileiro em realizar propaganda em outros países, exceto EUA e Inglaterra. Sobre este último, há pouca documentação, dentre as quais se encontra a citação a seguir: “A embaixada do Brasil em Londres transmitiu ao Ministério das Relações Exteriores proposta confidencial para organização, naquela capital, de um serviço de propaganda do Brasil ao custo de sete mil libras anuais. O proponente era pessoa especializada na área, tendo tido experiência em vários países”. ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 10 ago. 1943. CPDOC. GVc. 1943.08.10.

¹¹² FERREIRA, Roberta. Difusão cultural e projeção internacional: o Brasil na América Latina (1937-1945). In: SUPPO, Hugo & LESSA, Mônica (orgs) *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contracapa, 2012. p. 66.

Brasileiras no Exterior, ligado ao Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio; departamentos internos de propaganda (Departamento de Propaganda e Difusão Cultural – DPDC, Departamento Nacional de Propaganda – DNP e Departamento de Imprensa e Propaganda - DIP); *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, do governo norte-americano, responsável pelo intercâmbio estadunidense na América Latina; *American Brazilian Association*, único de natureza privada. Havia ainda outras entidades que prestavam informações do Brasil nos EUA, embora de maneira setorial. São elas: Departamento Nacional do Café (DNC); Instituto Nacional do Mate e Delegação do Tesouro do Brasileiro.

Além desses órgãos, havia, evidentemente, a estrutura do Ministério das Relações Exteriores por meio de suas representações nos EUA: Embaixada em Washington D.C; Consulado Geral em Nova Iorque (Nova Iorque), Consulados em Chicago (Illinois), São Francisco (Califórnia), Filadélfia (Pensilvânia), Nova Orleans (Luisiana), Norfolk (Virgínia), Boston (Massachusetts), Los Angeles (Califórnia) e Miami (Flórida), além dos Consulados Honorários de Baltimore (Maryland), Portland (Oregon) e Vice-Consulados em Charleston (Virgínia Ocidental), Galveston (Texas), Seattle (Washington), Port Arthur (Texas), Savannah (Geórgia) Sant Louis (Missouri), Milwaukee (Wisconsin) e Dallas (Texas).¹¹³ Pela importância, a atuação do Itamaraty será analisada no capítulo seguinte.

1.2.1 Escritório de Informações Brasileiras no Exterior (*Brazilian Information Bureau*)

O Estado brasileiro, desde os tempos do Segundo Reinado, tentara estabelecer “uma imagem de um Brasil moderno no estrangeiro” seja na participação em exposições internacionais, como a Exposição Universal de Paris em 1867, seja na

¹¹³ Vale lembrar que as reformas na estrutura do Itamaraty, durante os quinze anos da presidência de Getúlio Vargas, modificaram essa estrutura consular, ou seja, dependendo da época, alguns consulados foram extintos, outros unificados e/ou criados. Essa lista tem por objetivo ilustrar a abrangência da estrutura consular brasileira, que cobria praticamente todo o território estadunidense. Revista *Brazil Today*, vol. 1, n. 1. Sept. 1940. p. 25.

“criação de Museus Comerciais no Brasil e no estrangeiro e na criação do Serviço de Propaganda”.¹¹⁴

No período republicano, a primeira iniciativa de propaganda brasileira no Exterior ocorreu em 1901, por meio do decreto 4.207, de 22 de outubro daquele ano, pelo Presidente Campos Sales. Basicamente, consistia na abertura de um crédito ao Ministério da Indústria, Viação e Obras Públicas para organização do serviço de propaganda do café nos consulados brasileiros.¹¹⁵

Outro órgão responsável pela propaganda brasileira nos EUA foi o *Brazilian Information Bureau*, mantido e subordinado em Nova Iorque pelo Departamento Nacional de Indústria e Comércio do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio.¹¹⁶ As origens desse serviço também remontam ao início da República. Em 3 de outubro de 1907, foi instalado o Serviço de Propaganda e Expansão Econômica do Brasil no Estrangeiro. Sediado em Paris, o órgão foi incumbido de “esclarecer a opinião europeia acerca de tudo que diga respeito à expansão econômica do Brasil”, empregando variados métodos de “vulgarização de notícias sobre cousas pátrias por jornais, boletins e opúsculos, [...] promovendo a divulgação de dados oficiais e de informações” sobre o país. Cabia ainda “refutar, por todos os meios de bem entendida publicidade, os escritos que contenham falsidades a respeito do Brasil”.¹¹⁷ Para tanto, o escritório intermediava remessas de coleções a museus, “se encarregava de distribuir boletins do *Museu Commercial do Rio de Janeiro*, relatórios produzidos pelo Centro Industrial do Brasil” (editados em Francês, Inglês, Alemão e Italiano).

¹¹⁴ CELESTINO, Ana Valéria de S. O Coronel Gaelzer Netto e o Escritório ‘Brasil Propaganda’ na Alemanha (1914 – 1954). O Arquivo Privado Gaelzer Netto no Instituto Ibero-Americano em Berlim. *Contemporâneos – Revista de Artes e Humanidades*. n. 9, nov./abr. 2012. p. 1-11.

¹¹⁵ BRASIL. Decreto Nº. 4.207, de 22 de outubro de 1901. In: <http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=4207&tipo_norma=DEC&data=19011022&link=s>. Acesso em: 05 nov. 2014.

¹¹⁶ O Bureau de expansão comercial do Brasil tinha escritórios nas cidades de Nova Iorque, Paris, Berlim, Milão, Buenos Aires, Varsóvia, Montevidéu e Santiago. Exposição que acompanha o Relatório apresentado ao Senhor Presidente da República Doutor Getúlio Vargas pelo Ministro Agamenon Magalhães. Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1936. p. 93.

¹¹⁷ BRASIL. Decreto Nº 6.668, de 3 de outubro de 1907. Aprova as instruções para o serviço de propaganda e expansão econômica do Brasil no estrangeiro. *Diário Oficial da União* - Seção 1 – 17 out. 1907. p. 7493 (Publicação Original). In: <http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=6668&tipo_norma=DEC&data=19071003&link=s> Acesso em: 05 nov. 2014.

Nas dependências do órgão, foram proferidas palestras “por estrangeiros, diplomatas, membros das Sociedades Geográficas europeias e de ordens religiosas”.¹¹⁸ O Serviço também investiu “na edição de livros, mapas, cartões-postais, mata-borrões e textos avulsos sobre as riquezas, os portos e meios de comunicação nacionais. Agindo como um braço do governo republicano, ele promovia a versão moderna do Brasil para ler, ver e ouvir no exterior”.¹¹⁹

Tais impressos, distribuídos em “universidades, bibliotecas, escolas médias, consulados, redações de jornais, sociedades científicas e outros locais com potencial multiplicador”, visavam a projetar no Exterior “a versão do Brasil afinado com os signos da modernidade industrial. Transcendendo as fronteiras europeias, chegou ao Marrocos, à Tunísia, à Argélia, ao Japão e à China”.¹²⁰

Durante o governo Getúlio Vargas, em razão da crescente demanda por conhecimento sobre o país e da necessidade de uma “propaganda útil no exterior” para a expansão das fronteiras comerciais, foram recriados, em 1935, em caráter experimental, os escritórios de propaganda do Brasil no estrangeiro em quatro cidades: Nova Iorque, Buenos Aires, Paris e Berlim. Com funções semelhantes ao Serviço de Propaganda e Expansão Econômica do Brasil no Estrangeiro do início do século XX, os escritórios tinham a finalidade de

Promover o mais amplo conhecimento do país, fora de suas linhas territoriais, cuidando do duplo aspecto da economia brasileira, já promovendo a saída dos nossos produtos e matérias-primas, já procurando atrair aos centros financeiros capitais e recursos que venham a ativar o desenvolvimento da indústria indígena e a exploração racional da terra. Os escritórios têm, ainda, a função de incrementar o turismo, divulgar os valores científicos e artísticos de nossas coisas e dos nossos homens, despertando a curiosidade e a atenção dos estrangeiros para o nosso país não só como excepcional mercado de matérias-primas, mas uma grande reserva de energias e forças civilizadoras, nessa parte do Continente.¹²¹

¹¹⁸ BORGES, Maria Eliza Linhares. Representações do Brasil Moderno para ler, ver e ouvir no circuito dos Museus Comerciais Europeus, 1906 a 1908. *Revista História*, São Paulo, v. 26, n. 2, 2007. p. 92-117. In: < <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/221014798006>. Pdf>. Acesso em: 19 jun. 2014.

¹¹⁹ Ibid. p. 92-117.

¹²⁰ BORGES, Maria Eliza Linhares. Representações do Brasil Moderno para ler, ver e ouvir no circuito dos Museus Comerciais Europeus, 1906 a 1908. *Revista História*, São Paulo, v. 26, n. 2, 2007. p. 92-117. In: < <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/221014798006>. Pdf>. Acesso em: 19 jun. 2014.

¹²¹ Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1935. p. 60-61.

O aparente sucesso na empreitada da propaganda comercial brasileira, refletido nas centenas de consultas aos escritórios de propaganda,¹²² fez com que o governo remodelasse o órgão e inserisse dotação orçamentária definitiva, em 1936,¹²³ embora mantendo seu papel de agência de informações no exterior.

Como se observa, o escritório trabalhava, basicamente, com a propaganda comercial brasileira no intuito de atração de capitais e turistas ao país, tanto na participação nas exposições e feiras internacionais¹²⁴ quanto na propaganda de produtos do Brasil. Além das atribuições, há pouco citadas, Bureau era incumbido de

Prestar, de modo completo, verbalmente ou por escrito, as informações que lhes foram solicitadas sobre qualquer assunto concernente ao desenvolvimento econômico e comercial do Brasil, não lhes sendo permitido, sobre qualquer consulta ou informação, dar uma resposta negativa por falta de elementos que, neste caso, devem ser solicitados ao Ministério do Trabalho.¹²⁵

Ademais, o órgão deveria promover “conferências e exibição de filmes e dispositivos”, além da publicação e distribuição de livros, folhetos, mapas, fotografias, estatísticas ou monografias sobre assuntos brasileiros, remetidos pelo Ministério do Trabalho e manter anexa ao Escritório uma sala de leitura, “formada de publicações sobre assuntos brasileiros de todo o gênero”. Fez ainda a promoção e “vulgarização de notícias e dados oficiais” referentes aos atrativos brasileiros à imigração e ao capital. Mensalmente, remetia recortes de artigos e notícias publicados na imprensa local sobre assuntos brasileiros ou que interessassem ao Brasil.¹²⁶ Esse órgão realizou atividade semelhante ao setor de Imprensa e Cooperação Intelectual do Itamaraty, complementando a atividade da propaganda brasileira.

¹²² Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1936. p. 91-92.

¹²³ Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1936. p. 94-95.

¹²⁴ Como foram os casos da Feira Mundial de Nova Iorque e de Exposição Internacional de São Francisco, ambas entre 1939 e 1940. O Ministério do Trabalho no Quinquênio 1937-1942. In: Revista *Cultura Política*. Ano 2, n. 21. nov. 1942. p. 42-43.

TOTA, Antônio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 94-107.

¹²⁵ Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1936. p. 94-95.

¹²⁶ Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1936. p. 94-95.

O maior órgão, em orçamento, estrutura e importância, era o Escritório de Nova Iorque, como atestam os números.¹²⁷ Em 1937, o *Brazilian Information Bureau* recebia 14 consultas mensais. Três anos depois, essa cifra “elevou-se, em outubro de 1940, a 1.165, e, em abril de 1941, a mais de 12.300”.¹²⁸ Segundo Alexandre Bispo,

Os colaboradores do *Bureau* passaram a ser cada vez mais confrontados com solicitações difíceis de serem satisfeitas. A diversidade de temas exigia fontes amplas de dados. Assim, como a própria repartição salientava, em 1941, uma firma indagava quais os tipos mais comuns de teares utilizados nas indústrias têxteis do Brasil, outra indagava onde ficava Nova Lima, se para essa cidade havia uma estrada de ferro ou serviço aéreo, e, no caso, qual o preço das passagens; outro interessado queria saber qual a temperatura da água em Ribeirão das Lages e o qual a temperatura que encontraria ao chegar ao Rio de Janeiro para poder saber o que vestir. Estudantes desejavam informações precisas sobre leis trabalhistas.¹²⁹

Pelo visto, na medida em que o Brasil era conhecido, maior era demanda ao Bureau. Os pedidos de informações vinham por cartas, telegramas, telefonemas e em visitas pessoais ao Escritório.¹³⁰ Essa demanda fez com que o órgão se expandisse, a partir de 1941, com grande parte do segundo andar de um salão no terceiro pavimento do edifício Fred F. French.

Com a mudança, o órgão contava com amplo espaço para recepção do público, sala para degustação de cafés, grande maquete do relevo do país para

¹²⁷ Em 1939, época em que havia a “autonomia” brasileira em relação a EUA e Alemanha, o orçamento do Escritório de Nova Iorque era de 550:000\$00. Apenas com traduções de publicações, publicidade e organização de fichários foram gastos 50:000\$00, quantia menor que o salário do chefe do escritório, estipulado em 80:000\$00. Em segundo lugar, em termos de orçamento, estava o Escritório de Berlim, com 341:000\$00 no total, sendo dispensados com traduções de publicações, publicidade e organização de fichários a verba de 20:000\$00. Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio dos anos de 1938, 1939 e 1940. p. 150-152.

¹²⁸ A exceção ocorreu em 1942, com apenas 6.173 consultas, tendo registrado aumento nos anos posteriores. Revista *Cultura Política*, Ano 3, n. 29, jul. 1943. p. 217-218. Apesar de a revista não ter fornecido dados anuais, os números semestrais apontam crescimento no número de solicitações de informações. Em 1943, de janeiro a julho, ocorreram 3.780 consultas e, no ano seguinte, mesmo período, o número saltou para 12.313. Revista *Brazil*. Sept. 1944. p. 6.

¹²⁹ BISPO, Antônio Alexandre. O Brazilian Information Bureau nas suas relações com a American Brazilian Association e a American Coffee Corporation - movimento brasileiro à época da visita da filha de Getúlio Vargas aos EUA. 50 anos de morte de Vera Kelsey (1891-1961). *Revista Brasil-Europa* 129/20 (2011:1). Disponível em: <http://www.revista.brasil-europa.eu/129/Brazilian_Information_Bureau_NY.html> Acesso em: 13 set. 2013.

¹³⁰ Ibid.

utilização nas visitas escolares e estantes com produtos brasileiros em exposição. Ademais, o Escritório recebia não menos do que 150 publicações diversas mensalmente e era assinante de 92 jornais norte-americanos.¹³¹ O arquivo do escritório contava com extenso acervo de relatórios, pôlderes, cartazes, recortes de jornais e revistas, mapas, plantas de cidades, legislações brasileiras, textos e monografias sobre o país, uma biblioteca de livros e periódicos do Brasil e dos Estados Unidos e um acervo composto por mais de cinco mil fotografias do Brasil.¹³² Em janeiro de 1942, houve nova designação ao órgão, passando a ser conhecido como *Brazilian Government Trade Bureau*, cuja atividade foi redirecionada para o comércio e turismo.¹³³

O *Bureau* passou a apoiar exposição de produtos, muitos deles estampados em cartazes nas principais lojas de departamentos de Nova Iorque; de obras artísticas; boletins,¹³⁴ folhetos informativos, revistas e livros que contribuíam a uma boa imagem do país, a exemplo dos magazines *Brazil Today*, publicado de setembro de 1940 a fevereiro de 1942, e *Brazil at War*, publicado em 1944.¹³⁵ Dos livros, destacam-se dois: *I Like Brazil*, de Jack Harding, e *Seven Keys to Brazil*, de Vera Kelsey. A primeira obra corresponde ao intento de promoção de uma imagem positiva do país. O autor expôs “as suas impressões e experiências de uma viagem de férias ao Brasil. Salientou o ‘*brazilian charm*’, a gentileza, a cortesia, a suavidade e amabilidade do brasileiro, assim como a hospitalidade para com estrangeiros”.¹³⁶

¹³¹ Jornais provenientes dos EUA e Canadá. Revista *Brazil Today*. Vol. 2, n. 3. jan./feb. 1942. p. 8.

¹³² Revista *Brazil Today*. Vol. 2, n. 3. jan./feb. 1942. p. 8.

¹³³ Revista *Brazil Today*. Vol. 2, n. 2. nov./dec. 1942. p. 18.

¹³⁴ A exemplo do *Boletim americano* com informações destinadas aos empresários e jornalistas no Brasil. Revista *Brazil Today*. Vol. 2, n. 3. Jan./feb. 1942. p. 8.

¹³⁵ O Escritório, por meio do *Brazilian Government Trade Bureau Publication*, publicou as seguintes obras nos EUA em 1944: *Corporations, labor and the tax system in Brazil*; *Brazil at War*; *Strategic Mineral em Brazil*; *Brazil's Medicinal and useful plants* e *Timber in Brazil*. In Revista *Brazil at War*, 1944. p. 47.

Convém registrar que o *Brazilian Government Trade Bureau* fez doações de livros a universidades estadunidenses. Em pesquisa no acervo virtual da Biblioteca da Universidade de Michigan, observamos, em dezenas de títulos, o carimbo *The gift of Brazilian Trade Bureau*.

¹³⁶ BISPO, Antônio Alexandre. O Brazilian Information Bureau nas suas relações com a American Brazilian Association e a American Coffee Corporation - movimento brasileiro à época da visita da filha de Getúlio Vargas aos EUA. 50 anos de morte de Vera Kelsey (1891-1961). *Revista Brasil-Europa*, 129/20 (2011:1). Disponível em:

<http://www.revista.brasil-europa.eu/129/Brazilian_Information_Bureau_NY.html>. Acesso em: 13 set. 2013.

Vera Kelsey, por sua vez, professora da *North Dakota State University*, produziu vários livros de cunho informativo e turístico sobre o Brasil.¹³⁷ No *Seven Keys to Brazil*, publicado em 1940, e republicado em edição revista, em 1941, apresenta “um panorama da diversidade regional do Brasil, concentrando-se, particularmente, em sete regiões mais acessíveis ao visitante estadunidense”, mostrando a população e suas ocupações, os seus recursos e história. “A autora emprestou uma especial atenção às grandes cidades. O livro foi completado com dados gerais e considerações sobre atividades econômicas e artísticas”.¹³⁸

1.2.1.1 Revista *Brazil Today*

Brazil Today era o único periódico oficial do governo brasileiro impresso nos Estados Unidos. Sob responsabilidade do *Brazilian Information Bureau*, de Nova Iorque, foi editada pelo diretor do órgão Francisco Silva Júnior. Vendida ao custo de vinte centavos de dólar a edição ou dois dólares a assinatura anual, o periódico era distribuído a funcionários públicos, editores, organizações comerciais, agentes de viagem, bibliotecas, empresários, estúdios de cinema, emissoras de rádio e instituições educacionais dos EUA e Canadá.¹³⁹ O contexto da criação de *Brazil Today* se efetiva no período de recrudescimento da guerra europeia e da possível entrada

¹³⁷ Vera Kelsey tornou-se popular como autora de livros de ficção e mistério. Antônio bispo destacou, dentre suas obras, a novela *The Owl Sang Three Times*, que tematizava a vida da colônia americana do Rio de Janeiro, mostrando, assim, a sua existência e a potencialidades para a intensificação das relações. BISPO, Antônio Alexandre. Ibid.

Outras obras de Kelsey foram: *Brazilian Frontier* (1939); *Seven Keys to Brazil* (1940); *Brazil in Capitals* (1942); *Six Great Men of Brazil* (1942); *Maria Rosa* (1942). Finding aid to the Vera Kelsey Papers, 2009 by Institute for Regional Studies & University Archives. North Dakota State University Libraries. Disponível em: <<http://library.ndsu.edu/repository/bitstream/handle/10365/227/Mss0011.pdf>> Acesso em: 13 set. 2013.

O livro *Six Great Men of Brazil*, da série *New World Neighbors*, como o título sugere, consiste numa biografia ilustrada – prefaciada por Lourenço Filho - de seis personalidades brasileiras em diversas atividades, são elas: *Pedro II, the good emperor*; *General Caxias, soldier, statesman, hero*; *Baron Mauá, father of brazilian industry*; *Carlos Gomes, foremost brazilian composer*; *Santos Dumont, pioner of aviation*; e *General Rondon, protector of the indians*. KELSEY, Vera. *Six great men of Brazil. Illustrated by Stephen J. Voorhies*. Boston: D.C Heath and Company, 1942.

¹³⁸ KELSEY, Vera. *Seven keys to Brazil*. New York: Funk & Wagnalls company, 1940.

¹³⁹ Revista *Brazil Today*. Vol. 2, n. 3. Jan./feb. 1942. p 9.

dos EUA no conflito. Assim, apresentar o Brasil como aliado dos estadunidenses era tarefa prioritária do Estado Novo. A revista circulou por apenas dois anos, de setembro de 1940 a fevereiro de 1942, com 11 edições com periodicidade variada.¹⁴⁰ De acordo com Alexandre Bispo,

Essa revista, bem impressa, era ilustrada com imagens e desenhos, procurando-se vir de (sic) encontro ao gosto e à mentalidade dos norte-americanos, salientando-se também aqui o bom humor, a alegria e aspectos mais populares, exóticos e engraçados da cultura brasileira. A imagem do Brasil passou assim a ser marcada segundo a visão norte-americana, fato necessário para o interesse primordial da venda de produtos.¹⁴¹

A capa traz o título “*Brazil Today*” em fonte longilínea, página limpa com bordas verdes e fotografia na parte inferior. Entre o título, há um desenho de um mapa das Américas do Sul, Central e um trecho da América do Norte, com ênfase no mapa do Brasil (destacado, em cinza) enfatizando ao estadunidense a grande extensão territorial do país. A segunda página mostra um mapa do Brasil ocupando grande parte da folha. Nas partes superior e inferior estão dispostas fotografias de pontos turísticos brasileiros (cidades ou atrações turísticas). O número de abertura, de setembro de 1940, estampou uma capa emblemática: a fotografia dos presidentes Getúlio Vargas e Franklin Roosevelt com o título “líderes das duas nações”.

¹⁴⁰ A revista circulou mensalmente de setembro de 1940 a fevereiro de 1941. Passou a ser trimestral de março a agosto do mesmo ano. Por fim, bimestral, de setembro de 1941 a fevereiro de 1942.

¹⁴¹ BISPO, Antônio Alexandre. O Brazilian Information Bureau nas suas relações com a American Brazilian Association e a American Coffee Corporation - movimento brasileiro à época da visita da filha de Getúlio Vargas aos EUA. 50 anos de morte de Vera Kelsey (1891-1961). *Revista Brasil-Europa*, 129/20 (2011:1). Disponível em: <http://www.revista.brasil-Europa.eu/129/Brazilian_Information_Bureau_NY.html>. Acesso em: 13 set. 2013.

Figura 3 – Capa e primeira página da revista *Brazil Today*. Vol 1. N 1. *Leaders of two nations*. Setembro de 1940. Acervo fotografado da Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos.

A proposta da revista foi apresentada no Editorial assinado por Francisco Silva Júnior:

Ao publicar a revista *Brazil Today* acreditamos que estamos respondendo a um amplo pedido popular. É, portanto, a nossa esperança apresentar aos nossos leitores uma compilação periódica de fatos de igual interesse para empresários, editores, agentes de viagens, viajantes e estudiosos de assuntos brasileiros.

[...] Nós propomos apresentar um diagrama mensal do Brasil, com descrições precisas em relação a assuntos de negócios, empreendimentos comerciais, eventos culturais, atividades artísticas, novas atrações turísticas, peculiaridades e relatórios estatísticos de fontes confiáveis. Propomos, além disso, criar nestas páginas um ponto de contato entre exportadores brasileiros e importadores americanos, produtores e consumidores, professores e estudantes, escritores e leitores.¹⁴²

¹⁴² Do original: *In publishing the magazine Brazil Today we believe we are responding to a wide, popular request. It is, therefore, our hope to present to our readers a periodical compilation of facts of equal interest to businessmen, publishers, travel agents, travelers and students of Brazilian affairs. [...] We propose to present a monthly cross-section of Brazil with light but accurate descriptions bearing on business matters, commercial developments, cultural events, artistic pursuits, new tourist's attractions, oddities and statistical reports from reliable sources. We propose, furthermore, to create in these pages a point of contact between Brazilian exporters and American importers, producers and consumers, teachers and students, writers and readers.* Revista *Brazil Today*, ano 1. n. 1. Sept. 1940. p.1. (Tradução nossa).

O conteúdo de *Brazil Today* era informativo com temáticas que privilegiam datas comemorativas, geografia, história, arte, descrição de produtos comercializáveis, turismo, obras públicas, personalidades, comércio, estatísticas e dados governamentais. Há um organograma do governo brasileiro, na penúltima página, com informações sobre a estrutura governamental, expediente da revista e locais de informações sobre o Brasil.

Figura 4 – Capas das edições de *Brazil Today*. (Volume 1, Números 2 ao 7). N. 2 *Flying down to Rio... as in a deram – through the immensity of space!*; N. 3. *Steel...success is inevitable*; N. 4 *Rio's carnival... samba rhythm, gaiety, laughter...*; N. 5 *Brazil's industrial evolution... is absolutely irrepressible*; N. 6 *Labor. Ten years of Social Legislation*; N. 7 *From soap to nuts... Brazil holds a privileged position*. Acervo fotografado da Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos.

Figura 5 – Capas das edições de *Brazil Today*. (Volume 1, número 8 e Volume 2, números 1 a 3). Vol. 1, N. 8 *Brazil's first envoy to Canada. Minister João Alberto Lins de Barros*; Vol. 2, N. 1 *The São Paulo Railway...gateway to the coffee plateaus*; Vol. 2, N. 2 *Christus on the Corcovado... na eternal blessing on Brazil*; Vol. 2 N. 3. *United We stand. Under-Secretary of State Sumner Welles welcomed at Rio de Janeiro by President Vargas and Foreign Minister Oswaldo Aranha*. Acervo fotografado da Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos.

A revista detinha, outrossim, seções fixas: *Outline of Brazil* que mostrava uma radiografia resumida do país com sua história, dimensões, população, língua, estações climáticas, temperatura, transporte, moeda e dados relativos ao comércio exterior com os EUA; *Tips and Topics* (depois substituída por *Brazil Abroad*) faz a promoção do Brasil em território norte-americano, apresenta notícias políticas e econômicas do Brasil nos Estados Unidos, chegadas e partidas de estadunidenses

no país e brasileiros nos EUA e lançamento de livros ou obras artísticas sobre o Brasil; *Rio Reports* publica notícias do governo brasileiro de impacto local ou que sejam relevantes ao comércio e turismo; *Quote and Unquote* destinava-se a comentar sobre a repercussão do Brasil nos Estados Unidos, seja por meio de notícias ou editoriais na imprensa estadunidense, seja por discursos e pronunciamentos de intelectuais, artistas e políticos ou ainda cartas de leitores *ianques*; *Trade oportunities* consistia numa lista de empresas interessadas em exportar produtos brasileiros aos EUA. Nas duas últimas edições da revista apareceram as seções *Today's Personality* e *Writer's Digest*, biografia de autoridades brasileiras e cartas dos leitores, respectivamente.

Para este estudo, a título de exemplo, será analisada a primeira edição de *Brazil Today*, mormente a matéria principal da edição: Getúlio Vargas, *the leader of a nation*. Nela, pretendeu-se esclarecer o mal-entendido acerca do discurso de 11 de junho de 1940¹⁴³ e tornar o Brasil conhecido ao público estadunidense com base na reconstrução da história recente do país por meio da biografia de Getúlio Vargas, do seu nascimento no Estado do Rio Grande do Sul – o “Texas brasileiro” – aos momentos da “promulgação” da Constituição de 1937.

Além disso, a matéria procura explicar a natureza do regime com suporte em perguntas e respostas,¹⁴⁴ o que nos faz lembrar, dentro das circunstâncias, as publicações destinadas à formação cívica da população brasileira, a exemplo das obras *Catecismo Cívico do Brasil Novo* e o *Brasil é bom*.¹⁴⁵

A primeira pergunta é emblemática: Getúlio seria um líder ou um ditador? A matéria responde de maneira professoral:

A palavra ditador passou a significar um símbolo da perseguição, crueldade e intolerância. Neste sentido, o líder do Brasil não é um ditador, não obstante o fato de que ele se manteve no poder sem o benefício de voto individual. Sua administração, sem projetos em territórios vizinhos e sem ideais de glória

¹⁴³ Como será visto no capítulo três desta tese.

¹⁴⁴ A edição seguinte, de outubro de 1940, mostrou um extenso questionário com 100 asserções sobre o Brasil em formato de *quiz* com o seguinte título: *What in your I.Q on Brazil*. Revista *Brazil Today*. Ano 1, n. 2. Oct. 1940.

¹⁴⁵ CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em cena*. Propaganda política no Varguismo e no Peronismo. São Paulo: EDUNESP: 2008. p. 238-247

em guerras de conquista, tem o mesmo alcance e os objetivos de todas as democracias ortodoxas.¹⁴⁶

O texto procura, claramente, diferenciar o conceito de ditadura totalitária daquela experiência brasileira. Para *Brazil Today*, Getúlio Vargas não seria um ditador por não se comprometer em tomar o Estado como projeto individual ou de expansão territorial, mas sim como um funcionário do povo.

As demais dúvidas referem-se às características do regime. Se haveria liberdade de pensamento (*Freedom of thought*): “Há absoluta liberdade de pensamento”. Haveria restrição sobre “manifestações de violência, em essência, igual as democracias ortodoxas”.¹⁴⁷ Liberdade de imprensa (*Freedom of press*): o texto admite fechamento de jornais e da censura, contudo, as pessoas só poderiam julgar tais medidas se tivessem conhecimento das razões e condições para essa necessidade.¹⁴⁸

Sobre restrições no rádio (*Restrictions on the radio*), o texto comenta: “sim, todas as matérias de rádio no Brasil são aprovadas por censores”. O rádio, de acordo com *Brazil Today*, é um instrumento de educação das massas, e por isso, não deveria conter material considerado “subversivo”, ou seja, contrário ao regime. O texto reitera que a censura governamental se evidencia apenas no campo comportamental, escamoteando do leitor *ianque* o controle político do Estado Novo. Segundo a revista, “o governo não controla as emissoras, requisita apenas uma hora por dia para irradiar sua mensagem” num programa oficial que não enaltecia discursos ditatoriais.¹⁴⁹

¹⁴⁶ Do original: *The Word dictator has come to mean a symbol of persecution, cruelty and bigotry. In this sense, the leader of Brazil is not a Dictator, notwithstanding the fact that he has remained in power without the benefit of individual vote. His administration, without designs on neighboring territories and without the least thought of glory in wars of conquest, has the same scope and objectives of all orthodox Democracies.* Revista *Brazil Today*. Ano 1, n.1. Sept. 1940. p. 9. (Tradução nossa).

¹⁴⁷ Do original: *The Brazilian people have an absolute freedom of thought. Many measures and policies of President Getulio Vargas and his cabinet are openly discussed and subjected to criticism in the press, over the radio and in conversations. Restrictions are imposed on the preaching of counteracts of violence – which is, in essence, practically the same case in the most orthodox Democracies.* Revista *Brazil Today*. Ano 1, n.1. Sept. 1940. p. 10. (Tradução nossa).

¹⁴⁸ Do original: *Newspapers in Brazil have been closed. Restrictions have been imposed. Censorship has become a necessity. But one cannot and should not judge these facts without an intimate knowledge of reasons and conditions. One cannot and should not evaluate newspapers and journalists by a single high standard of ethics and common decency [...].* Revista *Brazil Today*. Ano 1, n.1. Sept. 1940. p. 11. (Tradução nossa).

¹⁴⁹ Do original: *Yes, all matters broadcast in Brazil are approved by censors. Statements requiring proof and verification, subversive doctrines, material which might prove undesirable from the moral point of*

Além desses, outros assuntos foram discutidos, como "a marcha para o Oeste", "a publicidade no exterior", "a situação trabalhista" e a existência de "pena de morte".¹⁵⁰ Sobre política externa, dois tópicos foram descritos: "relações internacionais" e "relações com os Estados Unidos". O primeiro denota um país aberto ao mundo, mantendo amizades com todos os países, particularmente nas Américas, no intuito de expansão comercial para o desenvolvimento nacional.¹⁵¹ Já o segundo tópico, o destaque da matéria, esmiúça as relações de proximidade com os Estados Unidos. Primeiramente, o texto enaltece a admiração e amizade de Getúlio Vargas pelos EUA e lamenta que "circunstâncias internas" tenham feito Vargas tomar medidas diferentes dessa nação norte-americana:

Como um grande admirador dos Estados Unidos, Getúlio Vargas tem dado sua melhor atenção a todos os problemas relacionados ao desenvolvimento de relações mais estreitas entre os dois países. Sua atitude para com o líder da democracia das Américas foi a de um amigo compreensivo que só lamenta que circunstâncias diferentes, por vezes, obrigá-lo a adotar políticas diferentes daquelas possíveis em uma nação plenamente desenvolvida, como os Estados Unidos.¹⁵²

view, texts in improper language or contrary to the better education of the masses. [...] The Government does not control the radio stations. The channels are requested to rebroadcast the official radio program only one hour per day, in the evening. This official program does not consist of dictatorial preachings. Revista Brazil Today. Ano 1, n.1. Sept. 1940. p. 11. (Tradução nossa).

¹⁵⁰ Do original: *Yes, the new constitution of Brazil has created the death penalty - but only for crimes of treason and for unjustifiable, hideous murders. But the new penalty has not yet been imposed on anyone. He who knows the good-natured brazilians - and the complacency of the Brazilian leader - may feel certain that the death penalty will probably never be imposed.* Sim, a nova Constituição do Brasil criou a pena de morte - mas apenas para os crimes de traição e por injustificáveis assassinatos hediondos. Mas a nova pena ainda não foi imposta a ninguém. Aquele que conhece os bem-humorados brasileiros – e a complacência do líder brasileiro - pode ter certeza de que a pena de morte provavelmente nunca será imposta. *Revista Brazil Today. Ano 1, n.1. Sept. 1940. p. 11. (Tradução nossa).*

¹⁵¹ Do original: *Getulio Vargas has endeavored to cultivate the friendship of all countries in the world, and particularly of the nations in the Americas. Our reciprocal trade agreements, economic missions and frequent participation in international conventions have created new outlets for Brazilian products, while opening to foreign exporters new doors for their manufactured goods to our national development.* Getúlio Vargas tem se esforçado para cultivar a amizade de todos os países do mundo, e particularmente, das nações nas Américas. Nossos acordos comerciais recíprocos, missões econômicas e participação freqüente em convenções internacionais criaram novos mercados para os produtos brasileiros, enquanto abrem a exportadores estrangeiros novas portas para seus produtos manufaturados [destinados] ao nosso desenvolvimento nacional. *Revista Brazil Today. Ano 1, n.1. Sept. 1940. p. 11. (Tradução e adaptação nossas).*

¹⁵² Do original: *As a great admirer of the United States, Getulio Vargas has given his best attention to all problems concerning the development of closer relations between the two countries. His attitude toward the leading democracy of the Americas has been that of an understanding friend who only regrets that different circumstances sometimes compel him to adopt policies different from those possible in a*

O texto, por conseguinte, justifica o golpe de 1937 e a política de barganha brasileira para com outras nações. Ademais, essa admiração para com os EUA se refletiu no envio de Oswaldo Aranha à Embaixada em Washington em 1934. A confirmação da amizade se efetivou quatro anos depois, quando o Embaixador foi conduzido ao cargo de Ministro das Relações Exteriores. Assim, "Vargas voltou a demonstrar seu interesse genuíno na Grande Democracia, quando chamou ao seu lado o homem que tinha adquirido um novo conhecimento e uma nova legião de amigos como embaixador do Brasil em Washington".¹⁵³

O texto apropria-se da fama de Oswaldo Aranha nos EUA como demonstração de sagacidade e disposição ao diálogo do Presidente Vargas. Além disso, as visitas do presidente Franklin Roosevelt, em 1936, e a de Oswaldo Aranha, representando o presidente do Brasil, em 1939, atestariam a admiração mútua das nações. A matéria cita os diversos acordos de cooperação militar e educacional entre Brasil e EUA e até o fato de o filho do presidente brasileiro, Getúlio Vargas Jr., ter estudado na Universidade Johns Hopkins como um sinal das boas relações entre os países.

Por fim, a matéria ratifica a imagem cultivada do presidente brasileiro como um pacato homem de família, herdeiro da política gaúcha¹⁵⁴ no tópico *Getúlio Vargas, the Man* em que aponta as características positivas do "chefe da nação brasileira" como seu andar tranquilo na rua, desprovido de guarda-costas, acompanhado apenas por amigos civis, o que atestaria o apoio popular a Vargas. Seu sorriso franco, a preferência pelas cavalgadas e jogos de golfe, a predileção pelo cinema estadunidense e seu senso de humor apurado, cujas boas piadas resultavam numa gargalhada majestosa. O gosto pela vida simples e familiar herdada dos pampas marcava o caráter pacífico do homem por trás da Presidência do Brasil.¹⁵⁵

fully development nation like the United States. Revista *Brazil Today*. Ano 1, n. 1. Sept. 1940. p 11. (Tradução nossa).

¹⁵³ Do original: *By sending Oswaldo Aranha one of the leading figures of Brazil, as Ambassador to the United States in 1934, Getulio Vargas confirmed his friendship for the sister Republic of the North. By giving Oswaldo Aranha, in 1938, the post of Minister of Foreign Relations, Vargas again demonstrated his genuine interest in the Great Democracy, in calling to his side the man who had acquired a new knowledge and a new legion of friends as Ambassador of Brazil in Washington*. Revista *Brazil Today*. Ano 1, n. 1. Sept. 1940. p. 11. (Tradução nossa).

¹⁵⁴ LEVINE, Robert M. *Pai dos pobres? O Brasil e a Era Vargas*. Tradução de Anna Olga de Barros Barreto. São Paulo: Cia das Letras, 2002. p. 13.

¹⁵⁵ Revista *Brazil Today*. Ano 1. Sept. 1940. p. 13

Embora *Brazil Today* não tenha despertado atenção do Itamaraty (pois não foi citada em nenhum documento pesquisado), a curta duração da revista pareceu ter cumprido uma considerável missão de propaganda brasileira num momento difícil para o país, refletido na má repercussão do discurso de junho de 1940, tendo finalizado sua atuação no auge do Brasil, coroado pela Conferência do Rio de Janeiro de 1942.

A revista, bem ilustrada, estava ao “gosto e à mentalidade dos norte-americanos”, como foi citado na documentação pesquisada. Seu direcionamento ao público segmentado, alvo das intenções brasileiras, pode ter criado uma atmosfera positiva do país nos EUA, talvez pela adoção de uma estratégia editorial em informar sem causar qualquer desconforto em seu público leitor, como se percebe na ausência de matérias sobre questões raciais ou de sincretismos religiosos no “sul do rio Grande”.

1.2.2 Departamentos de publicidade/ propaganda no Brasil

Ao criar, em 1931, o Departamento Oficial de Publicidade (DOP), o governo Provisório brasileiro procurou dotar o Estado de mecanismos de publicidade e controle da informação no país. A iniciativa foi inspirada na fugaz experiência paulista do Departamento de Imprensa e Publicidade, na época da Interventoria de João Alberto.¹⁵⁶ O DOP se propunha divulgar informações e ações governamentais, além da produção de um boletim diário de informações destinado à imprensa.¹⁵⁷

Nas palavras de Oswaldo Aranha, já na função de Ministro da Justiça, a ação do Departamento Oficial de Publicidade se destinava a “esclarecer a opinião e os seus próprios órgãos de publicidade”, pois, por “deficiência de meios, por inadvertência ou por falta de um aparelho de difusão dos atos e programas do governo”, a imprensa

¹⁵⁶ SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2003. p. 58.

¹⁵⁷ Ibid. p. 59-60.

não estava enfocando os assuntos de relevante interesse ao governo.¹⁵⁸ Desse modo, "é fácil compreender o alcance do serviço informativo em moldes não insuspeitáveis, não só dentro como fora do país. A opinião internacional ficará aparelhada para julgar com exatidão das nossas necessidades sociais e da marcha dos negócios públicos".¹⁵⁹

A imprensa, mormente em tempos difíceis, como da instalação do Governo Provisório, na opinião de Oswaldo Aranha, deveria servir aos interesses do país, por isso a criação do DOP, cujo sentido era orientar e não censurar os jornais brasileiros. Muito além de orientação, no entanto, houve efetivo controle durante toda a permanência de Aranha no Ministério da Justiça.¹⁶⁰

Logo após a experiência do DOP, os serviços de propaganda e difusão cultural, compreendidos do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural – DPDC, no momento de sua criação, em 1934, foram organizados para promover a publicidade do governo brasileiro.

O DPDC, segundo a lei, era um órgão técnico destinado “a estudar e orientar a utilização do cinematógrafo e dos demais processos técnicos, que sirvam como instrumento de difusão cultural”.¹⁶¹ Suas ações, interna e externamente, até aquele momento, foram consideradas “dispersas e inteiramente alheias aos superiores interesses da coletividade”.¹⁶² Especificamente no Exterior, o Departamento irradiou programas de rádio, intercâmbios radiofônicos com Alemanha e Itália e informações aos navios que entravam na costa brasileira. Detinha também seções de cinema e turismo.

Quatro anos após a criação do DPDC, outro órgão foi concebido, o Departamento Nacional de Propaganda, cuja atuação no estrangeiro, com serviço regular de informações por meio da Agência Nacional, consistia no envio de artigos e

¹⁵⁸ Jornal *O jornal*, 04 jul. 1931. p. 7. Apud. Ibid. p. 62.

¹⁵⁹ Jornal *Diário de S. Paulo*. São Paulo, 14 jun. 1931. Apud SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2003. p. 62.

¹⁶⁰ Ibid. p. 63.

¹⁶¹ BRASIL. Decreto Nº 24.651 – de 10 de julho de 1934. Cria, no Ministério da Justiça e Negócios Interiores, o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural. *In*: <http://legis.senado.gov.br/legislacao/listanormas.action?numero=24651&tipo_norma=dec&data=19340710&link=s>

¹⁶² BRASIL. Mensagem apresentada ao Poder Legislativo, em 3 de maio de 1936, pelo Presidente da República Getúlio Dorneles Vargas, p. 29.

pequenas notas a 2.225 jornais.¹⁶³ A Agência, preocupando-se em lançar escritores e jornalistas brasileiros na imprensa estrangeira, editava folhetos e publicações avulsas por ocasião de datas cívicas. Bom exemplo de sua atividade é o *boletim de informações*, com finalidade comercial, impresso em Espanhol, Inglês, Francês e Alemão, distribuído nas casas comerciais, bolsa de valores, consulados e demais instituições interessadas.¹⁶⁴ Havia ainda prestação de assistência aos jornalistas estrangeiros no Brasil, fornecendo suas dependências para o trabalho e fontes de consulta,¹⁶⁵ como também a existência da Divisão de Turismo, que assistia os visitantes e promovia propaganda do Brasil no Exterior.¹⁶⁶

Desde o Estado Novo, o cerco contra a liberdade de expressão intensificou-se e a censura prévia fora estipulada pela Constituição de 1937. Nesses termos, à imprensa foi atribuído serviço de utilidade pública, sendo obrigada, por conseguinte, a publicar comunicados do governo. Em 1939, outro agente entra na história da propaganda brasileira, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), o qual nasceu da experiência de outros órgãos censores e de propaganda governamentais, criados de 1931 a 1938.

Oficializado por decreto presidencial de dezembro de 1939, ficou vinculado diretamente à Presidência da República, sob responsabilidade de Lourival Fontes. Esse departamento detinha funções além da censura. O órgão era responsável por produzir e divulgar

O discurso destinado a construir certa imagem do regime, das instituições e do chefe do governo, identificando-os com o país e o povo. Assim, produziram-se livros, revistas, folhetos, cartazes, programas de rádio com noticiários e números musicais, além de radionovelas, fotografias, cinejornais, documentários cinematográficos, filmes de ficção etc. Nesse conjunto, destacam-se a imprensa e o rádio como os meios mais utilizados para a divulgação da propaganda política.¹⁶⁷

¹⁶³ Revista *Cultura Política*. Ano 2, n 21, nov. 1942. p. 170-171.

¹⁶⁴ Revista *Cultura Política*. Ano 2, n 21, nov. 1942, p. 170-171.

¹⁶⁵ GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990, p. 57-58. Apesar dessas ações da Agência Nacional, as fontes apontam a inexistência, pelo menos na óptica do Itamaraty, de um eficiente serviço de propaganda no Exterior. Praticamente não foi encontrada qualquer menção à Agência Nacional ou ao DNP.

¹⁶⁶ Revista *Cultura Política*. Ano 2, n 21, nov. 1942, p. 170-171.

¹⁶⁷ CAPELATO, Maria Helena. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (org). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: FGV, 1999. p. 173.

O órgão tinha, também, a tarefa de elaborar, centralizar e orientar a propaganda interna,¹⁶⁸ censurar manifestações artísticas e desportivas, organizar diversas formas de aparições cívicas e coordenar a atuação dos órgãos estaduais de censura e propaganda (Deips).

O controle exercido pelo DIP não se resumia a fechar jornais e prender diretores de redação e jornalistas, a forma de censura era bem mais elaborada. O Departamento contava com profissionais altamente qualificados que repassavam notícias aos jornais. Caso o veículo não as reproduzisse, o jornal perderia a cota de patrocínio das empresas estatais, além da matéria-prima para sua produção.

Além dessas funções, o Departamento possuía a missão de veicular e

Organizar o serviço de controle da imprensa nacional e estrangeira; organizar um arquivo de jornais, revistas, livros e todo o tipo de publicações nacionais e estrangeiras; manter um serviço de clichês e fotografias para fins de distribuição à imprensa; manter um serviço de *copyright* de artigos de autores brasileiros para os jornais do país e do exterior, e autorizar previamente a circulação de publicações periódicas.¹⁶⁹

Segundo decreto 1.915, de 1939, cabia ao DIP ser um organismo destinado a centralizar a propaganda referida e distribuir a publicidade oficial do Estado,¹⁷⁰ além de

Colaborar com a imprensa estrangeira no sentido de evitar que se divulguem informações nocivas ao crédito e à cultura do país; promover intercâmbio com escritores, jornalistas e artistas nacionais e estrangeiros; incentivar a tradução de livros de autores brasileiros; proibir a entrada de publicações estrangeiras nocivas aos interesses do Brasil, bem como intermediar, dentro do território nacional, a edição de quaisquer publicações que ofendam ou prejudiquem o crédito do país e suas instituições, ou a moral; promover propaganda turística.¹⁷¹

¹⁶⁸ LUCA, Tânia Regina. Anuário da Imprensa (1942): uma leitura e muitos desafios. In: MATTOS, Geisa; JAGUARIBE, Elisabete; QUEZADO, Ana. (Org.). *Nordeste, memórias e narrativas da mídia*. Fortaleza: Edições do Instituto de Referência da Imagem e do Som (IRIS), 2010. p. 101.

¹⁶⁹ CARONE, Edgard. *A terceira república (1937-1945)*. São Paulo: Difel, 1976. p. 48-49.

¹⁷⁰ Revista *Cultura Política*. Ano 4, n. 47, dez. 1944, p. 152.

¹⁷¹ Revista *Cultura Política*. Ano 2, n. 21, nov. 1942, p. 173.

A análise da legislação revela sobreposição de atividades do DIP e Itamaraty, principalmente nas atribuições de evitar divulgação de “informações nocivas ao crédito e à cultura do país”, pela imprensa estrangeira, e também da promoção do “intercâmbio com escritores, jornalistas e artistas nacionais e estrangeiros”, funções, já de longa data, realizadas pelo Ministério das Relações Exteriores.

A estrutura do órgão era composta de seis divisões: divulgação; radiodifusão; teatro e cinema; turismo; imprensa e serviços auxiliares.¹⁷² Para a realização da propaganda, houve incorporação de serviços realizados por outros órgãos governamentais e também centralização e coordenação de “todos os serviços de propaganda e publicidade dos ministérios e dos departamentos e estabelecimentos de administração pública federal, [...] estando esses órgãos a manter ligação permanente com a nova entidade”.¹⁷³ Dentre as divisões citadas, vale destacar quatro delas: divulgação; imprensa; turismo e radiodifusão.

A divisão de divulgação fazia o papel de “vulgarização das notícias” sobre o Brasil, destacando-se a publicação da Constituição brasileira em seis idiomas. Mantinha, pois, um serviço semanal de informações via aérea, originado do *Brazilian Information Bureau*, com destino à seção brasileira do OCIAA, em Nova Iorque. Os assuntos eram diversos, “incluindo recortes de artigos, notas e comentários sobre o movimento artístico e cultural do Brasil, política, economia, finanças e várias outras notícias sobre a vida e coisas brasileiras”.¹⁷⁴ Outros destinos eram o *Commerce Department Building*, em Washington e o Consulado do Brasil em São Francisco.¹⁷⁵ Ademais, o DIP atendia aos pedidos de remessa de livros e folhetos para particulares e bibliotecas no exterior, tendo sido criada uma seção, denominada *República do Brasil*, na Biblioteca Pan-americana de Cuenca, no Equador.¹⁷⁶

Cabia à Divisão de Imprensa a interdição de livros e publicações que atentassem contra o “crédito do país e suas instituições, e contra a moral”, o combate

¹⁷² LUCA, Tânia Regina. Anuário da Imprensa (1942): uma leitura e muitos desafios. In: MATTOS, Geisa; JAGUARIBE, Elisabete; QUEZADO, Ana. (Org.). *Nordeste, memórias e narrativas da mídia*. 1.ed.Fortaleza: Edições do Instituto de Referência da Imagem e do Som (IRIS), 2010. p. 101.

¹⁷³ Revista *Cultura Política*. Ano 2, n. 21, nov. 1942. p. 173-174.

¹⁷⁴ Revista *Cultura Política*. Ano 2, n. 21, nov. 1942. p. 173-174.

¹⁷⁵ Revista *Cultura Política*. Ano 4, n. 47, dez. 1944. p. 158.

¹⁷⁶ Revista *Cultura Política*. Ano 4, n. 47, dez. 1944. p. 175-176. Em nossa pesquisa, não encontramos documentação sobre a Divisão de Divulgação do DIP nos arquivos do Itamaraty.

a “penetração ou disseminação a qualquer ideia perturbadora ou dissolvente da unidade nacional”; fornecimento aos “estrangeiros e brasileiros, uma concepção mais perfeita dos acontecimentos sociais, culturais e artísticos da vida brasileira” e a promoção de eventos no estrangeiro para demonstração das atividades nacionais e intercâmbios literários com o exterior.¹⁷⁷ Além disso, a divisão deveria encarregar-se de

Publicar um periódico, em diferentes idiomas, bem como difundir dados e informações sobre os valores gerais do Brasil, em todos os setores de suas atividades, quer artístico, científico, literário, ou filosófico, quer político, econômico, social, administrativo, turístico, etc., salientando a contribuição brasileira ao bem da humanidade, à civilização, ao progresso internacional e à consolidação da paz internacional;
Organizar um arquivo de jornais, revistas, folhetos de propaganda, etc., nacionais e estrangeiros;
Manter um completo serviço de “clichês” e de fotografias, para fins de distribuição à imprensa brasileira e estrangeira e de permuta com entidades estrangeiras de turismo e de propaganda;
Manter um serviço de *copyright* de artigos de autores nacionais para os jornais do país e do estrangeiro.¹⁷⁸

Destaca-se, ainda, a atuação do Serviço de Coordenação e da Agência Nacional, ambos ligados à Divisão de Imprensa. O primeiro se encarregava basicamente do controle do serviço telegráfico em geral,¹⁷⁹ enquanto a segunda, existente desde os tempos do DNP, detinha um “serviço de imprensa estrangeira”, dotado de um grupo de tradutores para fornecer “pastas aos altos setores administrativos do país, com a tradução do noticiário dos jornais do exterior sobre o Brasil”.¹⁸⁰

As tabelas seguintes foram elaboradas para demonstração do serviço da Agência Nacional:

¹⁷⁷ BRASIL. Decreto nº 5.077 – de 29 de dezembro de 1939. Aprova o regimento do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP.). In: <http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=5077&tipo_norma=DEC&data=19391229&link=s>. Acesso em 22 dez. 2014.

¹⁷⁸ BRASIL. Decreto nº 5.077 – de 29 de dezembro de 1939. Aprova o regimento do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP.). In: http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=5077&tipo_norma=DEC&data=19391229&link=s>. Acesso em: 22 dez. 2014.

¹⁷⁹ “Mas dele pouco há o que divulgar pelo seu caráter sigiloso”. Revista *Cultura Política*. Ano 4. n. 47, dez. 1944. p. 184.

¹⁸⁰ Revista *Cultura Política*. Ano 2, n. 21, nov. 1942. p. 183.

Tabela 1. Serviço de imprensa estrangeira – traduções e telegramas para o exterior

Ano	1941	1942	1943	1944
Notícias	18.123	19.877	14.043	27.839
Palavras	898.148	957.715	1.215.308	2.673.432

Fonte: Tabela elaborada com base nos dados da Revista *Cultura Política*. Ano 4. n. 47, dez. 1944, p. 167-169. Autoria própria.

Tabela 2. Serviço de imprensa estrangeira – notícias recebidas do exterior

Ano	1941	1942	1943	1944
Recortes recebidos	16.785	16.551	5.872	4.363
Recortes aproveitados	4.038	2.952	1.749	1.409
Linhas traduzidas	95.442	141.226	80.066	81.113

Fonte: Tabela elaborada com base nos dados da Revista *Cultura Política*. Ano 4. n. 47, dez. 1944. p. 172. Autoria própria.

Os dados da produção da Agência Nacional atestam uma dicotomia. Enquanto o número de traduções e telegramas, cujo conteúdo certamente envolvia notícias brasileiras endereçadas ao exterior, subia,¹⁸¹ percebe-se, no mesmo período, a diminuição do recebimento de notícias vindas do estrangeiro. Em 1941, foram recebidos 16.785 recortes (sendo 4.038 aproveitados), já no fim de 1944, a quantidade de recortes caiu para pouco mais de um quarto daquele registrado em 1941, com 4.369 recebidos (tendo sido aproveitados 1.409 destes), como visto no gráfico.

¹⁸¹ Observando a quantidade de palavras traduzidas, segundo a tabela 1, estas passam de 18.123, em 1941, para 27.839, em 1944.

Fonte: Gráfico elaborado com base nos dados da Revista *Cultura Política*. Ano 4. n. 47, dez. 1944. p 172. Autoria própria.

Apesar de não ser uma relação de causa-efeito, esses números indicam que a irradiação de notícias do governo brasileiro no Exterior não logrou o êxito desejado, haja vista o número de notícias recebidas sobre o país ter despencado no período. Observa-se aumento do número de recortes de notícias apenas nos anos de 1941 e 1942, o que pode evidenciar o interesse de setores governamentais do Estado Novo acerca da visão da imprensa estrangeira sobre os passos do Brasil rumo ao alinhamento na Segunda Guerra Mundial. Embora não seja informada a origem das notícias, tampouco o destino dos relatórios, seguramente, a Delegacia de Polícia Civil era uma das instituições que recebiam tais informações, pois foram localizadas menções em seus relatórios.

A Divisão de Turismo era responsável pela organização e execução de planos de propaganda turística no exterior, seja por meio de publicações de álbuns e catálogos do Brasil, seja pela manutenção de secções de turismo junto aos “diferentes ministérios ou organismos públicos e privados [...] destinados a fins de expansão econômica, comercial ou industrial”.¹⁸² Essa divisão, por seu turno, executava função semelhante ao Escritório de Informações Brasileiras. Editava folhetos em língua estrangeira e publicava a revista em Inglês *Travel in Brazil*. A divisão também realizava

¹⁸² BRASIL. Decreto nº 5.077 – de 29 de dezembro de 1939. *Aprova o regimento do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP.)*. In: <http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=5077&tipo_norma=DEC&data=19391229&link=s>. Acesso em: 23 nov. 2014.

o acolhimento de “figuras públicas” estrangeiras que passavam pela Capital da República, função já executada pelo Itamaraty.

A revista *Cultura Política*, em 1942, informou que a Divisão de Turismo recepcionou diversas personalidades *ianques*, tais como:

O ator Douglas Fairbanks, Walt Disney e os seus 15 auxiliares; os jornalistas John Gunther, Ed. Sullivan, Vera Kelsey, Philip Carr e Beatrice Irvin; Orson Welles, com a equipe de 27 técnicos. Assim como artistas, professores e demais intelectuais estrangeiros; coronel Knox, Ministro da Marinha americana, Nelson Rockefeller e outros [...].¹⁸³

A recepção dessas personalidades serviu para a Divisão de Turismo planejar atividades futuras em conjunto com o setor de Cooperação intelectual do Itamaraty a fim de “provocar a visita de personalidades estrangeiras de relevo”, como jornalistas, escritores e políticos, a fim de que eles pudessem elogiar o país quando retornassem à sua terra.

Por fim, à Divisão de Radiodifusão competia organizar o intercâmbio artístico radiofônico regular com organizações oficiais estrangeiras e também da transmissão de programas radiofônicos em vários idiomas, várias vezes ao dia, “em horas que a recepção seja mais fácil e cômoda aos ouvintes estrangeiros”, com objetivo de fornecer informações brasileiras, como números musicais, a “leitura de crônicas sobre as belezas naturais do Brasil, descrição de regiões e cidades brasileiras, condições climáticas do país e tudo o que possa constituir atração para o turista”.¹⁸⁴

Houve, ainda, esforço para articular a propaganda do DIP em conjunto com o Ministério das Relações Exteriores, a partir de 1942, com a designação da Seção de Informações (estrutura ligada ao MRE) de servir como elo ao Departamento, “difundindo e informando assuntos brasileiros no exterior e vice-versa”,¹⁸⁵ Embora o Departamento contribuísse com a divulgação de uma “imagem oficial” do Brasil no

¹⁸³ O Brasil foi visitado por 1793 americanos naquele ano. *Revista Cultura Política*. Ano 2, n. 21, nov. 1942, p. 185.

¹⁸⁴ BRASIL. Decreto nº 5.077 – de 29 de dezembro de 1939. Aprova o regimento do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). In: http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=5077&tipo_norma=DEC&data=19391229&link=s>. Acesso em: 06 nov. 2014.

¹⁸⁵ BRASIL. Decreto-lei nº 4.422, de 30 de junho de 1942. In: CASTRO, Flávio Mendes. *História da organização do Ministério das Relações Exteriores*. EDUNB, 1983. p. 352.

exterior, não foi encontrada qualquer documentação que demonstrasse um diálogo contínuo entre DIP e Itamaraty, permanecendo os dois órgãos em “silêncio burocrático”, isto é, sem atividades conjuntas no que tange à propaganda.¹⁸⁶ O DIP, extinto em maio de 1945, foi substituído pelo Departamento Nacional de Informações (DNI) que mantinha funções semelhantes ao órgão antecessor.¹⁸⁷

1.2.2.1 Revista *Travel in Brazil*

O DIP também contribuiu com a divulgação do país nos EUA por meio da publicação da revista *Travel in Brazil*, cuja editoria ficou a cargo da escritora Cecília Meireles.¹⁸⁸ De acordo com Tânia de Luca,

[...] revista fartamente ilustrada, com textos exclusivamente em inglês, capas coloridas e chamativas, grande quantidade de fotografias de excelente qualidade e projeto gráfico muito bem cuidado. Os colaboradores merecem especial destaque: Cecília Meireles, que assinou o editorial do primeiro número, Mário de Andrade, Menotti del Picchia, Tasso da Silveira, José Lins do Rego, Paulo Rónai e Sérgio Buarque de Holanda.¹⁸⁹

¹⁸⁶ Das centenas de documentos pesquisados nos Arquivos do Itamaraty e CPDOC, são raríssimas as referências ao DIP, encontrando-se apenas algumas, por exemplo, ligadas a questões burocráticas.

¹⁸⁷ Exceto a censura política. Foram atribuições do DNI: coordenar e difundir toda espécie de informações relativas ao Brasil, e em todos os setores da atividade nacional, em cooperação com os órgãos culturais dos Ministérios da Educação e Saúde e das Relações Exteriores e com os órgãos congêneres dos Estados e Prefeituras; b) estimular as atividades espirituais, colaborando com artistas, intelectuais e instituições culturais do país, podendo para isso estabelecer e conceder prêmios) superintender, organizar e fiscalizar os serviços de turismo interno e externo) estimular a produção de filmes nacionais; promover intercâmbio com escritores, jornalistas e artistas nacionais e estrangeiros e organizar publicações de caráter cultural e turístico.

BRASIL. Decreto-lei nº 7.582 – de 25 de maio de 1945. Extingue o Departamento de Imprensa e Propaganda e cria o Departamento Nacional de Informações. In: <http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaNormas.action?numero=7582&tipo_norma=DEL&data=19450525&link=s>. Acesso em: 05 nov. 2014.

¹⁸⁸ DAL FARRA, Maria Lúcia. Cecília Meireles: imagens femininas. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 27, dez. 2006, p. 308. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010483332006000200013&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 10 dez. 2013.

¹⁸⁹ LUCA, Tânia Regina de. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 31, n. 61, p. 271-296, 2011.

Conforme asseverou a autora, o projeto gráfico de *Travel in Brazil* era de excelente qualidade. Lançada em setembro de 1941,¹⁹⁰ a revista circulou por apenas cinco meses de maneira ininterrupta.¹⁹¹ Impressa no Brasil e distribuída pelo Escritório de Informações do Brasil em Nova Iorque às instituições, o periódico, como seu título sugere, pretendia apresentar o país ao turista, numa época propícia ao crescimento do turismo noutras partes do Mundo, em meio à interrupção do fluxo de visitantes à Europa em decorrência da guerra.

A estratégia de *Travel in Brazil* em divulgar o país consistia na apresentação de matérias de cunho histórico, artístico, científico e geográfico redigidas por escritores de destaque, inventariados por Tânia de Luca,¹⁹² além da exibição de rico acervo iconográfico.

¹⁹⁰ Tânia de Luca supõe que o primeiro número da revista data de setembro de 1941. Segundo ela: “Já do volume 2, que se iniciou no ano seguinte, foram conservados três exemplares, os números 1 a 3, que devem se referir ao primeiro trimestre do ano. A edição de 1944, na qual se concretizou a mudança do nome, traz a seguinte indicação: volume 3, n. 1, indício provável de interrupção no decorrer de 1943”. “Em 1944, ressurgiu com o título *This is Brazil*, da qual se conservou apenas o primeiro número.”. LUCA, Tânia Regina de. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 31, n. 61, p. 271-296, 2011.

¹⁹¹ Ibid., p. 289.

¹⁹² Registra-se a contribuição dos seguintes escritores: Raquel de Queiroz, Vera Kelsey e Manoel Bandeira.

Figura 6 – Capas e contracapas das seis edições de *Travel in Brazil*. As imagens mostram aspectos representativos do país: natureza, religiosidade, arte e população. Acervo fotografado da Biblioteca do Congresso dos EUA.

No primeiro número, há uma matéria que destoa do conteúdo ordinário da revista nas edições subsequentes. Intitulada *The International fair of Rio de Janeiro*, o título sugere descrição da Feira Internacional do Rio de Janeiro de 1940, entretanto a revista utiliza do ensejo desse evento para inferir que tal feira era propícia para demonstrar ao visitante o balanço dos dez anos do governo Vargas, como se observa na fotografia do presidente brasileiro compenetrado no trabalho, logo na página inicial da matéria.

Figura 7 – Revista *Travel in Brazil*. Ano 1. n. 1. Set. 1941, p. 26. Acervo fotografado da Biblioteca do Congresso dos EUA.

Adiante, o texto enaltece o modo Getúlio Vargas de governar:

Com um profundo conhecimento dos problemas de seu país, com um exato senso das realidades políticas, econômicas e sociais, o Presidente Vargas desempenhou as suas múltiplas tarefas de forma excepcionalmente inteligente, colocando o Brasil numa sólida posição internacional e fornecendo ao povo padrões mais elevados e satisfatórios da vida.¹⁹³

Todas as áreas, segundo o texto, melhoraram abruptamente no decênio 1930-1940, o que seria a demonstração cabal da competência do governo central daqueles anos. Tais padrões elevados, galgados pela presidência de Getúlio Vargas, foram apresentados no texto, divididos em cinco áreas: educação e saúde; obras públicas; transportes e comunicações; economia e relações internacionais. Na educação, a matéria aponta, com dados estatísticos, melhoria no quadro educacional brasileiro, por meio da nacionalização e padronização das escolas, trunfo do Estado Novo contra estrangeirismos, referindo-se à eliminação das escolas alemãs no sul do país.

¹⁹³ Do original: *With a deep knowledge of the problems of his country, with an exact sense of the political, economic and social realities, President Vargas carried out his multiples tasks in an exceptionally intelligent manner, placing Brazil on a solid international footing, and giving to the people higher and happier standards of living.* Revista *Travel in Brazil*. Ano 1, n. 1. Sept. 1941. p. 26-29. (Tradução nossa).

Na saúde, foi destacada a colaboração com a Fundação Rockefeller na eliminação de algumas moléstias que assolavam as grandes cidades, como a febre amarela e a malária. A problemática da seca no Nordeste brasileiro foi o mote do setor de obras públicas. Segundo o texto, nenhum governo havia realizado tantas obras hídricas quanto a presidência de Vargas.

Nas áreas de transporte, comunicações e economia, os dados apontam melhoria substancial nos indicadores, enaltecendo os projetos governamentais em torno da industrialização, destacando-se as posições brasileiras: terceiro lugar em transporte aéreo (perdendo para EUA e Rússia) e segundo colocado em crescimento industrial (atrás apenas da Rússia).

Em termos de política externa, o objetivo do texto foi tranquilizar a opinião dos leitores estadunidenses sobre os posicionamentos políticos de Getúlio Vargas, tendo em vista que o país não deixava a “guarda aberta” aos interesses pan-americanos, segundo a fala do presidente Vargas: “sendo o hábito de cultivar a paz como a força dirigindo a vida e relacionamentos internacionais, nós continuamos fiéis ao ideal de fortalecer cada vez mais a união do povo americano”.¹⁹⁴ Desse modo, pela descrição, o texto, nitidamente de apelo propagandístico, apresentou um Brasil grandioso, próspero, focado exclusivamente em seus interesses e na prosperidade do continente americano, revela, portanto, a faceta do DIP na construção da figura presidencial.

1.2.3 *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* – OCIAA

Apesar de ser o único órgão de propaganda do governo estadunidense desta lista, a ação do OCIAA merece destaque. Seu nascimento data de agosto de 1940 e, embora cumprisse agenda de promoção da propaganda dos EUA na América Latina, detinha funções que auxiliavam o Brasil em sua política de propaganda.

¹⁹⁴ Do original: *Being in the habit of cultivating peace as the directing force of international life and relationship, we continue faithful to the ideal of strengthening more and more, the union of the American people.* Revista *Travel in Brazil*. Ano 1, n. 1. Sept. 1941. p. 29. (Tradução nossa).

O contexto de sua implantação reside no esforço do governo estadunidense em galgar uma aliança com os países latino-americanos, preparando o Continente Americano para uma provável guerra contra os países do Eixo. Para que essa aliança ocorresse era necessário prover no Continente os “recursos políticos e materiais que constituíssem uma base sólida para futuros movimentos no xadrez universal”.¹⁹⁵ Tendo em vista o assédio ítalo-alemão, era fundamental criar uma atmosfera positiva dos EUA na América Latina.

Em 1938, o Departamento de Estado dos EUA, seguindo o exemplo alemão de propaganda, criou um órgão chamado Divisão das Repúblicas Americanas, cuja irradiação de programas de rádio serviria para “contrabalançar os avanços alemães”. Houve ainda esforço de aproximação no setor da cooperação intelectual, por meio da Divisão de Relações Culturais, assim como uma política de subsídios a intercâmbios de alunos e professores nos EUA.¹⁹⁶

Com origem nessas ideias circunstanciais, surgiu a noção de criar um órgão voltado às relações entre EUA e América Latina que enfatizasse as relações culturais.¹⁹⁷ Assim, nasceu o *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* – OCIAA – ou “Birô Interamericano”.

O escritório, idealizado e chefiado pelo milionário republicano Nelson Rockefeller, configurou-se numa agência autônoma do Departamento de Estado,¹⁹⁸ constituindo-se ponte que unia, pelo menos no ramo da cultura, EUA e América Latina, nos termos da *diplomacia cultural*. Consolidou-se, assim, a imagem estadunidense na América Latina sob o paradigma do liberalismo e democracia.¹⁹⁹

No seio do OCIAA, funcionavam três divisões: Comércio e Finanças; Comunicações; e Relações Culturais.²⁰⁰ A Divisão de Comunicação, formada pelas

¹⁹⁵ MOURA, Gérson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 19.

¹⁹⁶ PRADO, Maria Lígia. Ser ou não ser um bom vizinho: América Latina e Estados Unidos durante a guerra. *Revista USP*. São Paulo, jun./ago. 1995. p. 58.

¹⁹⁷ Ibid. p. 59.

¹⁹⁸ E, por isso, foi alvo de divergências do subsecretário de Estado Summer Welles, o responsável pela América Latina. TOTA, Antônio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 83.

¹⁹⁹ Ibid. p. 55.

²⁰⁰ LEITE, Sidney Ferreira. *O filme que não passou: Estados Unidos e Brasil na política da boa vizinhança – a diplomacia através do cinema*. Tese. História. PPGHS USP, 1998. p. 104.

subdivisões de imprensa e publicações, rádio, cinema, informação e propaganda, entre outras, era a espinha dorsal da agência e detinha dois objetivos: propagar “informações” positivas sobre os EUA na América Latina, por meio de uma rede de comunicações mantidas pelo *Office* com a colaboração dos países latino-americanos; e contra-atacar a propaganda do Eixo. "Havia também a preocupação em difundir nos EUA uma imagem favorável das 'outras repúblicas' americanas,²⁰¹ tanto pela exibição de documentários em escolas daquele país²⁰² quanto por meio de negociações com as agências de notícias *United Press* e *Associated Press* que difundiam à imprensa estadunidense.²⁰³ Nesse sentido,

O OCIAA estimulou o jornal *New York Times* a fazer apologia ao pan-americanismo, através de notícias e artigos editoriais; outra estratégia empregada foi a publicação de revistas inspiradas em periódicos de grande circulação como: *Saturday Evening Post* e *Life*, mostrando o esforço de defesa das forças armadas dos EUA e enfatizando o poder dos seus armamentos, navios de guerra e aviões de combate.²⁰⁴

Além disso, há a contribuição da revista *Reader's Digest* dos Estados Unidos que veiculou vários artigos sobre os ditadores latino-americanos, tachando-os de forma tolerante e benevolente.²⁰⁵ Em 1941, “o Brasil foi literalmente invadido por missões de boa vontade americanas compostas de professores, jornalistas, publicitários, artistas, militares, cientistas, empresários e diplomatas”.²⁰⁶ Consequentemente, houve a promoção de intercâmbios favorecendo jornalistas, artistas e desportistas brasileiros, com o objetivo de estreitar os laços de cooperação entre as duas nações.

²⁰¹ TOTA, Antônio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p.55.

²⁰² PRADO, Maria Lígia. Ser ou não ser um bom vizinho: América Latina e Estados Unidos durante a guerra. *Revista USP*. São Paulo, jun./ago. 1995. p. 60.

²⁰³ MOURA, Gérson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 33.

²⁰⁴ LEITE, Sidney Ferreira. *O filme que não passou: Estados Unidos e Brasil na política da boa vizinhança – a diplomacia através do cinema*. Tese. História. PPGHS USP, 1998. p. 105.

²⁰⁵ JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao Sul do Rio Grande*. Imaginando a América Latina em Seleções. Oeste, Wilderness e Fronteira (1942-1970). Bragança: EDUSF, 2000. p. 158.

²⁰⁶ MOURA, Gérson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 11.

O OCIAA construiu bibliotecas e institutos culturais, viabilizando milhares de intercâmbios educacionais durante a Guerra e continuando na era do pós-guerra.²⁰⁷ Além disso, o Birô procurou desenvolver as potencialidades econômicas do país na conjuntura do esforço de guerra e também no “planejamento de um Brasil mais organizado no pós-guerra”.²⁰⁸ Por mais que, ao seu modo, o *Office* contribuísse para criar um clima “amigável” da aliança entre Brasil e Estados Unidos em território estadunidense (havendo hegemonia por parte dos *ianques*),²⁰⁹ a ausência de menções à atuação do OCIAA na documentação pesquisada no Arquivo Histórico do Itamaraty²¹⁰ indica um descompasso da forma da divulgação do país proposta pelo órgão estadunidense com objetivos estabelecidos pela Chancelaria brasileira.

De todo modo, por mais que a propaganda do *Office* estivesse aquém do desejado, ela é uma via de mão dupla, isto é, aguça a curiosidade dos estadunidenses sobre o Brasil propiciando, pois, espaço para a propaganda elaborada pelo governo brasileiro.

Não é possível equiparar a propaganda realizada pelo OCIAA daquela empregada pelo governo brasileiro, por três razões: *objetivo*, *contexto* e *recursos*.

O objetivo das ações brasileiras era a disputa inter-regional com a Argentina e servia como uma forma de angariar simpatia das autoridades estadunidenses, enquanto a ianque teve intenção de estabelecer hegemonia continental por meio do “estilo de vida americano”.

O contexto das ações era diferente. O governo Getúlio Vargas iniciou sua promoção de imagem nos EUA em meados dos anos 1930, já os EUA se concentraram, por meio da criação do OCIAA, de 1940 a 1941, preparando a América Latina, mormente o Brasil, para a chegada de milhares de soldados estadunidenses às bases militares cedidas aos ianques.

Em relação aos recursos, a diferença era gritante. O Itamaraty (com auxílio do DIP), dispondo de limitada verba, centrava suas ações no público específico,

²⁰⁷ LONGLEY, Kyle. *In the Eagle's shadow the United States and Latin America*. Harlan Davidson: Wheeling, 2002. p. 179.

²⁰⁸ TOTA, Antônio Pedro. *O Amigo americano*. Nelson Rockefeller e o Brasil. São Paulo: Cia das Letras, 2014. p. 123-127.

²⁰⁹ MOURA, Gérson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 9.

²¹⁰ Existe uma lacuna na documentação do Arquivo Histórico do Itamaraty nos anos de 1943 a 1945, inclusive nos relatórios do MRE ao Presidente Vargas. Por isso, não podemos afirmar, categoricamente, a inexistência de menções ao OCIAA e DIP nesse Arquivo.

utilizando rádio e periódicos, enquanto os EUA se utilizaram de todos os instrumentos disponíveis na época (ajuda econômica, intercâmbio científico e educacional, cinema, música, rádio, anúncios, periódicos) para executar propaganda massiva, um forte alicerce de hegemonia continental, colhendo frutos ao longo das décadas.

1.2.4 *American Brazilian Association*

A história da *American Brazilian Association* (ABA) remonta ao processo de criação de entidades de promoção do comércio nos Estados Unidos, conhecidas como Câmaras de Comércio. A primeira organização brasileiro-estadunidense dessa natureza foi fundada em 1918 na cidade de Nova Iorque. Chamada *Brazilian American Chamber of Commerce*, localizada na famosa *Wall Street*, reduto das casas bancárias e comerciais nova-iorquinas. De duração efêmera, funcionou por apenas seis meses.²¹¹

Nove anos depois, em outubro de 1927, o Cônsul Geral de Nova Iorque, Sebastião Sampaio, reuniu-se com representantes de grupos empresariais e demais “amigos do Brasil” para criar outra organização que superasse a função da Câmara de Comércio, mas também pudesse promover “relações amistosas, sociais e culturais” entre Brasil e Estados Unidos. Assim nascia a *American Brazilian Association*, associação de direito privado, sem fins lucrativos, inaugurada em 15 de novembro de 1927,²¹² com banquete no Hotel Waldorf Astoria, em Nova Iorque.

Seus objetivos eram:

Aumentar as relações comerciais;
Promover um intercâmbio cultural mais prático e um melhor conhecimento entre personalidades brasileiras e americanas;

²¹¹ Revista *Brazil*. Ano 4. n. 28. Nov. 1930. p. 8.

²¹² A data de 15 de novembro, além do simbolismo que marca o início da República no Brasil, a partir da Revolução de 1930, passou a ser comemorada duplamente pela *American Brazilian Association*: data de seu aniversário e também do Novo Regime político brasileiro. Em pesquisa no acervo da *Library of Congress*, localizamos a revista *Brazil* até o ano de 1959, aparentemente, último ano de atuação da associação.

Oferecer hospitalidade e atenção aos brasileiros que visitem os Estados Unidos e todas as facilidades possíveis aos americanos que visitem o Brasil; Estimular o turismo entre os dois países.²¹³

Segundo o Boletim da firma *Mergenthaler Linotype Company*, a *American Brazilian Association* "é uma combinação de todas as facilidades e serviços de uma Câmara de Comércio americano-brasileira com outros serviços de intercâmbio comercial, cultural e social que só uma sociedade com um nome genérico poderia compreender".²¹⁴

Assim, a associação estreitava possibilidades de comércio entre estadunidenses e brasileiros por meio da venda de livros de tarifas e legislações brasileiras, elucidação de dúvidas sobre estatísticas, envio de fotografias e folhetos a interessados. Ademais, a ABA promoveu eventos de divulgação do Brasil nos EUA como a primeira exposição de fotografias de arte do Brasil no *International Art Center* do *Roerich Museum*, em Nova Iorque, em 1931.²¹⁵

Havia três tipos de filiação à *American Brazilian Association*: membros empresariais de firmas, corporações ou instituições; membros individuais que residissem até 50 milhas da cidade de Nova Iorque; e membros de outras partes dos Estados Unidos. Cada qual, evidentemente, pagava valores diferenciados de filiação e detinha pesos distintos de votação nas deliberações da Associação.²¹⁶ Anualmente ou em ocasiões especiais, como a substituição de diplomatas brasileiros, a ABA promovia banquetes no salão nobre do Hotel Commodore ou no Hotel Waldorf Astoria, ambos em Nova Iorque.

²¹³ Revista *Brazil*. Ano 4. n. 37. Aug. 1931. p. 18. (Artigo em Português).

²¹⁴ Artigo transcrito do *Boletim Linotypico*, de julho de 1931, da Mergenthaler Linotype Company, de Nova Iorque. Ibid. (Artigo em Português).

²¹⁵ Revista *Brazil*. Ano 4. n. 30. Jan. 1931. p. 9.

²¹⁶ O número de filiados era 158 em 1937. Revista *Brazil*. Ano 9. n. 102. Apr. 1937. p. 12.

Figura 8 – Imagem acima: Jantar em homenagem à nomeação de Mário de Pimentel Brandão ao cargo de embaixador do Brasil nos EUA. Hotel Waldorf Astoria, Nova Iorque, em primeiro de junho de 1938. Acervo fotografado da Biblioteca do Congresso dos EUA.

A primeira presidência da Associação foi incumbida a Frank C. Munson, presidente da companhia de navegação Munson Steamship Line.²¹⁷ Era tradição da instituição ter em sua presidência figuras empresariais nova-iorquinas.²¹⁸

Em 1934, houve mudanças no quadro da *American Brazilian Association*. No aspecto negativo, ocorreu o retorno do cônsul Sampaio Júnior ao Brasil para assumir

²¹⁷ Revista *Brazil*. Ano 3. n. 23. June 1930. p. 2.

A primeira diretoria da ABA foi composta pelos seguintes nomes do empresariado nova-iorquino: Presidente - Frank C. Munson (*Munson Steamship Line*); Vice-presidentes - A. Stuart Durrant (*International General Electric*) e Robert O. Hayward (*Dillon, Read & Co.*); Tesoureiro - James S. Carson (*Electric Bond and Share Co.*); Secretário - Renato Azevedo (*Lloyd Brasileiro*) único brasileiro da lista; Diretores - John McEntee Bowman (*Hotel Commodore*); Boies C. Hart (*National City Bank*); Berent Friele (*American Coffee Corporation*); James H. Furay (*United Press*); S. Mallet-Prevost (*Curtis, Mallet-Prevost, Colt & Mosle*); John L. Merrill (*All America Cables*); Kermit Roosevelt e Frank C. Russell (*National Coffee Trade Council*). Revista *Brazil*. Ano 4. n. 37. Aug. 1931 p 18.

²¹⁸ Revista *Brazil*. Ano 4. n. 28, nov. 1930. p 8.

A lista de presidentes da *American Brazilian Association* até 1945: Lewis E. Pierson - banco *Irvin Trust Company*; Berent Friele - *American Coffee Corporation*; William T. Moran - *National City Bank*; Leslie E. Freeman - *Mosses & Freeman*; Joseph T. Wilson - *International Business Machines (IBM)*.

a chefia econômica e social do Ministério das Relações Exteriores. O lado positivo sucedeu com a indicação de Berent Friele à Presidência da Associação.²¹⁹

Norueguês-estadunidense, conhecido como o maior importador de café brasileiro, Berent Friele, foi, “sem dúvida, o mais importante americano no Brasil”.²²⁰ Conhecedor da língua e costumes brasileiros, trabalhou no Brasil desde 1917, presidindo, de 1929 a 1946, a *American Coffee Corporation*, sucursal da *Great Atlantic & Pacific Tea Company*, responsável pela seleção e compra do café da Colômbia e Brasil.²²¹ Tinha contato com a alta política brasileira, o que lhe dava livre acesso aos homens-chave do Brasil, em especial a Oswaldo Aranha. Esse relacionamento com as pessoas do governo foi crucial para sua nomeação como diretor da divisão brasileira do OCIAA pelo amigo Nelson Rockefeller.²²²

Para anunciar a contratação de Friele pelo OCIAA, Drew Pearson publicou nota especial aos jornais de Nova Iorque:

O homem do café de Rockefeller.
Você compra 50 ou 100 libras de café por ano, mas Berent Friele compra 300 milhões de libras. Ele fez isso até janeiro passado, quando Nelson Rockefeller o tirou da *Great Atlantic and Pacific Tea Company* para colocá-lo em um pequeno escritório no Departamento de Comércio. Hoje ele é um membro desse seleto grupo conhecido brevemente como o “Escritório de Rockefeller” que está tentando melhorar as relações com América Latina.²²³

Sob a administração de Friele, a entidade aumentou consideravelmente o número de associados, passando de 16 membros, em 1934, para 250, em 1941.²²⁴

²¹⁹ Ofício nº 166 de José Joaquim Moniz de Aragão, Secretário-geral do Itamaraty, a Armando Vidal, Presidente do Departamento Nacional do Café. Rio de Janeiro, 11 out. 1934. AHI.

²²⁰ TOTA, Antônio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000, p. 83-84.

²²¹ Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 19 Sept. 1985.

²²² Ibid. p. 83-84.
Revista *Brazil*. Apr. 1941. p. 13.

²²³ Do original: *Rockefeller's Coffee Man. You buy 50 or 100 pounds of coffee a year, but Berent Friele buys 300 million pounds, rather, he did until last January, when Nelson Rockefeller borrowed him from the Great Atlantic and Pacific Tea Company and put him into a little office in the Department of Commerce. Today he is a member of that select company known briefly as the "Rockefeller Office", which is trying to improve relations with Latin America.* PEARSON, Andrew. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 31 May 1941. (Tradução nossa).

²²⁴ Revista *Brazil*, apr. 1941. p. 12. Esses números subiam a cada ano. Em 1945, a Associação contava com 350 membros. Revista *Brazil*. May 1945. p. 9.

Isso fez com que a associação ganhasse prestígio junto ao governo brasileiro para a consecução da propaganda. Com isso, a *American Brazilian Association* obteve privilégios de Estado como a obtenção de autorização para emitir certificados da Fatura Consular Brasileira, documento fiscal obrigatório emitido pelo Consulado Geral de Nova Iorque para qualquer bem exportado ao Brasil, onde havia discriminação das mercadorias com seus respectivos preços de venda.²²⁵

A *American Brazilian Association* expediu boletins brasileiros distribuídos aos sócios que continham informações nas áreas econômica e política, transmitidas por Joseph F. Brown,²²⁶ correspondente da entidade no Brasil; contudo, o maior trunfo da associação foi a subvenção à publicação da revista *Brazil*.

1.2.4.1 Revista *Brazil*

O lançamento da Revista ocorreu na mesma data da fundação da *American Brazilian Association*, em 15 de novembro de 1927,²²⁷ cujo papel foi divulgar o Brasil – e o café brasileiro – nos meios empresariais, políticos e intelectuais dos Estados Unidos.²²⁸ As vinte e quatro páginas do magazine não tinham subvenções diretas do governo brasileiro até 1938,²²⁹ ainda que houvesse patrocínio de empresas e órgãos

²²⁵ O preço de cada certificação era de 1 dólar para não sócios e cinquenta centavos de dólar para sócios. Revista *Brazil*. Ano 7. n. 78, Apr. 1935. p. 16.

²²⁶ Advogado estadunidense atuante no Brasil desde 1911. Em 1921, ele iniciou os trabalhos no jornalismo brasileiro. Era membro do Instituto Brasil-Estados Unidos e presidente da *American Society* no Rio de Janeiro. Revista *Brazil*, June 1943. p. 4.

²²⁷ Marisa Lajolo afirma que a revista *Brazil* foi publicada pelo Consulado de Nova Iorque, entretanto, não encontramos nenhum documento comprobatório dessa afirmação, visto que, se fosse periódico oficial, teria apoio formal do governo brasileiro desde o início da publicação, o que, como vimos, ocorreu mais de dez anos após o primeiro número de *Brazil*. Além do mais, a *American Brazilian Association* era uma associação privada. LAJOLO, Marisa. Monteiro Lobato: um brasileiro em trânsito. *Ilha do Desterro*. Florianópolis, n. 57, p. 037-057 jul./dez. 2009. p. 41.

²²⁸ FRIELE, Berent. Carta ao sr. Francisco Silva Jr., Diretor do *Brazilian information Bureau*. Nova Iorque, 15 set. 1938. AHI.
Localizamos na Biblioteca do Congresso dos EUA edições de agosto de 1929 ao quarto quadrimestre de 1959. Vol. 33, n 4.

²²⁹ Embora não faltassem pedidos, como subvenção em café, em 1934. A exceção foi o ano de 1930, quando o governo brasileiro depositou 150 dólares na conta da ABA. Ofício nº 166, de José Joaquim Moniz de Aragão, Secretário-geral do Itamaraty, a Armando Vidal, Presidente do Departamento Nacional do Café. Rio de Janeiro, 11 out. 1934. AHI.

brasileiros, como a Companhia de Navegação Lloyd Brasileiro, cujo diretor Renato de Azevedo pertencia aos quadros da ABA, e do Departamento Nacional do Café, parte interessada na divulgação do produto no mercado estadunidense.

Os primeiros números da revista *Brazil* apresentavam capas simples, sem distinção das demais páginas, num singelo tom em branco e preto. Basicamente trata do café e de alguns produtos primários, bem como dados econômicos e estatísticos, além de reprodução de matérias de jornais e fotos de paisagens brasileiras. Em janeiro de 1930, a revista ganhou capa diferenciada com a utilização de papel mais espesso. *Brazil*, contudo, continuava a ocupar suas linhas como um extenso boletim informativo sobre café (que ocupava grande parte das edições), clima, geografia, economia, estatísticas, arte e história do Brasil, guias de viagem, reprodução de palestras e discursos, notícias do governo brasileiro, fotografias e legislação comercial e consular que interessassem ao público leitor do periódico.

A Revista contou com as seguintes seções ao longo dos 15 anos pesquisados para a feitura desta Tese: *Book corner*, apresentação de pequenas resenhas de livros brasileiros; *State Reports*, notícias sobre estados brasileiros; *News briefs* (depois mudou para *Brazilian news*, em 1937), breves notícias sobre o governo e estatísticas econômicas; *Items from press bulletin service of the Ministry of Foreign Affairs*. Rio, criada em 1939, como o nome sugere, é o boletim de imprensa do Itamaraty; *Brazilian news letter*, reprodução de notícias da agência *United Press*; *Recent industrial developments in Brazil*, noticiário sobre a indústria, estreou em 1944.

Em 1941, houve mudanças na Revista. O professor da Universidade de Utah, Frederic W. Ganzert,²³⁰ membro da Associação, passou a colaborar com textos históricos sobre o Brasil. O periódico contou também com colunas mensais. Em 1941, Joseph F. Brown passou a redigir a coluna *Brazilian news letter*, dois anos depois, em

A partir de novembro de 1938, a Revista recebeu subsídios mensais do Itamaraty para sua publicação. Telegrama nº 69 da Secretaria de Estado das Relações Exteriores ao Consulado Geral em Nova Iorque. Assunto: despesas reservadas. Publicação "*Brazil*". Rio de Janeiro, 18 nov. 1938. AHI.

²³⁰ Professor Frederic William Ganzert, da Universidade de Utah, Salt Lake City, na lista das individualidades que recebem no estrangeiro as publicações distribuídas pela Secretaria de Estado das Relações Exteriores. O professor Ganzert, inclusive, esteve um ano no Brasil, pesquisando documentos para publicar obra sobre o Barão do Rio Branco. Ofício nº 171 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministro Interino Mário Pimentel Brandão. Washington, 21 abr. 1937. Aparentemente, a obra sobre o Barão do Rio Branco não foi publicada na íntegra, localizamos apenas um artigo do professor Frederic William Ganzert. GANZERT, Frederic William. The Baron do Rio Branco, Joaquim Nabuco, and the growth of Brazilian-American friendship, 1900-1910. *The Hispanic American Historical Review*, 1942. 22, p. 432- 451.

1943, o título mudou para *News and views from Brazil*. Ainda em 1941, Jeanne Batten²³¹ redigiu *Hemispherics*, um resumo da imprensa brasileira, mormente assuntos educacionais e femininos. Em outubro de 1943, J. Gordon Leahy²³² foi incumbido de escrever *What do you know about Brazil*, um jogo de quizz composto por 300 perguntas, divididas ao longo das edições subsequentes.

Figura 9 – Imagens acima: Edição de novembro de 1930, onde se lê o comunicado do novo governo: “Brasil e seu novo governo. Para dar uma ideia da aprovação unânime do Povo americano por meio do reconhecimento imediato por parte do governo americano do novo regime brasileiro, sob a Sua Excelência o Senhor Presidente Getúlio Vargas - nada mais eloquente do que os discursos que publicamos hoje, pelos oradores proeminentes no almoço da *American Brazilian Association* realizado no *Banker’s Club* em 15 de novembro, Dia da República brasileira. O discurso do Cônsul Geral Sebastião Sampaio na convenção anual da *National Coffee Association Roasters’*, que decorreu entre 10 e 15 novembro, é também publicado nesta edição, e fornece informações completas sobre o Presidente Vargas e seu gabinete”.²³³ Acervo xerocopiado da Universidade de Michigan.

²³¹ Consultora de Relações Públicas, porta-voz do *Bureau of the Manhattan Civilian Defense Volunteer Office*, compôs a diretoria executiva do *Women’s Association* e da *New York Adult Education Council*. Revista *Brazil*, Oct. 1942. p. 15.

²³² Não localizamos biografia de J. Gordon Leahy nas páginas de *Brazil*. Em nossa pesquisa, há inferência de que ele era um grande conhecedor do Brasil, há agradecimentos do tradutor de Casa Grande & Senzala ao Mr. Leahy. Ele fez parte do *Emergency Committee of Atomic Scientists Records*. <http://scarc.library.oregonstate.edu/omeka/items/show/21536>. Acesso em 30 set. 2015.

²³³ Do original: *Brazil and its new government. to give an idea of the American people’s unanimous approval of the immediate recognition by the American Government of the new Brazilian régime, under His Excellency President Getulio Vargas - nothing more eloquent than the addresses which we publish today, by the preeminent speakers at the luncheon of the American Brazilian Association held at the Banker’s Club on November 15th, Brazilian Republic Day. The address of Consul General Sebastião*

Figura 10 – Da esquerda para a direita. A primeira imagem é da edição de março de 1934, onde se vê a primeira mudança na capa de *Brazil*. Acervo xerocopiado da Universidade de Michigan. A segunda imagem, a edição de junho de 1936, mostra outra mudança capa, ocorrida em janeiro de 1936, com maior destaque para fotografias e borda em amarelo, modelo utilizado pela revista até sua última edição. Acervo fotografado da Biblioteca do Congresso dos EUA.

Em 1938, Berent Friele, o então presidente da ABA, enviou ofício a Francisco Silva Júnior, responsável pelo Escritório de Informações do Brasil em Nova Iorque. O conteúdo do documento versou sobre uma reunião ocorrida com os membros do conselho editorial de *Brazil*, no escritório de Silva Jr., acerca da utilização da revista no implemento das atividades turísticas brasileiras. Segundo Friele, a associação, por não deter fins lucrativos, tinha orçamento bancado, sobretudo, por “interesses americanos”, enquanto os editores de *Brazil* não recebiam qualquer vantagem financeira para tal intento.²³⁴

A proposta de Friele consistia no aumento da tiragem da Revista para 2 mil exemplares, podendo o governo brasileiro arcar com a assinatura de metade deste

Sampaio at the Annual Convention of National Coffee Roasters' Association, which was held from November 10th to 15th, is also publish in this issue, and gives complete information about President Vargas and his Cabinet. Revista *Brazil*. Ano 4. n 28, Nov. 1930.

²³⁴ FRIELE, Berent. Carta ao sr. Francisco Silva Jr. Representante do *Brazilian Information Bureau*, 15 Nov. 1938. AHI.

número a um custo de vinte centavos de dólar (US\$0,20) cada cópia, acrescido de dois centavos de postagem. Além do incremento financeiro, o governo brasileiro deveria enviar ao comitê editorial de *Brazil* material fotográfico e artigos variados para publicação na Revista. Caso houvesse interesse, Berent Friele sugeriu anúncios do Departamento de Turismo, da Companhia Ferroviária de São Paulo e rede hoteleira do Rio de Janeiro, ao custo de cem dólares a página.²³⁵

A cúpula do Itamaraty tomou conhecimento da proposta de patrocínio. A revista *Brazil* tinha potencial para ser um baluarte da propaganda brasileira nos EUA, assim comentou Renato Almeida, alto funcionário do Ministério das Relações Exteriores, ao ministro Oswaldo Aranha:

Devo informar a V. Exa. de que está em jogo um periódico que, pelo trabalho paciente, tenaz e profícuo em prol do bom nome do Brasil, merece ser plenamente apoiado. Assim, o Ministério das Relações Exteriores poderá contribuir materialmente para o aumento do prestígio e da difusão desse mensário, fornecendo-lhe elementos do noticiário e informação do Brasil, bem como a importância mensal de 40 libras, em troca de 500 exemplares de cada número. A parte informativa poderá constar da remessa do “boletim aéreo” semanal e da matéria mais importante do noticiário diário do Serviço de Imprensa.²³⁶

A proposta de custeio à revista foi aceita pelo Ministério das Relações Exteriores. O procedimento corriqueiro consistiu no pagamento mensal por 500 exemplares, sendo 100 deles enviados ao Brasil e os 400 restantes distribuídos a bibliotecas, câmaras de comércio, universidades e outros interessados, principalmente na cidade de Nova York.

A quantia paga inicialmente à *American Brazilian Association*, 184 dólares, era remetida das reservas brasileiras em Londres ao *The National City Bank of New York*, por sinal, patrocinador da Revista, com recibos sempre assinados ao Cônsul do Brasil em Nova Iorque, Oscar Correia, em três vias, uma delas encaminhada diretamente ao Ministro das Relações Exteriores.²³⁷

²³⁵ FRIELE, Berent. Carta ao sr. Francisco Silva Jr. Representante do *Brazilian Information Bureau*, 15 Nov. 1938. AHI.

²³⁶ Memorando da Secretaria de Estado das Relações Exteriores ao Ministro das Relações Exteriores, 09 nov. 1938. AHI.

²³⁷ Recibo de pagamento no valor de 184,62 dólares do senhor O. Q. Arney – secretário executivo da *American Brazilian Association*, ao Cônsul Oscar Correia, 03 out. 1939. AHI. No Arquivo Histórico do

O sucesso da publicação foi tamanho ao ponto de o governo aumentar substancialmente os subsídios à Revista, elevando, de 500 para 1.200, o número de exemplares subsidiados.²³⁸ O plano inicial seria distribuir de quatro a cinco mil exemplares mensais, porém, o orçamento, sempre exíguo, impedia, naquele momento, a ampliação da tiragem subvencionada.²³⁹

Desse modo, as relações entre revista *Brazil* e Itamaraty se estreitavam cada vez mais, tornando essa publicação um dos carros-chefe da propaganda do Brasil nos EUA, como informou o Cônsul do Brasil em Nova Iorque:

Seria inútil encarecer perante Vossa Excelência, que bem os conhece, todos os serviços que a '*American Brazilian Association*' vem prestando às relações culturais e comerciais entre o Brasil e os Estados Unidos da América desde o tempo de sua fundação.

O senhor O.Q. Arner, que é o encarregado da publicação da revista '*Brazil*', excelente fonte de informações sobre nosso país, tem dado inequívocas provas de sua desinteressada amizade pelo Brasil, pelo que, muito merece do reconhecimento deste Consulado Geral, motivo que me leva a respeitosamente solicitar permissão para o recomendar a especial atenção de Vossa Excelência.²⁴⁰

Assim, a revista *Brazil*, apesar da natureza privada, foi pautada, em algum grau, pelo Consulado Geral de Nova Iorque, ou seja, pelos interesses das gestões do Itamaraty. Vale lembrar que na cidade de Nova Iorque havia outra publicação sobre o Brasil, a *Brazil Today* (embora surgida noutro contexto) – evidência da sobreposição de órgãos de propaganda brasileira nos EUA, como aponta esta Tese.

Itamaraty, Lata 813, maços diversos, existem vários recibos de pagamento da Diretoria da Revista *Brazil* ao Cônsul de Nova Iorque.

²³⁸ As fontes indicam que a tiragem da Revista *Brazil* variava. De 1929 a 1934, cinco mil exemplares circulavam em média. Em 1937, o número caiu para mil exemplares. Destes, quinhentas cópias da revista *Brazil* eram adquiridas pelo governo brasileiro ao custo de 184 dólares mensalmente. Há um documento [assinatura ilegível] proveniente da *American Brazilian Association*, responsável pela publicação de *Brazil*, dirigido ao Ministro Interino das Relações Exteriores, Luiz Faro Jr., para o incremento do número de exemplares para cinco mil cópias mensais ao custo de 920 dólares, devido ao sucesso da publicação nos EUA, contudo, ao que parece, tal pedido foi negado. Ofício S/N da *American Brazilian Association* ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Iorque, 16 Out. 1939. 591.21(22). AHI

²³⁹ FARO JÚNIOR, Luiz de. Carta a Berent Friele. Nova Iorque, 22 nov. 1939. AHI. As despesas com a revista *Brazil* subiram nos anos posteriores. Em 1940, 700 exemplares custavam ao governo brasileiro 369 dólares por mês. O despacho nº DA/CT/22/321.6, de 9 de fevereiro de 1940, estabeleceu esse novo valor. Ofício nº 234 do Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha ao Cônsul Geral do Brasil em Nova Iorque, Oscar Correia. Rio de Janeiro, 31 dez. 1940; 04 dez. 1940. AHI.

²⁴⁰ Ofício nº 46 do Consulado Geral do Brasil em Nova Iorque ao Ministro das Relações Exteriores. Nova Iorque, 05 abr. 1940. AHI.

2 PAPEL TIMBRADO - PAPEL JORNAL: A POLÍTICA DE PROPAGANDA DO ITAMARATY

Paradoxalmente, esses homens cultos, desinibidos e avançados representavam um país que não conseguiam ajudar a tirar do atraso. Mas o puseram no mapa. E o colocaram, um Brasil cujas exportações se concentravam naquilo que Capistrano de Abreu chamava de produtos de sobremesa, e onde não se inventava nem se descobria nada, no plenário das primeiras grandes reuniões econômicas e técnicas multilaterais. E o fizeram respeitado.

Alberto Costa e Silva.²⁴¹

2.1 “*Revolution in revolutions*”: o governo Getúlio Vargas e a propaganda brasileira nos Estados Unidos organizada pelo Itamaraty

Na epígrafe deste capítulo, o embaixador Alberto da Costa e Silva, em prefácio à obra de Paulo Roberto de Almeida, definiu o paradoxal exercício da diplomacia brasileira, evidenciando a relação entre representante e representado. Ele se referiu às missões diplomáticas oriundas do período monárquico, porém, seu raciocínio se aplica, sem nenhuma dúvida, àquelas experiências políticas do período getulista. Apesar de toda a pompa de modernidade, o Brasil ainda era, nas sábias palavras de Capistrano de Abreu, exportador de café, açúcar, cacau e outros “produtos de sobremesa”.

Eram dois *Brasis*: o *fictício*, representado pelo aristocrático mundo da diplomacia; e o *real*, o desigual país que se propunha ser moderno, baseando-se num regime autoritário de governo.²⁴² Esse contraste, linha tênue que separava o Brasil do discurso do país da realidade, era pauta de muitos comentários na imprensa

²⁴¹ ALMEIDA, Paulo Roberto. *Formação da diplomacia econômica no Brasil*: as relações econômicas internacionais no Império. São Paulo: Senac, 2005. p. 17. Prefácio de Alberto Costa e Silva.

²⁴² Ângela de Castro Gomes caracteriza o Estado Novo de natureza autoritária, embora houvesse uma divisão periódica em dois momentos. De 1937 a 1941, o regime se caracterizou como autoritário, desmobilizador da população, tendo seu momento de endurecimento nos anos de 1939 a 1941. De 1942 a 1945, já ao lado dos EUA, houve a remodelação do Estado Novo, caracterizando-se, *grosso modo*, pela mobilização em torno dos direitos trabalhistas, um pacto político entre Estado e trabalhadores. GOMES, Ângela de Castro. Estado Novo: ambiguidades e heranças do autoritarismo no Brasil, p. 56-57. In: ROLLEMBERG, Denise & QUADRAT, Samatha Viz. (orgs). *A construção social dos regimes autoritários*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira: 2010.

internacional. Cabia aos diplomatas, portanto, serem propagandistas ou divulgadores de um Brasil moderno ainda inexistente, mas desejoso de se tornar, no porvir, uma forte nação. Deve-se pensar, então, sobre esses sujeitos executores das ações de divulgação do Brasil no Exterior. Como exposto no capítulo anterior, a propaganda brasileira organizada pelo Itamaraty deve ser analisada em separado dos demais órgãos brasileiros, por duas razões.

Primeira, porque o Ministério das Relações Exteriores, um dos órgãos responsáveis pela elaboração da política externa do governo Vargas,²⁴³ é mais sensível às repercussões de notícias sobre o país, além de ser o órgão intermediador de contatos entre os estrangeiros e brasileiros, já que a atividade diplomática só existe “em função da relação com o outro, esse estranho com quem se busca estabelecer contato”.²⁴⁴ Essa singela frase guarda em si a definição da natureza do trabalho diplomático, que é a “busca do diálogo com uma exterioridade em relação ao sistema instituído”.²⁴⁵

Segunda, a política de propaganda para o Itamaraty, principalmente sob gestão de Oswaldo Aranha, tinha um objetivo claro: alicerçar-se nas disputas pela liderança subcontinental com a Argentina.

O corpo de servidores de carreira faz parte da elite do funcionalismo público, sendo responsável por informar, representar e conduzir negociações em defesa dos interesses nacionais, sob qualquer regime político, utilizando, nessa atuação, a palavra. Logo, “ao mostrar uma visão agradável de seu país, faz amigos, relações, às quais ele transmite imagens favoráveis”.²⁴⁶ Em meio ao diálogo, muitas vezes nos bastidores, são resolvidas querelas centenárias, cujas consequências resultariam, em alguns casos, em conflitos armados.

²⁴³ Eduardo Svartman aponta a influência dos seguintes órgãos sobre os rumos da política externa brasileira: Itamaraty, organizações da área econômica (câmbio e comércio exterior) e agências militares (políticas de defesa nacional e modernização das forças armadas). SVARTMAN, Eduardo Munhoz. *Diplomatas, políticos e militares*. As visões do Brasil sobre a Argentina durante o Estado Novo. Passo Fundo: EDIUPF, 1999. p. 61.

²⁴⁴ MENEZES, Roniere. *O traço, a letra e a bossa*. Literatura e diplomacia em Cabral, Rosa e Vinícius. Belo Horizonte: EDUFMG, 2011. p. 73.

²⁴⁵ Ibid. p. 80.

²⁴⁶ DUROSELLE, Jean-Baptiste. *Todo Império perecerá*. Teoria das relações internacionais. Brasília: UNB, 2000. p. 113.

Embora o Brasil não fosse um agente importante no concerto internacional, salvo em algumas ocasiões, como nas duas guerras mundiais, sua diplomacia era digna de respeito no “imbricado jogo de cena” das relações internacionais. Mesmo “de costas” à América hispânica e a um oceano de distância do teatro europeu, o país despontava como nação de forte tradição no protocolar mundo das relações exteriores. Além da representação política, os diplomatas atuavam como analistas da cultura e sociedade de sua terra natal, ainda sob olhar de quem não podia retornar²⁴⁷. É a esse olhar, muitas vezes saudoso, que o trabalho diplomático se atém.

O corpo de servidores do Ministério das Relações Exteriores, instalado nas nove representações diplomáticas nos Estados Unidos,²⁴⁸ detinha uma árdua missão: enunciar o país ao público letrado estadunidense, composto por intelectuais, jornalistas, políticos e leitores das páginas internacionais dos grandes jornais. A visão do Brasil autoritário, antidemocrático, atrasado, pobre e fiel à cartilha fascista, tantas vezes propalada pela imprensa estadunidense, deveria ser refutada e substituída pela imagem de um país vasto, potencialmente rico, democrático (de modo peculiar), moderno e leal aos Estados Unidos. Em suma, a estratégia de propaganda do Itamaraty consistia num trabalho semelhante ao ofício do profissional de *relações públicas*, seja na análise do conteúdo das informações (visões) sobre o Brasil, veiculadas nos EUA, como também no estabelecimento de medidas para alterar ou manter essas concepções.

É importante esclarecer que a preocupação da diplomacia brasileira com a imagem externa e, conseqüentemente, a adoção de propaganda no estrangeiro existiu desde o início da República, porém sem organização e continuidade.²⁴⁹ Durante a presidência de Afonso Pena, por exemplo, foi organizado um serviço de propaganda no Exterior com finalidade de atração de capitais ao país. Ficou

²⁴⁷ MENEZES, Roniere. *O traço, a letra e a bossa*. Literatura e diplomacia em Cabral, Rosa e Vinícius. Belo Horizonte: EDUFMG, 2011. p. 71-85.

²⁴⁸ Embaixada na Capital Federal, Washington D.C e oito Consulados: Nova Iorque (Geral), Boston, São Francisco, Chicago, Miami, Norfolk, Nova Orleans e Filadélfia.

²⁴⁹ CERVO, Amado & BUENO, Clodoaldo. *História da política exterior do Brasil*. Brasília: EDUNB, 2008. p. 155-159.

conhecido como “embaixada de ouro”, por ser dispendiosa e praticamente sem resultado.²⁵⁰

Uma ação efetiva e exitosa ocorreu durante a gestão do Barão do Rio Branco na Chancelaria, de 1902 a 1912. Essa foi considerada como a primeira tentativa de estabelecimento de uma política de propaganda no Brasil no exterior, por meio do enaltecimento de figuras representativas da “cultura e civilização brasileiras”.²⁵¹ Ainda assim, era queixa frequente no meio diplomático o fato de o Brasil ser o “grande desconhecido do século XX” no estrangeiro.²⁵²

Como em qualquer regime recém-implantado, os vitoriosos da Revolução de 1930 trataram de atingir duas metas: comunicar à comunidade internacional mudanças e, acima de tudo, permanências da política vindoura; e analisar a reputação brasileira no exterior.

Logo após o episódio da revolução de 1930, a Chancelaria, ainda em estado de transição para outro comando, emitiu última circular telegráfica da gestão Mangabeira – ligada ao governo Washington Luís – às representações brasileiras no Exterior, comunicando a instalação do governo provisório:

[...] O ex-presidente Washington Luís entregou o governo hoje, recebendo todas as considerações devidas ao seu alto cargo. Ministros de Estado exonerados. Programa governo Provisório, confraternização imediata família brasileira, manutenção compromissos nacionais exterior, pacificação espíritos dentro país. Movimento realizado sem sangue, máxima ordem, respeito autoridades depostas. Povo acompanhou entre aclamações desenrolar acontecimentos. Cidade apresenta aspecto dias grandes festas

²⁵⁰ GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990. p. 54.

²⁵¹ Gilberto Freyre assevera que o “primeiro gênero” de propaganda brasileira no exterior, mais na Europa que nos EUA, foi desenvolvido por Barão do Rio Branco, ao enaltecer figuras exponenciais da “cultura” e “civilização” brasileiras. São elas: Ruy Barbosa, delegado na Conferência de Haia, em 1907; Santos Dumond, onde procurou “tirar partido para o Brasil da imensa popularidade alcançada na França” de “pai da aviação”; do médico Oswaldo Cruz, na contenção das epidemias de febre amarela; Pereira Passos, na urbanização e modernização da Capital da República; Marechal Hermes da Fonseca e Almirante Alexandrino de Alencar, pela modernização do Exército e Marinha, respectivamente. Freyre comenta ainda que o “marinheiro negro” João Cândido, ao se apoderar do navio Minas Gerais, em 1910, “praticou terrível, embora talvez involuntária, propaganda contra o Brasil”. A propaganda, pois, era de um país branco, de “uma grande nação latina”, uma “nova civilização europeia”, em que eram publicadas “fotografias de brancos reais ou aparentes, de trechos aparentemente europeus de avenidas e de teatros levantados no estilo neoclássico e de palacetes elegantemente normandos [...]”. FREYRE, Gilberto. *Ordem e Progresso*. Tomo 2. 2.ed. Rio de Janeiro, José Olympio, 1962. p. 442 e 443.

²⁵² DUMOND, Juliette. *L’Institut International de Coopération Intellectuelle et le Brésil (1924-1946)*. Le pari de la diplomatie culturelle. Paris: Collection Chrysalides, n. 4, éditions de l’IHEAL, 2008, p. 71-72.

nacionais. **Peço dar maior divulgação imprensa este primeiro boletim.** Ronald de Carvalho, respondendo pelo expediente do Ministério das Relações Exteriores.²⁵³ (grifo nosso).

O conteúdo da circular expressa o caráter pacífico do *Coup d'État*. Nas palavras oficiais, a expressão refere-se à instalação do governo provisório, com a “entrega” do cargo pelo último presidente eleito, Washington Luís. A divulgação do caráter do movimento o revela como eminentemente pacífico, “sem sangue, máxima ordem, respeito às autoridades depostas”, resultado de conflitos de ordem interna; ou seja, a divulgação da “imagem da política brasileira como o das revoluções sem sangue”,²⁵⁴ um movimento sem caráter expansionista ou beligerante, pois a circular informou a manutenção dos compromissos nacionais no exterior. Em outras palavras, continuidade dos pagamentos da dívida externa e manutenção do comércio com outras nações.

Além disso, destacou-se a participação da população, mais uma vez espectadora dos acontecimentos políticos nacionais, cujo papel fora reservado às festas de aclamação do novo governo. Merece realce a indicação do chefe interino, Ronald de Carvalho, para “dar maior divulgação à imprensa este primeiro boletim”.

Pode-se notar, portanto, a preocupação de comunicação dos fatos, não apenas aos representantes dos Estados, mas sim à imprensa, que, desinformada, poderia causar sérios transtornos políticos ao governo que acabara de ser instalado no Brasil.

A reação da imprensa à revolução de 1930, particularmente do Jornal *The New York Times*, foi positiva. Como exemplo, citamos uma série de artigos do professor do Departamento de História da Universidade de Columbia, Paul Vanorden Shaw.²⁵⁵ Num deles, bastante extenso, intitulado “E agora uma revolução na

²⁵³ Circular s/n (telegráfica), de 24 de outubro de 1930, às Missões Diplomáticas e Consulados de Carreira. In: CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. *História da organização do Ministério das Relações Exteriores*. EDUNB, 1983. p. 281.

²⁵⁴ CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em cena*. Propaganda política no Varguismo e no Peronismo. São Paulo: EDUNESP: 2008. p. 277.

²⁵⁵ Paul Vanorden Shaw, jornalista e professor na Universidade de Columbia, residiu no Brasil em 1936. Vinte anos depois, obteve visto de residência definitivo no País. Foi professor fundador da Universidade de São Paulo, onde lecionou de Antropologia e História da América. “Seu interesse pelo Brasil havia começado quando conheceu, na Universidade de Columbia, Gilberto Freire, daí estreitando com o pesquisador brasileiro laços profissionais que prosseguiram no Brasil. Shaw também foi por algum tempo correspondente do jornal *Sun*, de Baltimore, no Brasil, da mesma maneira, foi colaborador de O

revolução. Na América do Sul tem vindo uma mudança radical na natureza e na técnica de revoltas populares”,²⁵⁶ em que o professor elogia a “revolução” nos novos processos revolucionários na América Latina, enaltecendo diferenças entre as revoluções da década de 1930 e suas antecessoras.

Um das diferenças apontadas por Paul Vanorden Shaw foi a atitude dos revolucionários perante a comunidade internacional,²⁵⁷ já que houve preocupação por parte dos novos governantes em anunciar, com brevidade, os planos de governo e também a manutenção dos compromissos internacionais, motivo pelo qual o governo provisório de Getúlio Vargas não enfrentou problemas para ser reconhecido internacionalmente, sobretudo nos EUA.²⁵⁸

De acordo com o professor Shaw, a razão da melhoria significativa das comunicações entre América do Sul e Estados Unidos foi o serviço constante de duas companhias de navios a vapor interligando, semanalmente, norte e sul do continente, a partir de 1915. Com isso, as notícias da América do Sul chegavam com frequência, atraindo investidores e demais interessados nos assuntos da costa sul do continente americano.²⁵⁹

Não obstante a revolução de 1930 ter sido bem recebida internacionalmente, houve preocupação com a imagem do Brasil no exterior. Isso fez surgir uma intensa política de propaganda, como também forte censura efetuada por diversos órgãos

Estado de São Paulo [e correspondente da agência *Overseas News*]. Pouco antes de vir a trabalhar no USO [*United Service Organizations*] tinha sob sua responsabilidade a organização do *British News Service*. BARROS, Orlando de. *A guerra dos artistas: dois episódios da história brasileira durante a segunda guerra mundial*. Rio de Janeiro: E-papers, 2010. p. 106.

²⁵⁶ Do original: *And now a revolution in revolution. In South America there has come a radical change in the nature and technique of popular uprisings*. Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 02 Nov. 1930. (Tradução nossa).

²⁵⁷ CERVO, Amado Luiz & BUENO, Clodoaldo. *História da política exterior do Brasil*. Brasília: EDUNB, 2008. p. 233.

²⁵⁸ O correspondente do jornal *The New York Times* na Grã-Bretanha noticiou que houve queixa da oposição conservadora na Câmara dos Comuns pelo fato de os EUA terem “roubado um marco” na história das relações internacionais entre Reino Unido e Brasil, que foi o reconhecimento do novo governo de 1930. Em resposta aos membros do *Tory*, o Ministro das Relações Exteriores britânico, do governo trabalhista de MacDonald, Arthur Henderson, disse que o reconhecimento ocorreu no sábado, dia 08 de novembro, no mesmo dia da ação estadunidense. Além disso, ele explicou que a primazia dos EUA foi para corrigir um “grande disparate diplomático” (*diplomatic blunder*) do Secretário de Estado, Stimson, que havia recusado permitir carregamento de munições americanas aos vitoriosos revolucionários brasileiros. Além de EUA e Grã-Bretanha, França, Japão e Alemanha haviam reconhecido o novo governo brasileiro no início de novembro do mesmo ano. Jornal *The New York Times*, Nova Iorque, 11 Nov. 1930.

²⁵⁹ Jornal *The New York Times*, Nova Iorque, 02 Nov. 1930. p. 3 e 21.

governamentais, cujas ações buscavam, principalmente: organização do serviço de imprensa e propaganda, com fornecimento de material distribuído aos consulados; catalogação de informações sobre o Brasil, fornecidas pelos diplomatas nos EUA; negociações com empresas de intermediação e promoção de propaganda nos jornais; e adoção de “tratamento especial” aos correspondentes internacionais e acadêmicos, efetuando-se, em caso extremo, expulsão de jornalistas, na tentativa de convencer esses profissionais da notícia (teoricamente livres) a censurarem ou alterarem alguma reportagem sobre o Brasil.²⁶⁰

Para a efetivação de tais medidas, o Ministério das Relações Exteriores passou por importantes reformas a fim de adequar-se às novas exigências políticas da época²⁶¹. Seu primeiro chanceler no pós-revolução de 1930, Melo Franco (1930-1932), ampliou o *Serviço de Imprensa*, iniciando, de maneira tímida, um serviço de informações econômicas e financeiras do Brasil no exterior, por meio da publicação de boletins em Inglês, Alemão, Francês, Espanhol e Italiano, para distribuição na imprensa de acordo com critério das missões diplomáticas e consulados.²⁶²

Tais boletins só puderam ser impressos graças à aquisição de dois mimeógrafos “novos e modernos”, adquiridos na gestão do Ministro Mangabeira, anterior ao governo provisório. Antes, para termos ideia, não havia sequer estrutura própria para impressão, prevalecendo, portanto, um “trabalho artesanal” na administração da Chancelaria, pois qualquer documento oriundo do Exterior com destinação às repartições públicas brasileiras deveria passar pelo Itamaraty para ser catalogado, datilografado e, por fim, encaminhado ao órgão destino. Com o serviço mimeográfico, bastaria reproduzi-lo para posterior encaminhamento.²⁶³

Diretamente subordinado ao Gabinete do Ministro, o Serviço de Imprensa detinha quatro atribuições básicas: relacionamento com agências e correspondentes de jornais brasileiros e estrangeiros; envio de recortes e resenhas de jornais

²⁶⁰ Como será visto no capítulo 3 desta tese.

²⁶¹ As demissões e nomeações advinham por decreto. O governo afastou membros do antigo regime do Itamaraty, exceto Rodrigues Alves e Pedro Veloso. SVARTMAN, Eduardo Munhoz. *Diplomatas, políticos e militares*. As visões do Brasil sobre a Argentina durante o Estado Novo. Passo Fundo: EDIUPF, 1999. p. 63.

²⁶² Relatório apresentado ao Chefe do governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1930. p. 75.

²⁶³ Relatório apresentado ao Chefe do governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1930. p. 73.

brasileiros ao Ministério; redação de notas ou informações relevantes ao Itamaraty para divulgação em jornais, agências e correspondentes; e administração de solicitações de audiências do Ministro a jornalistas brasileiros e estrangeiros.²⁶⁴

Sobre a propaganda, ainda entendida como promoção de produtos brasileiros,²⁶⁵ foi criado, em 1931, um quadro de *Delegados Comerciais*, subordinados ao Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, “por intermédio dos Adidos Comerciais e sob fiscalização dos Chefes das Missões Diplomáticas”.²⁶⁶ Aparentemente, a divisão entre os dois ministérios não surtiu efeito desejado, pois, no ano seguinte, em 1932, as atribuições relativas ao comércio exterior voltaram ao controle do Itamaraty²⁶⁷ com “pessoal, material e verbas, inclusive com o acréscimo de mais um serviço, o de Publicidade e Informações, Cinematografia e Fotografia”.²⁶⁸

Mesmo com as mudanças ora mencionadas, a política de propaganda, segundo avaliação do governo brasileiro, “continuava ainda sem rumo certo, marcada por várias experiências infelizes e por medidas administrativas equivocadas e inoportunas”.²⁶⁹ De início, era necessário preservar os interesses da nova lógica política brasileira, notando-se, ademais, preocupação com a imagem do governo no estrangeiro.

²⁶⁴ BRASIL. Decreto nº. 19.926, de 28 de abril de 1931. Regulamento Mello Franco, da Secretaria de Estado. In: CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. *História da organização do Ministério das Relações Exteriores*. EDUNB, 1983. p. 298.

²⁶⁵ Consultamos as circulares do Itamaraty desde o início da República ao fim do Estado Novo. Desse material, o termo “propaganda” se referia, predominantemente, à promoção de produtos no mercado externo, exceto no período de Barão do Rio Branco (1902-1912). Apenas em 1930 é que o conceito abrange a imagem do País como um todo.

²⁶⁶ BRASIL. Decreto nº. 20.011, de 11 de junho de 1931. In: CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. *História da organização do Ministério das Relações Exteriores*. EDUNB, 1983. p. 302.

²⁶⁷ BRASIL. Decreto nº. 21.305, de 19 de abril de 1932. In: CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. *Ibid.*, p. 302.

²⁶⁸ Cf. A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939. Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano V, n. 9. – Brasília, DF: A Fundação, 2006, p. 328.
Com a fusão do Instituto de Expansão Comercial, do Serviço de Informações do Ministério da Agricultura e dos antigos Serviços Econômicos e Comerciais do Ministério das Relações Exteriores, formou-se o Departamento Nacional do Comércio. Relatório apresentado ao Chefe do governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1932. p. 36-37.

²⁶⁹ BRASIL. Decreto nº. 20.011, de 11 de junho de 1931. In: CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. *História da organização do Ministério das Relações Exteriores*. EDUNB, 1983. p. 314.

Em janeiro de 1931, o Ministério das Relações Exteriores encaminhou circular intitulada: “Noticiário referente situação Brasil” às missões diplomáticas e consulados em Nova Iorque, Barcelona, Genebra, Hamburgo e Gênova, recomendando às representações brasileiras a obtenção, “na íntegra, em resumo ou em parte, a publicação do noticiário incluso, nos jornais dessa cidade, de sorte a esclarecer a opinião sobre a situação brasileira, evitando que continuem a circular notícias tendenciosas e deprimentes para o Brasil”.²⁷⁰

O anexo da circular – espécie de texto-base para ser publicado ou comentado pelos diplomatas - procurou tranquilizar a “opinião pública” internacional acerca dos novos rumos tomados pelo Brasil com Getúlio Vargas no poder. Assim, informou que a situação política e econômica “se apresenta perfeitamente calma e cresce, dia a dia, a confiança da nação no governo provisório, pela sequência de atos e reformas, visando à obra de reconstrução nacional”.²⁷¹ O texto de apelo propagandístico evidenciava várias reformas destinadas ao progresso nacional. Ademais, enfatizou a identidade política do governo provisório:

A grande manifestação, que os operários do Distrito Federal fizeram ao chefe do governo e ao ministro do Trabalho, foi um alto testemunho de confiança na ação do poder público e um desmentido formal a todas as explorações isoladas de comunismo, que aqui não encontraram nem encontram menor agasalho. São vozes isoladas, em geral de estrangeiros, sem significação no meio operário nacional.²⁷²

Um governo com certa proximidade aos operários poderia ser confundido com uma “república sindical” ou governo socialista, o que não era o caso do Brasil. Informar, sobretudo aos EUA, da natureza *não comunista* da revolução de 1930 era importante para separar o Brasil de outros países, que, imersos em um processo revolucionário de apelo popular, se isolaram, em termos políticos, dos EUA, entre eles a Rússia e, principalmente, o México.

²⁷⁰ BRASIL. Circular de 31 jan. 1931. Índice: “Noticiário referente situação Brasil”. AHI. 119/04/16. In: A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939. Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano V, n. 9. – Brasília, DF: A Fundação, 2006. p. 22-23.

²⁷¹ BRASIL. Circular de 31 jan. 1931. Índice: “Noticiário referente situação Brasil”. AHI. 119/04/16. Ibid.

²⁷² BRASIL. Circular de 31 jan. 1931. Índice: “Noticiário referente situação Brasil”. AHI. 119/04/16. Ibid.

Apesar de ter sido oriundo de um golpe, o discurso do governo provisório era alinhado aos EUA, um Estado liberal-democrático, pois, assim como na América do Norte, no Brasil da Revolução de 1930,

A imprensa é livre, sem a menor censura, e discute os atos do governo com o máximo desembaraço, mantendo-se sempre em contato com o governo, cujos membros recebem, constantemente, em entrevistas individuais ou coletivas, os jornalistas que os procuram. Não há presos políticos e o governo só determina a detenção de indivíduos que se possam tornar perigosos à ordem pública. O número desses é diminuto.²⁷³

Pergunta-se, então: para quem se destinava o recado de que a imprensa no Brasil era livre? Sem dúvida, não era aos governos estrangeiros, pois, salvo exceções, não se preocupavam com a situação das liberdades democráticas naqueles conturbados anos trinta do século XX. O recado endereçava-se à própria imprensa internacional, notadamente a estadunidense.

Mais uma vez, há indício da preocupação do governo brasileiro com a opinião dos jornais estadunidenses sobre o país, como pode ser visto em diversas circulares enviadas no decorrer de 1931, que tinham uma característica comum: comunicar à imprensa, funcionando como um “porta-voz” do governo brasileiro no Exterior. O conteúdo pretendia tranquilizar bancos internacionais sobre a situação econômica do país.²⁷⁴

Em fins de dezembro de 1932, o Serviço do Itamaraty iniciou a distribuição do volume *Brasil - 1932*. Tal publicação com “215 páginas de texto, 32 páginas com gráficos coloridos e um mapa econômico do Brasil”, com tiragem de 4.200 volumes,

²⁷³ BRASIL. Circular de 31 jan. 1931. Índice: “Noticiário referente situação Brasil”. AHI 119/04/16. In: *A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939*. Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano V, n. 9. – Brasília, DF: A Fundação, 2006. p. 22-23.

²⁷⁴ Exemplos: Circular nº. 566, de 24 mar. 1931. Índice: “Situação financeira” AHI. 119/04/16; Circular nº. 567, de 30 mar. 1931. Índice: “Situação econômica e financeira do Brasil” AHI 119/04/16; Circular nº. 602, de 29 jun. 1931. Índice: “Declarações do Senhor Ministro de Estado” AHI 119/04/16. In: *A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939*. Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano V, n. 9. – Brasília, DF: A Fundação, 2006. p. 25-26.

sendo 3.000 em Inglês e 1.200 em Português, consistia na divulgação do país no estrangeiro, em especial, das suas “possibilidades econômicas”.²⁷⁵

Fruto das reformas propostas pelo chanceler Melo Franco, o governo brasileiro se empenhava em melhor articular a divulgação do Brasil no Exterior. Logo, a circular de 17 de julho de 1933 estabelecia regras mais claras, como o envio de noticiário semanal relativo à vida brasileira, produzido pelo Serviço de Imprensa do gabinete ministerial, destinado às missões diplomáticas e consulados de carreira. Tal noticiário informava “sobre os fatos mais importantes das diversas atividades nacionais”.²⁷⁶ A circular pedia empenho dos diplomatas para publicação dos fatos noticiados pelo governo na imprensa estrangeira ou a particulares, quando solicitados.

Outras medidas foram empregadas para aperfeiçoar o serviço de propaganda do Brasil, como, por exemplo, a irradiação em ondas curtas do *Programa Nacional*. Tal programa radiofônico, organizado pela Imprensa Nacional, chefiada por Sales Filho, foi transmitido diariamente, das 19h30min às 20h, em rede, para todo o Brasil. Consistia de noticiário nacional e internacional recebido das agências telegráficas.

A parte internacional do *Programa Nacional*, comandado pelo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, era transmitida em Inglês, Francês, Espanhol, Italiano e Alemão. “Os 1.149 boletins transmitidos seguiam o estilo da parte nacional. Eles foram arrolados em três áreas: aspectos do desenvolvimento cultural do Brasil, assuntos econômico-financeiros e turismo”.²⁷⁷

O Ministério das Relações Exteriores, a pedido do Diretor-Geral da Imprensa Nacional, enviou circular a fim de saber se houve alguma repercussão desse novo programa de rádio no Exterior.²⁷⁸ Segundo relatório governamental, o desempenho do programa medido pelas 1.457 cartas vindas do estrangeiro foi bem-sucedido. As

²⁷⁵ Relatório apresentado ao Chefe do governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1932. p. 36 e 37.

²⁷⁶ BRASIL. Circular nº. 786, de 17 março de 1933. Índice: “Noticiário semanal”. AHI 119/05/02. In: A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939. Cadernos do CHDD. p. 115. Naquele ano, para divulgação de assuntos brasileiros no estrangeiro, foram publicados 51 boletins semanais. Relatório apresentado ao Chefe do governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1933. p. 60.

²⁷⁷ SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação*. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2003. p. 81 e 88.

²⁷⁸ BRASIL. Circular nº 902, de 08 de agosto de 1934. Índice: “Irradiações do Programa Nacional. Propaganda do Brasil”. AHI 119/5/4. In: Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano V, n. 9. – Brasília, DF: A Fundação, 2006. p. 128-129.

cartas foram respondidas num só mês pelo DPDC que, em troca, remetia folhetos, mapas e material de propaganda do Brasil.²⁷⁹

O chanceler Félix de Barros Cavalcanti de Lacerda, ministro de 1933 a 1934, condensou regulamentos anteriores e definiu as principais incumbências dos chefes de missão diplomática. Algumas dessas atribuições diziam respeito à imprensa internacional, como: “refutar notícias tendenciosas sobre o Brasil; incentivar o intercâmbio cultural; remeter diários e revistas que tratassem de assuntos brasileiros; e informar sobre os dados estatísticos mais recentes”.²⁸⁰

Em 1933, o Serviço de Publicidade do MRE publicou 51 boletins de informações brasileiras no Estrangeiro,²⁸¹ mimeografados semanalmente. No ano seguinte, em maio de 1934, os serviços comerciais brasileiros criaram um boletim comercial, publicado às sextas-feiras, no *Diário Oficial*, com notícias comerciais do Exterior e Interior do país. Tais boletins serviam como “resumo padronizado” de notícias brasileiras no Exterior. Ao fim de cada mês, era feito um volume mensal dos boletins para distribuição no Brasil (400 volumes) e exterior (300 exemplares) e mais 200 às missões diplomáticas e consulados.²⁸²

O sucesso alcançado pelos regimes fascistas na primeira metade dos anos de 1930 incentivava autoridades brasileiras a copiarem modelos, sobretudo no que tangia à propaganda política.²⁸³ Em 1934, Luís Simões Lopes, oficial de gabinete do Secretário da Presidência da República, em viagem à Europa, escreveu a Getúlio Vargas sobre os êxitos alemães em diversas áreas, como o bem-sucedido Ministério da Propaganda, dirigido por Goebbels, e que gastava “milhões de libras” na irradiação da propaganda externa. Tal ministério “atuava sobre todos os fatos da vida alemã: desde a cultura física da juventude até a defesa, no exterior, contra notícias

²⁷⁹ BRASIL. Mensagem apresentada ao Poder Legislativo, em 03 de maio de 1936, pelo Presidente da República, Getúlio Dorneles Vargas. p. 29.

²⁸⁰ Cf. A Versão Oficial – Circulares Do Ministério Das Relações Exteriores 1930 – 1939. Cadernos do CHDD. p. 334-335.

²⁸¹ Relatório apresentado ao Chefe do governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1933. p. 60.

²⁸² Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Dr. José Carlos de Macedo Soares, Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1934. p. 22.

²⁸³ SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação*. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2003. p. 90.

tendenciosas etc. publicadas sobre os governantes, o sistema ou qualquer produto alemão”.²⁸⁴

Luís Simões Lopes sugeriu, pois, a criação de uma “miniatura daquele ministério no Brasil”, já que não havia recursos para a manutenção de um órgão similar ao alemão.²⁸⁵ Além da proposta germânica, a via italiana de comunicação também serviu de inspiração brasileira no que se refere à “propaganda cultural” para cativar intelectuais, como “aumento do intercâmbio e dos contatos entre professores e intelectuais brasileiros e italianos”. “Não faltaram também conferências de eminentes cientistas e intelectuais italianos de passagem pelo Brasil”.²⁸⁶

2.2 Serviço de Cooperação Intelectual

Com o tempo, observou-se relativa melhoria na propaganda, por meio dos novos regulamentos do Itamaraty, após a circular de 13 de agosto de 1934, que versava sobre a organização de um Serviço de Cooperação Intelectual inspirada na experiência da Liga das Nações (Instituto Internacional de Cooperação Intelectual, de Genebra e Paris).²⁸⁷ Tal serviço advinha de experiências brasileiras na área, servindo como local privilegiado para o estabelecimento de uma ideia de nação civilizada na

²⁸⁴ SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação*. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2003. p. 90-91.

²⁸⁵ Ibid.

²⁸⁶ BERTONHA, João Fábio. Divulgando O Duce e o Fascismo em Terra Brasileira: A Propaganda Italiana no Brasil, 1922-1943. *Revista de História Regional*, v. 5, n. 2, Ponta Grossa: UEPG. p. 96.

²⁸⁷ A Liga das Nações, em 21 de setembro de 1921, criou uma comissão para o estudo da cooperação intelectual internacional. Fruto dessa comissão foi um órgão Consultivo, criado em 4 de janeiro de 1922, o Comitê Internacional de Cooperação Intelectual (CICI), e, depois, Instituto Internacional de Cooperação Intelectual (IICI), estabelecido em Paris, em agosto de 1925, para atuar como uma agência executora das determinações do CICI. Esses órgãos pouco colaboram para a execução de seus propósitos. Em virtude da crise de 1929 e da Segunda Guerra Mundial, as atividades do CICI e do IICI foram paralisadas. Atualmente, a UNESCO é considerada como continuidade das ações do CICI e do IICI. UNESCO (1987). *A Chronology of UNESCO: 1947-1987*. Paris, 1987. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0007/000790/079049eb.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2012. Além do Instituto ligado a Liga das Nações, os EUA, que não fazia parte dessa organização, criou a União Pan-americana, em 1928.

Europa e também demonstração de liderança na América do Sul por meio da “propaganda intelectual” brasileira no Exterior.²⁸⁸

A participação brasileira no setor de cooperação intelectual serviria como elo entre os intelectuais estrangeiros e brasileiros, “pondo em contato escritores, encaminhando livros, divulgando trabalhos literários e científicos”.²⁸⁹ Também forneceria materiais de informação (livros, revistas, folhetos, jornais etc.) a “respeito da história, da vida social e das atividades intelectuais do Brasil, sobretudo onde e quando se publicarem notícias erradas sobre esses assuntos”. Estimulariam, ainda, nos centros estrangeiros, a “tradução e estudos críticos das obras representativas da cultura brasileira, em todos os ramos da produção literária”.²⁹⁰

O método de trabalho do referido Serviço consistiu na criação de fichários de escritores, professores e outros intelectuais, tanto do Brasil como do estrangeiro. Tal fichário já se encontrava em organização no Brasil, porém, para sua consecução no estrangeiro, era salutar a cooperação das missões diplomáticas e consulados que deveriam remeter uma espécie de cadastro, contendo:

Nomes, endereços e informações biobibliográficas [incluindo, informações confidenciais sobre as tendências políticas dos cadastrados] de intelectuais desse país que tenham, por qualquer forma (no livro, na cátedra ou na imprensa), manifestado interesse pela vida literária ou científica dos países ibero-americanos, ou hajam demonstrado conhecer a Língua Portuguesa ou Espanhola.²⁹¹

Os diplomatas, atuando como observadores privilegiados do que se publicava sobre o Brasil no Exterior, deveriam indicar e remeter “exemplares avulsos de jornais, recortes ou integrais, em cinco vias, [indicando, igualmente, as tendências político internacionais dos periódicos] em que, mesmo sem regularidade, se trate da produção

²⁸⁸ Juliette Dumond assevera que o Brasil já fazia parte da comissão desde 1925. DUMOND, Juliette. *L’Institut International de Coopération Intellectuelle et le Brésil (1924-1946) Le pari de la diplomatie culturelle*. Paris: Collection Chrysalides, n. 4, éditions de l’IHEAL, 2008. p. 40.

²⁸⁹ BRASIL. Circular nº. 903 – Reservada - de 13 ago. 1934. Índice: “Serviço de Cooperação Intelectual”. AHI 119/05/04. In: CADERNOS DO CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano V, n. 9. – Brasília, DF: A Fundação, 2006. p. 129-130.

²⁹⁰ BRASIL. Circular nº. 903 – Reservada - de 13 ago. 1934. Índice: “Serviço de Cooperação Intelectual”. AHI 119/05/04. Ibid.

²⁹¹ BRASIL. Circular nº. 903 – Reservada - de 13 ago. 1934. Índice: “Serviço de Cooperação Intelectual”. AHI 119/05/04. Ibid.

literária e científica dos países ibero-americanos”. Além de jornais, deveriam ser enviados quaisquer livros publicados nos últimos anos, “em que se faça referência a assuntos brasileiros, assim como todas as revistas e jornais em que venham a aparecer artigos, notas ou simples alusões a esses assuntos”. O cadastro brasileiro seria enviado, em data futura, às chancelarias para fins eventuais de intercâmbio, pois “só o conhecimento de tudo quanto se escreva a respeito da vida social e mental do Brasil permitirá ao Serviço de Cooperação Intelectual cumprir praticamente com seu programa, que é inútil encarecer”.²⁹²

Essas experiências em torno da organização de um sistema de informações sobre o Brasil, propostas por Félix de Lacerda – ministro interino – tornaram-se modelo seguido pelo Ministério das Relações Exteriores, passando por alterações no decorrer dos anos. Exemplos dessas reformas foram as implantadas por Mário de Pimentel Brandão,²⁹³ em 1937, e por Oswaldo Aranha, no ano seguinte, mantendo a ideia original de mapear as informações sobre o Brasil no estrangeiro e fomentar as relações culturais brasileiras no Exterior.²⁹⁴

Em março de 1938, Oswaldo Aranha assumiu a pasta das Relações Exteriores. Como um grande incentivador da propaganda brasileira nos EUA,

²⁹² BRASIL. Circular nº. 903 – Reservada - de 13 ago. 1934. Índice: “Serviço de Cooperação Intelectual”. AHI 119/05/04. In: CADERNOS DO CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano V, n. 9. – Brasília, DF: A Fundação, 2006. p. 129-130.

Em 1937, foram enviados 79 ofícios a várias instituições e intelectuais brasileiros, solicitando dados biobibliográficos para composição de fichários, mesmo que poucos tenham respondido a tal intento. Mesmo assim, o serviço detinha 1169 fichas, sendo 450 de intelectuais brasileiros e 175 de estrangeiros, além de fichas de 165 instituições brasileiras e 370 estrangeiras. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1937. p. 141.

²⁹³ Mário de Pimentel Brandão assumiu o cargo de Ministro das Relações Exteriores de novembro de 1936 a março de 1938. BRASIL. Portaria de 8 de junho de 1937. A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939. Cadernos do CHDD. p. 355.

²⁹⁴ Na gestão de Pimentel Brandão, foi oficializado o Serviço de Cooperação Intelectual. Instituído em caráter provisório, representava o órgão de ligação com o Instituto Internacional de Cooperação Intelectual. Basicamente, como o nome sugere, sua função era incrementar e estimular a cooperação e intercâmbio intelectual do Brasil com centros culturais e universidades estrangeiras, participação de brasileiros em congressos diversos; estímulo ao ensino da Língua Portuguesa no Exterior; visita ao Brasil de escritores e cientistas; e intercâmbio de professores e alunos universitários brasileiros, com estabelecimentos de ensino estrangeiros. Assim posto, agia por meio: da distribuição de acervos de livros brasileiros às Universidades e Institutos culturais estrangeiros. Em 1937, por exemplo, coleções brasileiras foram remetidas a universidades nos seguintes países: Paraguai, Alemanha, Colômbia, Bélgica, Argentina, Bolívia, França, Equador, Suécia e EUA (Universidades de Chicago, Filadélfia, Nova York, Pensilvânia e Washington).

Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1937. p. 140.

organizou um “serviço de centralização” de informações sobre as atividades estrangeiras²⁹⁵ e consolidou experiências de propaganda do Brasil por meio do Decreto-lei Nº 791, de 14 de outubro de 1938, denominado *Reforma Oswaldo Aranha*. O decreto consistia em vincular a Divisão de Cooperação Intelectual ao Departamento Diplomático e Consular,²⁹⁶ ou seja, atribuía mais poderes ao antigo Serviço de Cooperação Intelectual.²⁹⁷

Pelo artigo 11 do *Regimento Oswaldo Aranha*, competiria à Divisão de Cooperação Intelectual uma série de atribuições, dentre as quais se destacam:

- I – O estudo das questões de cooperação intelectual, especialmente das relativas ao intercâmbio literário, artístico e científico entre o Brasil e os países estrangeiros;
- III – A obtenção de dados e informações sobre a cultura brasileira para sua divulgação no Exterior;
- IV – O incremento do intercâmbio intelectual com os centros culturais estrangeiros;
- V – A negociação de atos internacionais sobre assuntos relativos à cooperação intelectual;
- VIII – A organização de fichas dos intelectuais brasileiros, das associações culturais do Brasil e dos institutos congêneres que, no Exterior, se interessam por assuntos brasileiros;
- IX – A organização de bibliotecas brasileiras oferecidas a universidades e institutos culturais estrangeiros;
- XIII – A divulgação de informações relativas ao movimento intelectual entre o Brasil e os países estrangeiros.²⁹⁸

Este modelo de cooperação intelectual foi baluarte do que pode ser conceituado como diplomacia cultural na promoção da imagem brasileira no Exterior. Aos poucos, percebe-se o redirecionamento da cooperação intelectual, saindo da esfera europeia – no início da década de 1930 – passando para a América Latina –

²⁹⁵ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha: uma biografia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 270.

²⁹⁶ CASTRO, Flávio Mendes. *História da organização do Ministério das Relações Exteriores*. EDUNB, 1983. p. 338.

²⁹⁷ Oswaldo Aranha subordinou o *Serviço de Imprensa*, anteriormente ligado ao Gabinete do Ministro, ao *Serviço de Documentação*, criado no ano anterior e subordinado ao Departamento de Administração. Os *Consulados* e as *Embaixadas*, já de longa data, tinham entre suas atribuições a de promoverem a cooperação cultural entre o Brasil e os Distritos ou países onde estavam sediados. O *Setor Cultural* constituiu, posteriormente, parte de um *Departamento* para, finalmente, merecer os cuidados de um só *Departamento*, com diversas Divisões, dentro da atual estrutura orgânica do *Ministério das Relações Exteriores*. In: A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939. Cadernos do CHDD. p. 376 e 383.

²⁹⁸ CASTRO, Flávio Mendes. *História da organização do Ministério das Relações Exteriores*. EDUNB, 1983. p. 351.

mediante acordos culturais com Bolívia, Argentina e Paraguai e Uruguai, este último, já de longa data²⁹⁹ – e Estados Unidos, sobretudo na década de 1940.

Especificamente sobre a cooperação com os Estados Unidos, mesmo não havendo convênio exclusivo, a gestão do Itamaraty considerava que o “entendimento cultural” entre as duas nações era o “mais desenvolvido, o mais completo” que possuía com qualquer nação estrangeira. Tal façanha decorreu da atuação do OCIAA e do Departamento de Estado dos EUA que também detinha uma Divisão de Cooperação Intelectual.

As principais atividades da relação Brasil – EUA nesse campo foram: o intercâmbio universitário,³⁰⁰ de técnicos e profissionais, com a vinda de mestres e estudantes bolsistas das principais universidades estadunidenses, destacando-se Barbara Hadley³⁰¹, “que percorreu várias regiões do país e se propôs a escrever o que viu quando regressasse aos EUA”; criação de “cadeiras” de estudos brasileiros em várias universidades; contratação de profissionais *ianques*, dentre os quais o jornalista Waldo Frank³⁰² e professor William Berrien³⁰³, “propagandistas da língua portuguesa nos EUA”;³⁰⁴ permuta de publicações, intercâmbio artístico e traduções de livros.

²⁹⁹ Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1938. p. 112.

³⁰⁰ De 1940 a 1944, a Divisão de Cooperação Intelectual do Departamento de Estado dos EUA providenciou a vinda de 250 professores e intelectuais da América Latina aos EUA. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1944. p. 78-79.

³⁰¹ Barbara Hadley Stein (1916-2005) foi historiadora da América Latina, tendo escrito vários trabalhos sobre o Continente. Na década de 1940, recebeu a *Cordell Hull Fellowship* do Departamento de Estado dos EUA pelo trabalho sobre a abolição da escravidão no Brasil. Durante a Segunda Guerra Mundial, ela trabalhou como economista no OCIAA em Washington. In: <https://www.historians.org/publications-and-directories/perspectives-on-history/may-2006/in-memorial-barbara-hadley-stein>. Acesso em 27 set. 2015.

³⁰² Waldo Frank, convidado pela divisão de cooperação intelectual do Itamaraty, em abril de 1942, visitou São Paulo, Minas Gerais e o norte do Brasil. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1942. p. 66. Antônio Tota narrou com detalhes a estada de Waldo Frank no Brasil, como também suas observações acerca do País. TOTA, Antônio. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 157-175.

³⁰³ William Berrien foi professor da Universidade de Harvard. Estudioso da cultura brasileira, organizou, ao lado de Rubens Borba de Moraes, o *Manual Bibliográfico de Estudos Brasileiros*, publicado em 1949.

³⁰⁴ Além deles, temos ainda: Dr. John C. Patterson, chefe da Divisão de Relações Educacionais Interamericanas dos EUA e catedrático da *American University*, de Washington; Robert King Hall, professor da Universidade de Harvard; professor T.H. Goodspeed, diretor do Jardim Botânico da Universidade da Califórnia; Charles Thompson, chefe da Divisão Cultural do Departamento de Estado. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1942. p. 74 e 75.

Ademais, tem ressaltado a atuação do Instituto Brasil-EUA que serviu de “intermediário em muitos assuntos de caráter cultural, relativos a este último país, sendo que da sua Diretoria participa o chefe da Divisão de Cooperação Intelectual, que é membro efetivo do conselho deliberativo. E na comissão de bolsas há um funcionário nosso”.³⁰⁵

Embora a gestão Oswaldo Aranha considerasse um sucesso a cooperação intelectual entre as duas nações, o desafio de tornar conhecido o Brasil nos Estados Unidos ainda era árduo, já que tais medidas não foram suficientes para uma forte e sustentável boa imagem do Brasil ali, sendo necessário trabalhar na arregimentação governamental, para se estabelecer uma amizade além dos protocolos entre os dois países, como será visto neste estudo.

2.3 Oswaldo Aranha e a instrumentalização da propaganda do Itamaraty

Sem dúvidas, a organização da política brasileira de propaganda, mormente nos EUA, decorreu da intervenção de Oswaldo Aranha e sua insistência em rebater “notícias desfavoráveis” sobre o Brasil no Exterior. Retrocederemos um pouco no tempo para explicar o projeto de propaganda do Itamaraty, sob gestão do chanceler Aranha. Como dito anteriormente, ele atuou em diversos cargos no governo brasileiro, incluída a função de Ministro das Relações Exteriores.³⁰⁶ Além disso, detinha experiência em assuntos de imprensa e propaganda.

Ainda no Ministério da Justiça do governo Provisório, teve de articular árdua tarefa de aliar “controle” à imprensa e fomentar propaganda governamental.³⁰⁷ Após sua passagem no Poder Executivo do governo Provisório, foi escalado para assumir a representação diplomática do Brasil nos Estados Unidos, em 1934. Sediada em Washington, a Embaixada funcionava numa mansão na área nobre da cidade. De lá,

³⁰⁵ Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1943. p. 85.

³⁰⁶ Stanley Hilton aponta três linhas básicas do Itamaraty sob gestão de Oswaldo Aranha: repressão às atividades nazistas no sul do País; consolidação de relações especiais com os EUA (Esses dois se complementam); e manutenção da rivalidade com a Argentina. HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha: uma biografia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 264.

³⁰⁷ SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação*. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2003. p. 60-61.

Oswaldo Aranha iniciou uma sólida relação com a alta-roda política dos Estados Unidos, tornando-se um enclave estadunidense no Brasil e afastando, de certa forma, inclinação à aliança teuto-italiana fascista, no contexto externo.³⁰⁸

Desde 1934, Oswaldo Aranha insistia na necessidade de organização de um serviço de propaganda submetido a um duplo critério, isto é, orientação contínua e verba permanente para que fossem contrabalançadas as notícias sobre a Argentina que, na opinião do Embaixador, eram mais favoráveis do que as do Brasil.³⁰⁹

Oswaldo Aranha, ainda na função de embaixador do Brasil, foi quem melhor expôs a forma e os motivos pelos quais o Brasil deveria montar um projeto de propaganda externa, com forte inspiração no modelo argentino.³¹⁰ As fontes apontam dois marcos para a formação de uma política de propaganda nos Estados Unidos: os desdobramentos da repressão ao levante comunista de 1935 e o episódio do acordo de arrendamento dos destróieres *ianques* ao Brasil, de 1936 a 1937. Ambos os casos foram cobertos pela imprensa estadunidense em razão de os temas se relacionarem à política interna daquele país. Estes serão descritos na sequência.

2.3.1 Atuação do *Joint Committee for the Protection of the Brazilian People*

Em ofício, datado de 15 de setembro de 1937, o embaixador Oswaldo Aranha comentou sobre o noticiário político brasileiro nos EUA. O assunto relacionou-se aos

³⁰⁸ Sobre a relação Oswaldo Aranha e influência estadunidense no Brasil, podemos comprová-la por meio da opinião do próprio governo estadunidense. Em carta ao Secretário de Estado, Cordell Hull, o encarregado na Alemanha informou que a imprensa alemã alertava para uma campanha antigermânica deliberada no Brasil. Ele escreveu ainda que a imprensa alemã acusava os EUA de “dar a liderança” a Vargas e que a indicação de Oswaldo Aranha para a chancelaria brasileira teria ocorrido por pressão dos EUA. Telegrama do *chargé* (encarregado) na Alemanha (Gilbert) ao Secretário de Estado. 832.00 nazi/35: telegrama. Berlim, 17 May 1938. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign Relations*. 1938, v. 5, p. 415.

³⁰⁹ Telegrama nº 163. Confidencial, do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 05 maio 1937. AHI.

³¹⁰ O governo argentino instalou, oficialmente, uma divisão de publicidade e propaganda ligada ao Ministério das Relações Exteriores, em setembro de 1938, embora algumas ações de propaganda fossem oriundas de anos anteriores, conforme indicou o embaixador do Brasil em Buenos Aires, que enviou ofício relatando matéria do jornal *La Nación* sobre o êxito dessa agência argentina no tocante à propaganda via radiotelefonia. Ofício nº. 617 “propaganda da Argentina pela radiotelefonia”, do Embaixador Protásio Baptista Gonçalves ao Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha. Buenos Aires, 30 dez. 1938. AHI.

desdobramentos oriundos da repressão ao Levante Comunista de 1935. Dentre os presos, estava um cidadão dos EUA, Victor Allan Barron,³¹¹ cujo “suicídio” motivou a formação de uma Comissão Mista no Congresso dos Estados Unidos para investigar a situação dos presos políticos no Brasil. No documento, o embaixador destacou o seguinte trecho da coluna *Washington Merry-Go-Round*, publicada no jornal *Washington Harold*, em que é informado sobre uma provável viagem de congressistas *ianques* ao Brasil a fim de investigar a repressão política do regime de Vargas:

A Comissão Mista para a proteção do povo brasileiro está tendo dificuldades para recrutar congressistas para a ida ao Brasil a fim de investigar as liberdades civis naquele país. As despesas serão pagas pelo governo brasileiro que diz nada ter a esconder sobre a alegada perseguição de adversários políticos.³¹²

O jornal *The New York Times*, de primeiro de outubro de 1937, publicou matéria cujo assunto envolvia um telegrama oriundo do Brasil informando sobre perseguições a facções políticas, desde o levante de 1935, resultando em “distúrbios, julgamentos políticos e execuções”.³¹³

³¹¹ Segundo versão oficial, Vitor Allan Barron encontrava-se preso desde 28 de janeiro de 1936. Após saber da prisão de Luís Carlos Prestes, ele calmamente solicitou ida ao sanitário, pedido atendido pela polícia. No trajeto entre a sala de detenção ao banheiro da delegacia, Vitor Allan aproveitou-se da distração do investigador que o acompanhara e saltou da varanda do segundo andar do prédio. Foi levado ao hospital, mas não resistiu aos ferimentos. Essa versão fantasiosa foi duramente contestada pelo advogado da família de Barron— Joseph Brodsky— que veio de Nova Iorque, secretamente, para investigar o ocorrido. Segundo ele, a morte de Vitor Barron deveu-se às inúmeras torturas sofridas e seu corpo foi arremessado de uma altura de pouco mais de 5 metros para encobrir a real *causa mortis*. O depoimento do advogado foi divulgado na imprensa do Brasil, da Argentina e também nos Estados Unidos, repercutindo negativamente perante a sociedade. SILVA, Hélio. 1937. Todos os golpes se parecem. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970. p. 142. ROSE, R.S. *Uma das coisas esquecidas: Getúlio Vargas e controle social no Brasil – 1930-1954*. Tradução Ana Olga de Barros Barreto. São Paulo. Cia das Letras, 2001. p. 105-106.

³¹² Do original: *The Joint Committee for the Protection of the Brazilian People is having a hard time getting Congressmen to go to Brazil to investigate civil liberties there. Expenses are paid by the Brazilian government, which says it nothing to hide regarding the alleged persecution of political opponents*. Ofício nº 351.91, “Noticiário sobre a situação política no Brasil”, do embaixador do Brasil nos EUA, Oswaldo Aranha, ao Ministro das Relações Exteriores, Washington, 15 set. 1937. AHI. A reportagem foi publicada no jornal *Washington Harold*, 24 Aug. 1937. (Tradução nossa).

³¹³ O documento citou a matéria com grifo do próprio autor [presumidamente Oswaldo Aranha]: Do original: *Brazil has been a scene of clashing political factions since the Leftist uprising of November, 1935. She has experienced riots, political trials and executions*. Ofício nº 379 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Senhor Mário de Pimentel Brandão, Ministro das Relações Exteriores. Washington, 12 out. 1937. Reservado. AHI. (Tradução nossa).

O conteúdo, por demais depreciativo, fez com que Oswaldo Aranha, na função de defensor da reputação brasileira no Exterior, enviasse telegrama ao diretor do jornal *The New York Times*, Arthur Sulzberger, com o qual mantinha relações de amizade, para que ele fizesse “um favor pessoal” de informá-lo sobre quem foi condenado à morte no Brasil. O Embaixador reuniu-se com o editor do jornal, Hays Sulzberger, e sua equipe de redatores políticos para tratar do conteúdo das matérias sobre o Brasil, incluindo apresentação de documentação sobre as “intenções comunistas dos revoltosos de 1935”. Quatro dias depois, Hays Sulzberger remeteu carta admitindo o erro cometido pelo redator da seção telegráfica e que o jornal se retratou publicamente pelo ocorrido. Após esse “incidente”, o noticiário sobre o Brasil havia melhorado consideravelmente, na opinião de Oswaldo Aranha.³¹⁴

O estrago estava feito. Os casos da repressão ao movimento de 1935 e a morte do cidadão estadunidense foram os primeiros a repercutir negativamente contra o Brasil perante a opinião pública dos EUA. Houve diversas manifestações em frente ao consulado em Nova Iorque e dezenas de cartas enviadas à Embaixada contra a repressão brasileira aos prisioneiros do levante de 1935, resultando na criação do *Joint Committee for the Protection of the Brazilian People*.³¹⁵

Como se presume, a criação de uma Comissão Mista, com membros da Câmara dos Deputados e do Senado dos EUA, para investigação de um determinado assunto podia resultar em consequências desastrosas ao Brasil. Ainda que, raramente, essas comissões tivessem autoridade legislativa,³¹⁶ elas, além de gerarem pauta na imprensa e, conseqüentemente, mais reputação negativa, também criavam embaraços político-diplomáticos, como o que ocorreu com *Joint Committee*, cuja pressão de setores da opinião pública estadunidense chegou ao ponto de entrar em pauta na Câmara dos Representantes dos EUA. O resultado foi a aprovação de um

³¹⁴ Ofício nº 379 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Senhor Mário de Pimentel Brandão, Ministro das Relações Exteriores. Washington, 12 out. 1937. Reservado. AHI. (Tradução nossa).

³¹⁵ Fato que corrobora a teoria de Robert Dahl sobre a força de influência dos grupos de pressão na política externa. DAHL, Robert A. *Congress and foreign policy*. New York: The Norton Library, 1954. passim.

³¹⁶ DEWHIRST, Robert. E. *Encyclopedia of the United States Congress: facts on file library of American History*. New York: Facts on File, 2007. p. 114.

requerimento de informações ao Departamento de Estado sobre a morte de Victor Allan Barron e a postura do embaixador dos EUA no Brasil a respeito do ocorrido.³¹⁷

Oswaldo Aranha afirmava que, apesar da campanha contra o governo brasileiro, sobretudo em Nova Iorque, por meio do “judaísmo internacional, associações obreiras, clubes de intelectuais comunizantes, etc.”, ele conseguira, junto a “dois dos mais conhecidos colunistas” dos Estados Unidos,³¹⁸ ter contornado suas opiniões acerca das perseguições políticas no Brasil, como pode ser visto na coluna *Washington Merry-Go-Round*:

Oswaldo Aranha do Brasil é um embaixador que pode lidar com delegações de furiosos Americanos. Um grupo visitou-o recentemente para protestar contra a prisão de brasileiros acusados de fomentar a revolução. A delegação chegou com “sangue no olho”, saiu cantando louvores do embaixador.³¹⁹

A propósito, a desconfiança de uma conspiração judaica contra o governo brasileiro não era exclusividade do embaixador do Brasil nos Estados Unidos.³²⁰ Além dos semitas, os comunistas também foram apontados como obstáculos à boa imagem do Brasil. Isso ocorreu em virtude da decisão do *Joint Committee* de conhecer a situação dos comunistas e demais presos políticos no país. O Embaixador, entretanto, procurou tranquilizar o governo brasileiro, alegando que, nos Estados Unidos, “território essencialmente democrático”, era normal esse tipo de ação, resultado de reflexo do “interesse da opinião pública americana pelo que se passa nos demais países do mundo, de estrutura democrática”. Para fortalecer suas palavras, citou o exemplo de um grande nome da intelectualidade estadunidense, o reitor da

³¹⁷ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha*. Uma biografia. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 218.

³¹⁸ A fonte não informa, contudo o documento se refere a Drew Pearson e Robert Allen.

³¹⁹ Do original: *Oswaldo Aranha of Brazil is one Ambassador who can cope with delegations of irate Americans. A group visited him recently to protest the imprisonment of Brazilians accused of fomenting revolution. The delegation arrived with blood in its eye, left singing the Ambassador's praises.* PEARSON, Andrew. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 19 May 1937. (Tradução nossa).

³²⁰ A desconfiança contra a “imprensa judaica” aparecia em algumas correspondências de servidores públicos brasileiros, a exemplo da carta de Francisco Cavalcanti Pontes de Miranda ao Presidente Vargas em que acusa uma Sinagoga de Nova Iorque de organizar “a reação contra o governo do Estado de 10 de novembro”. PONTES DE MIRANDA, Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 23 out. 1941. CPDOC.

Universidade de Columbia, Nicholas Murray Butler,³²¹ que encabeçou uma comissão de universitários para averiguar a situação política na Espanha.

O *Joint Committee*, quando se dirigiu à Embaixada brasileira, foi recebido por Oswaldo Aranha, que informou sobre a normalidade da situação política no Brasil, bem diferente da retratada pelo crítico e pintor Rockwell Kent³²² e outros intelectuais estadunidenses. Para evitar qualquer alarde, Oswaldo Aranha propôs ao *Joint Committee* a visita de três pessoas (congressistas ou não) ao Brasil, a fim de verificar a situação dos presos políticos,³²³ já que a avaliação do Embaixador brasileiro era de que o gesto do *Committee* visava apenas a fazer escarcéu na imprensa, pois, conforme suas palavras, “dispõe de dinheiro e de jornais e pode, por conseguinte, armar escândalo em torno dos comunistas brasileiros, apresentando-os como inocentes aureolados pelo martírio”.³²⁴

Como de costume, a conclusão de Oswaldo Aranha a respeito da imagem negativa do Brasil é a mesma, isto é, ausência de uma política de propaganda externa, pois, caso esta existisse, tais campanhas, como a do *Joint Committee* “cessarão por completo e então não haverá comitês comunistas capazes de tais gestos, porque a propaganda que fizerem contra nós será por nós neutralizada ou contra-arrestada dentro dos mesmos jornais de que lançarem mão”.³²⁵

³²¹ Nicholas Murray Butler (1862-1947) foi um educador, reitor da Universidade de Columbia e conselheiro de sete presidentes dos EUA. Dividiu o Prêmio Nobel da Paz de 1931 com a compatriota, a socióloga Jane Addams. In: "Nicholas Murray Butler - Biographical". *Nobelprize.org*. Nobel Media AB 2014. Web. 16 Jul 2014.
<http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/1931/butler-bio.html> Acesso em: 15 jul. 2014.

³²² Ver mais: PHILIPPOV, Karin. *Rockwell Kent e o Brasil*. Dissertação. História, Unicamp, 2008.

³²³ Segundo Fátima Piazza, a estada de Rockwell Kent no Brasil, em novembro de 1937, na condição de observador político do *Joint Committee*, “pode ser considerada um ponto de partida da formação de uma rede de sociabilidade intelectual que se irradiou por diversos setores da vida cultural estadunidense e brasileira”. Sua visita resultou “num relatório com duas versões: uma, sob o título *Brazil and Vargas* (Brasil e Vargas), publicado na revista inglesa *Life and Letters Today* (Vida e Cartas Hoje) e, a outra, não publicada e de conteúdo mais longo, sob o título *Brazilian Report* (Relatório Brasileiro). Ou seja, a versão publicada contém doze páginas contra vinte e três páginas da outra versão”. C.f: PIAZZA, Maria de Fátima. *Portinari e o campo cultural estadunidense: história, arte e política*. SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 2009, Fortaleza. Anais do XXV Simpósio Nacional de História – História e Ética. Fortaleza: ANPUH, 2009. CD-ROM.

³²⁴ Ofício nº 219/500 Reservado da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores, 08 jun. 1937. AHI.

³²⁵ Ofício nº 219/500 Reservado da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores, 08 jun. 1937. AHI.

Em outro documento, Oswaldo Aranha informou que tal *Committee* era apoiado por intelectuais de Nova Iorque (sob liderança de Rockwell Kent), operários e senhoras (incluindo a irmã de Luís Carlos Prestes), membros da *Internacional Labor Defense*, pelo Partido Comunista Americano e por membros comunistas israelitas ligados a Harry Berger.³²⁶ Eles “desenvolvem uma campanha perseverante de ataque ao governo brasileiro, apresentando o nosso país à opinião pública e onde existe atualmente o governo ditatorial”, na defesa de Luís Carlos Prestes, Harry Berger e seus companheiros.

Segundo Aranha, o objetivo do *Committee* era apresentar os comunistas brasileiros e estrangeiros que militaram no levante de novembro de 1935 “como verdadeiros mártires de uma campanha gloriosa, vítimas de uma ditadura cruel, sem leis, sem generosidade e até sem escrúpulos”. Sua preocupação era visível com os estragos que o *Joint Committee* faria perante a opinião pública estadunidense, visceralmente infensa aos regimes de cunho autoritário. Diante desse quadro, o Embaixador alertou sobre a “internacionalização das notícias”:

Tudo indica, pois, que temos necessidade de uma orientação segura no tocante à repercussão que a nossa vida política interna possa ter fora das fronteiras nacionais. A rigor, hoje, não há mais acontecimentos que pertençam tão somente à vida política interna de um país; com a facilidade e multiplicidade das comunicações, o que dantes era rigorosamente de caráter político interno se transmuda facilmente em acontecimento do noticiário internacional.³²⁷

A imprensa dos EUA, moderna e capitalizada, detinha estrutura e acesso a toda e qualquer matéria que lhe pudesse interessar, seja por meio de agências telegráficas ou pela atuação dos correspondentes internacionais. Deste modo, um

³²⁶ O alemão Ernst Ewert ou Harry Berger como era conhecido de acordo com seu falso passaporte estadunidense, chegou ao Brasil vindo da Argentina, juntamente com sua esposa, Auguste Elise Ewert, em 1935. Após o levante de 1935, o casal foi preso e severamente torturado. Elise Ewert foi deportada à Alemanha, cujo paradeiro pouco se sabe. Estima-se a data de sua morte entre 1937 e 1941. Já o esposo Ernst Ewert, em consequência das torturas, perdeu a sanidade. Apenas em 1947 foi autorizado a deixar o Brasil, voltou para a Alemanha onde passou seus o resto de sua vida em um hospital psiquiátrico. ROSE, R.S. *Uma das coisas esquecidas: Getúlio Vargas e controle social no Brasil – 1930-1954*. Tradução Ana Olga de Barros Barreto. São Paulo. Cia das Letras, 2001. passim.

³²⁷ Ofício nº 219/500 Reservado da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores, 08 jun. 1937. AHI.

fato, antes tratado como corriqueiro num determinado país, poderia ganhar repercussão internacional por meio da divulgação num grande jornal estrangeiro.

Nesse ponto, preservar a boa imagem dos países era tarefa primordial ao serviço diplomático. O Brasil, por sua vez, não se isolava desse contexto, pois "a opinião pública americana, pela voz dos seus grandes jornais, vem acompanhando com bastante curiosidade os acontecimentos políticos desenrolados em nosso país, perguntando se o Brasil ainda é um país democrático".³²⁸ Parece evidente a insistência do Embaixador no estabelecimento célere da tão solicitada política de propaganda brasileira nos EUA.

2.3.2 O caso do arrendamento dos *destroyers*

Sobre o episódio dos *destroyers*, era mais uma tentativa de aquisição de armamentos dos EUA.³²⁹ Nesse caso, um acordo, fruto de uma conversa casual entre Oswaldo Aranha e Franklin Roosevelt, em 1935, sobre arrendamento de seis navios da Marinha dos EUA à Marinha brasileira,³³⁰ até que novos equipamentos fossem construídos. Segundo Drew Pearson, o arrendamento seria uma forma de compensar a recusa ianque à proposta brasileira de construção de navios de guerra nos EUA. Os estadunidenses não puderam realizar esta feita porque seus estaleiros foram

³²⁸ Ofício nº 219/500 Reservado da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores, 08 jun. 1937. AHI.

³²⁹ Em dezembro de 1931, o governo brasileiro tentou comprar dois navios de guerra dos EUA sem, contudo, obter êxito. O governo ianque declarou-se impossibilitado de vender os navios em face o tratado naval de Washington. Ver telegramas: *inability of the United States to sell warships to Brazil because of treaty restrictions*. In. UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Papers relating to the foreign relations of the United States, 1931*, Volume I: U.S. Government Printing Office, 1931. p. 883-885. <<http://digital.library.wisc.edu/1711.dl/FRUS.FRUS1931v01>>

³³⁰ Jornal *The New York Times*, Nova Iorque, 15 Aug. 1937; ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 28 maio 1935. CPDOC. GVC 1935.05.28. Segundo Drew Pearson: "Apenas alguns amigos íntimos da Casa Branca sabem disso, mas o presidente foi o pai verdadeiro do projeto de locação ao Brasil de uma frota de obsoletos *destroyers* norte-americanos". *Only a few White House intimates know it, but the president was the real parent of the scheme to lease Brazil a flotilla of obsolete U.S destroyers*. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 22 ago. 1937. (Tradução nossa).

reservados à construção de navios para a Marinha Mercante, não dispondo de espaço para a exportação de equipamentos militares.³³¹

O Relatório do Ministério das Relações Exteriores definiu que, conforme o acordo,

O pequeno número, a natureza e o próprio estado das embarcações em causa, já excluídas do serviço ativo da Marinha de Guerra norte-americana, eram circunstâncias comprobatórias de que o Brasil visava, apenas com a sua incorporação temporária, exercitar o pessoal de sua armada, a fim de prepará-lo para o manejo dos vasos de guerra, cuja construção iniciava em execução do seu programa naval.³³²

Basicamente, o acordo dos destróieres consistia num arrendamento de seis navios com vinte anos de uso, construídos na época da Primeira Guerra Mundial. Apesar de velhas, as embarcações estavam em bom uso, de acordo com o chefe das operações navais, o almirante William D. Leassy. O preço do negócio consistia apenas no pagamento do seguro, em torno de dois e meio por cento do valor de cada navio, (aproximadamente 1 milhão de dólares), ou seja, o governo pagaria cerca de 25 mil dólares por navio.³³³

Como o relatório do Itamaraty aponta, o acordo de arrendamento não serviria às causas da guerra, fator não compreendido pelo Congresso estadunidense. O arrendamento só se concretizaria via projeto de lei, cujo trâmite era passar por duas comissões do Senado dos EUA: a de Negócios Navais (*The Naval Affairs Committee*), presidida pelo Senador David I. Walsh; e a de Assuntos Exteriores (*The Foreign Relations Committee*), comandada pelo Senador Key D. Pittman, até a votação no plenário do Congresso.³³⁴

Tanto jornais brasileiros quanto internacionais divulgaram amplamente o tratado. No Brasil, os periódicos da Capital noticiavam o acordo como praticamente realizado, com matérias extensas, ilustradas com imagens dos navios de guerra arrendados.³³⁵

³³¹ PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 22 Aug. 1937.

³³² Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores. Ano 1937. p. 6.

³³³ *Jornal Correio da Manhã*, Rio de Janeiro. 10 ago. 1937. p.1.

³³⁴ *Jornal The New York Times*, Nova Iorque, 15 Aug. 1937.

³³⁵ *Jornal Correio da Manhã*, Rio de Janeiro. 10 ago. 1937. p.1.

Segundo o jornal fluminense *Correio da Manhã*, autoridades *ianques* pediram à imprensa que recebesse bem o projeto dos destróieres numa tentativa de sensibilizar a opinião pública estadunidense. Por isso, os jornais de Nova Iorque e Washington deram grande destaque à proposta de arrendamento, aludindo que era o primeiro caso dessa natureza na história dos EUA.

Fato semelhante ocorreu na imprensa britânica. Já a de Berlim reiterou o ineditismo desse acordo como fato único na história das Relações Internacionais, afirmando, ainda, que Estados Unidos e Brasil estreitariam ainda mais os laços. Contudo, a repercussão foi negativa, visto que os jornais apontavam como incógnita a reação das demais nações americanas ante esse acordo, como de fato ocorreu na Argentina, cuja má repercussão do tratado foi flagrante.³³⁶

Algo que, aparentemente, seria de fácil solução transformou-se num grande empecilho aos governos estadunidense e brasileiro, em virtude do acordo ter sido barrado pelo Congresso. Há pelo menos dois motivos para isso. O primeiro deles é a inabilidade do Secretário de Estado, Cordell Hull, em lidar com algo, *a priori*, simples, na opinião de Anne O'Hare McCormick³³⁷ e Harold B. Hilton,³³⁸ jornalistas especializados em política externa. Para os correspondentes internacionais, já que os Estados Unidos possuíam 165 navios velhos, seis deles não fariam falta, muito ao contrário, serviriam como importante medida para a “combalida” política da boa vizinhança.³³⁹

O segundo motivo foi explicado por Oswaldo Aranha, para quem o Senado norte-americano, “em luta aberta com o Presidente” Roosevelt, aproveitou a má repercussão do acordo dos *destroyers* para acentuar as divergências com o presidente estadunidense. Tal repercussão, segundo Aranha, foi fruto das ações dos

³³⁶ Jornal *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro. 10 ago. 1937. p.1.

³³⁷ Correspondente do jornal *The New York Times* na Europa e analista de assuntos externos. Foi a primeira mulher a ganhar o prêmio Pulitzer. MCKERNS, Joseph P (org) *Biographical Dictionary of American Journalism*. Westport, CN: Greenwood, 1989, p. 450-451.

³³⁸ Correspondente do jornal *The New York Times* na América do Sul. Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 02 Oct. 1933. *Obituaries*. Harold C. Hinton, 66, Asian History Expert, filho de Harold B. Hilton.

³³⁹ Ver matérias de Anne O'Hare McCormick. *Foreign Policy; Elderly Destroyers Will Probably Stay at Home When Is a War a War? The Idea Applied*. Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 14 Aug. 1937 e Harold B. Hilton *Destroyer-Leasing Is Quickly Dropped; Brazil's Request, Met in the 'Good Neighbor' Spirit, Stirs Up Sharp Protests*. Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 15 Aug. 1937. Localizamos 40 matérias sobre esse assunto apenas no jornal *The New York Times*, de 19 de julho a 26 de dezembro de 1937.

governos da Argentina e Inglaterra, ao promoveram um movimento de “opinião pública contra o arrendamento por meio de associações pacifistas e de setores da imprensa, com as quais mantinham um serviço de propaganda e publicações”.³⁴⁰

A situação política dos EUA era difícil. Internamente, o Presidente Roosevelt, enfraquecido, não conseguia aprovação de seu plano governamental. A política externa, avaliada como “fraca e lamentável” pelo Embaixador brasileiro, seria grande empecilho ao Brasil.³⁴¹ A única forma para a consecução do acordo dos navios, na opinião de Oswaldo Aranha, era a utilização de lobistas, assim definidos ao amigo Getúlio Vargas:

O lóbi é a antessala das casas e os que, nas casas do Congresso, ficam no lobby a fim de conversar com deputados e senadores, são chamados de lobistas e a prática lobbyism. Ainda ontem, para dar-te um exemplo do que isso é neste país, um capitalista de Nova Iorque, que foi ao Teatro com o Décio, disse-lhe redondamente: “sei que [vocês] andam com dificuldades para conseguir esses *destroyers*. [Vocês] precisam é de 5 lobistas, sem o que nada poderão conseguir no Congresso. Diga ao seu Embaixador que eu conto com 6 votos e estou disposto a ajudar a causa de [vocês]”.³⁴² (Grifos originais no documento).

O Embaixador brasileiro trabalhava num cenário com duas hipóteses: a de o governo dos EUA ter força para aprovação do projeto dos contratorpedeiros, cabendo ao Brasil ajudar “através da imprensa”, ao criar atmosfera amigável para com os jornalistas a fim de manter a “opinião pública” favorável; e a da falta de força do governo, deixando ao Brasil a tarefa de agir junto aos deputados e senadores por meio de lobistas.

Independentemente da realidade, Oswaldo Aranha, já ambientado nos EUA, captou a importância de montar uma política de influência para o projeto brasileiro no Congresso daquele país, baseada na persuasão dos políticos. “Minha ação é pessoal

³⁴⁰ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas, Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937.08.31/2. O argumento argentino foi uma suposta violação de vários acordos internacionais relativos à cedência de armas: convecções de Haia (1907), Havana (1928) e Buenos Aires (1936), além do Tratado Naval de Londres, renovado pelas potências em 1936. BRANCATO, Sandra. M.L. As relações Brasil/Argentina no ano de 1937: rivalidade e conflito. *Revista de Estudos Ibero Americanos*. Porto Alegre, n.2., 1988. p. 195 – 214. Apud. SVARTMAN, Eduardo Munhoz. *Diplomatas, políticos e militares*. As visões do Brasil sobre a Argentina durante o Estado Novo. Passo Fundo: EDIUPF, 1999, p. 120.

³⁴¹ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas, Washington, 24 set. 1937. p. 6. CPDOC. GVC, 1937.09.24.

³⁴² ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas, Washington, 24 set. 1937. p. 7. CPDOC. GVC, 1937.09.24.

e do meu pessoal. A eficiência seria real se contra essa ação não opusesse a Argentina uma maior: a do 'money' ou um ambiente receptivo e favorável".³⁴³ A falta de recursos (*money*) para pagamento de um lobista profissional para conseguir os votos dos congressistas já era um grande problema. Ademais, havia a pressão argentina nos meios políticos estadunidenses. Segundo Muniz Bandeira,

A Argentina, ao saber então do arrendamento de seis *destroyers* pelo governo norte-americano ao Brasil, em 1937, reagiu energicamente e tratou de impedir a realização do negócio. Esta atividade provocou profundo ressentimento no governo Vargas e aviventou as desconfianças quanto à sua futura política exterior, sobretudo porque ela encomendara à Grã-Bretanha, à mesma época, a construção de várias unidades para a sua Marinha de Guerra.³⁴⁴

De acordo com Muniz Bandeira, o acordo não foi acertado, ensejando grande frustração aos projetos de reformulação das forças armadas brasileiras,³⁴⁵ compromisso político assumido por Getúlio Vargas aos militares.³⁴⁶

Com a desaprovação do acordo, Brasil e EUA combinaram a divulgação de um texto conjunto explicando qual seria a utilidade do arrendamento dos *over-age destroyers*. A nota foi publicada na imprensa em 20 de agosto de 1937, sendo noticiada como a primeira declaração conjunta entre dois países na diplomacia continental.³⁴⁷

Sem dinheiro e lobistas, o Itamaraty contava com os textos de Drew Pearson como meio de pressão.³⁴⁸ Dois dias após a nota conjunta, ele noticiou que o acordo

³⁴³ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas, Washington, 24 set. 1937. p. 8. CPDOC. GVC, 1937.09.24. (Grifo original no documento).

³⁴⁴ BANDEIRA, Luís Alberto Muniz. *Brasil, Argentina e Estados Unidos: conflito e integração na América do Sul (da Tríplice Aliança ao Mercosul)*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. p. 195.

³⁴⁵ O Secretário de Estado Cordell Hull retirou de pauta o projeto na Comissão de Relações Exteriores para que o mesmo fosse apresentado na legislatura seguinte. *Jornal Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 20 ago.1937. p. 1.

³⁴⁶ Em meados de 1937, o governo argentino ampliava o seu poder militar e buscava estender sua área de influência à Bolívia e Paraguai, o que deixava o governo brasileiro inquieto. Portanto, o compromisso de modernizar as forças armadas seria uma forma de equilibrar o avanço argentino. Esse compromisso assegurou o apoio das forças armadas no Estado Novo. MCCANN JR., Frank D. *Aliança Brasil-Estados Unidos 1937/1945*. Rio de Janeiro. BibliEx, 1995. p. 44.

³⁴⁷ *Jornal Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 20 ago. 1937, p. 1. Localizamos a nota conjunta publicada nos jornais estadunidenses *The New York Times* e *Washington Post*.

³⁴⁸ Ver capítulo 4 desta tese.

de arrendamento poderia ser refeito. Suas palavras foram: “Os rejeitados brasileiros podem agora construir a maior marinha da América do Sul”.³⁴⁹

Segundo a coluna, o interesse da paz pan-americana estaria em jogo, em caso de novo fracasso do acordo, por duas razões. Inicialmente, porque os brasileiros se ressentiam profundamente com a interferência argentina, o que acarretaria, certamente, num “aumento da frieza já existente entre os dois países”. Depois, a frustração no plano de arrendamento poderia forçar o Brasil a entrar “em um programa de construção naval muito maior do que se os destróieres americanos tivessem sido emprestados”, aumentando, por conseguinte, a corrida armamentista na América do Sul, já que “por dois anos, os brasileiros têm adiado o seu programa de construção naval na esperança de comprar ou alugar navios dos EUA. Agora rejeitados, não é improvável que eles irão retaliar por meio da maior aquisição naval da história da América Latina”.³⁵⁰

No fim de agosto de 1937, havia ainda esperança de o projeto ser aprovado na nova legislatura do Congresso estadunidense. Para Drew Pearson, a questão não era apenas política, mas de compensação histórica: “o projeto de lei que permite ao presidente a emprestar antiquados *destroyers* norte-americanos aos países da América Latina tem uma interessante história nos bastidores”.³⁵¹

Devemos observar o fato de a notícia informar que o arrendamento não seria apenas ao Brasil, mas sim a todos os países latino-americanos. O mais curioso foi a defesa de Pearson à causa brasileira. Segundo ele, a história interessante era de que o Brasil, por duas vezes, havia colocado suas forças navais à disposição dos Estados Unidos. Uma vez ocorreu durante a Primeira Guerra Mundial, em que o país enviou

³⁴⁹ Do original: *Leasing ships to Brazil was FDR's own scheme; may try it again; rebuffed Brazilians may now build biggest navy in South America*. PEARSON, Andrew. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 22 Aug. 1937. (tradução nossa).

³⁵⁰ Do original: *Is dropping the leasing plan because of the uproar, it highly questionable whether the White House and State Department made the wisest move in the interest of Pan-American peace. In the first place, Brazilians deeply resent the interference of Argentina, and this will heighten the coolness that already exists between them. Secondly, thwarted in the leasing plan, Brazil may enter upon a naval building program far greater than if the U.S. destroyers had been lent to her. For two years the Brazilians have deferred their naval construction program in the hope of buying or leasing U.S ships. Now rebuffed, it's not at all improbable that they will retort by passing the greatest naval appropriation in the history of Latin America*. PEARSON, Andrew. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 22 Aug. 1937. (Tradução nossa).

³⁵¹ Do original: *Naval reciprocity. The bill permitting the president to lend over-aged U.S. destroyers to Latin American countries has an interesting behind-the-scenes history*. PEARSON, Andrew. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 31 Aug. 1937. p. 2. (Tradução nossa)

dois cruzadores e quatro *destróieres* para servirem ao comando naval estadunidense em Gibraltar.

A outra, de valor histórico, ocorrera durante a guerra Hispano-americana, em 1898. O Brasil havia recebido a encomenda de dois novos cruzadores feitos na Inglaterra e, imediatamente, foram enviados aos EUA para manejo da tripulação ianque. Um desses navios, rebatizado de *U.S.S Buffalo*, foi importante na guerra contra a Espanha.

Apesar da versão de Pearson não conferir com o conhecimento histórico do evento,³⁵² o que nos interessa é a tentativa de legitimar o arrendamento utilizando a História. O curioso argumento de Pearson baseou-se na fidelidade histórica brasileira, segundo a qual, durante a guerra Hispano-Americana, a maior parte da América Latina, por ter descendência espanhola, fora simpática à causa da Espanha. Já o Brasil, por ter raízes portuguesas, fora favorável aos Estados Unidos.³⁵³ Esse argumento assemelha-se à tradicional desconfiança brasileira em relação à América Hispânica, desde os tempos do Barão do Rio Branco e corroborada por Oswaldo Aranha, de uma aliança dos países latino-americanos contra o Brasil, contando com os EUA como aliado contra essa pretensa união dos países de Língua Espanhola.³⁵⁴

O fracasso do negócio dos *destroyers* foi utilizado por Drew Pearson como um dos motivos para a aproximação fascista no Brasil. Essas elucubrações se intensificaram logo após o golpe de 1937. O golpe de Getúlio Vargas, segundo Pearson, foi resultado da falha da política da boa vizinhança, que estaria em decomposição na América Latina.³⁵⁵ Para o articulista, sem exércitos ou marinha, os dois ditadores da Europa – Itália e Alemanha – estavam incrementando seu prestígio

³⁵² Segundo nossa pesquisa, esse navio, batizado de *El Cid*, começara a ser construído em 1892, no estaleiro *Newport News Shipbuilding and Dry Dock Co.*, *Newport News*, no Estado da Virgínia. Vendido ao governo brasileiro no ano seguinte, foi batizado de *Nicheroi (Niterói)*, serviu até 1898, quando foi adquirido pela Marinha dos EUA, recebendo a alcunha de *USS Buffalo*. Disponível em: <<http://www.navsource.org/archives/09/03/0308.htm>>. Acesso em: 23 maio 2014.

³⁵³ PEARSON, Andrew. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 31 Aug. 1937. p. 2. (Tradução nossa).

³⁵⁴ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha*. Uma biografia. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 210-215.

³⁵⁵ Do original: *Good neighbor policy breaking down as fascists invade Latin America. The new deal's proudest boast in the field of foreign affairs - with some justification - was the Roosevelt good neighbor policy in Latin America. But now that policy is up against stiff opposition.* A Política de boa vizinhança está se decompondo com a invasão fascista na América Latina. O maior orgulho vangloriado do *New Deal* está no campo das relações exteriores - com alguma razão - foi a política de boa vizinhança de Roosevelt na América Latina. Mas agora, essa política está sob forte oposição. PEARSON, Andrew. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 16 Nov. 1937. p. 1. (Tradução nossa).

e poder na América do Sul, minando seriamente a política da boa vizinhança, mormente por quatro fatores da “penetração pacífica” fascista na América Latina.

O primeiro fator seria de componente histórico, para Pearson, os países latino-americanos seguiriam sua pátria-mãe em termos de alinhamento político, portanto, uma vez instalada uma ditadura na Espanha, os países se aproximariam dela. Ele cita o exemplo do Brasil, cujo golpe de novembro de 1937 seguia “palavra por palavra” a constituição portuguesa, a “matriarca” do Brasil.

O segundo fator seria econômico, tendo em vista o provável comércio entre América Latina e os países fascistas. A terceira razão é de natureza política, fruto da eficiente propaganda massiva via rádio na língua nativa dos países – Português e Espanhol – enquanto os EUA não tinham uma programação que defendesse seus interesses nas rádios da América Latina.

Por fim, o quarto fator nada mais é do que uma crítica à malfadada política de arrendamento dos destróieres. Para ele, em virtude dos baixos custos navais, países latino-americanos têm encomendado navios de guerra no Exterior. Isso havia desviado a intenção brasileira de comprar navios quando o Departamento de Estado propôs o arrendamento; porém, desde que o Brasil se tornou ditadura, esse plano foi engavetado.³⁵⁶

Por maior que fosse o empenho da “propaganda velada”, o golpe de 1937 arruinou de vez os planos brasileiros de arrendamento dos navios.³⁵⁷ Para Oswaldo Aranha, era a primeira vitória argentina nesse jogo internacional.

³⁵⁶ PEARSON, Andrew. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 16 Nov. 1937. p. 2 (Tradução nossa).

³⁵⁷ Do original: *U.S. to remain silent on shift in Brazil rule. Loan of old destroyers to nation expected to be blocked*. *Jornal The Washington Post*. Washington, 12 Nov. 1937. p. 1. (Tradução nossa). Mesmo com a desistência americana, o Brasil insistiu em fazer negócios com os EUA. Em 1939, o país adquiriu três cascos de *destroyers* ingleses e, segundo Drew Pearson, “a fim de mostrar boa vontade para os EUA”, comprou caldeiras, motores e outras máquinas nos EUA para serem montadas nas cascos, sob a supervisão de oficiais da Marinha estadunidense. “Quando concluídos, eles serão praticamente americanos, apesar de reunidos em estaleiros brasileiros”. Do original: *So Brazil purchased several destroyers from England, but in order to show goodwill to the U.S, purchased here the boilers, engines, and other machinery for three destroyers which she is building herself, under the supervision of U.S naval officers. When completed they will be virtually American, though put together in Brazilian yards*. PEARSON, Andrew. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 05 Mar. 1939. (Tradução nossa).

2.3.3 O plano de propaganda de Oswaldo Aranha

A fim de compreendermos o projeto de propaganda elaborado por Oswaldo Aranha, fortemente inspirado no modelo portenho, abriremos um parêntese para explicação do funcionamento do sistema argentino de promoção de interesses no Exterior.

Em linhas gerais, a estrutura da propaganda foi organizada tendo como base a Embaixada da República Argentina, em Washington, a qual era responsável pelo contato permanente com a imprensa. Além disso, seus servidores viajavam corriqueiramente pelos EUA com as mais variadas finalidades, sobretudo para a divulgação dos interesses do governo argentino. A Embaixada possuía dois adidos encarregados de controlar o serviço de propaganda – um financeiro e outro econômico – instalados nos escritórios na Capital Federal e em Nova Iorque.

Houve ainda contratação da firma de publicidade *Ayer & Sons*, ao custo de 42 mil dólares anuais, para desenvolver interesses argentinos nos EUA, seja na inclusão de noticiário favorável na imprensa, na busca de “anular ou corrigir o efeito das notícias, telegramas ou artigos contrários aos interesses argentinos”,³⁵⁸ ou até mesmo, na feitura de “comparações depreciativas com os demais países, especialmente o Brasil”. O objetivo era criar ambiente favorável à Argentina propício nos círculos comerciais, bancários e políticos.

O governo argentino possuía agentes de imprensa (*press agents*) dentro dos jornais e agências telegráficas. Muitos deles eram “redatores de importantes jornais americanos que, estando de dentro, podem persuasivamente conseguir noticiário de primeira ordem favorável aos interesses argentinos”.³⁵⁹ Ademais, houve subsídio ao jornal *La Prensa*, redigido em castelhano e impresso em Nova Iorque, o qual servia de veículo de publicidade argentina nos Estados Unidos.

No campo educacional, o Ministério das Relações Exteriores e Culto da Argentina distribuiu aos 38 mil alunos das escolas públicas nova-iorquinas que

³⁵⁸ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937.08.31/2.

³⁵⁹ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937.08.31/2.

estudavam Espanhol farto material governamental composto de mapas, dados estatísticos, fotografias e descrições do país argentino.³⁶⁰

Por fim, o governo comprava ou subvencionava serviços de importantes empresas telegráficas estrangeiras (hoje, conhecidas como agências de notícias): as estadunidenses *United Press*, *Associated Press*, *International News Service*; a francesa *Havas* e a inglesa *Reuter*. Essa subvenção às agências servia para que, por motivos óbvios, notícias favoráveis à Argentina fossem divulgadas no Exterior, diminuindo, evidentemente, a incidência de matérias sobre outros países latino-americanos, especialmente o Brasil, nos EUA.

Por meio dos instrumentos citados e segundo leitura de Oswaldo Aranha, a política de propaganda argentina obteve grande êxito nos Estados Unidos, em contraposição à brasileira, que cada vez menos contribuía para a apreciação do país pelos estrangeiros. Para melhor exemplificar a diferença de abordagem a respeito de Argentina e Brasil nos EUA, citamos o caso emblemático da Revista *Life*. Dos Estados Unidos, em direção ao Brasil, partiram duas correspondências tratando dessa disparidade entre os dois países, uma da Embaixada do Brasil, em Washington, em novembro de 1936, e outra do Consulado de Norfolk, Virgínia, em dezembro do mesmo ano.

Acompanhando sua correspondência, o embaixador Oswaldo Aranha enviou quatro exemplares³⁶¹ da recém-lançada Revista *Life* ao ministro das Relações Exteriores, José Carlos de Macedo Soares, para discussão sobre a falta de influência da política de propaganda brasileira nos EUA. A lógica levantada por Oswaldo Aranha pode ser compreendida quando olhamos o conteúdo das revistas enviadas ao ministro, as quais apresentam uma comparação de como Brasil e Argentina eram vistos pela imprensa dos Estados Unidos. Ao passo que a revista *Life* de 30 de novembro de 1936 dedicava oito páginas em reportagem especial sobre a Argentina e a modernidade de Buenos Aires (que sediara a Conferência Pan-Americana em primeiro de dezembro do mesmo ano), o Brasil ganhou apenas quatro páginas na edição da semana anterior, 23 de novembro de 1936. Além da óbvia desvantagem

³⁶⁰ Ofício nº 502 da Embaixada do Brasil na Argentina ao Ministério das Relações Exteriores. Buenos Aires, 13 set. 1937. AHI.

³⁶¹ Os exemplares enviados foram: dois do n. 1, de 23 de novembro de 1936, e dois do n. 2, de 30 de novembro de 1936.

“numérica” brasileira, temos ainda clara vantagem argentina no que se refere ao conteúdo.

Em relação à Argentina, Oswaldo Aranha descreveu a abordagem de *Life* da seguinte maneira:

Em flagrante contraste [da visão da revista sobre o Brasil], as expressões usadas para elucidação de cenas da vida, social e rural da República Argentina são as mais escolhidas, sendo de notar o cuidado que houve de expurgá-las de conceito crítico que, porventura, destoasse da nota geral encomiástica, prejudicando o evidente propósito de propaganda favorável.³⁶²

Ao depararmos as páginas da *Life*, vemos o motivo da revolta de Oswaldo Aranha. Na página inicial da matéria sobre a Argentina, logo se vê uma foto aérea da Capital, Buenos Aires, “a maior, mais rica e moderna da América do Sul”,³⁶³ cuja sede do poder – a Casa Rosada – era “quatro vezes maior do que a Casa Branca”. A revista apresentou fotografias da elite política argentina, bailes e os “belos homens e mulheres”³⁶⁴ em jantares. *Life* apontou, ainda, três coisas para lembrar sobre o país: “a única grande nação de brancos puros na América do Sul”; “dedicadamente católicos, os voluntários argentinos lutam ao lado dos rebeldes fascistas na Guerra Civil Espanhola”; e “um quarto de seus habitantes nasceu na Alemanha, Itália, Espanha e Irlanda”.³⁶⁵

A edição da *Life* da semana anterior, de 23 de novembro de 1936, nas palavras de Aranha, “foi causa de amarga decepção para os brasileiros residentes nos EUA, que a considerava ofensiva e prejudicial aos interesses brasileiros”, pois os elogios ao Brasil “parecem intencionalmente depreciados pelas notas humorísticas e

³⁶² ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc 1937.08.31/2.

³⁶³ Do original: *Buenos Aires – The great city of the hustling argentines. Buenos Aires is South America’s biggest, richest, most modern city and host to the Inter-American Conference.* Revista *Life*, 30 Nov. 1936. p. 50. (Tradução nossa).

³⁶⁴ Revista *Life*, 30 Nov. 1936. p. 51.

³⁶⁵ Do original: *Things to remember about Argentina: 1 – it is South America’s only big, pure-white nation; 2 – piously Catholic, argentine volunteers are fighting on the rebel side in Spain’s civil war; and 3 – a quarter of its 11.000.000 people were born in Spain, Italy, Ireland or Germany.* Revista *Life*, 30 Nov. 1936. p. 57. (Tradução nossa)

pela focalização de aspectos menos favoráveis do povo”.³⁶⁶ O magazine apresentou o Brasil como “a maior e potencialmente mais rica das nações que participariam da Conferência Pan-americana”. Exibiu belas fotos da Capital da República, mas também mostrou o retrato da pobreza e da “mistura racial” brasileira. *Life* tratou da suposta “incurável preguiça” dos “encantadores brasileiros” e esse fator, segundo o magazine, decorreu de os conquistadores portugueses não terem trazido suas esposas, casando-se com índias, cujos descendentes se juntaram com sangue dos escravos negros.³⁶⁷

O Brasil, nas palavras da Revista, foi chamado pelos cientistas de “uma falha humana colossal”. A mistura não teria dado certo e, por conta disso, o país estaria perdendo seus negócios de açúcar e borracha; por pura preguiça ante as raças mais “enérgicas” ou “trabalhadoras”.³⁶⁸ Os argumentos da revista *Life*, ao tachar de “incurável”, ou seja, herdada, a suposta preguiça dos brasileiros, revelam dois traços importantes: a permanência da visão estrangeira sobre a população brasileira amolentada pelo clima, que incomodava os intelectuais brasileiros,³⁶⁹ e resquícios das teorias da degenerescência, oriundas do racismo científico do século XIX,³⁷⁰ lembrando que as ideias eugênicas – que foram muito utilizadas pelos racistas no modernismo - nasceram no seio da nação norte-americana.³⁷¹

A atitude de Oswaldo Aranha em expor “as provas” ao Ministro – a fim de que ele visse com os próprios olhos como o Brasil era visto nos EUA – e seu comentário referente à visão negativa da *Life* sobre o Brasil pretendiam aprimorar o serviço de propaganda do país lá fora, pois:

³⁶⁶ Ofício nº. 358.591.71. “Propaganda do Brasil” do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 27 Nov. 1936. AHI.

³⁶⁷ Do original: *Brazil is also called 'a colossal human failure'. Brazilians are charming people but are incurably lazy. The original Portuguese conquistadors did not bring their wives, married Indian aborigines, and their descendants added the blood of Negro slaves to the strain. The mixture did not work.* Revista *Life*, 23 Nov. 1936, p. 40-41. (Tradução nossa).

³⁶⁸ Revista *Life*, 23 Nov. 1936. p. 40-41.

³⁶⁹ SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 2ª ed. São Paulo: Cia. das Letras, 2003. p. 45.

³⁷⁰ FERNÁNDEZ-ARMESTO, Felipe. *Então você pensa que é humano?* Uma breve história da humanidade. São Paulo: Cia das Letras, 2007. p. 87.

³⁷¹ GOULD, Stephen Jay. *Dinossauro no palheiro: reflexões sobre a história natural*. São Paulo: Cia das Letras, 1997. p. 347-359.

Neste país [EUA], onde o tamanho, o número e a qualidade dos anúncios são fatores essenciais, o que temos feito é pouco, se não contraproducente. A boa conclusão a tirar, de quanto se tem publicado em desfavor, é que não podemos demorar mais, sem prejuízos graves, as providências requeridas para uma propaganda inteligente e útil, capaz de dar resultados positivos e materialmente apreciáveis.³⁷²

Não havia muito o que fazer contra a *Life*, já que a imprensa nos Estados Unidos não seguia qualquer limitação governamental. A saída era desenvolver a atividade de propaganda. O incentivo à vinda de turistas dos EUA ao Brasil também foi ventilado como uma das medidas a serem adotadas, porque tal atividade faria dos empresários estadunidenses “exploradores da indústria do turismo, aliados espontâneos” no apoio à propaganda brasileira. Tendo em conta que já existiam, em Nova Iorque, o Escritório de Informações do Brasil, e outro, de natureza particular, responsável por informações turísticas [ele se refere, provavelmente, a *American Brazilian Association*], esses esforços, dispersos e desorientados, na opinião do embaixador, seriam mais úteis caso o governo coordenasse e ajudasse permanentemente essas atividades.³⁷³

Aparentemente, mais chocado com o conteúdo da Revista, o cônsul de Norfolk, Francisco Bezerra de Menezes, escreveu ao Ministro das Relações Exteriores, Macedo Soares, as referidas linhas:

Chocou-me profundamente o que acabo de ler nas páginas 40 a 44 da revista *Life*, editada em Chicago, e cujo primeiro número peço vênia para remeter a Vossa Excelência. Sinto-me tolhido para – sem uma refutação pública – destruir as inverdades e informações proferidas aí estampadas, perante a sociedade desta cidade, da qual tenho, com a minha família, merecido as maiores provas de consideração e carinho, pela propaganda sã e real que vimos fazendo da nossa estremecida Pátria. É de notar que as poucas verdades aí citadas o são em tom de ridículo e que nem mesmo a personalidade do nosso digno presidente foi respeitada. Rogo a Vossa Excelência instruir-me com urgência sobre o modo porque deve agir este Consulado.³⁷⁴

³⁷² Ofício nº. 358.591.71. “Propaganda do Brasil” do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 27 nov. 1936. AHI.

³⁷³ Ofício nº. 358.591.71. “Propaganda do Brasil” do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 27 nov. 1936. AHI.

³⁷⁴ Ofício nº 88. “Inverdades publicadas na revista *Life* sobre o Brasil”. Do Consulado do Brasil em Norfolk ao Ministro das Relações Exteriores. Norfolk, 03 dez. 1936. AHI.

Difícilmente, “soluções tópicas” como, por exemplo, envio de notas explicativas ou de refutação pública à Revista, conforme propôs o Cônsul, surtiriam efeito, uma vez que houve tentativa de resposta à matéria de *Life*. Eurico Penteado,³⁷⁵ diretor do Departamento Nacional do Café em Nova Iorque, apressadamente, se dispôs a escrever uma carta à redação da Revista.

Prezado Senhor:

No primeiro número de sua revista, *Life*, o senhor mostrou algumas fotos do Brasil, seguido de um breve artigo com alguns comentários sobre o povo [brasileiro], [esses comentários] não são apenas rudes, mas também decididamente falsos. A declaração de que o Brasil é chamado de "falha humana colossal" e é habitado por um "povo incuravelmente preguiçoso" dificilmente pode ser explicada e não teria sido feita por qualquer pessoa com pelo menos um conhecimento rudimentar da história e do desenvolvimento desse país.³⁷⁶

Eurico Penteado assegura que se o articulista de *Life* tivesse estudado, mesmo que de maneira superficial, a história do Brasil, saberia que a perda da liderança na produção de borracha não foi decorrente da “mão de obra preguiçosa”, mas de outros fatores, como a exploração de trabalhadores nas colônias europeias em regimes análogos à escravidão que retiraram competitividade dos países cujo trabalho é assalariado, como o Brasil.³⁷⁷

Penteado responde à *Life*, assegurando que o “povo de incurável preguiça” se tivesse essa característica não teria desenvolvido grandes cidades brasileiras, não teria construído “moderno sistema ferroviário” com capital, engenheiros e técnicos operacionais nativos e também não criaria e manteria o que os líderes europeus

³⁷⁵ Funcionário do Ministério da Fazenda, Eurico Penteado se destacou como consultor técnico na área econômica, cedido à Embaixada brasileira em Washington e ao Departamento Nacional do Café (DNC) em diversas ocasiões durante os anos de 1930 e 1940. Exerceu cargos de diretoria do DNC e chefiou delegações brasileiras no Exterior. Verbete CPDOC In: <<http://www.fgv.br/cpd/doc/busca/Busca/BuscaConsultar.aspx>>. Acesso em: 23 jun. 2015.

³⁷⁶ Do original: *Dear Sir. In the first number of your magazine, Life, you show some pictures of Brazil followed by a brief article with some comments about her people which are not only discourteous but decidedly false. The statement that Brazil is called a "colossal human failure" and is inhabited by an "incurably lazy people" can hardly be explained and would not have been made by anyone having at least a rudimentary knowledge of the history and development of that country.* Revista *Brazil*. Ano 9, n. 99, jan. 1937. p. 21

³⁷⁷ Revista *Brazil*. Ano 9, n. 99, jan. 1937. p. 21.

chamam de “a maior empresa agrícola de todos os tempos”.³⁷⁸ Referia-se aos latifúndios cafeicultores no país.

No final, Eurico Penteado questiona a “raciologia” de *Life*:

Quanto às afirmações de que “muitos dos aristocratas brancos do Rio têm parentes negros” e que no norte do Brasil “uma gota de sangue branco faz um homem branco” – porque [esses argumentos] são tão ridículos quanto tolos, e para respondê-los aqui seria uma perda de tempo para mim e desperdício de espaço para *Life* – desde que sua revista seja justa o suficiente para imprimir esta carta, como eu espero que seja.³⁷⁹

A leitura da carta sugere que Eurico Penteado se irritou com a associação do país ao fenótipo do negro.³⁸⁰ A redação da revista contrariou as expectativas de Penteado, reservando-se apenas em respondê-lo, via carta particular, que não foi publicada nas edições subsequentes da Revista.³⁸¹ Em decorrência desse exemplo,

³⁷⁸ Do original: *The greatest permanent agricultural undertaking of all time*. Revista *Brazil*. Ano 9, n. 99, jan. 1937. (Tradução nossa).

³⁷⁹ Do original: *As to the statements “many a white Rio aristocrat has black kinsmen” and that in northern Brazil “a drop of white blood makes a man white” - why, they are so ridiculous as to be foolish, and to answer them here would be a waste of time for me and waste of space for Life - provided your magazine will be fair enough to print this letter, as I hope it will*. Revista *Brazil*. Ano 9, n. 99, jan. 1937. p. 21. (Tradução nossa).

³⁸⁰ No aspecto da diplomacia cultural, “a integração da cultura popular foi progressiva e a projeção da imagem de um Brasil negro – tradicionalmente contrária à desejada pelas elites, que era a de um país ‘civilizado’ – suscitou forte resistência nos meios diplomáticos”. DUMONT, Juliette; FLECHET, Anaís. “Pelo que é nosso!”: a diplomacia cultural brasileira no século XX. *Rev. Bras. Hist.*, São Paulo, v. 34, n. 67, p. 203-221, jun. 2014. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882014000100010&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: 08 set. 2015.

Como exemplo, em 1940, “a Embaixada do Brasil em Washington interveio nas filmagens de *Uma noite no Rio*, uma comédia musical realizada por Irving Cummings com participação de Carmen Miranda. Pediu que fossem retiradas as referências hispânicas introduzidas na reconstituição da paisagem carioca pelos roteiristas norte-americanos. [...] Porém, a embaixada não limitou sua intervenção às referências hispânicas do filme. Pediu também a supressão de cenas de dança, nas quais Carmen Miranda atuava no meio de músicos negros. Como destacou Ana Rita Mendonça em sua análise da trajetória norte-americana da cantora, a música popular – fortemente ligada à população afro-brasileira – ainda não era considerada ‘boa música’ por grande parte do corpo diplomático nas vésperas da Segunda Guerra Mundial”. FLECHET, Anaís. *As partituras da identidade: o Itamaraty e a música brasileira no século XX*. *Escritos*. Revista da Fundação Casa de Rui Barbosa. Ano 5, n. 5, 2011. p. 247. Disponível em:

http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/revistas/Escritos_5/FCRB_Escritos_5_11_Anais_Flech et.pdf

³⁸¹ Na carta, Henry R. Luce, editor de *Life*, afirma reconhecer que nem todos os brasileiros são preguiçosos e que o ponto de vista do artigo era de transmitir “a atmosfera geral de lazer que permeia tão grande parte desse imenso país” [*our only point in this connection was to convey the generally leisurely atmosphere which pervades so large a part of that immense country*]. Além disso, o comentário

as autoridades brasileiras evidenciaram a dificuldade de lidar com a imprensa nos Estados Unidos. Era necessário dar um passo além, isto é, observar quais eram os acertos do serviço de propaganda argentino e estabelecer um similar no Brasil, coordenado pelo Itamaraty. Assim, pois, complementou Oswaldo Aranha, noutra ocasião, em carta ao Presidente Vargas: "[...] é que o nosso Brasil é um segredo, conhecido do governo, mas ignorado do povo americano. E a minha fórmula, resultado da observação e da experiência, é que devemos procurar ser conhecidos do povo para melhor contarmos com o governo dos Estados Unidos".³⁸²

A proposta do Embaixador fora baseada na ampla cobertura das eleições argentinas por parte da imprensa dos EUA, cuja violência, ocorrida no pleito, foi justificada, por alguns jornais estadunidenses, como "frutos naturais do entusiasmo cívico eleitoral". Segundo Aranha, essa visão parcimoniosa dos jornais à Argentina decorreu dos esforços dos diplomatas daquele país na propaganda, como foi o caso do "Embaixador argentino [que] não arredou mais o pé de Washington e é fora de dúvidas que está agindo junto às associações pacifistas à imprensa e outros elementos e que, em Nova Iorque, há um intenso trabalho pró-Argentina".³⁸³

Com suporte nesse quadro, compreende-se a estratégia do governo, em especial, o Itamaraty, em angariar a simpatia dos EUA pelas causas brasileiras. O campo central de luta pela "imagem favorável" do Brasil se desenvolveu na Capital Federal, Washington, pois é lá onde, até hoje, se encontra a representação política do país. A batalha, porém, ocorria em outras cidades importantes, como Nova Iorque, sede das principais casas comerciais e financeiras daquele país.

Observando o êxito argentino, Oswaldo Aranha verificou que era necessário, então, estabelecer um plano nacional de propaganda no Exterior, baseado nos pontos a seguir delineados.

sobre a economia brasileira "era simplesmente um ponto que inevitavelmente surgiu na discussão de um país estrangeiro por uma revista norte-americana" [*it was simply a point which inevitably came up in the discussion of a foreign country by a magazine in U.S.*]. Sobre a questão racial, Henry Luce asseverou que a posição do negro no Brasil é mais vantajosa que nos EUA, portanto, o Brasil deveria ser congratulado por essa "evidência de justiça social". [*Surely, upon that evidence of social justice, Brazil is to be congratulated*]. Revista *Brazil*. Ano 9, n. 99, jan. 1937. p. 22.

³⁸² ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 09 set. 1937. CPDOC GVC, 1937.09.09

³⁸³ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 09 set. 1937. CPDOC GVC, 1937.09.09.

Primeiro, dever-se-ia dotar a Embaixada de verba fixa de propaganda, com aplicação dos recursos sob critério exclusivo da representação em Washington,³⁸⁴ ou seja, sem interferência de órgãos governamentais brasileiros, como o Departamento Nacional de Propaganda e do próprio Ministério das Relações Exteriores. Sobre esses órgãos, Oswaldo Aranha fez crítica sutil, ao comentar a recusa do pedido da Embaixada ao Itamaraty de subvenção à propaganda para as revistas *Time*, *Vogue* e *Fortune*. A verba fixa de propaganda à Embaixada facilitaria o deslocamento dos diplomatas nos EUA, cujas distâncias eram intransponíveis sem uso de avião, para promoção do Brasil nas grandes cidades, tais como “Nova Iorque, Chicago, Filadélfia, São Francisco, Boston, Detroit etc.”, que teriam vida mais intensa do que a de “todas as capitais europeias, inclusive Londres”.³⁸⁵ Dotar, contudo, a Embaixada brasileira de tamanha autonomia frente ao órgão que a comandava – o Itamaraty – poderia causar danos políticos a Getúlio Vargas.

Segundo, era necessário unificar e promover os diversos órgãos brasileiros com atuação nos EUA – Bureau Comercial de Nova Iorque, Bureau de Turismo, do Departamento Nacional do Café, Escritório de Informações sobre o Brasil e das demais empresas e organizações “interessadas no Brasil” – juntamente com a embaixada, para formação de uma espécie de “rede” do serviço de propaganda coordenada nos EUA para atuação tanto no campo comercial quanto no meio universitário, “donde saem as figuras que amanhã se destacarão na alta administração pública”.³⁸⁶

Em terceiro lugar, deveria haver a contratação de um serviço de propaganda similar ao da agência Ayres & Cia, como fez o governo argentino, para atuar junto aos jornais de maior circulação nos EUA. Além da queixa da cobertura ineficiente da imprensa estadunidense sobre o Brasil, tachada de “xenofóbica, incoerente, teatral e

³⁸⁴ Em outro documento, há referência à solicitação de um funcionário consular experiente, que exerceria a figura de “pivô” na Embaixada para coordenar as ações de propaganda. O embaixador Oswaldo Aranha solicitou a transferência do Cônsul de Nova Iorque, Luís de Faro Júnior, à Embaixada. ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 09 set. 1937. CPDOC GVC, 1937.09.09.

³⁸⁵ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 09 set. 1937. CPDOC. Gvc. 1937.08.31/2

³⁸⁶ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC. Gvc. 1937.08.31/2.

mercenária”.³⁸⁷ Havia, na opinião de autoridades brasileiras, uma espécie de conluio da imprensa platina em irradiar notícias desfavoráveis ao Brasil no Exterior.³⁸⁸

O quarto ponto era subvencionar empresas telegráficas com finalidade de veiculação de notícias do Brasil nos EUA. O quinto ponto consistia na contratação, em caráter secreto, de um *press agent* entre os colunistas estadunidenses. Para Oswaldo Aranha, caso o governo tomasse essas medidas, os bons resultados seriam imediatos, “deixar, porém, a opinião americana entregue à sua ignorância do Brasil e às explorações que contra nossas coisas fazem outros países, isso é que é necessário evitar, corrigir sem perda de tempo, porque os seus malefícios são cada dia maiores”.³⁸⁹

Embora o projeto de propaganda proposto por Oswaldo Aranha ganhasse força, na medida em que seu proponente angariava mais poder junto ao governo e também prestígio internacional, havia discordância entre setores do governo brasileiro a respeito do andamento da promoção da imagem do país nos EUA. Isso decorreu do fato da inexistência de organismo específico para avaliação da propaganda externa do Brasil³⁹⁰, cabendo ao Ministério das Relações Exteriores, por meio dos diplomatas e demais servidores, a função de “executor e avaliador” da propaganda. Consequentemente, em certos aspectos, percebemos certo “melindre” na avaliação da imagem do Brasil na imprensa estadunidense, pois cabia ao diplomata ou a qualquer servidor do governo ler as notícias publicadas na imprensa, e, de *moto-proprio*, examinar até que ponto as iniciativas de propaganda logravam êxito.

³⁸⁷ Conforme análise do Cônsul de Nova Orleans sobre a imprensa dos EUA, de 1934 a 1939. Ofício nº 80, do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 24 maio 1939. AHI.

³⁸⁸ Essa referência aparece em várias ocasiões: ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 03 maio 1935. Gvc. 1937.05.03/2; VARGAS, Getúlio. Telegrama a Oswaldo Aranha. Rio de Janeiro, 14 maio 1937. CPDOC. Gvc. 1937.05.14/2; ARANHA, Oswaldo Telegrama a Pimentel Brandão S/D. AHI.

³⁸⁹ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. Gvc. 1937.08.31/2

³⁹⁰ Vale destacar que a Segunda Guerra Mundial tornou mais efetiva a atuação das polícias políticas no que concerne ao setor de vigilância de atividades estrangeiras. A partir de 1939, a Delegacia Especial de Segurança Política e Social da Polícia Civil organizou o Serviço de Verificação de Jornais, um setor responsável pela coleta e avaliação de “fontes ostensivas” (jornais, revistas e periódicos) com objetivo de avaliar, no exterior, a visão sobre o Brasil e posicionamentos estrangeiros, notadamente argentinos, americanos, ingleses, alemães e italianos. PACHECO, Thiago. Sistema de espionagem e contraespionagem brasileira durante a Segunda Guerra Mundial. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (orgs) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010. p. 549-550.

Nesse sentido, a ausência de objetividade na avaliação da propaganda se expressa nas correspondências endereçadas ao próprio Getúlio Vargas, escritas tanto por servidores de órgãos do governo brasileiro, que exerciam influência nos rumos da política externa, quanto por pessoas próximas ao Presidente, tinham o intuito de informá-lo sobre o quadro estabelecido nos Estados Unidos a respeito da imagem do Brasil por lá, expressando a constante insatisfação deles.

Para exemplificar a análise muito particular de autoridades ou pessoas influentes no Palácio do Catete, nos reportaremos a algumas ideias ou projetos divergentes da propaganda brasileira exercida no Exterior. Vale lembrar que a deflagração da Segunda Guerra Mundial acirrou os ânimos dos grupos que orbitavam em torno de Getúlio Vargas (pró-Eixo e pró-Aliados), o que podia se traduzir em queixas – de um grupo contra o outro – sobre o andamento da propaganda externa do Brasil, as quais recaíam diretamente sobre os ombros de Oswaldo Aranha, que, a essa época, já havia assumido o Ministério das Relações Exteriores.

Uma dessas queixas partiu de Filinto Müller, chefe da Polícia Política que, em carta ao coronel Benjamim Vargas, relatou ter recebido a seguinte queixa de um agente brasileiro: “a deficiência da propaganda de nossas coisas e nossos homens, no Brasil e no estrangeiro é gritante, em relação ao que se faz dentro do nosso país, em benefício de outras nações”.³⁹¹ O que o incomodava eram as vantagens pretensamente recebidas por Alemanha e Inglaterra no Brasil, por meio da propaganda de suas nações em tempos de guerra. Nas próprias palavras de Müller, as informações de tais propagandas “divulgadas no Brasil são tamanhas e tão descabidas que é difícil imaginar como têm aceitação e como é que a paciência do nosso povo e do governo não se esgotam”.

Já o Brasil, na visão do militar, com ausente política de propaganda no Exterior, estaria a “merecer uma propaganda eficiente e tenaz do nosso governo, pondo ao mesmo tempo, paradeiro às divulgações escandalosas que o rádio e a imprensa [escrita] fazem do estrangeiro, às vezes, mesmo em detrimento material e moral do nosso país”.

Para tanto, segundo Filinto Müller, era necessário estabelecer algumas diretrizes para a propaganda, sobretudo no estabelecimento de uma estrutura

³⁹¹ MÜLLER, Filinto. Carta ao Coronel Benjamim Vargas. Rio de Janeiro, 23 jun. 1941. GV conf. 1941.06.23/8. As citações desta página se referem ao mesmo documento.

eficiente, como a criação de um ministério para tal fim, o que significaria despesas em torno de três ou quatro mil contos anuais, algo inviável pelo déficit orçamentário de 1941. Como sugestão ao Coronel Benjamim Vargas, Filinto Müller apontava para uma “pequena majoração no imposto do selo sobre operações bancárias”, como cheques, “depósitos a prazo fixo e em contas correntes, transferências e remessas de fundos e numerário, operações de desconto”. Assim, seria possível cobrir os custos de um ministério daquela monta, pois “só nesse aumento, o governo teria uma renda de cerca de catorze mil contos de reis anuais”.³⁹²

Outra pessoa insatisfeita com os rumos da propaganda de Oswaldo Aranha era Rosalina Coelho Lisboa.³⁹³ Em várias de suas cartas endereçadas a Getúlio Vargas, muito do que se podia ler era “queixa” sobre a imagem do Brasil no Exterior. Numa delas, junto com uma carta de Barbosa Lima sobre um artigo publicado na revista *Friday*, ela acusa o Presidente Roosevelt de estar “preparando a opinião pública norte-americana para uma intervenção na política brasileira” por meio da imprensa, a respeito da qual proferiu a frase: “Quando disseram a V.Excia que a imprensa nos EUA é livre pode V.Excia chamar-se a discussão pública com quem afirmar tal lenda”.³⁹⁴

Pelo constatado na documentação pesquisada, a opinião de Rosalina Lisboa não era totalmente incorreta. A “imprensa livre” dos Estados Unidos estava distante de propagar com isenção acontecimentos relevantes do Mundo. Em termos de cobertura internacional, noticiar um ou outro país abrangia muito mais do que eventos, ou seja, envolvia as somas provenientes de governos, com o intuito de autopromoção no Exterior, por meio da cobertura da imprensa, conforme será visto neste estudo.

Viriato Dorneles Vargas, em carta ao ilustre irmão, também comentou sobre a propaganda brasileira nos Estados Unidos. Longe de criticar Oswaldo Aranha, sua reclamação atingiu o DIP, embasando-se em conversações com empresários

³⁹² MÜLLER, Filinto. Carta ao Coronel Benjamim Vargas. Rio de Janeiro, 23 jun. 1941. CPDOC. GV conf. 1941.06.23/8. As citações desta página se referem ao mesmo documento.

³⁹³ Rosalina Coelho Lisboa Larragoiti nasceu na cidade do Rio de Janeiro, no dia 15 de julho de 1900. Foi Jornalista e escritora. Por ser amiga de Getúlio Vargas, tinha liberdade de expressar suas posições políticas ao Presidente. Integralista, partidária da participação da mulher na política, foi a primeira brasileira a ser enviada ao Exterior em missão intelectual (Montevideu, 1932). Fonte: Rosalina Coelho Lisboa. Verbete. CPDOC. < <http://www.fgv.br/cpdoc/busca/Busca/BuscaConsultar.aspx> > . Acesso em: 05 jul. 2014

³⁹⁴ LISBOA, Rosalina Coelho. Carta a Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, mar. 1941. CPDOC. GV c 1941.03.00/2, 03/1941.

estadunidenses que o informaram, categoricamente, da inexistência de um “serviço de propaganda a altura do momento” e que

A coordenação norte-americana já está agindo junto dos jornais e do rádio. Que nos jornais começou a distribuir não só noticiários, mas também artigos assinados por figuras de truz, principalmente para os periódicos do interior. E que no rádio está conduzindo vários programas interessantes (A Marcha da Guerra todos os dias às 19h30 menos aos sábados e domingos, sim ou não para os estudantes das escolas superiores etc.).³⁹⁵

Para Viriato Vargas, naquele momento da guerra, era necessário um esforço de massificar a propaganda brasileira nos EUA, com utilização de instrumentos tais como o rádio, à população, algo que o OCIAA realizava, porém, de forma conveniente aos interesses estadunidenses. Seria necessário, portanto, utilizar a mesma técnica, todavia, com conteúdo e propósitos brasileiros.

O filho mais velho do Presidente Getúlio Vargas, Lutero Sarmanho Vargas, em missão nos EUA, em 1944, de igual modo comentou sobre as relações entre os dois países:

Cá estou. Não fizeram, porém, nenhuma propaganda com a minha chegada desta vez. A boataria aqui é muito grande. Quase todos os brasileiros estão assustados. Anteontem estive com a embaixatriz Martins que me informou de fonte segura, segundo diz, que o Eduardo Gomes está tramando no Norte e que **o Oswaldo Aranha continua tramando sua teia por aqui**. [...] tenho lhe falado várias vezes a respeito sobre sua política aqui nos EUA e não sofrendo porque o senhor não liga. **A verdade é que o Brasil não tem nenhuma propaganda aqui e os jornais quando falam sempre põem um venozinho. A embaixatriz acha conveniente sua vinda aqui e que o presidente Roosevelt tem coisas para dizer-lhe que só e si pessoalmente o poderia fazer. O Brasil lucraria muito com sua vinda aqui.**³⁹⁶ (grifo nosso).

Além de querelas políticas nas prevenções de Lutero Vargas, o sucesso pessoal de Oswaldo Aranha nos EUA era evidenciado nas declarações de Drew

³⁹⁵ A carta objetivava transferir o comando do DIP ao Coronel Ari Mourell Lobo. VARGAS, Viriato Dornelles. Carta a Getúlio Vargas, 25 maio 1943. CPDOC.

³⁹⁶ VARGAS, Lutero Sarmanho. Carta a Getúlio Vargas. Washington, jul. 1944. CPDOC. GV c 1944.07.00/2.

Pearson e de outros jornalistas.³⁹⁷ Este estudo, no entanto, lança olhar no que, de fato, interessa, à crítica sobre a propaganda brasileira instaurada por Aranha.

A análise de Lutero Vargas é de que não havia qualquer política de publicidade, isto é, de que o Brasil estaria à mercê dos jornais “venenosos”, soltando boatos de toda monta. Para reduzir esse efeito negativo, foi sugerida, então, a vinda do presidente Vargas aos Estados Unidos, fato, como presumimos, difícil de ocorrer, tanto pela própria segurança do Presidente – seja pelo receio de sofrer algum ataque aéreo do Eixo (pouco provável), seja por ser deposto em algum golpe – quanto pela apreensão de Getúlio Vargas a longas e extenuantes viagens de avião.³⁹⁸

Após pressões políticas, Oswaldo Aranha se exonerou da chancelaria brasileira, em agosto de 1944.³⁹⁹ Esse episódio, além de ter afetado a imagem brasileira nos Estados Unidos,⁴⁰⁰ abriu espaço para rediscussão da propaganda brasileira naquele país. A título de exemplificação, temos a correspondência da embaixatriz do Brasil em Washington, Maria Martins, ao Presidente Vargas, na qual, em nome do embaixador, tratou da proposta de organização de um serviço brasileiro de informações (*Brazilian Information Service*) nos Estados Unidos, em 1945. Maria Martins fez menção a um serviço enxuto, sediado em Nova Iorque, “pela conveniência em tratar diariamente com maiores órgãos de opinião”, porém supervisionado pela Embaixada do Brasil em Washington, que manteria comunicações com o Brasil.

O orçamento inicial foi estipulado em 26.950 dólares, por um período de seis meses, com emprego inicial de cinco pessoas,

Um chefe, cujos deveres incluiriam a formulação de programas como instrumento de diretivas políticas emanadas da embaixada brasileira; um assistente chefe, que atuaria como agente administrativo e assistiria o chefe

³⁹⁷ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha*. Uma biografia. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 216.

³⁹⁸ A mais longa viagem internacional de Vargas foi à Argentina. FAUSTO, Boris. *Getúlio Vargas*. O poder e o sorriso. Coleção perfis brasileiros. São Paulo: Cia das Letras, 2006. p. 84.

³⁹⁹ A razão da saída de Oswaldo Aranha do Itamaraty decorreu do fechamento, pela polícia, da Sociedade Amigos da América, em agosto de 1944. Tal associação, que escolheu Aranha para a Vice-presidência, promovia a amizade e cooperação com os EUA. SILVA, Hélio. 1945: por que depuseram Vargas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976. p. 44-45.

⁴⁰⁰ Como as próprias autoridades brasileiras constataram: “Segundo informações colhidas na Coordenação americana, os jornais dos EUA continuam a desenvolver uma campanha contra o governo do Brasil. Assim, vários jornais americanos publicam constantemente editoriais sobre o “regime fascista brasileiro”, “o ditador Vargas”, “a saída do único elemento democrático do governo brasileiro Oswaldo Aranha” e uma infinidade de outros artigos sobre a mesma base”. Boletim Delegacia de Segurança Pública nº 97, de 28 set. 1944. CPDOC. GVC. 1944.09.28. p. 3.

na preparação de folhetos e boletins; dois secretários-tradutores-investigadores e um datilógrafo.⁴⁰¹

Tal pessoal designado trabalharia em toda “classe comunicações – imprensa, rádio, cinema, leitura, exposições”. O objetivo era preparar e distribuir “folhetins ao público, à imprensa, às estações de rádio e às companhias (*newreil companies*)”. Esses folhetins seriam “mimeografados em forma de panfletos e folhetos, cuja expedição seria submetida à aprovação da embaixada brasileira”, tendo como objetivo informar “fatos e figuras sobre o Brasil através das correntes de informação pública já existentes”.⁴⁰²

A proposta era listar pessoas e organizações interessadas ou potencialmente interessadas em negócios com o Brasil. Com base no cadastro, os informativos seriam distribuídos conforme a atividade de cada grupo. Os sindicatos, por exemplo, receberiam informativos sobre o trabalho no Brasil, enquanto grupos religiosos seriam informados acerca da “tolerância racial e religiosa” no país. Quanto “às donas de casa, seriam fornecidas receitas de doces e comidas brasileiras”, enquanto “Revistas femininas falariam das últimas modas”.⁴⁰³

Entretanto, essa proposta não se diferenciava, *grosso modo*, da ideia de Oswaldo Aranha, sobretudo com o estabelecimento do Serviço de Cooperação Intelectual. Aliás, em Nova Iorque, como visto, já existia órgão semelhante ao serviço proposto pelo casal Martins (*Brazilian Information Bureau*), o que pode significar desconhecimento da política de propaganda governamental, tanto do Itamaraty quanto do Ministério do Trabalho (pouco provável) ou uma prática política de “criar o já existente” para demarcação de espaço político. O Estado Novo, em seus estertores, tentava de todos os modos ser eficiente em divulgar sua imagem ao já fortalecido Império dos Estados Unidos da América.⁴⁰⁴ O “novo”, no entanto, nada mais era que o “velho” noutras vestes.

⁴⁰¹ MARTINS, Maria. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 14 mar. 1945. CPDOC. GV c, 1945.03.14.

⁴⁰² MARTINS, Maria. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 14 mar. 1945. CPDOC. GV c, 1945.03.14.

⁴⁰³ MARTINS, Maria. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 14 mar. 1945. CPDOC. GV c, 1945.03.14.

⁴⁰⁴ VISENTINI, Paulo G. & PECEQUILO, Cristina Soreanu. Estados Unidos: o Último Império. In: TEIXEIRA DA SILVA, Francisco Carlos; CABRAL, Ricardo Pereira; MUNHOZ, Sidnei J. (orgs). *Impérios na História*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

3 “POR TRÁS DO SORRISO DO GOVERNO HÁ SEMPRE A AMEAÇA DE FORÇA”. PERSUAÇÃO / PERSEGUIÇÃO PELA IMAGEM FAVORÁVEL DO BRASIL NOS ESTADOS UNIDOS

Justamente, a famosa simpatia do Brasil não explica inteiramente a contenção de correspondentes estrangeiros e nacionais. Por trás do sorriso do DIP há sempre a ameaça de força.⁴⁰⁵

Roland Sharp.

3.1 Notícias de falsos vendavais: o golpe de 1937 e o discurso de junho de 1940 nos jornais estadunidenses

Os dois episódios retratados anteriormente nesta tese (arrendamento dos *destroyers* e a instalação da Comissão Mista de investigação sobre a repressão aos prisioneiros do levante comunista de 1935) serviram de mote para a elaboração do plano de propaganda do Itamaraty, encabeçado por Oswaldo Aranha.

Os exemplos seguintes ilustram o quão era tenaz à deterioração das relações brasileiro-estadunidenses quando a opinião impressa nos Estados Unidos desfavorecia o Brasil. Será abordada, portanto, nesta parte da tese, a repercussão, pelos grandes jornais daquele país, de dois acontecimentos internos à política brasileira, mas que afetaram a imagem do Brasil alhures: a cobertura do golpe de 1937 e as reações ao discurso de 11 de junho de 1940.

3.1.1 Primeiro vendaval: o golpe do Estado Novo de 1937

⁴⁰⁵ Do original: *The justly famed friendliness of Brazil does not entirely account for the restraint of foreign and national correspondents. Behind the smile of DIP is always the threat of force.* O trecho é resultado das reportagens de viagem do correspondente do jornal *Christian Science Monitor*, Roland Hall Sharp, que esteve na América Latina nos anos de 1938 e 1944. SHARP, Roland. *South America uncensored*. New York: Longmans, Gree and Co., 1945, p. 62. (Tradução nossa).

“*Brasil, um Estado corporativo*”; “*Vargas tem todo o poder*”; “*Washington está preocupada*”. Eram títulos de reportagens que invadiam a imprensa dos EUA no final do outono de 1937. As notas sobre esportes, cotidiano, os preparativos para mais um dia de Ação de Graças e/ou Natal agitado eram acompanhados por notícias pouco ordinárias vindas dos trópicos. Aquele imenso país, tão grande quanto os Estados Unidos, foi atingido por um vendaval político chamado Estado Novo. Os termos: fascismo, totalitarismo e ditadura foram utilizados para caracterizar os eventos no final de 1937.⁴⁰⁶ A imprensa estrangeira, especialmente a dos Estados Unidos, teceu inúmeros comentários, a maioria deles negativos, sobre o caminho político brasileiro após a deflagração do golpe de 1937.⁴⁰⁷

Da Capital Federal, no dia seguinte ao anúncio do Estado Novo, o jornal *Washington Post* anunciava com destaque de primeira página: “Fortalecimento do poder”; “Golpe no Brasil dá função virtual de ditador”; “Vargas é o virtual ditador do Brasil; Congresso está fechado”.⁴⁰⁸ As notícias sobre a política brasileira apareceram de forma constante durante o mês de novembro de 1937.⁴⁰⁹

O jornal *The New York Times* destacou-se pela ampla cobertura dos eventos brasileiros. Em 11 de novembro 1937, a manchete de primeira página estampava: “Estados Unidos temem que o fascismo possa se espalhar entre os países latino-americanos; inquietação é sentida também para que as ditaduras em outros hemisférios tentem incluir os governos ocidentais em suas órbitas”.⁴¹⁰ O impacto da deflagração do golpe de 1937 aparece na primeira página do mesmo jornal em cinco

⁴⁰⁶ Como exemplo, vale mencionar as notícias sobre o Estado Novo em outros jornais pesquisados – listados apenas as edições de novembro de 1937 - Jornal *Christian Science Monitor* 10 e 12 nov. 1937; Jornal *Chicago Daily Tribune*: 10, 11, 13, 19 e 28 nov.; Jornal *Los Angeles Times*: 18 e 28 nov.; Jornal *The Washington Post*: 11, 12, 13, 14, 16, 18, 19, 20 e 28 Nov.

⁴⁰⁷ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha: biografia política*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994, p. 256. A exemplo das seguintes manchetes: Jornal *Christian Science Monitor*: “*Fascist Regime set up by Brazil; First in Americas*”, 10 nov. 1937; “*Brazil turns to Fascism*”, 12 Nov. 1937; Jornal *Chicago Daily Tribune*: “*Head of Brazil moves to create dictator rule*”, 10 Nov. 1937, “*Brazil chief sets up dictatorship; shuts Congress*”, 11 Nov. 1937. (Tradução nossa).

⁴⁰⁸ Do original: “*Strengthens power*”, “*Brazil coup gives virtual role of dictator*”; “*Vargas virtual Brazil dictator, Congress out*”. Jornal *The Washington Post*. Washington, 11 Nov. 1937, p. 1 e 5. (Tradução nossa).

⁴⁰⁹ Edições em que a notícia estampou a primeira página: 11, 12, 14, 16 e 20 Nov. 1937. Além dessas, registra-se matérias nas edições dos dias 13, 14, 19, 20, 21 e 28 nov. 1937 e 04 e 25 dec. 1937.

⁴¹⁰ Do original: “*Brazil A Corporate State; Vargas Takes Full Power; Washington Is Concerned*”, “*U.S. Fears Fascism May Spread Among Latin American Countries Uneasiness Is Also Felt Lest Dictatorships in Other Hemispheres Attempt to Include Western Governments in Their Orbits*”. Jornal *The New York Times*, Nova Iorque, 11 Nov. 1937. p 1. (Tradução nossa).

edições, além de ser retratado praticamente todos os dias do mês de novembro de 1937.⁴¹¹

A leitura do evento de 1937 no jornal *The New York Times* ilustra o impacto do golpe na imprensa. De um lado, longe da censura brasileira, escrevia John White, que, de Buenos Aires, alertava para o caráter “pseudo-fascista” do movimento; da atuação da censura sobre o trabalho dos correspondentes internacionais que atuavam no Brasil; do apoio alemão ao novo regime brasileiro e dos desafios de centralizar o poder nas mãos de Getúlio Vargas.⁴¹²

Do outro lado, Frank Garcia, em posição delicada por residir na Capital da República brasileira, tentou tranquilizar os leitores do *The New York Times* ao descrever um olhar “simpático” ao governo. O jornalista, por telefone, disse que a mudança de regime agradou a população, “as pessoas pareciam felizes” – comentou Garcia – pelo fato de não ter sido registrado incidentes dia 10 de novembro. Sobre a repressão, ele comentou:

Eu posso dizer que, embora tenha havido censura, eu não tive dificuldades em enviar matérias ao *The New York Times*. Elas foram telegrafadas sem nenhum problema. Essa nova Constituição configura o Estado um tanto Fascista, mas não inteiramente. É mais democrático que fascista. Na verdade, é nacionalista.⁴¹³

O depoimento “tranquilizador” de Frank Garcia foi exceção. De certa forma, as expressões utilizadas pela imprensa estadunidense podiam lembrar o fantasma da Primeira Guerra Mundial, na qual os *ianques*, sob o idealismo wilsoniano, perderam muitos homens pelo “bem comum”, cujo resultado não agradou à sociedade e resultou numa postura isolacionista em relação à Europa no pós-guerra. A ameaça de regimes

⁴¹¹ Jornal *The New York Times*, Nova Iorque, 11; 12; 13; 14; 16; 17; 19; 20; 21; 22; 25; 26; 27 e 28 Nov. 1937.

⁴¹² Do original: *Nature of Regime not clear. [...] Buenos Aires newspapers and press associations that telephoned their correspondents in Brazil tonight were informed that's censors standing at the correspondents' elbows forbade them to say anything beyond what the censors' bureau had already given out.* Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 11 Nov. 1937. (Tradução nossa).

⁴¹³ Do original: *Brazilians seen happy, repórter say on fone. [...] 'The people seen to be very happy', Mr. Garcia said. 'They like the change. There were no outbreaks and there are not likely to be any. Business went on as usual'. 'I might say that although there has been a censorship, I had no difficulty in sending my dispatches to The New York Times. They were cabled without any trouble'. 'This new Constitution sets up a somewhat Fascist State but not entirely. It is more democratic than fascism. Actually, it is nationalist'.* Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 11 Nov. 1937. (Tradução nossa).

de cunho fascista na “pacata” América Latina, área de influência estadunidense, pode ter assustado os editores dos jornais e, conseqüentemente, seus leitores.⁴¹⁴

Surpreendido com a notícia do golpe, contada via telefonema na manhã de 10 de novembro, o embaixador Oswaldo Aranha avaliou o impacto desse evento na imprensa estadunidense como reflexo do clima de beligerância no mundo em que o Brasil tornou-se alvo do sensacionalismo dos jornais.

[...] Foi uma enxurrada de ofensas, de falsidade e de notícias fantásticas. É inacreditável como este país se fala e se escreve sobre os demais países. É uma velha usança da imprensa americana escrever, opinar e palpar por ouvir dizer e contar. Todo o meu esforço tem que ser, pois, para esclarecer esta multidão de jornais e jornalistas, procurando modificar o ambiente criado em torno da tua pessoa e dos acontecimentos. O próprio Getulino veio para os jornais, suas fotografias, sua vida, seus estudos.⁴¹⁵

Segundo o Embaixador, o ambiente criado com a notícia do golpe foi hostil ao Brasil, pondo o país no alvo das especulações da imprensa estadunidense, que, ávida por novidades, não poupou a privacidade do filho caçula de Vargas, Getúlio Vargas Filho, estudante de Engenharia Química na Universidade Johns Hopkins, em Baltimore.⁴¹⁶ A inquietação de Oswaldo Aranha residia não apenas na exposição da família Vargas, mas também nos anúncios presidenciais, principalmente a suspensão do pagamento da dívida externa, que acirrou os ânimos dos mais de 230 mil *ianques* possuidores de títulos brasileiros, alarmados não com a mudança de regime, mas sim com a inadimplência do governo brasileiro para com os credores internacionais.

Do Brasil, logo que se seguiu o golpe, o governo procurou cercar-se de elementos para combater à má impressão do regime no exterior. O chanceler brasileiro Mário de Pimentel Brandão tratou de montar uma operação de guerra de informação para acalmar os ânimos das autoridades de outras nações por meio de

⁴¹⁴ Ricardo Seitenfus atribui a cobertura da imprensa americana, meses antes ao golpe, as atividades da Ação Integralista Brasileira, do Partido Nacional Socialista Alemão e do Fascio no Brasil. SEITENFUS, Ricardo. *O Brasil vai à guerra: o processo do envolvimento brasileiro na Segunda Guerra Mundial*. 3. ed. Barueri: Manone, 2003. p. 85.

⁴¹⁵ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getulio Vargas. Washington, 24 nov. 1937. CPDOC GVC 1937.11.24/3.

⁴¹⁶ Jornais: *The Washington Post*. Washington, 13 nov. 1937. p. 3; *Chicago Daily Tribune*. Chicago, 14 nov. 1937. p. 2; *Christian Science Monitor*. Boston, 12 nov. 1937. p. 13.

cartas circulares em 11 de novembro,⁴¹⁷ como aquela expedida para solicitar a repercussão dos acontecimentos políticos brasileiros, reafirmando a “completa ordem e tranquilidade em todo território nacional”.⁴¹⁸ O próprio presidente Vargas, na noite de 13 de novembro, fez um pronunciamento exclusivo ao jornal *The New York Times* para explicar os eventos de 10 de novembro.

Para Getúlio Vargas, cada nação detém o “incontentável direito” de resolver seus problemas de acordo com suas necessidades. No caso, o regime de 1937 foi um “movimento lógico” de combate as táticas do comunismo internacional que “corrompiam” certas figuras brasileiras de feitio “fraco ou ambicioso”. Por isso, explica o Presidente, foi necessário estabelecer uma nova Constituição que abolisse a “propaganda comunista” e centralizasse as ações do governo brasileiro. Essa Carta Magna não seria de natureza fascista, ela “manteria os dogmas democráticos dentro de uma estrutura social e nacionalista”. O governo, portanto, preservaria a ordem interna e respeito aos compromissos internacionais.⁴¹⁹

Essas ações se tornaram necessárias devido a preocupação do governo estadonovista com as reações das autoridades estadunidenses, atônitas com o evento de 10 de novembro de 1937. Assim que soube da notícia do golpe, o embaixador dos Estados Unidos no Brasil, Jefferson Caffery, enviou telegrama ao Secretário de Estado, Cordell Hull, para explicar os movimentos brasileiros. Caffery reiterou que fora informado do novo governo antes de qualquer outro embaixador, o que sugere, por meio desse tratamento especial, a manutenção dos compromissos políticos para com os Estados Unidos. No telegrama, o embaixador afirma que o golpe foi o clímax de um cuidadoso plano de Getúlio Vargas.⁴²⁰

O secretário Cordell Hull, por sua vez, ponderou que a imprensa tinha reagido imediatamente ao anúncio do golpe, enfatizando a natureza fascista do regime e se

⁴¹⁷ Circulares Nº. 1.162, 1163, 1164 e 1165, de 11 nov. 1937. Índice: “Nova organização política”. Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano VI, Número 10. Brasília, DF: A Fundação, 2007. p. 267-270.

⁴¹⁸ Circular Nº. 1.163, de 11 nov. 1937. Índice: “Nova organização política”. Ibid. p. 268-269.

⁴¹⁹ Do original: *Vargas holds new regime vital; aims at reds, defiant governors. Brazilian President insists his code is not Fascist – says communists and autocratic heads of states weakened the nation.* Vargas mantém o novo regime vital; visa vermelhos e governadores desafiantes. O presidente brasileiro insiste que seu código não é fascista - diz que os comunistas e chefes autocráticos dos estados enfraqueceram a nação. Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 14 Nov. 1937. (Tradução nossa).

⁴²⁰ Telegrama do embaixador Caffery ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 10 Nov. 1937. UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. Foreign Relations, 1937. Vol V. p. 312.

haveria alguma relação com o eixo Roma-Berlim. Para evitar maiores prejuízos à imagem do Brasil, o subsecretário de Estado, Summer Welles, foi designado para conversar pessoalmente com alguns editores de jornais e correspondentes das agências *ianques United Press, Associated Press e Havas* para desmentir qualquer suspeita dos acontecimentos brasileiros serem relacionados à ofensiva fascista europeia. Além disso, ele enfatizou as relações amigáveis entre os dois países, não havendo, por conseguinte, razão para qualquer rompimento.⁴²¹

Em 17 de novembro, o chanceler Mário de Pimentel Brandão, enviou carta circular às missões diplomáticas estrangeiras no Brasil, tecendo considerações acerca do novo regime político brasileiro. A reiterada afirmação da insubmissão “aos ditames de nenhuma ideologia exótica” e a permanência da tradicional política externa brasileira fiel aos ideais “democráticos, pacifistas e pan-americanistas”,⁴²² demonstra necessidade de manutenção das boas relações para com os EUA.

A Embaixada brasileira, por intermédio de Oswaldo Aranha, logo se dispôs a criar uma política de contrainformação para conter os ânimos da imprensa estadunidense, concedendo maior número de entrevistas aos jornais e emissoras de rádio, visitas às universidades,⁴²³ reuniões e almoços com representantes de várias instituições⁴²⁴ a fim de desfazer mal-entendidos. Uma dessas ações foi um almoço reservado com mais de cem jornalistas das maiores gazetas dos Estados Unidos.⁴²⁵ Em caráter sigiloso, no dia 29 de novembro, o embaixador narrou as três horas de discussão com os representantes dos jornais:

⁴²¹ Telegrama do Secretário de Estado Cordell Hull ao embaixador Jefferson Caffery. Washington, 12 Nov. 1937. UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign Relations*, 1937. Vol V. p. 312-313; CERVO, Amado Luiz & BUENO, Clodoaldo. *História da política exterior do Brasil*. Brasília: EDUNB, 2008. p. 245 e 246.

Oswaldo Aranha comentou que “graças à colaboração do governo, especialmente Summer Welles, já se notava uma franca melhoria nos noticiários e nas apreciações. Foi um esforço arrastar esta gente da sensação para o objetivismo, para uma compreensão melhor dos nossos fatos e homens”. ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 24 nov. 1937. CPDOC GVC 1937.11.24/3.

⁴²² Circular Nº. 1.167, 17 nov. 1937. Índice: “Nova organização política”. AHI 119/05/06. Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano VI, Número 10. – [Brasília, DF]: A Fundação, 2007. p 271.

⁴²³ SEITENFUS, Ricardo. *O Brasil vai à guerra: o processo do envolvimento brasileiro na segunda guerra mundial*. 3ª ed. Barueri: Manone, 2003. p. 86.

⁴²⁴ Dentre elas, União Pan-americana e Rotary Club.

⁴²⁵ ARANHA, Oswaldo. Telegrama a Getúlio Vargas. Washington, 29 nov. 1937. CPDOC. GVC 1937.11.29/2.

Passamos três horas de discussão franca, nas quais, tenho a certeza [que] tudo fiz para esclarecê-los e para defender a situação atual. [...] tudo é secreto e nestes últimos 16 anos não se registrou um só caso de violação do segredo dessas discussões. Comecei mostrando que a atitude da “*American Press*” primeiro revelava completa ignorância da nossa vida e até da nossa geografia; segundo era injustiça, e terceiro “*helpless*”, conforme eu iria demonstrar no comentário que me propunha fazer dos artigos dos “*leading newspapers*” publicados nos grandes jornais do país⁴²⁶.

A argumentação de Oswaldo Aranha se fundamentou no tripé: *ignorância, injustiça e incapacidade* da imprensa estadunidense em avaliar os novos rumos políticos brasileiros.

Primeiro, o Embaixador condenou o desconhecimento dos jornalistas em assuntos brasileiros. Dispondo de estatísticas, refutou críticas sobre a grande imigração alemã e italiana no Brasil, firmou também que a nova Constituição brasileira não fora baseada nas Cartas Magnas de concepção fascista.

O segundo eixo tratou da “injustiça” da abordagem dos jornais estadunidenses para com o Brasil. Segundo Aranha, deveria haver um critério da reciprocidade, uma vez que a imprensa brasileira fazia uma cobertura favorável a todos os eventos nos Estados Unidos, procurando “ser amiga” daquele país. Contudo, devido aos recentes acontecimentos de “desfiguração” dos “fatos brasileiros” por parte dos jornais *ianques*, ela começava a “dar mostras do seu ressentimento”, ou seja, haveria um revide que poderia prejudicar a imagem da república norte-americana no Brasil. Ações da imprensa como essa – alertou Oswaldo Aranha – poderiam “promover a guerra e perturbar a paz dos povos, fazer o mal e evitar o bem, em contraste com a ‘diplomacia’ que, praticamente, estava reduzida em seu prestígio, em sua eficiência e até em maquinações”, em razão da tendência belicista daqueles anos de 1930.

O terceiro eixo procurou atingir a veracidade dos fatos descritos pelos jornais dos EUA.

O nosso trabalho de dissecação dos jornais americanos é completo, pois estou recebendo tudo quanto se publica sobre nosso país nos 12 mil jornais deste país e no sem número de “magazines”. Creio que nosso trabalho surpreendeu os próprios jornalistas, quer porque aponte os erros geográficos, os absurdos, os disparates, como porque, graças a um esforço brutal, mostrei-lhes vários casos de “*apology*”.⁴²⁷

⁴²⁶ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getulio Vargas. Washington, 24 nov. 1937. CPDOC GVC 1937.11.24/3.

⁴²⁷ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getulio Vargas. Washington, 24 nov. 1937. CPDOC GVC 1937.11.24/3.

Citando vários casos de erros cometidos pelos jornalistas, alguns deles, inclusive, resultaram em prejuízos aos veículos de imprensa, como foi o caso da revista *Life* que publicou uma suposta reclamação das empresas Ford e Goodyear que obtinham borracha do Brasil, “apesar do incômodo de trabalharem com gananciosos e extravagantes políticos brasileiros”.⁴²⁸ Oswaldo Aranha afirmou ter exigido dessas empresas atitude frente às acusações publicadas, segundo ele, ambas não só protestaram, como também suspenderam seus anúncios,⁴²⁹ obrigando o presidente das três revistas (*Fortune*, *Time* e *Life*) a procurá-lo na Embaixada a fim de solicitar a não retaliação à Ford e Goodyear, “inocentes no caso” no Brasil.⁴³⁰

Após argumentação, o Embaixador respondeu questões dos jornalistas, a maioria delas, como ele previra, se referiram a três declarações de uma entrevista do ministro Francisco Campos ao jornal *Correio da Manhã*,⁴³¹ reproduzidas no *The New York Times*: a ignorância do povo brasileiro não permitiria a prática da democracia; da inclusão do Brasil na esfera dos Estados corporativos e totalitários, e a mais polêmica, que “a legislação do presidente Roosevelt é nos moldes autoritários”.⁴³²

Provavelmente Francisco Campos tenha feito lembrar o trecho do discurso de Roosevelt, em 1936, em que fez alusão a Getúlio Vargas como um dos inventores do *New Deal*.⁴³³ O contexto, todavia, era outro. Um ano depois, o Brasil era visto como um estado de concepção fascista ou “totalitária”, como quis expressar Francisco Campos. Para Oswaldo Aranha, tais declarações foram inoportunas e infelizes, pois se incorporaram às acusações de intervencionista, atribuídas ao presidente Roosevelt pelos seus adversários, prejudicando também o governo brasileiro.⁴³⁴

⁴²⁸ Do original: *Both Ford and Goodyear get rubber from Brazil despite the annoyance of working with greedy and whimsical Brazilian politicians*. Revista *Life*, 22 nov. 1937. p. 99. Telegrama nº 199 da Embaixada do Brasil nos EUA ao MRE. Washington, 23/24 nov. 1937. AHI. (Tradução nossa).

⁴²⁹ Apesar de Oswaldo Aranha ter afirmado da suspensão dos anúncios dessas empresas, consultamos as edições de *Life* do mês de novembro de 1937: 01; 08; 15; 22 e 29 nov. 1937 não localizamos qualquer anúncio publicitário de Ford e Goodyear nessas edições, tampouco algum pedido de retratação de *Life* sobre a edição de 22 Nov. 1937. Provavelmente, essa discussão ocorreu nos bastidores.

⁴³⁰ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getulio Vargas. Washington, 30 nov. 1937. CPDOC. GVC 1937.11.30/1.

⁴³¹ Jornal *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 29 Nov. 1937. p. 1, 2 e 4.

⁴³² ARANHA, Oswaldo. Carta a Getulio Vargas. Washington, 30 nov. 1937. CPDOC. GVC 1937.11.30/1.

⁴³³ LIMONCIC, Flávio. *Os inventores do New Deal*. Estado e sindicatos no combate à Grande Depressão. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009. p. 251.

⁴³⁴ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getulio Vargas. Washington, 30 nov. 1937. CPDOC. GVC 1937.11.30/1.

Pelo visto, os esforços de Oswaldo Aranha foram bem-sucedidos. Pouco tempo depois, os ânimos da imprensa arrefeceram. Apesar de alguns contratemplos, como a péssima repercussão das declarações de Francisco Campos, o governo, mesmo sem grandes somas destinadas a propaganda, fazia o que estava em seu alcance para reverter a imagem da ditadura varguista. Era mais uma tempestade vencida.

3.1.2 Segundo vendaval: o discurso de 11 de junho de 1940

Ao contrário do evento anterior, a cobertura do discurso intitulado *No limiar de uma nova era*, proferido por Getúlio Vargas, a bordo do navio *Minas Gerais*, em 11 de junho de 1940, foi tratado por parte da historiografia como instrumento de barganha política com os Estados Unidos.⁴³⁵ Nele, o Presidente reafirmou a solidariedade continental no âmbito dos interesses comuns de defesa, o pan-americanismo. Apesar disso, o ponto enaltecido pela imprensa dos EUA foi a crítica presidencial ao liberalismo e um elogio aos “povos vigorosos”, nacionalistas⁴³⁶.

Essa fala foi interpretada, por setores da imprensa *ianque*, como resposta ao discurso de Roosevelt, proferido no dia anterior, considerado como o marco dos EUA na entrada da guerra.⁴³⁷ Havia, portanto, risco de uma aliança entre o regime de Getúlio Vargas com os países do Eixo para realização de objetivos concretos brasileiros.

⁴³⁵ Aqui, cabe uma ressalva. Por um lado, temos historiadores que defendem a intencionalidade do discurso de 11 de junho, citamos alguns deles: BANDEIRA, Luiz Alberto. *Presença dos Estados Unidos no Brasil*. p. 377-381;. CORSI, Francisco Luiz. *Estado Novo: política externa e projeto nacional*. p.158-164; MOURA, Gerson. *Autonomia na dependência: a política externa brasileira de 1935 a 1942*. p. 150-155. Por outro lado, há pesquisadores que analisaram o discurso como não intencional, fruto de questões internas do regime. SILVA, Hélio. 1939: Véspera de Guerra. p. 208-233 e MCCAN JR. Frank. *Aliança Brasil-Estados Unidos 1937-1945*. p. 154-160.

⁴³⁶ VARGAS, Getúlio. Discurso de 11 de junho de 1940 - *No limar de uma nova era*. Discurso pronunciado a bordo do encouraçado *Minas Gerais*, capitânea da esquadra nacional. In: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/getulio-vargas/discursos-1/1940/21.pdf/view>. Acesso em: 29 jun. 2015.

⁴³⁷ MCCANN JR. Frank D. *Aliança Brasil-Estados Unidos 1937-1945*. Rio de Janeiro. BibliEx, 1995. p. 153.

Diferentemente da época do golpe de 1937, o contexto de 1940 era da sombra da guerra pairando sobre o Continente Americano. Naquele delicado momento, qualquer declaração poderia ganhar repercussões, muitas vezes, exageradas. As matérias jornalísticas indicam a tensão na sociedade estadunidense sobre uma possível ameaça alemã à América, exteriorizada pelo dúbio discurso de 11 de junho.

De um lado, o jornal *The New York Times* destacou o assunto em sua edição de 12 de junho, com manchete de capa “Presidente Vargas apoia os viris”.⁴³⁸ A matéria comentou o discurso presidencial apontando prematuridade em tirar quaisquer conclusões. Frank Garcia, correspondente do jornal no Brasil, asseverou que se tratou de uma comunicação interna contra o liberalismo para enaltecer a força do novo regime. Posição diversa do chefe dos correspondentes na América Latina do jornal nova-iorquino, antigo desafeto do governo brasileiro, John White (como veremos adiante), ao comentar que as declarações do Presidente reverberaram na imprensa sul-americana – em especial na Argentina – como demonstração do fascismo brasileiro expressado por setores do governo.⁴³⁹

No dia seguinte, o *The New York Times* comentou a cautela do governo estadunidense sobre o episódio. Em 16 de junho, o jornal noticiou que a situação se normalizou com o discurso de Vargas no dia anterior, ao negar qualquer simpatia com o fascismo e reafirmação de sua lealdade aos EUA.⁴⁴⁰

A coluna *Washington Merry-Go-Round*, curiosamente, não divulgou qualquer linha do discurso de 11 de junho. Provavelmente, a pedido de Oswaldo Aranha, na tentativa de diminuir o rastilho de pólvora provocado pela fala presidencial. Apenas no dia 15 de junho, sutilmente, Drew Pearson comentou sobre o evento, justificando como uma necessidade de sobrevivência política do presidente em agradar setores do Exército brasileiro, pois caso ele não tivesse, por meio daquela fala, “aprovado a entrada da Itália na guerra”, ele correria risco de ser retirado do poder pelos militares.⁴⁴¹

⁴³⁸ Do original: *President Vargas backs the virile*. Jornal *The New York Times*, Nova Iorque, 12 June 1940 p. 1. (Tradução nossa).

⁴³⁹ Jornal *The New York Times*, Nova Iorque, 12 June 1940. p. 1 e 8.

⁴⁴⁰ Jornal *The New York Times*, Nova Iorque, 12 June 1940. p. 1 e 8; 13 June 1940 e 16 June 1940.

⁴⁴¹ Do original: *But today, 50 per cent of the Brazilian Army is Nazi, and if Vargas had not approved Italy's war entry he might have been out of power*. Mas hoje, cinquenta por cento do Exército Brasileiro é nazista, e se Vargas não tivesse aprovado a entrada da Itália na guerra, ele poderia ter sido retirado

De outro lado, alguns jornais tiveram posicionamento mais crítico sobre o episódio. O *Chicago Daily Tribune* afirmou, enfaticamente, no dia 12 de junho, que o pronunciamento era enaltecedor dos feitos fascistas e legitimador do totalitarismo, como atesta a manchete: “Ditador do Brasil apoia os povos de vigorosa força”.⁴⁴² Apenas no final do mês de junho, o jornal noticiou a resposta de Getúlio Vargas sobre seu discurso.⁴⁴³ O *The Washington Post* expôs a preocupação com o avanço fascista em suas matérias. No dia 12 de junho, as reportagens intituladas “América do Sul espantada” e “via totalitária é defendida por Vargas” expressaram a repercussão negativa, desde a imprensa de Buenos Aires, da fala presidencial como de natureza fascista.⁴⁴⁴ O jornal *The Christian Science Monitor* também criticou a fala presidencial por meio da matéria “Vargas elogia objetivos fascistas ao declarar neutralidade”.⁴⁴⁵

Essas críticas reverberaram na Casa Branca. O próprio sub-secretário de Estado, Summer Welles, soube do discurso por meio de um programa de rádio e logo telegrafou ao embaixador Jefferson Caffery a fim de saber do que se tratava.⁴⁴⁶ A cúpula do Departamento de Estado, estarrecida com a cobertura dos jornais sobre o episódio, temia que isso provocasse algum desconforto ao presidente Roosevelt, tendo em vista as reações no Capitólio.⁴⁴⁷

do poder. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 15 June 1940. (Tradução nossa).

⁴⁴² Do original: *Brazil dictator backs vigorous peoples force*. Jornal *Chicago Daily Tribune*, Chicago, 12 June 1940. p. 8. (Tradução nossa).

⁴⁴³ Jornal *Chicago Daily Tribune*, Chicago, 30 June 1940. p. 4.

⁴⁴⁴ Do original: *South America amazed e Totalitarian way defended by Vargas*. Jornal *The Washington Post*. Washington, 12 June 1940. (Tradução nossa).

⁴⁴⁵ Do original: *Vargas lauds Fascist aims while asserting neutrality*. Jornal *The Christian Science Monitor*. Boston, 12 June 1940. p. 17. (Tradução nossa).

⁴⁴⁶ Telegrama nº. 164 do Sub-Secretário de Estado ao Embaixador no Brasil (Caffery). Washington, 11 June 1940. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign relations of the United States diplomatic papers*, 1940. The American Republics. Volume V: U.S. Government Printing Office, 1940. p. 615.

O Ministro das Relações Exteriores da Argentina, José Cantilo, telefonou ao embaixador dos EUA em Buenos Aires, Norman Armour, solicitando posicionamento dos EUA sobre o discurso de Getúlio Vargas. Assim como nos Estados Unidos, o presidente argentino, Roberto Ortiz, leu os trechos traduzidos pela *Associated Press*, o que, certamente, teve o mesmo impacto da leitura nos Estados Unidos. Telegrama Nº. 206 do embaixador na Argentina (Armour) ao secretário de Estado (Welles), 11 June 1940. Ibid. (Tradução nossa).

⁴⁴⁷ Telegrama nº. 167 do Secretário de Estado ao Embaixador no Brasil (Caffery). Washington, 12 June 1940. Ibid., p. 619.

Vide declarações do senador Cownaley, da Comissão de Assuntos Externos do Congresso estadunidense: “era tempo de os EUA modificarem sua atitude para com o Brasil”. CORSI. Francisco Luiz. *Estado Novo: política externa e projeto nacional*. São Paulo: Ed UNESP, 2000. p. 159.

Diante das inquietações do Departamento de Estado, o Embaixador Caffery informou que a entrada da Itália na guerra preocupou o governo brasileiro em relação à atitude da população italiana e alemã no país. O discurso de Vargas era, portanto, um instrumento de uso interno a fim de apaziguar esses grupos. O problema, segundo Caffery, foi que a agência *Associated Press* traduziu alguns “parágrafos desagradáveis” da fala presidencial, repercutindo desfavoravelmente no exterior, preocupando, inclusive, o presidente argentino, Roberto Ortiz.⁴⁴⁸ Para tirar quaisquer dúvidas, Jefferson Caffery traduziu e telegrafou o discurso completo ao Secretário de Estado.⁴⁴⁹

Após troca de mensagens diplomáticas, inclusive entre o Embaixador na Argentina e o Departamento de Estado, percebeu-se que o problema residiu na crítica severa da imprensa estadunidense sobre o assunto, o que poderia, até mesmo, ser usado pelos países do Eixo contra os interesses estadunidenses.⁴⁵⁰ Gérson Moura assevera que, embora o apoio brasileiro ao Eixo fosse remoto naquele momento, havia um risco do Brasil voltar-se à Alemanha, caso as “novas iniciativas do governo dos Estados Unidos fracassassem”.⁴⁵¹

Em telegrama ao presidente Roosevelt, Summer Welles, precavendo algum embaraço ao presidente Roosevelt na conferência de imprensa semanal, informa-o sobre o conteúdo do discurso de Vargas, reiterando que a fala era para consumo interno. O Presidente não deveria, portanto, se preocupar com os trechos divulgados pela imprensa estadunidense. Ele foi aconselhado por Welles a fazer algum pronunciamento de amizade ao Brasil para tranquilizar a imprensa. Telegrama do Sub-Secretário de Estado ao presidente Franklin Roosevelt. Washington, 12 June 1940. (Tradução nossa). Na sexta-feira, 14 de maio de 1940, data da conferência de imprensa, Summer Welles telegrafou novamente ao Presidente para lembrá-lo das declarações positivas ao Brasil.

⁴⁴⁸ Telegramas nº. 265 e 266 do embaixador dos EUA no Brasil (Caffery) ao Sub-secretário de Estado (Hull). Rio de Janeiro, 11 June 1940. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign relations of the United States diplomatic papers*, 1940. The American Republics. Volume V: U.S. Government Printing Office, 1940 p. 617-618. (Tradução nossa).

⁴⁴⁹ Telegrama nº. 267 do embaixador dos EUA no Brasil (Caffery) ao Sub-secretário de Estado (Welles). Rio de Janeiro, 12 June 1940. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign relations of the United States diplomatic papers*, 1940. The American Republics. Volume V: U.S. Government Printing Office, 1940 p. 616-617.

⁴⁴⁹ Telegrama nº. 267 do embaixador dos EUA no Brasil (Caffery) ao secretário de Estado (Hull). Rio de Janeiro, 12 June 1940.

⁴⁵⁰ Comentou-se, outrossim, do impacto do discurso na imprensa estadunidense por meio das notícias da sucursal da *Associated Press* em Buenos Aires e dos comentários do correspondente em Montevideo John White, do jornal *The New York Times*. Telegrama nº. 167 do Secretário de Estado ao Embaixador no Brasil (Caffery). Washington, 12 Jun. 1940; Telegrama do Sub-secretário de Estado (Welles) ao Presidente Franklin Roosevelt. Washington, 12 Jun. 1940.

⁴⁵¹ MOURA, Gérson. *Relações exteriores do Brasil: 1939-1950: mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012. p 66-67.

O impacto negativo gerado pelo discurso foi utilizado pela oposição a Getúlio Vargas para atacar o regime. De Buenos Aires, Júlio de Mesquita Filho, em carta a sua esposa, comemorava a péssima repercussão do episódio de 11 de junho na imprensa e nos meios políticos dos Estados Unidos.

[...] e eis que a imprensa daqui publica o resumo de um outro discurso, pronunciado 24 horas exatamente após a festa de Virgínia, e concebido em termos tais que não deixam a menor dúvida de que visa responder e refutar os conceitos expedidos pelo estadista yankee. A impressão aqui fora não poderia ser maior. E, segundo acabo de ver em telegramas chegados neste instante, nos EUA o efeito provocado foi tal que eclipsou totalmente a sensação causada pela notícia da entrada da Itália na guerra! Todos os grandes jornais de Washington e Nova Iorque dedicam-lhe comentários em termos os mais veementes e encimados por títulos que ocupam a largura total das páginas. Senadores, deputados e demais personalidades se manifestam, mostrando-lhes indignados, uns, espantados, outros, e profundamente decepcionados os demais. Enfim, é o grande, o imenso acontecimento da hora!⁴⁵²

Em resposta, sua esposa, Marina de Mesquita, observou, de São Paulo, a repercussão do discurso. Disse ela que a sensação da fala presidencial, no Rio de Janeiro e em São Paulo, foi “de pânico”, enquanto as emissoras radiofônicas da Alemanha e de Moscou “exultaram”, em contraste com a opinião via rádio nos EUA.⁴⁵³

Aproveitando-se da situação, Júlio de Mesquita encampou luta contra o regime do Estado Novo. Enviou duas cartas a Walter Lippmann, na esperança de ganhar um forte aliado na imprensa estadunidense. Na primeira missiva, Júlio de Mesquita elogiou comentário de Lippmann sobre o discurso de Vargas, publicado no jornal novaiorquino *Herald Tribune* de 15 de junho de 1940. No ensejo, o remetente enviou um artigo de sua autoria, publicado em 1939 na revista parisiense *Espirit International*, em que analisa as posições de Vargas numa possível aliança com o Eixo.⁴⁵⁴ Ademais, Júlio de Mesquita solicitou ao eminente articulista apoio na oposição ao Estado Novo:

⁴⁵² MESQUITA FILHO, Júlio de. Carta à Marina de Mesquita. Buenos Aires, 12 jun. 1940. In: MESQUITA, Júlio de & MESQUITA, Marina. *Cartas do exílio*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2006. p. 163.

⁴⁵³ MESQUITA, Marina. Carta a Júlio de Mesquita Filho. São Paulo, 12 jun. 1940. In: MESQUITA, Júlio de & MESQUITA, Marina. *Ibid.* p. 165.

⁴⁵⁴ MESQUITA FILHO, Júlio de. Carta a Walter Lippmann. Buenos Aires, 15 jun. 1940. In: MESQUITA, Júlio de & MESQUITA, Marina. *Ibid.* p. 166.

Pois bem, prezado senhor, apesar de tudo, apesar dessa sequência medonha de erros, nada está perdido. Com um pouco de decisão e se homens como o senhor se dispusessem a agir, muitos erros poderiam ainda ser reparados. **Bastaria que o senhor persistisse na campanha jornalística que iniciou de forma tão magistral.** Seu nome é muito conhecido no Brasil e sua excelente obra, *A cidade livre*, muito divulgada nos meios políticos e intelectuais brasileiros.⁴⁵⁵ (grifo nosso).

A segunda carta, enviada em 23 de junho, Júlio de Mesquita retoma o assunto do discurso de 11 de junho para fomentar intrigas contra Oswaldo Aranha, acusando-o de ser aliado de Berlim por ter empossado Cyro de Freitas Valle, “primo-irmão” do ministro Aranha, ao posto de embaixador do Brasil na Capital alemã.⁴⁵⁶

Além de cartas, Júlio de Mesquita manteve reuniões de articulação política. Numa delas, com o diretor do jornal argentino *La Prensa*, Ezequiel Paz, foi marcado um encontro com o embaixador dos EUA em Buenos Aires, Norman Armour, no qual foram expostas declarações do exilado brasileiro contra o Estado Novo.⁴⁵⁷

Sobre o episódio do discurso, três observações.

Primeira, o estabelecimento da Argentina como *locus* da irradiação da imagem negativa brasileira, tanto por abrigar exilados políticos, quanto por sediar as agências de notícias e coordenadorias de correspondentes internacionais, o que tornava incontrollável a censura à imprensa internacional.⁴⁵⁸

Segunda, a afirmação de que o objetivo do discurso tenha sido o de pressionar o governo dos EUA a tomar uma posição definitiva em relação à construção da siderúrgica deve ser problematizada. Em pesquisa realizada nas correspondências diplomáticas estadunidenses,⁴⁵⁹ não encontramos relação direta entre a liberação de

⁴⁵⁵ MESQUITA FILHO, Júlio de. Carta a Walter Lippmann. Buenos Aires, 15 jun. 1940. In: MESQUITA, Júlio de & MESQUITA, Marina. *Cartas do exílio*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2006. p. 167.

⁴⁵⁶ Além disso, ele acusa outro primo-irmão de Oswaldo Aranha, Egydio de Souza Aranha, de ser *alter ego* Plínio Salgado, organizador do “fascismo brasileiro”. MESQUITA FILHO, Júlio de. Carta a Walter Lippmann. Buenos Aires, 23 jun. 1940. Ibid. p. 175.

⁴⁵⁷ MESQUITA FILHO, Júlio de. Carta a Don Lawrence Duggan. Buenos Aires, 12 nov. 1940. Ibid. p. 207-208.

⁴⁵⁸ Oswaldo Aranha, desde 1935, alertava para a origem platina das notícias desfavoráveis ao Brasil veiculadas na imprensa estadunidense. Getúlio Vargas tinha conhecimento de onde partiu (imprensa platina) a “ofensiva de boatos que serviu de fonte para exploração” nos Estados Unidos e Europa. ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 03 maio 1935. CPDOC Gv. 1937.05.03/12; VARGAS, Getúlio. Carta a Oswaldo Aranha. Rio de Janeiro, 14 maio 1937. CPDOC. GVc 1937.05.14/2.

⁴⁵⁹ Cf. Coletânea de telegramas: *Repercussions of a speech by president Vargas of Brazil, delivered June 11, 1940*. Nº. 206, 265 e 266, 11 June, 1940; nº. 167, 206, 267, 271, 272, 12 June, 1940; nº. 275, 13 June, 1940; nº. 3148, 14 June; nº. 287 de 17 June 1940; *Memorandum of conversations, by the Secretary of State, 13 June, 1940*; *Comuniqué issued by the Department of Press and Propaganda de*

verbas à construção da siderúrgica e a repercussão do discurso de 11 de junho na cúpula política dos Estados Unidos. Essas negociações advinham – em ritmo lento, é verdade – desde de 1939, tendo como resultado final o mês de setembro de 1940.⁴⁶⁰

No fim de maio, ou seja, antes da data do discurso, as fontes apontam uma propensão dos EUA em firmar um acordo de cunho militar e industrial,⁴⁶¹ sobretudo pelo receio do aceite brasileiro à proposta alemã no financiamento da usina siderúrgica, posta na mesa de negociações pelo Brasil.⁴⁶² Um dia antes do discurso de Vargas, em 10 de junho, Drew Pearson apontava para o êxito do acordo da siderurgia, com a seguinte revelação na nota “O RFC empresta ao Brasil [recursos para a construção] da usina siderúrgica para prevenir penetração nazista”:

Washington - O sinistro espectro de atividades nazifascistas na América do Sul finalmente conquistou o tão procrastinado plano para uma siderúrgica americana no Brasil, aproveitando os ricos recursos minerais de Minas Gerais.

14 June 1940; *Draft of telegram from Presidente Roosevelt to the President of Brasil (Vargas)*, 25 June. 1940; nº. 313, 28 June 1940; nº. 318, 29 June 1940. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign relations of the United States diplomatic papers, 1940*. The American Republics. Volume V: U.S. Government Printing Office, 1940. p. 615-626.
In: <http://digital.library.wisc.edu/1711.dl/FRUS.FRUS1940v05>.

O relatório da O.S.S (Office of Strategic Services) também menciona que o discurso foi “interpretado” como pró Eixo, sem contudo, afirmar que realmente o foi: [...] *on June 11, he made a sensational speech which was widely interpreted as pro-Axis. He spoke piously in favor of a common American stand but praised the "virile people" who were carving out new spheres of influence for themselves*. “Em 11 de junho, ele fez um discurso sensacional que foi amplamente interpretado como pró-Eixo. Ele falou piedosamente em favor de uma posição americana comum, mas elogiou os “povos viris” que foram esculpindo novas esferas de influência para si mesmos”. Cf. UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. O.S.S. *Preliminary report the elements of insecurity in Brazil*. 13 Oct. 1941. Microfilme. Rolo 1. CEDEM. (Tradução nossa).

⁴⁶⁰ Cf. Coletânea de telegramas e memorandos *Assistance by the Department of State to the Government of Brazil in establishing a steel industry*. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign relations of the United States diplomatic papers, 1940*. The American Republics. Volume V: U.S. Government Printing Office, 1940. p. 600-615. In: <http://digital.library.wisc.edu/1711.dl/FRUS.FRUS1940v05>.

⁴⁶¹ Do original: *I may remind you that at this very moment the secret military and naval conversations are going on in Rio between our officers and members of the Brazilian Government and that the Brazilian Government has offered us every possible form of cooperation the realm of national defense. We have fortunately been able so far to avoid any publicity with regard to these conversations*.

Eu devo lembrá-lo que, neste exato momento, conversas militares e navais secretas estão ocorrendo no Rio [de Janeiro] entre nossos oficiais e membros do governo brasileiro, e que o governo brasileiro nos ofereceu todas as formas possíveis de cooperação no domínio da defesa nacional. Nós, felizmente, fomos capazes, até agora, de evitar qualquer publicidade em relação a essas conversas. Telegrama do Sub-secretário de Estado ao Presidente Roosevelt. Washington, 12 jun. 1940. Ibid. (Tradução nossa).

⁴⁶² BANDEIRA, Luiz Alberto Muniz. *Presença dos Estados Unidos no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007. p. 374-376. GREEN, David. *The containment of Latin America. A history of the myths and realities of Good Neighbor Policy*. Chicago: Quadrangle Books, 1971. p. 41-46.

Jesse Jones do RFC [*Reconstruction Finance Corporation*] concordou em emprestar 10 milhões dólares para o governo brasileiro, talvez aumente esta cifra para 17 milhões dólares, se necessário. O governo brasileiro deve combinar contribuição dos EUA e contratar o *United States Steel Corporation* como seu agente para a construção e operação da usina.

Originalmente a *U.S Steel* tornar-se-ia parceira e investir algum capital. Mas a empresa ficou receosa com a situação internacional e recuou. Depois que Hitler propôs ao Brasil que a planta de munições da *Skoda* fosse transferida para lá, e uma vitória nazista na Europa parecia estar iminente, o Departamento de Estado persuadiu Jesse Jones para agir”.⁴⁶³

Pelo conteúdo da coluna de Pearson, havia um movimento por parte do Departamento de Estado no sentido de acelerar as negociações com o Brasil por meio do empenho do RFC⁴⁶⁴ na liberação de crédito governamental. Provavelmente, o discurso foi mais um ingrediente catalisador no receio de uma invasão nazista no Brasil e pode ter contribuído nas negociações com os EUA. Uma questão relevante é que o impacto do discurso de Getúlio Vargas, independentemente da intencionalidade do emissor, só produziu efeito porque foi veiculado pela imprensa dos Estados Unidos; ou seja, a mídia serviu como extensão das negociações protocolares, pois, sem a cobertura dos jornalistas na “publicização” das negociações, o discurso de Vargas seria inócuo, caindo no vazio dos telegramas de chancelaria.

Terceira, há de se ressaltar, no entanto, o fato de que o pronunciamento foi ineficaz no tocante à propaganda quando se observa sua repercussão perante a

⁴⁶³ Do original: *RFC loan to Brazil will build steel plant to balk nazi penetration. Washington -- The sinister spectre of Nazi-Fascist activities in South America finally has clinched the long-delayed plan for a U.S- Brazilian steel plant tapping the rich mineral resources of Minas Geraes.*

Jesse Jones' RFC has agreed to lend \$10,000,000 to the Brazilian Government, perhaps increase this figure to \$17,000,000 if necessary. The Brazilian Government is to match U.S. contribution and hire the United States Steel Corporation as its agent to the construct and operate the plant.

Originally U.S. Steel was to become a partner and invest some capital. But it got jittery over the international situation and backed out. After Hitler proposed to Brazil that the Skoda munitions plant be transferred there, and a Nazi victory in Europe began to look so imminent, the State Department persuaded Jesse Jones to act. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 10 June 1940. (Tradução nossa).

⁴⁶⁴ A *Reconstruction Finance Corporation* (RFC), criada em 1932, foi uma agência do governo dos EUA encarregada de realizar empréstimos. Durante o governo Franklin Roosevelt o RFC – tendo a frente o Secretário do Comércio, o milionário Jesse Jones (nomeado administrador do empréstimo federal, em 1940) – passou a financiar a construção e operação de usinas de guerra e emprestar recursos a governos estrangeiros. Fonte: *The Columbia Electronic Encyclopedia*. 6th ed. Columbia University Press, 2012.

In: <http://www.infoplease.com/encyclopedia/history/reconstruction-finance-corporation.html>. Acesso em: 02 ago. 2015. (Tradução nossa).

imprensa dos Estados Unidos, tendo em vista os esforços do governo brasileiro em desmentir o “conteúdo fascista” das palavras de Vargas via Itamaraty e DIP.

O Ministro das Relações Exteriores, sabendo da péssima repercussão da fala presidencial, sobretudo das insinuações de que o discurso de Getúlio Vargas fosse uma resposta ao pronunciamento de Roosevelt do dia 10 de junho, enviou carta circular às missões diplomáticas nos Estados Unidos para informar da publicação de resposta do governo brasileiro sobre o episódio.

[...] que amanhã será publicada explicação sobre discurso de ontem presidente mostrando que foram mal interpretadas afirmações suas dirigidas unicamente ao país esclarecendo que as de ordem internacional foram para reafirmar nossa decisão de completa cooperação e solidariedade com os países americanos.

Convém evitar exploração que dito discurso responde ao de Roosevelt, posto que já estava escrito quando presidente Estados Unidos pronunciou o seu.⁴⁶⁵

No dia seguinte, o Itamaraty remeteu o comunicado oficial, assinado pelo DIP, distribuído aos jornais:

O discurso pronunciado pelo presidente Getúlio Vargas a 11 do corrente não traz qualquer modificação à política internacional do Brasil. Teve por objetivo tão somente a vida interna do seu país e chamar atenção dos brasileiros para as transformações que se estão operando no mundo justificando assim a necessidade de se fortalecer o Estado econômica e militarmente. Procurou o senhor presidente da República além disso alertar o espírito de seus patrícios prevenindo-os contra o desânimo e o pessimismo. Quanto a ideias gerais sobre organização política social e econômica o que disse reitera apenas afirmações anteriores. Este discurso é um aviso, um cha[ma]mento à realidade que só desconcerta os espíritos rotineiros acostumados à coisa feita das comodidades de todo dia. A política externa do Brasil é de inteira solidariedade americana na defesa comum do continente contra qualquer ataque vindo de fora. O nosso país por sua vez não intervém em conflitos europeus mantendo estrita neutralidade. As relações entre o Brasil e as outras nações da América principalmente os Estados Unidos nunca foram tão boas quanto agora. Exteriores.⁴⁶⁶

⁴⁶⁵ Circular telegráfica nº. 1.435, 12 jun. 1940. AHI. 444/05/07. In: Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano VI, Número 10. Brasília, DF: A Fundação, 2007. p. 29.

⁴⁶⁶ Circular telegráfica nº. 1.454, 13 Jun. 1940. AHI. 432/04/15. In: Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano VI, Número 10. Brasília, DF: A Fundação, 2007. p. 30.

Essa declaração foi entregue pelo embaixador do Brasil nos EUA, Carlos Martins, ao Sub-secretário de Estado, Sumner Welles, para que ele enviasse ao presidente Roosevelt. Telegrama do Sub-secretário Welles ao embaixador dos EUA no Brasil Caffery. Washington, 14 June 1940. In: UNITED

O comunicado reforça as posições brasileiras de apoio ao pan-americanismo, neutralidade na guerra e de aliança com os Estados Unidos. O próprio presidente Vargas se mostrou irritado com a repercussão do discurso, afirmando não ter sabido do pronunciamento de Roosevelt em Charlottesville no dia 10 de junho.⁴⁶⁷ Getúlio Vargas, inclusive, tornou a falar sobre o mesmo tema, em 29 de junho, rendendo mais assuntos para a imprensa estadunidense atacar o regime brasileiro.⁴⁶⁸

Além das declarações protocolares, houve esforço em explicar aos estadunidenses o motivo daquele pronunciamento, o que pode ter estimulado o apoio do Brasil ao programa de rádio de Drew Pearson,⁴⁶⁹ assim como por outros esforços de propaganda, como a veiculação de matéria na “revista oficial” do governo brasileiro *Brazil Today*, em resposta aos ataques impressos a Vargas, três meses após o episódio. Isso indica que a fala presidencial ainda ressoava na imprensa e em setores da sociedade estadunidense. Assim *Brazil Today* critica supostas especulações da imprensa com aquele discurso:

Se manchetes ocasionais em publicações sensacionalistas indicam um propósito de criar “notícias” sobre o Presidente Vargas e suas políticas, nós preferimos atribuí-las a erros de interpretação. **Em uma ocasião recente, um discurso proferido pelo Presidente Vargas, no Rio de Janeiro, criou tais “notícias” no exterior simplesmente porque frases isoladas e palavras mal interpretadas foram erroneamente tomadas como expressões de apoio às políticas de violência.** Eram, na verdade, polidos lembretes aos brasileiros da necessidade da frente externa, em que pese a destruição em outros continentes.⁴⁷⁰ (grifo nosso).

STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign relations of the United States diplomatic papers, 1940*. The American Republics. Volume V: U.S. Government Printing Office, 1940. p. 621.

⁴⁶⁷ Memorando de conversações do Secretário de Estado. Washington, 13 June 1940. Ibid. p. 621. MCCANN JR., Frank D. *Aliança Brasil-Estados Unidos 1937-1945*. Rio de Janeiro. BibliEx, 1995. p. 155.

⁴⁶⁸ BANDEIRA, Luiz Alberto Muniz. *Presença dos Estados Unidos no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007, p. 379.

Telegrama nº 313, do embaixador Caffery ao Secretário de Estado Cordell Hull. Rio de Janeiro, 28 June 1940. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign relations of the United States diplomatic papers, 1940*. op. cit. p. 625.

Telegrama nº. 318 do embaixador Caffery ao Secretário de Estado Cordell Hull. Rio de Janeiro, 28 June 1940. Ibid. p. 625-626.

⁴⁶⁹ Ver capítulo 4 desta Tese.

⁴⁷⁰ Do original: *If occasional headlines in sensational publications indicate a purpose of creating “news” about President Vargas and his policies, we prefer to attribute them to misinterpretations. On a recent occasion, a speech delivered by President Vargas in Rio de Janeiro created such “news” abroad simply because isolated phrases and misinterpreted words, which were wrongly taken as expressions of*

Adiante, a matéria de *Brazil Today* reforça a visão oficial sobre o contexto em que a declaração foi proferida – num momento de comemoração militar (Dia da Marinha) – sendo, portanto, aceitável o fato de que a fala presidencial fosse dirigida a esse setor,⁴⁷¹ porém a imprensa estrangeira teria omitido essa informação.

Esta frase por si só, o que não foi devidamente divulgada em todos os veículos da imprensa estrangeira, seria suficiente para sublinhar o desejo do presidente Vargas em preservar a solidariedade com os povos irmãos do Brasil. No entanto, a cooperação do Brasil na recente Conferência de Havana demonstrou nosso verdadeiro espírito do pan-americanismo e da tendência real das políticas externas de Presidente Vargas.⁴⁷²

Além de reafirmar a posição brasileira ao lado das democracias ocidentais, a revista define a natureza do regime brasileiro como não totalitário, em oposição ao que era apregoado por setores da imprensa estadunidense:

O líder do Brasil se destaca entre os chefes das principais potências do mundo como um homem que não tem nada em comum com aqueles que cobiçam grandeza, glória e conquistas. Suas ideias parecem estranhas, nos dias de hoje - precisamente porque elas não tocam nenhum extremo. Assim, suas próprias palavras, por vezes, adquirem significados não intencionais. Suas meditações são especuladas, [bem como] suas conclusões são atingidas em flâmulas e manchetes. Suas declarações sussurradas de conselhos aos seus compatriotas encontram o eco das ameaças trovejantes para toda a humanidade. Tudo isso porque o nome é conhecido, mas o homem é desconhecido. Tudo isso porque o mundo está assobiando no escuro e fugindo de sombras imaginárias.⁴⁷³

support to policies of violence, were in fact gentle reminders to Brazilians of the necessity of foreign ahead in spite of destruction in other continents. Revista Brazil Today. Ano 1, n. 1, sept. 1940. p. 11-12. (Tradução nossa).

⁴⁷¹ Do original: *The occasion was the commemoration of a naval battle with a neighboring country, and President Vargas commented, "... The reasons which took us to that extraordinary event are gone. Today there are no longer any antagonisms in our continent. We are united by bonds of solidarity to all people in the Americas, around common ideals, aspirations and mutual interests of our defense."* Revista *Brazil Today*. Ano 1, n. 1, sept. 1940. p. 12. (Tradução nossa).

⁴⁷² Do original: *This phrase alone, which was not properly divulged in all vehicles of the foreign press, would be enough to stress the desire of President Vargas to preserve solidarity with the sister nations of Brazil. However, Brazil's cooperation in the recent Havana Conference demonstrated our true spirit of Pan-Americanism and the real trend of the foreign policies of President Vargas.* Revista *Brazil Today*. Ano 1, n.1, sept. 1940. p. 13. (Tradução nossa).

⁴⁷³ Do original: *The leader of Brazil stands out among the heads of the main powers of the world as a man who has nothing in common with those who covet greatness, glory and conquests. His ideas seem strange, these days – precisely because they touch neither extreme. Thus, his very words sometimes*

Assim, a revista lamenta a injustiça que sofrera Getúlio Vargas no episódio do discurso de 11 de junho. O presidente, tratado como um homem pragmático e patriota, só tomou medidas “estranhas” à democracia liberal por força das circunstâncias. Assim, o sistema político brasileiro detém características próprias, cujo entendimento de seu âmago só poderia ser compreendido àqueles que conhecessem a história política brasileira, já que

Não é nosso propósito insistir nas virtudes do regime criado por Getúlio Vargas no Brasil como a solução de problemas em outras partes do mundo. Suas medidas, restrições e requisitos têm sido necessários no Brasil por causa de circunstâncias peculiares. [...] Nós sentimos que somente quem conhece o Brasil e suas circunstâncias estão em posição de julgar suas ações.⁴⁷⁴

Compreendendo a Revista como porta-voz do governo brasileiro, percebem-se as reverberações do discurso de junho na sociedade estadunidense meses após o ocorrido, prejudicando a imagem do país, sendo necessária, portanto, a defesa do Estado Novo por todos os meios disponíveis.

Esses dois episódios da cobertura dos jornais exemplificam a tensa relação entre imprensa e governo no tocante às ações internas do regime brasileiro e suas repercussões no exterior. Então, convencer o “público-alvo” (leitores de jornais) dos Estados Unidos, por meio das matérias jornalísticas sobre as “boas intenções” brasileiras no concerto internacional não era tarefa simples, contudo fundamental aos objetivos políticos de Getúlio Vargas.

acquire unintentional meanings. His meditations are speculated upon – and conclusions are reached in streamers and headlines. His whispered utterances of advice to his countrymen find the echo of thundering threats to all mankind. All this because the name is known but the man is unknown. All this because the world is whistling in the dark and running from imaginary shadows. Revista Brazil Today. Ano 1, n.1, sept. 1940. p. 2. (Tradução nossa).

⁴⁷⁴ Do original: *It is not our purpose to insist on the virtues of the regime created by Getulio Vargas in Brazil as the solution of problems elsewhere in the world. His measures, restrictions and requirements have been necessary in Brazil because of peculiar circumstances. [...] We feel that only those who know Brazil and her circumstances are in a position to judge his actions. Revista Brazil Today. Ano 1, n.1, sept. 1940. p. 2. (Tradução nossa).*

3.2 *Brazilians are charming people*⁴⁷⁵ Tratamento aos jornalistas / figuras públicas estadunidenses

Os exemplos a seguir retratam a tentativa de arregimentação por parte do governo brasileiro aos formadores de opinião nos Estados Unidos. As representações diplomáticas brasileiras e demais órgãos governamentais utilizavam os instrumentos disponíveis na tentativa de reduzir impactos da divulgação de notícias desfavoráveis ao Brasil.

Os responsáveis por tais comentários eram facilmente identificados: intelectuais, políticos, correspondentes internacionais residentes no Brasil e editorialistas internacionais. A atitude do governo Vargas, de início, se resumia em prestar serviços de propaganda/divulgação e “esclarecimentos” aos jornais sobre a vida sociopolítica brasileira por intermédio das representações diplomáticas. Essas ações isoladas, como visto, não surtiavam o efeito desejado. Era necessário, portanto, fomentar certo tipo de tratamento direcionado aos jornalistas, bem como a pessoas com grau de influência política nos EUA na defesa do governo brasileiro. De acordo com Oswaldo Aranha

Tudo isso, Getúlio, porque a censura é mal orientada. Não adianta vedar a correspondência telegráfica, que eram suspeitas e animadversões. É preferível que o Itamaraty chame estes correspondentes, em geral pessoas de boa vontade e que desejam servir, e encaminhar inteligente e habilmente um noticiário útil.
Não podes fazer ideia do mal que nos faz ao nosso bom nome e ao nosso crédito uma má imprensa neste país.⁴⁷⁶

Oswaldo Aranha sugere que os jornalistas, na função de agentes da informação no exterior, e demais “figuras públicas”, deveriam ser bem recebidos por parte do governo brasileiro, a fim de que essa “boa impressão” se revertesse em matérias jornalísticas.

⁴⁷⁵ Referência à matéria da Revista *Life*, 23 nov. 1946. p. 40.

⁴⁷⁶ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 03 maio 1935. CPDOC. Gv. 1937.05.03/2.

Os contatos com jornalistas e figuras influentes em território dos EUA foram diversos.⁴⁷⁷ Em carta a Getúlio Vargas, Oswaldo Aranha contou que conseguiu “fazer milagres” no convencimento de figuras políticas e jornalistas pela boa imagem do Brasil, citando exemplos como o do dirigente do Partido Democrata, Emil Hurja, considerado o “Papa Negro do Partido”. Este escreveu ao Embaixador, afirmando ter mudado de opinião sobre o Brasil.⁴⁷⁸ Outro exemplo ocorreu com o *publisher* Hurbert Herring que, graças a “almoços e obséquios”, escreveu artigos favoráveis ao país e contrários à Argentina. Além dos escritores Rockwell Kent e Morris Ernest, antes “extremados defensores e membros de comissões de protestos quando do primeiro Estado de Guerra [ele se referiu aos resultados do levante comunista de 1935], e que, agora, só procuram ajudar-nos”. No “setor feminino”, Aranha alegou ter transformado as associações *People’s Mandate to End Wars* e a *Inter-American Commission of Women* “em verdadeiros aliados do Brasil”.⁴⁷⁹

Outra ação ocorreu durante sessão do Conselho Diretor da União Pan-Americana, em 01 de dezembro de 1937. Diante de várias autoridades, dentre elas o secretário de Estado dos EUA, Cordell Hull, Oswaldo Aranha protestou contra a campanha “com diretriz traçada” feita nos Estados Unidos por diversos jornais, contando com o “apoio de numerosos articulistas” contra os países latino-americanos, especialmente – segundo ele – contra o Brasil. Sua crítica dirigia-se à União Pan-americana, acusada de omissão na correção da “injusta apreciação” contra o país. O embaixador elevou o tom do protesto, ao afirmar:

Cheguei ao ponto de declarar que, já que a União Pan-americana nada tinha feito, até o momento, no sentido de esclarecer e corrigir tais erros de apreciação, tão correntes na imprensa norte-americana, nosso país preferiria

⁴⁷⁷ Fátima Piazza registrou diversos contatos missivistas de intelectuais brasileiros, mormente Cândido Portinari, com intelectuais estadunidenses, tais como: historiador da arte Robert Cherston Smith (1912-1975); o historiador e especialista em civilização americana, Lewis Ulysses Hanke (1905-1993); o poeta, dramaturgo, colaborador do Presidente Roosevelt e diretor da Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos (1939-1944), Archibald MacLeish (1892-1982); o pintor, crítico de arte e ativista político, Rockwell Kent (1882-1971); a jornalista Florence Horn (1900-1965), (da revista *Fortune*, do grupo *Time-Life*); o diretor do *Museum of Modern Art* (MOMA) de Nova Iorque, Alfred Hamilton Barr Júnior (1902-1981); a jornalista Maria Sermolino (da revista *Life*); entre outros. Cf: PIAZZA, Maria de Fátima. *Portinari e o campo cultural estadunidense: história, arte e política*. SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 2009, Fortaleza. Anais do XXV Simpósio Nacional de História – História e Ética. Fortaleza: ANPUH, 2009. CD-ROM.

⁴⁷⁸ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 27 out. 1937. CPDOC GvC, 1937.10.27/1.

⁴⁷⁹ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 27 out. 1937. CPDOC GvC, 1937.10.27/1.

empregar a quota da União Pan-americana na organização de um a campanha de propaganda, opondo o dinheiro ao dinheiro.⁴⁸⁰

Segundo o próprio Oswaldo Aranha, sua ação foi aplaudida pelos representantes latino-americanos, levando o secretário Hull a declarar que algo deveria ser feito para “corrigir tais erros prejudiciais às relações entre os países americanos, e, urgentemente, aconselhada a política de bons vizinhos”.

Além desses contatos estabelecidos nos Estados Unidos, todavia, era necessário fortalecer a arregimentação de jornalistas estrangeiros que se dirigiam ao Brasil. Sendo assim, em abril de 1937, Oswaldo Aranha comunicou viagem do fotógrafo da Revista *Fortune*,⁴⁸¹ Leigh Irwin, ao Brasil a fim de obter fotografias em cores que ilustrassem artigo para publicação em dezembro daquele ano. O embaixador explicou que *Fortune* detinha grande tiragem, mesmo sendo a mais cara dos Estados Unidos, o que sugere público de leitores com maior poder aquisitivo.

É importante frisar que, até aquele momento, o magazine só tinha publicado “artigos pouco simpáticos ao Brasil e, geralmente, favoráveis à Argentina”.⁴⁸² Logo, a referida viagem de Leigh Irwin poderia ser primeiro passo à propaganda em prol do Brasil em terras estrangeiras. Por isso, era necessário tratamento diferenciado ao fotógrafo, como: “acompanhar o Senhor Irwin”, além de “desembarcar sua bagagem, consistente de equipamento fotográfico, quatro câmeras e aparelhamento de iluminação especial”.⁴⁸³

O pedido do Embaixador foi rapidamente acolhido pelo Ministro das Relações Exteriores, eliminando os entraves burocráticos para a permissão de desembarque do material de trabalho de Leigh Irwin,⁴⁸⁴ como também a designação de um alto servidor

⁴⁸⁰ ARANHA, Oswaldo. Telegrama ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 02 dez. 1937. Assunto: campanha contra países latino-americanos. Declarações de Embaixador do Brasil. AHI.

⁴⁸¹ A revista *Fortune* pertencia à cadeia de revistas proprietária dos periódicos *Time*, *Look* e *Life*.

⁴⁸² Telegrama nº 162 da Embaixada do Brasil nos EUA à Secretaria de Estado das Relações Exteriores, Washington, 04 out. 1937. Reservado. AHI.

⁴⁸³ Telegrama nº 162 da Embaixada do Brasil nos EUA à Secretaria de Estado das Relações Exteriores, Washington, 04 out. 1937. Reservado. AHI.

⁴⁸⁴ Ofício nº 114/591.7 do Secretário de Estado das Relações Exteriores ao Embaixador do Brasil nos EUA. Rio de Janeiro, 13 out. 1937. AHI.

Ofício P 278/591.7. Urgente “isenção de impostos”, de Hildebrando Accioly, Secretário-Geral do MRE ao Sr. José dos Santos Leal, Inspetor da Alfândega do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 06 out. 1937. AHI.

da Secretaria de Estado do Ministério das Relações Exteriores, o cônsul Paschoal Carlos Magno, para acompanhar o fotógrafo em toda sua estada no Brasil.⁴⁸⁵

No início de 1938, Oswaldo Aranha empenhou-se em facilitar a visita do jornalista do *The New York Times*, Turner Catledge, que veio investigar o Estado Novo e publicou uma série de artigos, frisando o caráter nacionalista do regime. A publicação dos textos de Catledge melhorou consideravelmente, os comentários da imprensa dos EUA sobre o Brasil.⁴⁸⁶

Em 1939, a editora da revista *Fortune*, Florence Horn, fez viagem ao Brasil, a fim de recolher material para seu artigo sobre o país. O corpo diplomático brasileiro, na tentativa de amenizar a “cor da tinta” de Horn, não mediu esforços para ciceroneá-la, desde a recepção no aeroporto – pedido pessoal de Oswaldo Aranha ao interventor de Minas Gerais, Benedito Valadares – até o contato com jornalistas fluentes na Língua Inglesa,⁴⁸⁷ no intuito de obter resultados positivos.⁴⁸⁸

O cônsul de Boston afirmou ao ministro Oswaldo Aranha que sua atuação frente àquela repartição diplomática já trazia efeitos desejados pelo governo, tendo em vista que o diplomata observava “modificação que se opera na imprensa de New England, antes menos afável, quase sempre, para com o Brasil”.⁴⁸⁹ Essa modificação

⁴⁸⁵ Memorando da Secretaria de Estado das Relações Exteriores ao Ministro de Estado das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 06 out. 1937. AHI.

⁴⁸⁶ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha: biografia política*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994, p. 266-267. Um dos artigos, intitulado *The friendly brazilian*, de conteúdo elogioso ao país, publicado na Revista *New York Times Magazine*, foi reproduzido com destaque na Revista *Brazil*. In: Revista *Brazil*. Ano 10, n. 113, mar. 1938. p. 12 – 16.

⁴⁸⁷ ARANHA, Oswaldo. Telegramas ao Interventor de Minas Gerais, Benedito Valladares. Rio de Janeiro, 11 jan. 1939 e 17 jan. 1939. AHI; VALADARES, Benedito. Telegrama a Oswaldo Aranha. Belo Horizonte, 17 jan. 1939. AHI.

⁴⁸⁸ A estada da jornalista resultou na reportagem *South America VI: Brazil*, publicada na edição de junho de 1939, da revista *Fortune*. No Brasil, Florence Horn estabeleceu uma série de contatos entre intelectuais estadunidenses e brasileiros, cujo resultado pode ser aferido em artigos de periódicos, entre eles: *The New York Times*, *Washington Post*, *Magazine of Art*, *Bridgeport Sunday Post*, *Bulletin of The Pan American Union*. A jornalista ajudou também na divulgação de obras literárias e artísticas, em críticas de arte, na aquisição de obras de arte para instituições culturais, como *Morro*, de Portinari, para o MOMA, e na participação de artistas brasileiros em exposições individuais e coletivas. Cf: PIAZZA, Maria de Fátima. *Portinari e o campo cultural estadunidense: história, arte e política*. SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 2009, Fortaleza. Anais do XXV Simpósio Nacional de História – História e Ética. Fortaleza: ANPUH, 2009. CD-ROM.

⁴⁸⁹ Ofício nº 69, do Consulado de Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 30 out. 1939. AHI.

decorreu das ações do próprio cônsul, que oferecia “todas as facilidades possíveis aos órgãos de imprensa demais autoridades nesta região dos Estados Unidos”.⁴⁹⁰

Para que o trabalho do cônsul fosse mais eficiente, foram solicitadas publicações brasileiras “capazes de despertar atenção, pelo texto ou pelas ilustrações nítidas”. De fato, a leitura da reportagem, anexada no documento, uma matéria sobre os países da América Latina, nos faz perceber o quão foi elogiosa às belezas naturais brasileiras, o “mais maravilhoso país das outras Américas”,⁴⁹¹ e ao potencial de riqueza que seria gerado ao sul dos trópicos.

Além desses casos, há a relação amigável do jornalista do jornal *The New York Times*, Frank Garcia, com o governo Vargas, considerado um “amigo do Brasil” e principalmente do poder.⁴⁹² Seu trabalho como correspondente no Brasil iniciou-se em 1932, sendo o responsável pela cobertura de praticamente todo o governo Vargas. Recebeu a comenda da *Ordem Nacional do Cruzeiro do Sul* – a mais importante homenagem oferecida pelo governo brasileiro a estrangeiros⁴⁹³ – em 1948, pelo “meritoso trabalho como correspondente do *The New York Times*, fortalecendo as relações de amizade entre Brasil e EUA”.⁴⁹⁴

As representações diplomáticas atuavam na propaganda de diversas maneiras, seja na realização de eventos como exposições e feiras por todo território

⁴⁹⁰ Ofício nº 69, do Consulado de Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 30 out. 1939. AHI.

⁴⁹¹ Do original: *Brazil is the Wonder country among the Other Americas*. Jornal *Boston Traveler*. Boston, 19 Oct. 1939. p. 20. Anexo ao Ofício nº 69, do Consulado de Boston ao Ministério das Relações Exteriores. 30 out. 1939. AHI. (Tradução nossa).

⁴⁹² Ainda em 1936, Oswaldo Aranha escreveu a Getúlio Vargas informando sobre a situação brasileira em face de a imprensa dos Estados Unidos. Contou sobre os entendimentos com Sülzberger, diretor-presidente do jornal *New York Times*, para que não houvesse censura aos correspondentes estrangeiros. Para evitar mal-entendidos no envio de reportagens desfavoráveis ao Brasil, Oswaldo Aranha sugeriu uma aproximação com Frank Garcia, amigo de ambos. SILVA, Hélio. 1937. *Todos os golpes se parecem*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970. p. 127-128. Em 1937, em carta a Getúlio Vargas, Oswaldo Aranha reafirma a amizade com o correspondente do *The New York Times*, no Brasil, em contraste com a antipatia do jornalista ianque na Argentina: “o correspondente do Rio continua a ser nosso amigo, mas o de Buenos Aires [John White] faz tudo o que pode contra nós”. ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 27 out. 1937. CPDOC GvC 1937.10.27/1.

⁴⁹³ A Ordem Nacional do Cruzeiro do Sul, estabelecida pelo Decreto nº. 22.165, de 5 de dezembro de 1932. Dividida em diversas classes (Grã-Cruzes, Grandes Oficiais, Comendadores, Oficiais e Cavaleiros), normalmente, era concedida a militares, diplomatas e políticos. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Dr. José Carlos de Macedo Soares, Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1935. p. 26. Um estudo específico sobre essa comenda poderá revelar formas de arregimentação de personalidades pela diplomacia brasileira.

⁴⁹⁴ Do original: *Meritorious work as a correspondent for The New York Times, strengthening Brazilian-American friendly relations*. Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 21 June 1958. (Tradução nossa).

estadunidense, seja em atividades públicas, como nos exemplos narrados na sequência.

O Secretário da Embaixada brasileira Teixeira Soares participou de diversas ações acadêmicas nos EUA, a exemplo da conferência proferida a convite do reitor da Universidade Católica de Washington D.C, sob o título: historiadores brasileiros.⁴⁹⁵ Na *American University*, também na Capital dos EUA, John C. Patterson – diretor dos estudos latino-americanos – convidou Teixeira Soares para proferição de conferência sobre a independência do Brasil, em novembro de 1938.⁴⁹⁶

Da costa oeste, o Cônsul de São Francisco proferiu palestras em várias instituições estadunidenses, como a da Associação Cristã de Moços em São Francisco, em 19 de setembro de 1939, sobre a evolução industrial do Brasil e o Estado Novo,⁴⁹⁷ e a realizada na universidade de Stanford, sobre a política brasileira pós-revolução de 1930, a convite do professor Percy A. Martin.⁴⁹⁸

Pedro Nabuco de Abreu Filho, cônsul em Nova Orleans, comunicou que proferiu conferência intitulada *From the Discovery of Brazil to the constitution of the New State*, na *Spanish American Union*, em 08 de dezembro de 1939. As palavras do Cônsul apresentaram o Brasil à comunidade estadunidense sob o contexto do “mais significativo período da história das relações interamericanas”; uma transição entre a “suspeita Doutrina Monroe” e a evolução da solidariedade continental. Assim, o sonho de Simon Bolívar poderia ser realizado pelo presidente Roosevelt, o “mais humano e liberal chefe de Estado da atualidade”, por meio da política da Boa Vizinhança.⁴⁹⁹

⁴⁹⁵ Ofício nº 246/312.4, do embaixador do Brasil nos EUA, Mário de Pimentel Brandão ao Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha. Washington, 08 jun. 1938. AHI. Tal conferência foi publicada no Boletim da União Panamericana, de 27 de maio de 1938. Ofício nº 361/312.4, da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 26 ago. 1938. AHI.

⁴⁹⁶ PATTERSON, John C. Carta a A. Teixeira Soares. Washington, 04 Nov. 1938. AHI; Ofício nº 498 da Embaixada do Brasil nos EUA ao ministro das Relações Exteriores Oswaldo Aranha. Washington, 09 dez. 1938. AHI.

⁴⁹⁷ Ofício nº 108, do Consulado de São Francisco ao Ministro das Relações Exteriores. São Francisco, 28 set. 1940. AHI.

⁴⁹⁸ Ofício nº 52, do Consulado do Brasil em São Francisco ao Ministro das Relações Exteriores. São Francisco, 01 jun. 1940.

Professor Percy Martin, “conhecido escritor de temas brasileiros”, recebeu a *Ordem do Cruzeiro do Sul* por ser um “bom amigo do Brasil”. In: Revista *Brazil Today*. vol.1, n. 8. June /Aug. 1941. p. 20.

⁴⁹⁹ Do original: *We are now living a most significant period in the history of interamerican relations, one of the transition between the “suspect Monroe Doctrine”, as it was said recently by a prominent Brazilian writer. [...] will this new phase in the evolution of continental solidarity, be able to accomplish the dream of Simon Bolivar pushed forward by President Franklin D. Roosevelt, the most human and liberal chief of state of today*. ABREU FILHO, Pedro Nabuco de. Conferência. In: Ofício nº 202, do Consulado do

Pressupondo a “redescoberta” da América, Pedro Nabuco de Abreu Filho apresentou o Brasil e a “brasilianidade” aos *ianques*, quando descreveu a história do país, dividida em cinco períodos: primeiro – o estabelecimento (ou o poder territorial); segundo – o ouro colonial (ou o poder econômico); terceiro – a emancipação e o império (ou o poder nacional); quarto – a República (ou o poder do povo); e o quinto – O Estado Novo (ou o poder progressivo).⁵⁰⁰

A extensa conferência traz pontos importantes na compreensão de como o diplomata entendia e transmitia a História do Brasil ao olhar curioso de acadêmicos dos EUA. Em vários momentos, o discurso de Pedro Nabuco Filho tentava aproximar a trajetória do Brasil aos Estados Unidos, criando uma ligação entre os “irmãos do Norte e do Sul”, a exemplo da colonização, cujo primeiro “sopro” de civilização adveio dos “audaciosos aventureiros” que vieram dos mais avançados países da Europa. Brasil e Estados Unidos, na época colonial, se encontravam na mesma situação:

Aqui e em todo o Novo Mundo, encontramos os mesmos piratas e mercadores, os mesmos guerreiros e missionários. [...] O desembarque em Plymouth-Reck tem seu paralelo na chegada de Martins Afonso no Rio de Janeiro. América do Norte tem os seguidores de Calvino, o Brasil tem os de Inácio de Loyola. Índios, árvores e a cobiça de muitos num país estrangeiro eram nossos inimigos, a civilização foi implantada aqui e ali, com machados, espadas e a cruz de Cristo.⁵⁰¹

A marca da distinção entre as duas nações precisava ser desfeita, incluindo até comparações descabidas, a exemplo do “calvinismo dos peregrinos” com o

Brasil em Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 14 dez. 1939. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁵⁰⁰ Do original: [...] *let me divide her history in five different periods: first – the settlement – or the territorial power; second – the colonial gold – or the economic power; third – the emancipation and the empire – or the national power; fourth – the republic – or the people’s power; and, finally – O Estado Novo (the new state) – or the progressive power.* ABREU FILHO, Pedro Nabuco de. Conferência. In: Ofício nº 202, do Consulado do Brasil em Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 14 dez. 1939. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁵⁰¹ Do original: *All these countries of ours, received their first breath of civilization from audacious adventurers who came from the most advanced countries of Europe. Here and everywhere in the New World, we find the same pirates and merchants, the same warriors and missionaries. [...] The landing at Plymouth-Reck has its parallel in the arrival of Martins Afonso in Rio de Janeiro. North America has the followers of Calvin, Brazil these of Ignatius of Loyola. Indians and trees, and the cupidity of many a foreign country were our enemies, civilization was implanted here and there, with axes, swords and the cross of Christ.* ABREU FILHO, Pedro Nabuco de. Conferência. In: Ofício nº 202, do Consulado do Brasil em Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Anexo. 14 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

“jesuitismo nos trópicos”. Como confiar, porém, num amigo tão diferente? Aproximar, portanto, Estados Unidos e Brasil era tarefa do Cônsul. Nesse sentido, durante sua conferência não faltaram os elementos já consagrados da história tradicional brasileira, tais como a expulsão dos holandeses e a atuação dos bandeirantes na descoberta do ouro e diamantes, além da expansão territorial.

A diferença em relação aos Estados Unidos decorreu do processo de independência, onde foi louvado o espírito de “brasilianidade”, definido como a *não utilização* da violência na resolução de questões políticas. O regime monárquico foi bastante elogiado, revelando que o reinado de D. João VI serviu para o processo “natural e pacífico” de independência. Enquanto isso, os períodos dos reinados “liberais e progressistas” de Pedro I e Pedro II foram importantes para tornar o Brasil “um dos estados mais prósperos e respeitados da América do Sul”.⁵⁰² De fato, a instauração da República aproximou novamente os dois países. Atenta-se para a utilização dos termos “liberais e progressistas”, consagrados na história política dos Estados Unidos, portanto, familiares aos ouvidos dos espectadores.

Os sistemas liberais de governo e sem grandes conflitos internos tornavam as duas nações prósperas na América, destacando-se a unidade territorial brasileira, oriunda dos tempos das antigas colônias portuguesas.⁵⁰³ Partindo da argumentação da inviolabilidade territorial brasileira, Pedro Nabuco Filho legitimou a revolução de 1930, ao citar discurso de Vargas sobre a necessidade de manutenção da unidade e da sólida formação cristã brasileira, argumentos aceitáveis na concepção da sociedade dos Estados Unidos.⁵⁰⁴

⁵⁰² Do original: *the beneficent and enlightened rule of John VI in Brazil helped to make the achievement of complete independence a natural and peaceful process. [...] under the liberal and progressive rule of Dom Pedro I and Dom Pedro II Brazil not only became one of the most respected and prosperous states in South America.* ABREU FILHO, Pedro Nabuco de. Conferência. Ofício nº 202, do Consulado do Brasil em Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Anexo. 14 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

⁵⁰³ Do original: *The 48 states of North American were 13 in 1776; the remainder were conquered or purchased. The unity of Portuguese-American never was disintegrated, the 21 states of Brazil being the same Old Portuguese provinces.* ABREU FILHO, Pedro Nabuco de. Conferência. Ofício nº 202, do Consulado do Brasil em Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Anexo. 14 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

⁵⁰⁴ Lúcia Lippi Oliveira assevera que “para se entender o universo cultural norte-americano é necessário ressaltar o significado da ‘religião civil’ como um cimento identitário que concebe a vida americana como a realização, a ligação, entre o velho e o novo testamento. [...] No campo intelectual norte-americano foi intensa a conexão entre pastores, intelectuais e políticos”. OLIVEIRA, Lúcia Lippi. *Americanos: representações da identidade nacional no Brasil e nos EUA*. Belo Horizonte: EDUFMG, 2000. p. 13.

Com uma personalidade na compreensão profunda de patriotismo e religião, como o governante do Brasil, mestre do mais magnânimo espírito de liderança e justiça, ele não poderia ter falhado em atingir a posição de destaque que desfruta a nação no mundo e principalmente no hemisfério ocidental. **A concepção profunda da fé cristã e da pátria são as qualificações necessárias para o estadista perfeito.**⁵⁰⁵ (grifo nosso).

O elemento cristão, mais precisamente, sua institucionalização via catolicismo, percebido por Getúlio Vargas como garantia simbólica da ordem, foi pragmaticamente utilizado por ele na tentativa de arregimentação da Igreja Católica brasileira e setores mais distantes da influência do Presidente.⁵⁰⁶ Pelo visto, nos Estados Unidos, a estratégia de convencimento foi semelhante, haja vista as qualificações do Presidente enaltecidas pelo cônsul Pedro Nabuco Filho: patriotismo e fé cristã, tão bem recebidas pelo puritano público estadunidense.

Desde esse ponto, aproximadamente na metade de sua conferência, o Cônsul fez papel de agente de propaganda do governo brasileiro, ao enaltecer o Estado Novo como redentor dos valores republicanos em benefício da coletividade brasileira, onde o individual deveria ser sobrepujado ao coletivo.

Em termos de política externa, assunto familiar ao membro do corpo diplomático, os valores pan-americanos foram enaltecidos. O cônsul tratou também de desmentir publicações estadunidenses sobre o Brasil, exaltando a paz e a solidariedade continental: “muitas vezes ouvimos, principalmente nos EUA, declarações mais tolas sobre os princípios políticos do presidente Vargas”.⁵⁰⁷

Pedro Nabuco de Abreu Filho aproveitou “os holofotes” para contra propagandear certas visões negativas sobre o Brasil publicadas em duas obras: *South*

⁵⁰⁵ Do original: *with a personality out in the deep comprehension of patriotism and religion, such as the ruler of Brazil, master of a most magnanimous spirit of leadership and justice, he could not have failed to acquire for the nation the outstanding position she enjoys in the world and particularly in the Western Hemisphere. The profound conception of Christian faith and fatherland, are the necessary qualifications for perfect statesmanship.* ABREU FILHO, Pedro Nabuco de. Conferência. Ofício nº 202, do Consulado do Brasil em Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Anexo. 14 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

⁵⁰⁶ FAUSTO, Boris. *Getúlio Vargas. O poder e o sorriso.* Coleção perfis brasileiros. São Paulo: Cia das Letras, 2006. p. 56-58.

⁵⁰⁷ Do original: *We often hear, mainly in the US, most foolish statements concerning the political principles of President Vargas.* ABREU FILHO, Pedro Nabuco de. Conferência. In: Ofício nº 202, do Consulado do Brasil em Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Anexo. 14 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

American Primer, de Katherine Carr⁵⁰⁸ e *Americas to the South*, de John T. Whitaker.⁵⁰⁹ A primeira apontava Vargas como representante dos “interesses da riqueza e do Exército que é a velha história na América do Sul”.⁵¹⁰ Já a segunda, por ter sido publicada por um famoso escritor estadunidense, o Cônsul o atacou firmemente, ao asseverar que “tais livros devem ser banidos em nome da formação cultural da América, como são banidos pela ciência o charlatanismo e incapacidade, como pornografia foi banida por causa da moral pública”.⁵¹¹ Nada mais salutar à diplomacia cultural, pois o ambiente acadêmico era ideal para atacar obras de uns e promover as de outros autores.

A representação consular do Brasil em Chicago, sem tantos recursos, procurava, à sua maneira, realizar a propaganda brasileira na região. Em carta ao presidente Vargas, o Cônsul Egídio da Câmara Sousa reclamou – de modo sutil – das dificuldades de manutenção da representação diplomática em Chicago. A verba para o aluguel de espaço representativo do consulado, de 192 dólares, permitiu locar um ambiente, porém sem mobiliário adequado.

⁵⁰⁸ RODELL, Katherine Carr. *South American primer*. New York. Reynal & Hitchcock, 1941. <[http://hdl.handle.net/2027/uc1.\\$b270389](http://hdl.handle.net/2027/uc1.$b270389)>. Acesso em: 15 jul. 2014.

⁵⁰⁹ WHITAKER, John T. *Americas to the South*. New York: Macmillan, 1939. <<http://hdl.handle.net/2027/wu.89096190954>>. Acesso em: 15 jul. 2014.

⁵¹⁰ Do original: *Represents the interests of wealth and of the army which is the old story in South America*. ABREU FILHO, Pedro Nabuco de. Conferência. Ofício nº 202, do Consulado do Brasil em Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Anexo. 14 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa). John Thompson Whitaker atuou como correspondente internacional do jornal *Chicago Daily News*. Esteve no Brasil em 1939, donde produziu uma série de artigos ao seu jornal, nos dias 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21 e 22 de abril daquele ano. O conteúdo das matérias procura mostrar ao leitor o Brasil de uma maneira ampla, sobre o qual traçaremos um resumo: história, da colonização à revolução de 1930 e aspectos geográficos (13 abr.); economia cafeeira, movimentos políticos de 1932 e 1935 (14 abr.); ideologias, presença americana na economia, entrevista com o Presidente Getúlio Vargas (15 abr.); caracterização do Estado Novo e a percepção das pessoas sobre a política brasileira, carnaval (17 abr.); migração alemã e sua influência no estabelecimento de uma cultura nazista no País (18 abr.); comércio entre Brasil e Alemanha (19 abr.); caracterização das duas forças brasileiras: amizade com os EUA e nacionalismo brasileiro, presença alemã na economia brasileira (20 abr.); relação política entre Brasil e EUA por meio do ministro Oswaldo Aranha, estabelecimento do acordo com os EUA (21 abr.); aliança “informal” (sem tratados) entre Brasil e EUA, deficiências na defesa brasileira, necessidade dos EUA no suprimento de matérias-primas e importância estratégica do Brasil no teatro de operações da guerra (22 abr.). Jornal *Chicago Daily News*. Chicago. In: Ofício nº [ilegível] do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores, 25 abr. 1939. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁵¹¹ Do original: *Such books should be ostracized in behalf of the cultural formation of America, as are blackballed by science, sciolism and incapacity, as pornography in banished for the sake of public morals*. ABREU FILHO, Pedro Nabuco de. Conferência. Ofício nº 202, do Consulado do Brasil em Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Anexo. 14 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

O consulado, hoje, compõe-se de um pequeno salão no qual pretendo – com sua ajuda – instalar um museu-comercial contendo amostras de todos os produtos que possam interessar aos importadores americanos: com mapas, quadros estatísticos sempre renovados, vistas, jornais, publicações etc. coisa prática e bonita: uma sala quase grande, escritório do cônsul, onde as pessoas possam conversar convenientemente acomodadas.⁵¹²

De acordo com a carta de Egídio da Câmara Sousa, o baixo orçamento e a falta de pessoal – lá trabalhavam o cônsul e mais dois funcionários – não foram empecilho para construir, mesmo que de maneira mínima, um escritório de informações sobre o Brasil em Chicago. Assim, com a organização de um questionário, “discutido e corrigido pela Câmara de Comércio de Chicago”, distribuído em mais de três mil cópias, por intermédio das câmaras de comércio, o consulado, usando as próprias palavras de seu representante, objetivava colher “material precioso que servirá como guia no nosso trabalho de propaganda e de aproximação de firmas estrangeiras e americanas”.⁵¹³

A estratégia do Cônsul consistia na visitação a firmas, fábricas, associações e centros. Ademais, buscava se inserir em clubes “frequentados por homens de negócios”, como o Rotary Club “onde se discute – às terças-feiras – o movimento comercial de Chicago”, além de “clubes e associações femininas (pobre de mim) e aceito todo convite feito ao Cônsul. Coisa que meus últimos antecessores nunca fizeram. Tenho passado maus pedaços pois não raro chovem perguntas absurdas”.⁵¹⁴

Essas ações, contudo, se mostrariam incompletas em virtude da ausência de material de propaganda. Deste modo, ele solicitou ao presidente Vargas verba para a criação de “uma boa revista ou jornalzinho pelo qual pudéssemos dar saída as informações e tornar conhecido o consulado, provocando um movimento de curiosidade, muito a mais poderíamos fazer”. A publicação poderia conter diversas informações sobre o Brasil, desde comerciais, leis e notícias gerais.

Segundo o cônsul, seria mais viável, em termos econômicos, apoiar a ação do consulado do que investir na abertura de escritórios de propaganda e turismo, como era a intenção do governo:

⁵¹² SOUSA, Egídio da Câmara, Cônsul em Chicago. Carta a Getúlio Vargas. Chicago, 19 jul. 1940. AHI

⁵¹³ SOUSA, Egídio da Câmara, Cônsul em Chicago. Carta a Getúlio Vargas. Chicago, 19 jul. 1940. AHI

⁵¹⁴ SOUSA, Egídio da Câmara, Cônsul em Chicago. Carta a Getúlio Vargas. Chicago, 19 jul. 1940. AHI.

Os jornais aqui publicam que o governo pretende abrir escritório de propaganda e turismo em Washington e Chicago. Um escritório aqui custa dois mil dólares mensais e levará algum tempo para começar a produzir algum resultado. Nós estamos já prontos, conhecemos o meio e temos amizades que muito podem fazer neste sentido, jornalistas, professores das universidades, nomes do comércio. E faremos tanto quanto um escritório com apenas 500 dólares.” [...] com este dinheiro, presidente, ficaremos preparados – cem por cento – para iniciarmos uma propaganda eficaz em todos os setores.⁵¹⁵

A proposta, além de menos onerosa, demarcaria também um espaço de atuação dos consulados como agenciadores do comércio, das relações internacionais e da propaganda brasileira nos Estados Unidos. Com mais funções, o trabalho diplomático angariaria maior prestígio e utilidade dentro da máquina pública estadonovista.

Institucionalmente, houve a criação de vários órgãos de estudos sobre o Brasil nos EUA. Um deles se efetivou em agosto de 1938, quando o diretor do Jardim Botânico do Rio de Janeiro recebeu ofício do MRE informando da criação, pela Universidade de Oglethorpe, no Estado da Geórgia, da *Brazilian Foundation*. Dividida em duas seções, biblioteca e museu, a instituição serviria para “abrigar coleções de tudo quanto se refira à vida brasileira, assim como exemplares de obras de arte, trabalhos manuais, madeira, minérios, produtos zoológicos e biológicos etc.”.⁵¹⁶

O motivo do contato entre esses senhores decorreu da solicitação de qualquer material disponível para a Universidade de Oglethorpe. O pedido fora atendido apenas parcialmente, mediante doação de livros. Infelizmente, naquele momento, o Jardim Botânico encontrava-se em fase de organização, não podendo ajudar com outros materiais à *Brazilian Foundation* imediatamente.⁵¹⁷

Acadêmicos respeitados nos Estados Unidos também foram alvo da “simpatia” brasileira. Com base na política de cooperação intelectual – como visto no capítulo anterior – e promoção do turismo, muitos professores universitários de várias instituições de ensino foram cadastrados para recebimento de publicações do

⁵¹⁵ SOUSA, Egídio da Câmara, Cônsul em Chicago. Carta a Getúlio Vargas. Chicago, 19 jul. 1940. AHI.

⁵¹⁶ Ofício SN, do diretor do arquivo, biblioteca e mapoteca do Ministério das Relações Exteriores ao sr. P. Campos Porto, diretor do Jardim Botânico do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 15 ago. 1938. AHI.

⁵¹⁷ Ofício Nº 249, do diretor do Museu Nacional de Belas Artes, Oswaldo Teixeira ao diretor do arquivo, biblioteca e mapoteca do Ministério das Relações Exteriores, H. Pinheiro de Vasconcelos. Rio de Janeiro, 01 set. 1938. AHI.

Itamaraty, alguns, inclusive, foram convidados a passar temporadas no Brasil. A vantagem de angariar simpatia dos acadêmicos reside no fato de eles “não serem associados à política de seus países – o que lhes confere um importante capital de confiança e simpatia entre seus pares e a opinião pública – e serem especialistas em suas áreas específicas de atuação”.⁵¹⁸

Supunha-se que o bom tratamento reverberaria numa “visão positiva” do Brasil no Exterior, o que, de fato, ocorreu em diversas ocasiões, seja na publicação de livros, na criação de organismos de estudos sobre o Brasil, em palestras ou declarações públicas favoráveis ao país, como relata o ministro das Relações Exteriores Macedo Soares:

As visitas ao nosso país dos senhores Georges Duhamel, Stefan Zweig, Emil Ludwig, Nicolas Politis deram logo a esse intercâmbio [ele se refere ao Serviço de Cooperação Intelectual] um impulso considerável e continuam a aparecer os seus frutos, que hão de se prolongar no tempo pela lembrança do acolhimento cordial e simpático que aqui tiveram tão ilustres expoentes da cultura universal.⁵¹⁹

Pode-se dizer que as publicações citadas e seus conteúdos elogiosos influenciaram fortemente as atividades acadêmicas. Como se percebe no relatório ministerial, os homens de letras saíram “encantados do Brasil”, publicando na imprensa, em 1936, “interessantes artigos em louvor dos homens, da cultura e do progresso material e econômico” do país.⁵²⁰ No ano seguinte, o enredo se repetiu: os professores Clarence Haring, catedrático e historiador na Universidade de Harvard, e Percy Alvin Martin, catedrático de História da América na Universidade de Stanford Junior, foram recebidos com banquete a convite do ministro Oswaldo Aranha.⁵²¹

Igualmente, houve, em medida, convites de diplomatas brasileiros a acadêmicos estadunidenses, a fim de que falassem sobre o Brasil. Nota-se, pois, forte

⁵¹⁸ LESSA, Mônica Leite. Relações culturais internacionais. In: MENEZES, Leba Medeiros; MUNTEAL FILHO, Oswaldo; ROLLEMBERG, Denise (orgs). *Olhares sobre o político: novos ângulos, novas perspectivas*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002, p. 11-25.

⁵¹⁹ Relatório apresentado ao Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, relativo ao ano de 1936. Introdução. p. 19 e 143.

⁵²⁰ Relatório apresentado ao Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, relativo ao ano de 1936. p. 19 e 143.

⁵²¹ Relatório apresentado ao Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, relativo ao ano de 1937. p. 28.

atuação do Consulado de Boston nas ações de propaganda brasileira junto à comunidade acadêmica dos EUA.

A cidade de Boston, tradicional reduto universitário – destacando-se a Universidade de Harvard e o Instituto de Tecnologia de Massachusetts – oferecia grande perspectiva de atingir o público de interesse do Itamaraty por unir a curiosidade acadêmica de conhecer outras realidades com o desejo de promoção do Brasil nos EUA. Evidentemente, o governo brasileiro executou diversas atividades acadêmicas naquela cidade.⁵²² Uma delas, descrita pelo cônsul, consistiu na solicitação de material (como filmes documentários) ao DIP para a consecução de palestras sobre o Brasil realizadas pelo professor Charles Tozier,⁵²³ o qual passou temporada de 15 dias no país, em dezembro de 1939.

O professor Tozier recolheu grande material propagandístico sobre o Brasil, trazendo consigo filmes e quatrocentas chapas fotográficas coloridas – mediante um processo desenvolvido por ele – que serviam como material ilustrativo de sua fala. Nas palavras do Cônsul, “transformou-se, assim, para retribuir gentilezas que recebeu no Brasil, num ótimo e espontâneo propagandista de tudo o que é nosso”.⁵²⁴

Essa retribuição apareceu em várias palestras propaladas em diversos ambientes frequentados pela elite na cidade de Boston,⁵²⁵ dentre elas a conferência em *Winchester*, uma cidadela aristocrática a nove milhas da capital do Estado de Massachusetts. O evento obteve presença superior a seiscentas pessoas e, segundo o cônsul Ildefonso Falcão, foi um sucesso, contando com o testemunho de oficiais da Marinha que cursavam o *Massachusetts Institute of Technology* e outros brasileiros que lá estavam. Todos se “alegravam com os vivos aplausos”, quando o professor

⁵²² O professor J.F. Normano fez diversos elogios ao Brasil em suas palestras. Considerado “um dos amigos do Brasil”, é autor da obra *Brazil – Study of economic types*, traduzido ao Português com título “Evolução econômica do Brasil”. Ofício nº 4, do Consulado de Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 10 jan. 1940. AHI.

⁵²³ TOZIER, Charles H. Carta a Ildefonso Falcão. Boston, 28 dez. 1939; Ofício nº 1, do Consulado do Brasil em Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 03 jan. 1939. AHI; Ofício S/N, do Secretário-Geral do Ministério das Relações Exteriores, Maurício Nabuco, ao Diretor Geral do Departamento de Imprensa e Propaganda, Lourival Fontes. Rio de Janeiro, 22 jan. 1940. AHI.

⁵²⁴ Ofício nº 84, do Consulado do Brasil em Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 23 dez. 1939. AHI.

⁵²⁵ Harvard Medical School, Massachusetts Genealogical Society, Brookline Country Club, Massachusetts Republican Club, Harvard Dental School e mais “três ou quatro ambientes”. Ofício nº 84, do Consulado do Brasil em Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 23 dez. 1939. AHI.

descrevia a paisagem brasileira, sobretudo as residências suntuosas no Rio de Janeiro, Petrópolis e São Paulo.⁵²⁶

O Consulado de Nova Orleans encaminhou tradução do artigo intitulado *Estados Unidos do Brasil: futura potência mundial*,⁵²⁷ publicado na revista *Social Science*, de autoria do renomado professor Charles Abram Ellwood,⁵²⁸ do Departamento de Sociologia da Universidade de Duke. O referido artigo exprime a ideia de o Brasil alcançar o patamar de desenvolvimento dos Estados Unidos em poucos anos, contestando teorias raciológicas ou climatológicas que aludiam à impossibilidade de desenvolvimento de países tropicais. O artigo do professor Ellwood – que esteve no Brasil em rápida passagem em 1939⁵²⁹ – foi relevante para a política de promoção do país, tendo em vista a opinião de um acadêmico de tamanha desenvoltura, como era a daquele professor.⁵³⁰

O artigo se inicia com afirmação do surgimento de uma “poderosa nação” na América do Sul – Estados Unidos do Brasil – que seria capaz de se igualar aos Estados Unidos da América em população e poder econômico. Segundo o articulista, os *ianques* não se apercebiam do “engrandecimento” do Brasil como potência mundial pelo fato de não admitirem a possibilidade de que outra nação do hemisfério ocidental viesse a tornar-se rival dos Estados Unidos.⁵³¹ Charles Ellwood apontou o potencial do Brasil em tal façanha, baseado em dois fatores: território/população e recursos naturais.

⁵²⁶ Ofício nº 84, do Consulado do Brasil em Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 23 dez. 1939. AHI.

⁵²⁷ ELLWOOD. Charles A. Estados Unidos do Brasil: uma potência mundial. Revista *Social Science*, Nova Orleans - EUA. In: Ofício nº 156, do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 04 set. 1939. Anexo. AHI.

⁵²⁸ Charles Abram Ellwood (1873–1946) foi um importante sociólogo nos EUA, tendo presidido a American Sociological Society, de 1924 a 1925. In: http://www.asanet.org/about/presidents/Charles_Ellwood.cfm. Acesso em 25 set. 2015.

⁵²⁹ O professor e sua família visitaram o Brasil a bordo do transatlântico *Gripshoim*, em viagem pela América Latina. O referido navio trazia consigo cerca de 400 turistas, em sua maioria, *ianques*. Jornal *A Noite*. Rio de Janeiro, 09 mar. 1939. p. 5.

⁵³⁰ O artigo do professor Ellwood foi noticiado em alguns jornais da Capital da República em matéria oriunda da Agência Nacional, provavelmente elaborada com base no ofício do Cônsul ao Itamaraty. Os jornais foram: *A Batalha* (p. 9), *Diário Carioca* (p. 6) e *Diário de Notícias* (p. 2), todos em 30 set. 1939. Disponíveis na Hemeroteca Digital Brasileira, da Biblioteca Nacional, no *site*: <www.memoria.bn.br>. Acesso em: 17 jan. 2013.

⁵³¹ ELLWOOD. Charles A. Estados Unidos do Brasil: uma potência mundial. Revista *Social Science*, Nova Orleans - EUA. In: Ofício nº 156, do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 04 set. 1939. Anexo. AHI.

Sobre a questão territorial/populacional, o professor Ellwood ressaltou que o território brasileiro “é tão extenso que dentro de seus limites poderiam caber os Estados Unidos e sobrar ainda espaço para colocar um Estado da área do Texas”. O número aparecia como colossal, sobretudo para o Brasil; no entanto, ser grande não bastava, era necessária, deste modo, uma população extensa para ocupar tamanho país. Mais uma vez, o Brasil parecia estar a resolver esse entrave, na visão do autor, pois os problemas que afetariam o crescimento populacional (moléstias incontáveis por conta do famigerado clima tropical) estariam sendo gradualmente exterminados do país. Com isso, a população brasileira se aproximaria, a passos largos, dos Estados Unidos em menos de quarenta anos.⁵³²

Basicamente, o texto procurou rebater “três hipóteses científicas” comprobatórias da incapacidade brasileira de se igualar aos EUA. A primeira delas era baseada no pressuposto de o Brasil, país tropical, sofrer, por longo tempo, “desvantagens provenientes das condições climáticas”. Sobre essa questão, de natureza geográfica, o autor concorda com a predominância de clima tropical no território brasileiro – exceto o Sul, nos trópicos – porém, por se caracterizar como um “imenso planalto de mil a três mil pés de altura”, o Brasil demonstraria “clima apropriado à raça branca”. Além do mais, na bacia Amazônica, o calor não seria tão intenso quanto se acreditava, pois as chuvas constantes refrescariam seus habitantes, tampouco era um pântano enorme ou floresta impenetrável. Suas águas profundas faziam do Amazonas extensão natural (estuário) do oceano Atlântico.⁵³³

O segundo pressuposto contrário ao Brasil destaca que a população do país “nunca atingiria grau bastante de eficiência por ser etnicamente demasiada caldeada”. A respeito, Charles Ellwood assevera: “é exato que unicamente sessenta por cento da população do Brasil é de pura descendência europeia. Cerca de 35 por cento é de origem africana (negros e mulatos), e cinco por cento é composta de índios mestiços”.⁵³⁴

⁵³² ELLWOOD. Charles A. Estados Unidos do Brasil: uma potência mundial. Revista *Social Science*, Nova Orleans - EUA. In: Ofício nº 156, do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 04 set. 1939. Anexo. AHI.

⁵³³ Esse último argumento é resquício das campanhas estadunidenses para liberação do Rio Amazonas à navegação internacional, combatidas pela diplomacia brasileira nos tempos do Império. CERVO, Amado Luiz & BUENO, Clodoaldo. *História da política exterior do Brasil*. Brasília: EDUNB, 2008. p. 102.

⁵³⁴ ELLWOOD. Charles A. Estados Unidos do Brasil: uma potência mundial. Revista *Social Science*, Nova Orleans - EUA. In: Ofício nº 156, do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 04 set. 1939. Anexo. AHI.

É importante dizer que o raciocínio do professor, com base nesses números, fortalecia o combate à primeira hipótese, já que, quanto mais ao norte, maior era o percentual de negros no Brasil, a exemplo do Rio de Janeiro, cujo percentual era de dez por cento, e do extremo oposto, a Bahia, com cinquenta por cento de negros em sua população. A prerrogativa do intelectual era de que os negros possuíam maior facilidade adaptativa ao norte do Brasil. A solução, todavia, para sobrepor o número de brancos ao de negros no país assemelhar-se-ia a outras propostas já aplicadas em terras brasileiras, como a de “branquear” a Nação por meio da imigração. Nesse ponto, Charles Ellwood não negava sua predileção pelas teorias da degenerescência, oriundas do racismo científico do século XIX.

A terceira suposição negativa, de maior envergadura, revela que o país poderia ser vitimado por uma possível desintegração territorial. Sobre tal intimidação, Charles Ellwood apontou a existência de elementos separatistas que atuavam na região Sul do território, constituindo “a mais séria ameaça à transformação do Brasil em uma grande potência mundial”, que, no caso, significaria a colônia alemã. O autor apontou mais de quinhentos mil alemães residentes na região sul do Brasil, cujos comportamentos demonstravam serem “avessos à assimilação, procurando conservar sua língua e cultura”. Esse contingente se associaria aos mais de “dois milhões e quinhentos mil descendentes de italianos, muitos deles adeptos do Fascismo”.⁵³⁵

Nessa perspectiva, o Estado de São Paulo, cujos migrantes seriam na ordem de mais de 65 por cento de italianos (em maioria) e alemães e apenas 35 por cento de portugueses, era o exemplo do perigo dos estrangeiros no país, principalmente na região Sul, pois lá haveria espaço à formação de um “governo independente sob égide de uma potência europeia”. Assim, percebe-se o peso político desse último argumento que legitimaria, de alguma forma, a unidade nacional apregoada pelo Estado Novo. Era, portanto, pertinente a posição brasileira, na Conferência de Lima, à “solidariedade continental” e à Doutrina Monroe como forma de preservação territorial ante a invasão de alguma potência europeia.

Embora o Brasil tivesse grande potencial de desenvolvimento, era mister superação de três obstáculos que tornavam lento seu progresso: as “enfermidades

⁵³⁵ ELLWOOD. Charles A. Estados Unidos do Brasil: uma potência mundial. Revista *Social Science*, Nova Orleans - EUA. In: Ofício nº 156, do Consulado de Nova Orleans ao MRE, 04 set. 1939. Anexo. AHI.

tropicais”, como a febre amarela e malária, mesmo que, segundo Charles Ellwood, estivessem gradualmente desaparecendo; as “perturbações políticas e imprudentes táticas econômicas”, justificadas pelo professor como “fator comum às outras nações”; a “carência de capitais contínuos”. Este último ganhou destaque no artigo. O autor cita o exemplo dos EUA, cujo sucesso no sistema capitalista foi atribuído à ajuda de países europeus (Alemanha, Inglaterra e França). Já o Brasil, recebeu auxílio apenas de Portugal e da “empobrecida Espanha”. Desta forma, caberia ao empresariado *ianque* perceber as possibilidades brasileiras e investir no país.

Na visão de Charles A. Ellwood, tanto era vasto o território quanto o eram os recursos naturais do Brasil, com vantagem de não serem explorados em sua maioria.⁵³⁶ Além dessas benesses naturais, a política “amiga dos Estados Unidos” foi apontada como positiva ao desenvolvimento brasileiro pelo fato de o Brasil ser “o único país da América do Sul que tem sido invariavelmente amigo dos Estados Unidos, tanto política como culturalmente”.⁵³⁷ O Brasil foi, portanto, o único país sul-americano a ratificar oficialmente a Doutrina Monroe, bem como a única nação que acompanhou os EUA na Guerra Mundial e “continua a defender com vigor a doutrina de solidariedade continental”.⁵³⁸

Apesar do apoio irrestrito brasileiro, Charles Ellwood julgou que os Estados Unidos não correspondiam, em termos materiais, à amizade brasileira, visto que os investimentos britânicos equivaliam a três vezes ao dos *ianques*.⁵³⁹ A crítica do Professor atesta a ineficiência da *política da boa vizinhança* para com o Brasil, o que se coaduna com a reivindicação brasileira de um “tratamento especial” por parte dos EUA, objetivo de Oswaldo Aranha no Itamaraty.

⁵³⁶ Isso remonta, como visto, a visões estereotipadas estadunidenses sobre a América Latina, seja de mulher atraente ou de criança, ambas, contudo, enaltecem características da divisão sexual da época: simpatia, inexperiência, ingenuidade, dependência, fragilidade. Em outras palavras, um vasto território pronto para ser explorado e guiado pela figura masculina do caubói, representação clássica dos estadunidenses. JOHNSON, John. *Latin America in caricature*. Austin: University of Texas Press, 1993. *passim*.

⁵³⁷ Ofício nº 156, do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 4 set. 1939. Anexo. AHI.

⁵³⁸ Ofício nº 156, do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 4 set. 1939. Anexo. AHI.

⁵³⁹ Ofício nº 156, do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 4 set. 1939. Anexo. AHI.

Outro evento importante ocorreu no Centro Cultural Hispano, na noite de 13 de fevereiro de 1940. Consistiu na palestra do professor Gustavo A. de Aragón, da Universidade de Boston, acerca de sua viagem ao Brasil, Uruguai e Argentina. Nas palavras do Cônsul de Boston, o palestrante explanou, perante um “auditório de elite”, um dos maiores elogios já vistos sobre o Brasil, ao tratar o país “por extrema amabilidade, ao ir revelando as suas esplêndidas impressões, que os léxicos mais completos de qualquer idioma não dispunham de adjetivos que se ajustassem perfeitamente ao milagre de nossa natureza incomparável”.⁵⁴⁰

Gustavo de Aragón citou o progresso material das principais cidades brasileiras, entre elas, Rio de Janeiro e São Paulo, referindo-se à primeira como a “cidade-única” e a segunda como a “capital com espírito norte-americano, pela ‘*struggle for life*’ de sua população sempre atarefada”. Além disso, falou da “civilização brasileira”, expressa nos “altos índices de cultura” e graças ao “espírito cordial” do povo.

Na visão do cônsul, esse tipo de elogio feito ao Brasil sagrava-se como uma bem-sucedida campanha de propaganda nos Estados Unidos, pois o verbo de um intelectual ressoava numa ampla comunidade universitária, composta de outros professores, alunos e elite letrada frequentadora daquele ambiente, reverberando as palavras do professor Aragón em outras searas acadêmicas.⁵⁴¹

Outra forma de agradecer os intelectuais nos Estados Unidos consistiu na publicação e distribuição de livros a instituições. A historiadora Tânia de Luca localizou, em dois acervos nos EUA, diversos livros editados pelo DIP sobre o Brasil, o que atesta esse órgão como produtor de conteúdo propagandístico.⁵⁴² Na investigação realizada para este estudo, no entanto, não foi encontrada documentação sobre a Divisão de Divulgação do DIP nos arquivos do Itamaraty, contudo, vários registros de livros de estadunidenses sobre o Brasil foram

⁵⁴⁰ Ofício nº 15, do Consulado de Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Intitulada: “O Brasil, pela palavra de Gustavo A. de Aragon”. Boston, 14 fev. 1940. AHI.

⁵⁴¹ Palavras do Cônsul de Boston: “Alegro-me, senhor ministro, ao observar que se repetem as vozes de homens de autoridade mental que tão amavelmente enaltecem nossa terra”. Ofício nº 15, do Consulado de Boston ao Ministro das Relações Exteriores. Boston, 14 fev. 1940. AHI.

⁵⁴² LUCA, Tânia de. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. In: *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 31, n. 61, p. 271-296, 2011.

localizados,⁵⁴³ como atesta a solicitação de uma lista de publicações que versavam sobre assuntos brasileiros na *American Library Service*, em Washington, a qual fora feita pelo Ministro das Relações Exteriores.⁵⁴⁴

De 1937 a 1941, 86 artigos e livros de estrangeiros sobre o Brasil foram publicados nos Estados Unidos.⁵⁴⁵ Em termos quantitativos, segundo Lewis Bertrand, proprietário da *Scribner's Bookstore*, livraria com maior acervo de livros brasileiros à venda nos EUA, a quantidade de livros brasileiros importados aos EUA, de 1941 a 1942, girou em torno de 25 mil exemplares, um número expressivo comparando aos dados dos anos de 1920 e 1930, cujas somas de importações foram insignificantes.⁵⁴⁶

O Itamaraty, por meio do setor de Cooperação Intelectual, distribuiu o livro *Rio*, do embaixador dos EUA, Hugh Gibson, aos seus compatriotas que o solicitassem.⁵⁴⁷ Oswaldo Aranha definiu a obra como “simpática”, “literatura da

⁵⁴³ O senhor H.C Oliveira editou livro, na cidade de Nova Iorque, intitulado *This is Rio*, com finalidade de propaganda. Ofício nº [ilegível] do Diretor do Arquivo, Biblioteca e Mapoteca do MRE ao Cônsul adjunto do Brasil em Nova Iorque, 01 set. 1938. AHI. A escritora Margareth Milz, por sua vez, pretendia escrever um ensaio sobre o Brasil. Para tanto, solicitou material sobre o País, envolvendo pessoas, belezas naturais, indústrias, comércio, agricultura etc. tendo sido atendida pelo setor de Cooperação Intelectual do Itamaraty. MILZ, Margareth. Carta ao Departamento de Imigração do Brasil (encaminhada ao Itamaraty). Chicago, 23 nov. 1938. AHI; CASADO, M. Carta a Margaret Milz. Rio de Janeiro, 09 jan. 1939. AHI.

⁵⁴⁴ Ofício nº 61/591.7 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Assunto: publicação “*advertising in Brazil*”. AHI.

⁵⁴⁵ Bibliografia estrangeira sobre o Brasil (1937-1941), por Carlos Pedrosa. Revista *Cultura Política*. Ano 1, n. 7, set. 1941. p. 339-344.

Nos anos 1920, Isaac Goldberg traduziu obras de Machado de Assis e Monteiro Lobato e publicou *Brazilian Literature*, considerado pioneiro no gênero. Samuel Putnam, tradutor de *Dom Quixote*, publicou, nos anos 1930, estudos sobre literatura brasileira. José Lins do Rego, Jorge Amado e Érico Veríssimo também foram traduzidos ao Inglês, destacando-se o último. Revista *Brazil*, jan. 1945, p. 12-13. SMITH, Richard Cândida. Érico Veríssimo, um embaixador cultural nos Estados Unidos. *Tempo*, Niterói, v. 19, n. 34, 147-173, Jun. 2013. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-77042013000100012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 25 jun. 2013

⁵⁴⁶ Do original: *Mr. Bertrand estimates that the total for all Brazilian books imported into the United States for two decades prior to 1941 was negligible*. Sr. Bertrand estima que o total de livros brasileiros importados aos EUA por duas décadas antes de 1941 era insignificante. Revista *Brazil*. Jan. 1945. p. 12. (Tradução nossa).

⁵⁴⁷ MACOM, George. Carta ao Ministério das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 24 ago. 1938. AHI. PRADO, Bruno. Carta a George Macom. Collingswood, 09 Set. 1938. AHI. Uma cópia foi enviada a Ragvald Moe, diretor do Instituto Nobel da Paz, na Suécia. Ofício nº 81 da Legação do Brasil em Oslo ao Sr. Ministro das Relações Exteriores Mário de Pimentel Brandão. Oslo, 27 ago. 1937.

O referido livro consistia num guia sobre a Capital do Brasil. Ilustrado com fotografias de qualidade, a obra apresentava uma descrição da paisagem do Rio de Janeiro e seus “pontos turísticos”, costumes, arte, arquitetura e a história do povo brasileiro. Contou ainda com um glossário de termos em Português (traduzidos ao Inglês) para facilitar a comunicação. Cf. GIBSON, Hugh. *Rio. Illustrated from photograph*. New York: Doubleday, Doran & Company, Inc. 1937.

goodneighbor”, tendo oferecido ótimo serviço ao país.⁵⁴⁸ Ademais, o Ministério das Relações Exteriores enviou uma série de monografias sobre aspectos artísticos brasileiros, traduzidas para o Inglês, Francês e Espanhol, destinadas ao público universitário.⁵⁴⁹

Outros livros foram endereçados ao público infantil, a exemplo da tradução para o Inglês do livro *Lenda da Carnaubeira*, de Margarida Estrela Bandeirante Duarte, o qual deveria ser doado às crianças estadunidenses como forma de propaganda. A tradução, intitulada *Legend of the palm tree*, foi enviada a diversas escolas dos EUA. Além da própria obra em si, foi realizado um minucioso trabalho de promoção do livro, por meio da distribuição de *release* para as quatrocentas maiores rádios dos EUA,⁵⁵⁰ havendo também um trabalho de divulgação nos jornais. Tentou-se, inclusive, conseguir uma foto da Primeira-dama dos EUA, Eleonor Roosevelt, com o livro e crianças, porém não foi possível. Assim, ficou acordado que Eleonor Roosevelt – famosa articulista – escreveria uma resenha do livro em sua coluna diária.⁵⁵¹

Dentre os livros enviados, também merece destaque a tradução ao Inglês e Francês, em 1942, da obra *Santos Dumont e a conquista do ar*, do diplomata Aluísio Napoleão de Freitas Rego, que deveria ser distribuída “às entidades administrativas de aeronáutica civil, militar e naval, às instituições especializadas de real renome e

⁵⁴⁸ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 19 maio 1937. CPDOC GVC 1937.05.19.

⁵⁴⁹ São elas: *A imprensa na formação intelectual do Brasil*, de Eloy Pontes; *A música e a canção popular no Brasil*, de Mário de Andrade; *O romance brasileiro*, por Prudente de Moraes Netto; *A história da pintura no Brasil*, de Carlos Rubens; *Resumo da história da literatura brasileira*, por Pedro Calmon; *Combate à lepra no Brasil*, de América Xavier da Silveira; *Expansão da Língua Portuguesa no Brasil*, por Antenor Nascentes; *Folclore no Brasil*, de Basílio de Magalhães; *O Conto na literatura brasileira*, por Luiz Annibal Falcão. Em 1939 essas obras foram enviadas em Língua Portuguesa aos EUA, sendo traduzidas ao Inglês, Francês e Espanhol apenas em 1942. Relatório apresentado ao Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil pelo ministro de Estado das Relações Exteriores, 1939. p. 61; Relatório apresentado ao Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil pelo ministro de Estado das Relações Exteriores, 1942, p. 82.

⁵⁵⁰ VANDERBILT, Amy. Vice-presidente da *Publicity Associates inc.* Carta ao sr. Fernando Saboia de Medeiros, secretário da Embaixada do Brasil nos Estados Unidos. Nova Iorque, 28 nov. 1940. AHI; VANDERBILT, Amy. Vice-presidente da *Publicity Associates inc.* Carta ao sr. Fernando Saboia de Medeiros, secretário da Embaixada do Brasil nos Estados Unidos. Nova Iorque, 30 nov. 1940. AHI. Ofício nº [ilegível] da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 05 dez. 1940. AHI.

⁵⁵¹ Sua coluna chamava-se *My day*, era publicada em vários jornais estadunidenses. BLACK. Allida. *The First Ladies of the United States of America. Washington: The White House Historical Association*, 2009. Disponível em: <<http://www.whitehouse.gov/about/first-ladies/eleanorroosevelt>>. Acesso em: 02 mar. 2014. Ofício nº [ilegível] da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 05 dez. 1940. AHI.

aos principais órgãos da imprensa estrangeira”. O objetivo dessa ação era reivindicar a primazia brasileira na invenção de dirigíveis e aviões, o que vinha a “contrastar com informações nem sempre verídicas e imparciais sobre o assunto”.⁵⁵²

A publicação desse livro foi consequência da Circular nº. 1.572 que versava sobre a adoção das medidas governamentais para preservação da imagem de Santos Dumont como “pai da aviação”.⁵⁵³ O título concedido ao aviador advinha da “opinião dos técnicos especializados, pelos documentos oficiais das instituições autorizadas e pelos grandes órgãos da imprensa europeia e americana”.⁵⁵⁴ Essa incumbência, no entanto, estava, aos poucos, sendo substituída por uma “segunda versão em que aparecem vários outros inventores como tendo precedido, em suas descobertas, a Alberto Santos Dumont”.⁵⁵⁵

Então, percebemos que o governo tinha intenções que iam além de afirmar e valorizar a figura de Santos Dumont, que servia, de certa forma, como propaganda do país.⁵⁵⁶ Segundo o documento, “importa para a formação da consciência nacional a defesa da glória dos seus filhos que contribuíram, de modo notável, para o enriquecimento do patrimônio material e para o aprimoramento da civilização e da cultura, a administração brasileira”.⁵⁵⁷

⁵⁵² Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo ministro de Estado das Relações Exteriores, 1942. p. 82-83.

⁵⁵³ Título de “descobridor dos processos para a direção dos balões e de autor do primeiro aparelho mecânico, mais pesado que o ar, que levantou voo perante uma comissão científica”. O Decreto nº. 21.688, 25 jul. 1932, estabeleceu luto nacional por três dias, por ocasião do falecimento de Alberto Santos Dumont e, posteriormente, instituiu (Lei nº. 218, 4 jul. 1936) o Dia da Aviação (23 out.) em comemoração ao voo do campo de Bagatelle, em 1906”. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1942. Anexos.

⁵⁵⁴ Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1942. Anexos.

⁵⁵⁵ Circular nº. 1.572 - Às missões diplomáticas – “prioridade de Santos Dumont”. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1942. Anexos.

⁵⁵⁶ Segundo Gilberto Freyre, “o mito Santos Dumont tornou-se, como nenhum outro, no Brasil do começo do século XX, parte do mito maior: o do Progresso brasileiro pela Ciência. Mito que se assimila a um outro, o ‘mito do brasileiro valente, heroico, astuto, engenhoso e até genial’. SUPPO, Hugo Rogélio. Gilberto Freyre e a imagem do Brasil no mundo. Revista *Cena Internacional*. Ano 5, n. 2, 2003, p. 53.

⁵⁵⁷ Circular nº. 1.572 - Às missões diplomáticas – “prioridade de Santos Dumont”. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1942. Anexos.

Com tal pressuposto governamental, o ministro Oswaldo Aranha procurou tornar conhecida a primazia de Santos Dumont, tanto no apoio às iniciativas de reconhecimento do “patrono da aviação” quanto na recusa às “comemorações que impliquem no desconhecimento desse fato”. Assim, além da distribuição das obras, o Ministro mandou “recolher a documentação de maior importância divulgada nas revistas científicas e nos grandes órgãos da imprensa da Europa, contemporâneos dos acontecimentos”.⁵⁵⁸ O objetivo era reuni-la em volume único, a fim de permitir estudos sobre a questão, resultando na obra *Documentos e Depoimentos sobre os trabalhos aeronáuticos de Santos Dumont*, de autoria do Serviço de Publicações do Ministério das Relações Exteriores, publicado pela Imprensa Nacional, em 1941.

Uma obra de autoria estrangeira que merece maior destaque foi, sem nenhuma dúvida, *Brasil: um país do futuro*, do judeu austríaco Stefan Zweig, o “mais famoso de todos os textos que se escreveram sobre o Brasil”.⁵⁵⁹ Publicado quase simultaneamente em Português e Inglês, em 1941, foi fruto de negociações entre o autor – perseguido pelo Nazismo – e o governo brasileiro. Em troca do livro, Zweig receberia, junto com sua esposa, um visto de residência permanente no Brasil.⁵⁶⁰ Assim, fixou residência na cidade de Petrópolis.

O escritor Afrânio Peixoto definiu a importância de Stefan Zweig e sua obra.

O autor é um encanto de convivência, de conversação, de simplicidade [...] De tudo, este livro, este grande livro, livro de amor presente e esperança futura que sai em imensas edições, na América, na Inglaterra, na Suécia, na Argentina, em francês e alemão também — seis de uma vez, a menor, a brasileira... É o mais “favorecido” dos retratos do Brasil. **Nunca a propaganda interesseira, nacional ou estrangeira, disse tanto bem do nosso país**, e o autor, por ele, não deseja nem um aperto de mão, nem um agradecimento. Amor sem retribuição. Amor de caboclo supercivilizado: a namorada vai saber agora e ficará confusa de tanto benquerer.⁵⁶¹ (grifo nosso)

⁵⁵⁸ Circular nº. 1.572 - Às missões diplomáticas – “prioridade de Santos Dumont”. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1942. Anexos.

⁵⁵⁹ DINES, Alberto. Prefácio. ZWEIG, Stefan. *Brasil: um país do futuro*. Tradução de Kristina Michahelles. Porto Alegre: L&PM, 2008.

⁵⁶⁰ Ibid.

⁵⁶¹ PEIXOTO, Afrânio. Prefácio. ZWEIG, Stefan. *Brasil: um país do futuro*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1941.

Como indicou Afrânio Peixoto, a obra foi de grande valia na promoção da imagem brasileira no exterior, ainda refém de estereótipos. O próprio Zweig reconheceu seu desconhecimento acerca do Brasil, antes de sua primeira viagem ao país, em 1936:

Eu tinha a mesma imagem, algo pretensioso que tem o europeu ou o norte-americano mediano, e eu me esforço em reconstruí-la: uma daquelas repúblicas sul-americanas que não distinguimos bem umas das outras, com clima quente e insalubre, situação política instável e finanças em desordem, mal administrada e onde apenas as cidades litorâneas são relativamente civilizadas, porém geograficamente belo e com muitas possibilidades mal aproveitadas – um país, portanto, para emigrados desesperados, mas de modo algum um lugar do que se possa esperar estímulos intelectuais.⁵⁶²

Sua longa viagem pelas terras tropicais e a convivência com os mais variados tipos humanos fizeram com que mudasse de concepção, embora ainda houvesse críticas.⁵⁶³ Suas conclusões sobre o Brasil, salvo críticas pelo tom “ufanista”, como alguns alegam, circularam mudo afora no livro *Brasil: O país do Futuro*. Seu texto fluido, repleto de elogios ao país, tanto pela vastidão territorial, as benesses naturais, quanto ao caráter do povo pacifista e tolerante, o “modelo de civilização futura”, fizeram dessa obra um marco na propaganda brasileira no Exterior. O subtítulo, *o país do futuro*, entranhou-se no imaginário do país, transformando-se, inclusive, num mote do governo brasileiro para ações de propaganda nos anos seguintes.

Atormentado pelo pesadelo da guerra na Europa, Zweig e sua esposa, Charlotte Altmann – carinhosamente conhecida por “Lotte” – cometeram suicídio em 23 de fevereiro 1942. Em carta, Stefan Zweig explicou o motivo para tal medida extrema.

Antes de eu partir da vida por livre e espontânea vontade, eu quero fazer o meu último dever, que é de agradecer a este maravilhoso país - Brasil - que tão hospitaleiramente me recebeu. Cada dia que passei aqui eu amava este país, e em nenhum outro país, tive tantas esperanças de reconstruir minha vida.

"A Europa se destruindo". [destaque do jornal]

⁵⁶² ZWEIG, Stefan. *Brasil: um país do futuro*. Tradução de Kristina Michahelles. Porto Alegre: L&PM, 2008. p. 13.

⁵⁶³ Como foi o caso do alcance restrito do salário-mínimo destinado apenas aos trabalhadores urbanos. LEVINE, Robert. *Pai dos pobres? O Brasil e a Era Vargas*. São Paulo: Cia das Letras, 2001. p. 175.

Depois que eu vi o país de minha língua natal cair, e minha pátria espiritual - a Europa - "se destruindo", e tendo chegado aos 60 anos, seria necessária uma força imensa de reconstruir minha vida, e minha energia está esgotada por longos anos de peregrinação como apátrida. Portanto, eu acredito que é hora de acabar com que se dedicava apenas ao trabalho espiritual, considerando-se a liberdade humana e a minha própria como a maior riqueza do mundo. Deixo um afetuoso adeus a todos os meus amigos.

[Stefan Zweig].⁵⁶⁴(grifo nosso).

Esta versão da pequena carta de adeus foi publicada em diversos jornais estadunidenses, tendo sido capa do *The New York Times* de 24 de fevereiro de 1942. Tal carta de despedida, comovente pelo motivo da redação, é, ao mesmo tempo, lúcida para quem vai ceifar a própria vida, não deixou de se constituir como último elogio à imagem do país que o acolhera.

Essas ações foram, de fato, importantes instrumentos de propaganda segmentada, do qual o Itamaraty tanto precisava, entretanto, nem sempre a permanência de intelectuais em território brasileiro significou obtenção de visão positiva sobre o país, como veremos nos próximos exemplos.

A professora decana da *Atlantic University*, Mina Kerr, em visita à América do Sul, no verão de 1939, abriu uma série de conferências sobre a educação na América Latina. No ano seguinte, em fala inaugural do *Junior Woman's Club*, atividade anual do *Woman's Club* of Norfolk, no Estado da Virgínia, a autora afirmou, especificamente sobre o Brasil, que a situação educacional era ruim (pobre), com prédios inadequados e mal equipados, sendo visível, também, grande apelo à religião e a "propaganda nazista" naqueles espaços escolares.⁵⁶⁵

A editora Claudia Cranston, por sua vez, publicou obra *Sky Gypsy: 25,000 Miles by Flying Clipper Ships Over South America, Central America, Mexico and the Caribbean*, como resultado de sua viagem pelas Américas. Apesar dos elogios às

⁵⁶⁴ Do original: *Before I depart from life by own free will, I want to do my last duty, which is to thank this marvelous country - Brazil - which so hospitably received me. Each day I spent here I loved this country, and in no other country I have had such hopes of reconstructing my life. "Europe destroying itself". After I saw the country of my own language fall, and my spiritual homeland - Europe - destroying itself", and I have reached the age of 60, it would require immense strength to reconstruct my life, and my energy is exhausted by long years of peregrination as one without a country. Therefore, I believe it is time to end that was dedicated only to spiritual work, considering human liberty and my own as the greatest wealth in the world. I leave an affectionate goodbye to all my friends.* [Stefan Zweig]. *Jornal The New York Times*, Nova Iorque, 24 Feb. 1942. p. 1 e 23. (Tradução nossa).

⁵⁶⁵ *Jornal Norfolk Virginian-Pilot*, Norfolk, 13 Nov. 1940. Ofício nº 60, do Consulado de Norfolk ao Ministro das Relações Exteriores, 13 nov. 1940. Anexo. AHI

belezas naturais e ao progresso brasileiro, alguns aspectos negativos foram registrados, entre eles o tráfico de mulheres brancas ao Brasil, assunto repercutido nos jornais estadunidenses e, evidentemente, objeto da discussão por parte dos diplomatas.⁵⁶⁶ Tal registro se refere ao capítulo XV da obra, onde fora abordado o cotidiano no “Mangue”, famosa zona do baixo meretrício carioca, localizada na Capital da República.⁵⁶⁷ A respeito, Oswaldo Aranha comentou:

Precisamos fazer uma campanha contra a vergonha do Mangue, que desagrada a nossa civilização. Creio, mesmo, que a autora foi generosa, pois não conheço miséria maior, nem espetáculo mais triste, do que este sujo e promíscuo mercado de carne humana que a capital do Brasil insiste em expor aos olhos do mundo para vergonha de todos nós. Falhe (sic) ao nosso ministro e peça-lhe que remova essa pocilga, pior que a Favela e que as outras mais celebradas da degradação humana.⁵⁶⁸ (grifo do autor)

Há, ainda, memorando ao ministro das Relações Exteriores, Maurício Nabuco, que trata do mesmo assunto: “Eu também passei os olhos no cap. XV. Nós aqui temos um livro inteirinho sob o mesmo assunto, intitulado: *O Mangue*. É de arrepiar [...] O diabo, toda a dificuldade, é o meio a achar-se pa (sic). O Itamaraty tomar atitudes que deem cabo da zona da vergonha e tristeza. Não pensa V. assim?!”⁵⁶⁹

⁵⁶⁶ Ofício nº 57 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 25 fev. 1936. AHI.

⁵⁶⁷ CAULFIELD, Sueann. O nascimento do Mangue: raça, nação e o controle da prostituição no Rio de Janeiro, 1850-1942. In: Revista *Tempo*. Rio de Janeiro, n. 9, 2000, p. 43-63.

⁵⁶⁸ ARANHA, Oswaldo. Carta a Maurício Nabuco, n. 1036. S/D. AHI.

⁵⁶⁹ Memorando ao ministro Maurício Nabuco, da Secretaria de Estado das Relações Exteriores, 18 mar. 1936. AHI. Sueann Caulfield catalogou diversos documentos públicos que tratavam a questão do Mangue, seja de viés policial, seja de viés sanitarista. Em 1936, Oswald de Andrade escreveu a primeira versão (de muitas) do poema *O santeiro do Mangue*. ANDRADE, Oswald de. *O Santeiro do Mangue e outros poemas*. Rio de Janeiro: Globo, 1991. Beatriz Kushnir estuda as relações dos sujeitos ligados ao comércio da prostituição estrangeira – principalmente as judias oriundas da Europa Oriental – no Rio de Janeiro, São Paulo e Santos. Cf. KUSHNIR Beatriz. *Baile de Máscaras*. Mulheres Judias e Prostituição. As Polacas e suas Associações de Ajuda Mútua. Rio de Janeiro, Imago, 1996.

Tanto a correspondência de Oswaldo Aranha quanto o memorando se referem ao problema crônico do tráfico de mulheres⁵⁷⁰ – em sua maioria do leste europeu – ao Brasil, realizado pela máfia de prostituição internacional.⁵⁷¹

Com a presença, ainda, desses ataques impressos ao Brasil, percebemos que, embora os outros depoimentos e artigos de intelectuais estadunidenses favoráveis ao país fossem relevantes como suportes de propaganda, o contato pessoal com altos funcionários do governo dos Estados Unidos também se revelava interessante no delicado jogo de influência das relações diplomáticas.

O jurista e diplomata Francisco Cavalcanti Pontes de Miranda⁵⁷² foi protagonista dessa história. Em visita aos EUA como chefe da delegação do governo brasileiro, na XXVI Sessão da Conferência Internacional do Trabalho, reunida em Nova Iorque, em setembro de 1941, ele fez mais do que participar do evento. Num curto período, procurou exercer a função de “relações públicas” do governo brasileiro nos EUA. Pelo menos é assim que compreendemos ao lermos suas cartas ao Presidente Getúlio Vargas, cujo conteúdo narrava, basicamente, sua jornada na “proteção da imagem do Brasil” naquele país.

Em uma das cartas, ele relatou ter sabido, ocasionalmente, que certo jornal de Nova Iorque estaria a preparar uma página sobre Getúlio Vargas. Estarrecido com

⁵⁷⁰ A questão do tráfico de mulheres foi assunto discutido no ambiente da Liga das Nações, ainda nos anos 1920, definindo basicamente proibições ao tráfico de crianças, em 30 de setembro de 1921. O governo referendou o acordo por meio do decreto nº. 23812, 30 jan. 1934. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo ministro de Estado das Relações Exteriores, 1934. p. 21. Ainda nos anos 1930, uma nova convenção foi aberta, dessa vez contra tráfico de mulheres maiores, sendo referendada em 1938, por meio do decreto nº. 2954, 10 ago. 1938. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1938.

⁵⁷¹ A polícia, na tentativa de “controlar” o Manguê, atuou para desbaratar a máfia, a fim de reduzir a importação das “polacas” ao Brasil, fato que ocorreu apenas em 1942, com a atuação do novo chefe de polícia, Alcides Etchegoyen, que “desregulamentou” a zona do Manguê, fechando os bordéis e dispersando as prostitutas que ali atuavam. CAULFIELD, Sueann. O nascimento do Manguê: raça, nação e o controle da prostituição no Rio de Janeiro, 1850-1942. In: Revista *Tempo*. Rio de Janeiro, n. 9, 2000. p. 62.

⁵⁷² Francisco Cavalcanti Pontes de Miranda, advogado, jurista, professor, diplomata e ensaísta, nasceu em Maceió, Alagoas, em 23 de abril de 1892, e faleceu no Rio de Janeiro, RJ, em 22 de dezembro de 1979. Estudou Direito na Faculdade do Recife, onde se bacharelou em 1911, com 19 anos. Foi professor da Universidade Nacional, da Universidade do Recife e de outras; conferencista, no Brasil e no estrangeiro; membro de várias instituições culturais; desempenhou numerosas missões diplomáticas. Advogado, exerceu o cargo de Desembargador do Tribunal de Justiça do Distrito Federal até 1939, quando foi transferido para a carreira diplomática, na qualidade de embaixador na Colômbia. In: < <http://www.academia.org.br/abl/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=276&sid=130>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

o conteúdo que poderia ser publicado, Pontes de Miranda disse ao Presidente: “não almocei, nem jantei – movi amizades americanas que fiz. (Fi-los por ser leal, para gozar a gentileza dos *gentleman* americanos, sem querer fazer negócios e a excelente camaradagem das senhoras americanas de boa estirpe sem querer conquistá-los)”.⁵⁷³

Aparentemente bem relacionado, o jurista conseguiu a difícil tarefa de silenciar a matéria que, supostamente, seria contrária aos interesses brasileiros. Adiante, ele definiu a política dos EUA como favorável ao Brasil: “Este país, que só tem um amigo no mundo e é o Brasil tenho-o p...[ilegível] historicamente, pode vir a ser o perpétuo amigo, sem perigos, para felicidade nossa e dele”.⁵⁷⁴

Como pode ser visto, o contexto histórico da carta era a indefinição oficial do Brasil no tocante ao apoio aos aliados na Segunda Guerra Mundial. Ante esse impasse, segundo ele, havia um fator que poderia arruinar os planos de amizade recíproca entre EUA e Brasil, tornando-os, inclusive, em estado beligerante: a atuação de pessoas – “tipos de gente” – com tendências conspiradoras, seja de verve comunista ou, simplesmente, inimigos de Getúlio Vargas.

Um desses “tipos de gente” narrados por Pontes de Miranda, ganhou a alcunha de “amigos profissionais dos Estados Unidos”. Seriam brasileiros que se beneficiariam com dificuldades enfrentadas pelo governo, sobretudo com a propaganda contra Getúlio Vargas e o Exército. Além disso, ele apontou alguns “amigos profissionais da América do Sul”, como fator negativo da aliança entre Brasil-Estados Unidos.⁵⁷⁵

Apesar de ser expressão vaga, visto que não nomeia ninguém, há duas hipóteses sobre quem seriam esses “amigos profissionais”. Poderiam ser figuras americanófilas, talvez Armando Sales de Oliveira e alguns paulistas, que se pronunciaram contrários ao golpe de 1937.⁵⁷⁶ Estes, inclusive, enviaram carta ao

⁵⁷³ PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 17 set. 1941. CPDOC. GV c 1941.09.17/1.

⁵⁷⁴ PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 17 set. 1941. CPDOC. GV c 1941.09.17/1.

⁵⁷⁵ PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 17 set. 1941. CPDOC. GV c 1941.09.17/1.

⁵⁷⁶ Vale lembrar que o discurso de oposição ao Estado Novo dos liberais deve ser problematizado. Maria Helena Capelato assevera que após o levante de 1935, muitos liberais, cuja voz era expressada no jornal *O Estado de São Paulo*, apoiaram o Estado de sítio do governo brasileiro. Esses liberais “apoiaram medidas de exceção adotadas pelo governo sob alegação de que o combate ao comunismo era prioridade do momento; tais medidas acabam por fortalecer o poder do governante, que, em 1937,

Embaixador estadunidense, solicitando providências por parte dos EUA contra a investida de Getúlio Vargas.⁵⁷⁷ Outra possibilidade plausível seria traduzir a expressão *professional friend* da Língua Inglesa.⁵⁷⁸ Portanto, os “amigos profissionais” dos EUA poderiam ser pessoas que representavam interesses ianques no Brasil.

Outro caso curioso, narrado por Francisco Cavalcanti Pontes de Miranda, relacionou-se ao processo de “conquista” de um novo aliado, o Almirante Harold R. Stark, chefe das operações navais da Marinha dos Estados Unidos. Uma amiga em comum, a misteriosa Mary, foi o elo entre Pontes de Miranda e Harold Stark. Nas palavras de Miranda:

[...] os seus inimigos aqui estão, em parte, no Dep. de Estado e são amigos de gente daí e daqui. Muitos amigos, como a dita senhora, zelam por nós. O que se tem de fazer é cultivar a amizade direta do presidente Roosevelt, do Secretário Hull, do Almirante [Harold Stark], e do General Marshall. Nesses tempos, esses é que valem. Mas isso requer cuidado, habilidade, inteligência e sinceridade da parte de quem trabalha. O americano ama as amizades e, quando é amigo, é ótimo amigo. Venho [ilegível] sempre

liderou o golpe promotor do Estado Novo, que dissolveu o Congresso e outorgou a nova Constituição à Nação”. CAPELATO, Maria Helena. O Estado Novo: o que trouxe de novo? In: FERREIRA, Jorge & DELGADO, Lucília de Almeida Neves (orgs.) *O Brasil republicano*. Vol 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. p. 116.

⁵⁷⁷ Com o golpe de 1937, Armando Sales e seus correligionários preferiram ficar na França o maior tempo possível, e aproveitaram todas as oportunidades para denunciar o regime de Getúlio Vargas. Em telegrama que enviou a Cordell Hull e Summer Welles, Júlio de Mesquita Filho qualificou de “insultuoso” um discurso pronunciado por Osvaldo Aranha no *Washington Press Club*, alegando que Aranha não tinha o direito de elogiar a democracia americana, ou de denunciar as ditaduras nazista e fascista quando seu país “se encontra sob o jugo de uma tirania que aboliu todas as liberdades públicas, e que está exilando ou prendendo todos os que lutam pela liberdade, inclusive um dos mais ilustres estadistas brasileiros – pela exclusiva razão de que se havia candidatado à presidência”. DULLES, John W. Foster. *Getúlio Vargas. Biografia política*. Rio de Janeiro: Renes, 1967. p. 204.

Júlio de Mesquita Filho, exilado nos EUA de 1939 a 1940, atuou como elemento de oposição ao regime brasileiro, fazendo, de certa forma, contrapropaganda ao Estado Novo. O *status* de refugiado e ex-diretor de jornal com vasta produção jornalística abriram-lhe conexões com intelectuais e políticos estadunidenses, como Charles Thompson e Lawrence Duggan, ligados ao Departamento de Estado; Bailey Wallis Diffie, professor de história do *City College* em Nova Iorque; diretores das agências Associated Press e United Press, dentre outras. Um estudo sobre a atuação desses exilados merece atenção. MESQUITA, Júlio de & MESQUITA, Marina. *Cartas do exílio*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2006. passim.

⁵⁷⁸ Essa expressão não tem tradução ao Português, tampouco encontramos uma definição precisa em dicionários da Língua Inglesa (Oxford e Websters e Merriam-Webster). Por meio da leitura de alguns jornais da época, como o *The New York Times*, dos anos de 1900 a 1950, o termo *professional friend* aparece em apenas 40 edições. Nossa leitura indica que se trata de representante ou assessor de relações públicas, ou “empresário de alguém”, em termos contemporâneos. Em Inglês do início do século XX, a expressão *professional friend of people*, seria um representante do povo, sem cargo político.

fazê-los meus amigos, mas, primeiro, do nosso Brasil e de Vossa Excelência.⁵⁷⁹ (grifo nosso).

Mais uma vez, Francisco Pontes de Miranda lança suspeitas conspiratórias. Sem entregar nomes, ele denuncia a existência de inimigos do presidente Vargas na estrutura do Departamento de Estado, cuja influência abrangeria autoridades brasileiras e estadunidenses. Comenta, também, supostas intrigas envolvendo o presidente Getúlio Vargas e os generais Góes Monteiro e Dutra com a Marinha dos Estados Unidos.

A situação estava posta. Segundo ele, haveria um sério problema na cúpula militar ianque em relação ao Brasil.⁵⁸⁰ Pontes de Miranda apontou que uma possível solução para tal questão seria conquistar a “amizade” de figuras-chave na cadeia de comando nos Estados Unidos, ou seja, o presidente Roosevelt, o secretário Cordell Hull, o almirante Harold Stark e o general Marshall. Especificamente, Francisco Pontes de Miranda tomou a dianteira para arregimentar simpatia do almirante Stark, o segundo na linha de comando, após o presidente Roosevelt, nas palavras de Miranda. Num conjunto de três cartas enviadas a Getúlio Vargas, Pontes de Miranda narrava sua “saga” pela conquista da amizade do importante Almirante. Numa delas, ele comenta sobre sua rede de influência nos Estados Unidos:

[...] a providência pôs entre os meus amigos (fi-los aqui, para o Brasil, e nunca para mim, se bem que os ame muito) a pessoa [Mary], de que já lhe falei, é que merece a profunda amizade e a confiança do Almirante. Além de cartas, rebatendo informações, tem almoçado e jantado, a sós, com o almirante, que

⁵⁷⁹ PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 03 out. 1941. CPDOC. GV C. 1941.10.03/1.

⁵⁸⁰ Não sabemos se Francisco Pontes de Miranda sabia de algum rumor sobre os planos de invasão dos Estados Unidos ao Brasil, caso a cessão das bases no Nordeste não fosse autorizada, porém Getúlio Vargas já sabia das intenções dos Estados Unidos de ocupação de uma base no Nordeste, conforme aponta em seu diário, em 14 de agosto de 1941. Cf. VARGAS, Getúlio. *Diários*, v. II, São Paulo/Rio de Janeiro: Siciliano/FGV, 1995. p. 415. Além disso, as discussões sobre as bases militares no Nordeste advinham de 1940, conforme atesta Drew Pearson: “Algumas das mais importantes conversas do Departamento de Estado na história da Doutrina Monroe agora estão progredindo secretamente com o governo brasileiro. Elas são destinadas a proteger a América do Sul da invasão nazista, particularmente na prevenção de ataques aéreos surpresa contra o Canal do Panamá, as discussões contemplam uma base aérea no norte do Brasil, e também, provavelmente, uma base naval. Bases aéreas e navais americanas, Na verdade, elas não serão chamadas assim. Elas serão chamadas de “cooperação” entre o Corpo Aéreo do Exército dos EUA e do Exército Brasileiro, também entre as marinhas dos dois países.” PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 03 Jun. 1940. (Tradução nossa).

é hoje, (tenho todas as razões para crer), amigo nosso. O caráter desse homem, que admiro, estimo (e ainda não o conheço), é reconhecido por todos. Tem assim Vossa Excelência um amigo, que pode contrabalançar a ação dos seus inimigos daqui e dos seus inimigos (e amigos) daí. É o homem que comanda a maior força do mar do mundo, mas, principalmente, é um homem de caráter e bons sentimentos à testa de tão grande poder.⁵⁸¹

Infelizmente, não foi possível descobrir de quem se tratava Mary,⁵⁸² “uma desinteressada amiga do Brasil”; todavia, sabemos que por meio dela Getúlio Vargas teria “o que quisesse do almirante Stark”, pois, ao que tudo indica, era pessoa de grande influência na vida do Alto oficial, haja vista que “merece a profunda amizade e a confiança” do militar. Além de cartas rebatendo informações, ela tem almoçado e jantado, a sós, com o almirante”. Mary era, então, peça-chave nos planos de Pontes de Miranda, porque intermediaria seu encontro com o almirante Stark.

Noutra carta, o tão esperado encontro foi narrado. Após atividades da XXVI Sessão da Conferência Internacional do Trabalho, Pontes de Miranda reclamava do cansaço: “Perdi uns seis quilos, pouco dormi, não tive, por bem dizer, quem me ajudasse, e tudo, para o Brasil e o meu chefe, tornou o melhor rumo possível, no qual houve auxílio da pessoa de quem vou falar, hoje nosso sincero amigo”.⁵⁸³

O esforço, contudo, se mostrou compensador, visto que

[...] o almirante, desde muito, queria que eu almoçasse ou jantasse com ele, conforme lhe disse noutra carta; mas adiei sempre, apesar dos serviços a nosso país, inclusive ao nosso chefe, que ele tem prestado. Agora saiu o livro do John Gunther, cuja censura ele impôs (bem dois meses, depois do aviso “sai na próxima semana”) e era para coincidir com outras coisas aí e aqui (vossa excelência encontra restos de prova à pag. 479). O cuidado do almirante é tal que chega a conversar com os correspondentes, a desfazer intrigas, a comunicar mínimos pormenores à nossa amiga, por cujo intermédio peço também certos passos.⁵⁸⁴

⁵⁸¹ PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 24 out. 1941. CPDOC. GV C. 1941.10.03/1.

⁵⁸² Pontes de Miranda informou que a tal Mary passaria um ano no Brasil. Acreditamos que o verdadeiro nome de Mary, por motivos óbvios (censura), foi mantido em sigilo.

⁵⁸³ PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 07 nov. 1941. CPDOC. GV C. 1941.10.03/1.

⁵⁸⁴ PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 07 nov. 1941. CPDOC. GV C. 1941.10.03/1.

Essa citação nos informa da atuação do almirante Shark como elemento importante na política de contrapropaganda do governo brasileiro, seja na censura de trechos da obra do historiador “semioficial” do *New Deal*, John Gunther,⁵⁸⁵ intitulada *Inside Latin America*,⁵⁸⁶ seja na assessoria de propaganda do Brasil, por meio de conversações com correspondentes no intuito de desfazer intrigas, nas palavras de Pontes de Miranda.

Apesar dos sucessos nas empreitadas propagandísticas brasileiras, nem todas as solicitações de estímulo a elas eram aceitas pelo Ministério das Relações Exteriores. Num dos casos ocorreu, inclusive, desentendimento entre o Itamaraty e o Ministério da Agricultura. O episódio envolveu o professor Sherman Morgan, da Universidade de Columbia, editor do livro *Agricultural systems of Middle Europe*, cujo conteúdo consistiu na descrição dos aspectos da economia e agricultura dos países da Europa Central.

O professor Morgan, em visita ao Brasil, propôs a Odilon Braga, ministro da Agricultura, organização de livro sobre o país, a ser editado nos EUA e distribuído às universidades, bibliotecas e câmaras de comércio de lá. Em virtude dos altos custos de tal publicação, orçados de cinco mil a cinco mil e quinhentos dólares, o Ministro da agricultura solicitou ao Ministro das Relações Exteriores verbas para cobrir os gastos com o livro, sob argumento de que seria uma “inteligente e fecunda” propaganda do Brasil nos EUA. O Ministro da Agricultura sugeriu até mesmo a alocação da verba “extraordinários do exterior”, no valor de dois mil e quinhentos dólares – 40:000\$000 em dinheiro brasileiro – para patrocinar o livro do professor estadunidense.⁵⁸⁷

A resposta oriunda do Ministério das Relações Exteriores, em tom ríspido, logo veio em seguida:

Impossível atender por falta de verba. O Ministério da Agricultura que providencie, se realmente a obra que diz respeito a sua especialidade é

⁵⁸⁵ TOTA, Antônio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000, p. 60.

⁵⁸⁶ Em Português, foi publicada em 1943, com título “O drama da América Latina”. GUNTHER, John. *O Drama da América Latina*. Tradução de Jorge Jobinsky. Rio de Janeiro: Irmãos Pongetti, 1943.

⁵⁸⁷ Ofício nº 916 do Ministro da Agricultura, Odilon Braga ao Ministro das Relações Exteriores, Mário de Pimentel Brandão. Rio de Janeiro, 26 fev. 1937. AHI.

Ofício nº 260 do Ministro das Relações Exteriores, Mário de Pimentel Brandão ao Ministro da Agricultura, Odilon Braga. Rio de Janeiro, 21 maio 1937. AHI.

Memorando da Secretaria de Estado das Relações Exteriores ao Diretor Interino do Arquivo, Biblioteca e Mapoteca da Secretaria de Estado das Relações Exteriores, 17 maio 1937. AHI.

interessante. Se vamos atender a tudo quanto os outros ministérios pedem alegando não ter verba, passaremos a financiar os gastos de todos eles, quando, apesar de termos orçamento mais modesto do que os outros, nunca encontramos auxílio da parte dos demais. Aliás, o Ministério do Exterior, nesse andar, passará a uma repartição pagadora de despesas extraordinárias. Ora isso não é tolerável sequer.⁵⁸⁸

O baixo orçamento do Ministério das Relações Exteriores para esse tipo de ação foi justificativa para recusa da proposição do Ministério da Agricultura no auxílio à publicação da obra do professor Morgan. Talvez o tom inadequado do ofício, ao indicar de onde partiria a verba para financiamento, tenha contribuído na recusa da proposta. Além das razões financeiras, o conteúdo do livro não atenderia, segundo esta pesquisa, aos desígnios da propaganda diplomática brasileira, cujos assuntos versavam áreas da política, turismo, arte e aspectos socioculturais brasileiros.

Tal conflito interministerial não foi caso isolado, pois houve também atritos entre DNP e DIP com o Itamaraty no que concerne às atribuições dos órgãos. A necessidade de melhoria no material de propaganda destinado aos EUA era premente, tanto pela quantidade, considerada insuficiente, quanto pela qualidade e conteúdo, pois estava aquém do desejado, a exemplo dos mapas, “pequenos, escuros, mal gravados e feios” fornecidos pelo governo às universidades e escolas dos Estados Unidos,⁵⁸⁹ objeto de reclamações por parte dos diplomatas. Ademais, grande parte do material remetido encontrava-se em Português ou Francês, algo, no mínimo, inútil para a propaganda num país de Língua Inglesa.⁵⁹⁰

Com a criação do DIP, em 1939, o Itamaraty perdeu espaço na função de ciceronear jornalistas e demais figuras públicas, o que, decerto, favorecia a boa imagem do Brasil no Exterior. Para revelar tal constatação, Roland Sharp – que esteve no Brasil em 1944 – descreveu a atuação do Departamento.

Quando os repórteres norte-americanos chegam individualmente ou em grupos para ver o Brasil por si mesmos, eles, muitas vezes, são atendidos

⁵⁸⁸ Memorando da Secretaria de Estado das Relações Exteriores ao Diretor Interino do Arquivo, Biblioteca e Mapoteca da Secretaria de Estado das Relações Exteriores, 17 maio 1937. AHI.

⁵⁸⁹ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 09 set. 1937. CPDOC GVC, 1937.09.09.

⁵⁹⁰ Como foi o caso do envio, ao Consulado brasileiro em Nova Iorque, de 35 livros sobre aspectos educacionais e políticos do Brasil, editados pelo Ministério da Educação e Saúde, porém, escritos em Francês. VASCONCELOS, H. Pinheiro de. Carta a Jorge Maciel da Costa Leite, Cônsul Adjunto de Nova Iorque. Nova Iorque, 01 set. 1938. AHI.

por sorridentes emissários do DIP. Limusines podem ser utilizadas até a estação (*station curb*). Toda facilidade é oferecida - exceto o tipo de informação que o governo quer suprimir.⁵⁹¹

Roland Sharp caracterizou essa política do DIP para com a imprensa como suave (*smooth*), em contraposição à inábil (*awkward*) política argentina. Enquanto os jornalistas estadunidenses, na Argentina, tentavam driblar a todo custo a censura, no Brasil, os correspondentes estrangeiros, residentes na Capital da República, aceitavam as informações unilaterais do governo. Faziam, pois, “pouco esforço para contar aos seus leitores a história inteira”,⁵⁹² até porque se seguissem fora do roteiro estabelecido, seriam forçados a deixar o país, como será visto no tópico seguinte.

3.3 “O lobo, mesmo com capa de monge, ainda assim está à espreita das ovelhas”.⁵⁹³ Censura e perseguições a jornalistas estrangeiros

Assim, é relevante a discussão da propaganda comentar sobre sua “prima”, a *censura*,⁵⁹⁴ pois, de acordo com Walter Lippmann, “sem alguma forma de censura, propaganda, no sentido estrito da palavra é impossível. Para conduzir a propaganda deve haver alguma barreira entre o público e o evento”;⁵⁹⁵ ou seja, diante das tentativas de modificação de peças jornalísticas sobre o Brasil nos EUA, também era

⁵⁹¹ Do original: *When North American reporters arrive singly or in groups to see Brazil for themselves, they often are met by smiling emissaries of DIP. Limousines may be drawn up at the station curb. Every facility is offered - except the kind of information the Government wants to suppress.* SHARP, Roland. *South America uncensored*. New York: Longmans, Green and Co., 1945. p. 62. (Tradução nossa).

⁵⁹² Do original: *So conspicuous has been the success of DIP in this regard that foreign correspondents resident in Brazil make little effort to tell their readers the whole story.* Ibid. p. 62. (Tradução nossa).

⁵⁹³ *Lupus cucullo indutus nihilominus ovibus insidiatur* [Bebel, Proverbia Germanica 557]. Disponível em: <http://www.hkocher.info/minha_pagina/dicionario/l05.htm>. Acesso em: 30 nov. 2012.

⁵⁹⁴ Salientamos a diferença nas ações do DIP, por meio do Serviço de Controle à Imprensa, baseadas no controle interno das notícias vindas do Exterior. Proíbiam-se telegramas, atuação de agências telegráficas que recebiam notas do estrangeiro para divulgação no Brasil, e notícias sobre mais diversos assuntos (principalmente sobre posições políticas no cenário da Segunda Guerra), conforme apontam José Inácio de Melo e Souza e Silvana Goulart, obras já citadas nesta tese.

⁵⁹⁵ LIPPMANN, Walter. *Opinião Pública*. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 51.

importante impor vigilância nos conteúdos que saíam do país em direção à “América”. Esse era o “plano B” do governo.

Excertos do artigo de Roland Sharp, publicados na edição estadunidense da revista *Time*, de maio de 1944, exemplificam bem a necessidade de uma forte fiscalização em cima do que era publicado sobre o Brasil. A edição brasileira, em virtude do teor crítico, foi às bancas com espaços em branco no lugar da matéria. O motivo dessa omissão pode ser visto na seguinte passagem:

A Primeira vítima foi o grande Brasil, cuja maior parte das pessoas dos EUA o consideram grande e bom amigo da democracia. O Correspondente Sharp encontrou muito para admirar, muito a elogiar. Mas ele criticou os métodos ditatoriais do presidente Getúlio Vargas. Ponto nevrálgico: a censura rígida (**"tão refinada e inteligente que isso acalma muitos correspondentes em cumprimento voluntário de obscurecimento da imprensa livre"**).⁵⁹⁶ (grifo nosso).

Como se vê, a revista *Time*, utilizando o artigo de Sharp, atacou duramente a censura brasileira. Evidentemente, a caneta do DIP não permitiria publicação incólume de um texto negativo sobre o Estado Novo em território brasileiro. Embora dispondo de modos “refinados e inteligentes” que fizeram calar “voluntariamente” os correspondentes, ao ponto de obscurecerem notícias negativas sobre o Brasil – como informou Roland Sharp – havia situações em que o governo recorria a medidas enérgicas, como a censura e perseguições aos jornalistas que insistiam em apresentar notícias pouco simpáticas acerca do país. Afinal, o Brasil, no período getulista, de 1930 a 1945, passou por curto período democrático. Deste modo, o provérbio, de origem latina, do início deste tópico, ilustra o que gostaríamos de demonstrar, isto é, o lobo (o governo de Vargas), mesmo com capa de monge (discurso democrático e moderno) deixava transparecer momentos de repressão.

Oswaldo Aranha, enquanto ministro da Justiça e dos Negócios Interiores, em 1931, respondeu ofício enviado, em outubro do mesmo ano, pelo ministro das Relações Exteriores, Afrânio Melo Franco, sobre publicação de artigo intitulado *A*

⁵⁹⁶ Do original: *First victim was big Brazil, which most people in the U.S. think of as a great & good friend of democracy. Correspondent Sharp found much to admire, much to praise. But he blasted the dictatorial methods of President Getúlio Vargas. Sore point: the rigid censorship ("so urbane and clever that it lulls many correspondents into voluntary compliance with its blackout of the free press")*. Revista *Time*, 29 May 1944. (Tradução nossa).

mordação do Brasil (Brazil's gag), na revista *Editor and Publisher*, de 26 de setembro daquele ano.⁵⁹⁷ O mencionado artigo pode ter chamado atenção de Aranha pela relevância do magazine, “porta-voz” da indústria estadunidense de jornais e revistas.⁵⁹⁸

O texto de *E&P* atacou o discurso liberal do governo brasileiro ao tecer duras críticas à prática da censura no país, que estava “amaldiçoado com uma das mais negras políticas de censura de qualquer nação na atualidade”.⁵⁹⁹ A Revista alegou ter obtido, de “fontes privadas”, uma “cópia legítima” de instruções emitidas pelo governo brasileiro aos jornais e correspondentes estrangeiros. Ademais, informou aos leitores que “é um documento raro. Reproduzimos aqui como a medida de covardia incrível de uma grande nação. É uma mordação calculada para suprimir todas as notícias vitais, criando assim uma imagem totalmente falsa de condições”.⁶⁰⁰

A Revista, como forma de alerta aos jornalistas, listou 11 itens nomeando o que se tornaria proibido no Brasil:

- a- Espaços em branco nos jornais;
- b- Referências a perturbações ou ameaças de perturbação da ordem pública;
- c- Notícias sobre o movimento do Exército, a Marinha, do ar ou a forças políticas; tais notícias só irão ser autorizadas a publicação quando vierem de funcionários do Ministério da Guerra, da Marinha e da Justiça;
- d- Entrevistas e declarações de autoridades civis e militares, personalidades políticas ou não, que tendem a perturbar a ação do governo, a segurança pública e a situação econômica nacional;

⁵⁹⁷ Ofício S/N do Ministro das Relações Exteriores ao Ministro da Justiça e Negócios Interiores, Rio de Janeiro, 23 out. 1931. AHI.

Ofício nº 1.624 Ministério da Justiça e Negócios Interiores ao Ministro de Estado das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 13 nov. 1931. AHI.

Do original: *Editor & Publisher is the authoritative journal covering all aspects of the newspaper industry, including business, newsroom, advertising, circulation, marketing, technology, online and syndicates.* Disponível em: <<http://www.editorandpublisher.com/About/>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

⁵⁹⁸ Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 04 Apr. 2008.

⁵⁹⁹ O artigo foi transcrito no documento. Trecho do artigo de *Editor & Publish*, anexado ao Ofício S/N do Ministro das Relações Exteriores ao Ministro da Justiça e Negócios Interiores, Rio de Janeiro, 23 out. 1931. AHI. “*For Brazil is cursed by one of the blackest political censorships of any nation in this day*”. (Tradução nossa).

⁶⁰⁰ Do original: *It is a rare document. We reproduce it here as the measure of amazing cowardice of a great nation. It is a gag calculated to suppress all vital news, thereby creating a totally false picture of conditions.* Trecho do artigo de *Editor & Publish*, anexado ao Ofício S/N do Ministro das Relações Exteriores ao Ministro da Justiça e Negócios Interiores, Rio de Janeiro, 23 out. 1931. AHI. (Tradução nossa).

- e- Todas as referências às atividades internas e externas comunistas;
- f- Notícias e comentários alusivos ao plano financeiro para a situação econômica ou textos que prejudiquem o crédito do Brasil;
- g- Declarações e comentários de estrangeiros exilados políticos, que, de qualquer forma, afetassem o bom funcionamento das nossas relações internacionais, ou, por contágio, a ordem pública interna;
- h- Notícias e comentários sobre os movimentos de classes (greves, de perturbação da ordem nas fábricas, etc.);
- i- Notícias e comentários sobre a tendência divisionista de certos estados da União;
- j- Notícias e comentários capazes de ocasionar mal-estar entre as fileiras do Exército, ou capazes de provocar uma sensação de antipatia entre eles ou com as pessoas;
- k- Notícias, comentários e editoriais capazes de provocar escândalo, público ou privado, entre empregados de confiança imediata do governo provisório.⁶⁰¹

O articulista comentou, ainda, que se algumas dessas regras fossem violadas, o “infrator” seria detido por 24 horas pela primeira transgressão e preso de maneira definitiva, caso fosse reincidente.

Tais proibições podem ter amedrontado jornalistas e proprietários de jornais ao observarem o clima de instabilidade à atividade desses profissionais. Ora, a leitura do documento obtido por *E&P* mostrava que quaisquer comentários – por mais vagos que fossem – sobre funcionários públicos, comunistas, relações econômicas ou algo que, supostamente, afetasse ou perturbasse a ordem política seriam proibidos no Brasil.

Em seguida, em correspondência enviada ao ministro das Relações Exteriores, o então ministro da Justiça, Oswaldo Aranha, parece explicar sobre a legislação de censura no Brasil como se respondesse ao artigo de *Editor & Publisher*.

⁶⁰¹ Do original: *spaces in blank in newspapers; references to perturbations or menaces of perturbations of the public order; news on the movement of army, navy, air or policy forces; such news will only be allowed to be published when officials by the War, Navy and Justice Ministries; interviews and declarations of civil and military authorities, political or non-political personalities, which will tend to perturb the action of the government, the public safety and national economical situation; all references to the internal and foreign communistic activities; news and comments allusive to the financial plan or to the economical situation or texts that would harm the credit of Brazil; declarations and comments of foreign political exiles, which, in any way would affect the good standing of our international relations or, by contagion, the internal public order; news and comments on the movements of classes (strikes, perturbation of order in factories, etc.); news and comments on the successional tendency of certain states of the Union; news and comments capable of occasioning unrest among the army ranks, or capable of provoking an unsympathetic feeling between themselves or with the people; news, comments and editorials capable of provoking scandal, public or private, among government employers of immediate confidence of the provisional government.* Trecho do artigo de *Editor & Publish*, anexoado ao Ofício S/N do Ministro das Relações Exteriores ao Ministro da Justiça e Negócios Interiores, Rio de Janeiro, 23 out. 1931. AHI. (Tradução nossa)

Ele afirma que a censura à imprensa no país – decorrida da vitória da revolução de 1930 – não impedia a crítica de atos oficiais, mas que se limitava “a instruções, muito naturais e legítimas, que salvaguardem, direta ou indiretamente, a ordem e a segurança públicas, bem assim os bens nacionais e estrangeiros”.⁶⁰² Além disso, o governo Provisório “amparado pelo povo em geral, consoante os recentes festejos comemorativos, e pelas classes armadas”, decretou “a anistia a todos os crimes políticos e eleitorais, não se justificando, pois, o tom alarmista da referida publicação”.⁶⁰³

Ainda segundo o ministro Aranha, o governo provisório, em meio aos problemas de ordem econômica e a fim de manter compromissos externos, em breve retornaria à vida constitucional, “para o que já trabalham várias comissões de juristas e técnicos”.⁶⁰⁴ Vale ressaltar que, inicialmente, a censura à imprensa nacional e estrangeira era realizada pela polícia, porém, durante os meses da Revolução Paulista de 1932, o serviço de censura à imprensa estrangeira no país passou à tutela do Itamaraty,⁶⁰⁵ retornando, em seguida, à polícia.

Uma das primeiras vítimas da mordida do governo brasileiro foi o correspondente do *The New York Times*, George Harve Corey, que, em fins de 1931 e início de 1932, causou grandes transtornos ao governo, sendo, por isso, preso em dezembro de 1931. O jornalista permaneceu sob custódia apenas um dia, sendo expulso do país logo em seguida, acusado de envio de “telegramas tendenciosos” à sede do jornal, interceptados pela censura telegráfica do governo.⁶⁰⁶ O conteúdo de tais telegramas foi encaminhado pelo delegado do Distrito Federal ao Ministro da

⁶⁰² Ofício nº 1.624. Ministério da Justiça e Negócios Interiores ao Ministro de Estado das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 13 nov. 1931. AHI.

⁶⁰³ Ofício nº 1.624. Ministério da Justiça e Negócios Interiores ao Ministro de Estado das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 13 nov. 1931. AHI.

⁶⁰⁴ Ofício nº 1.624. Ministério da Justiça e Negócios Interiores ao Ministro de Estado das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 13 nov. 1931. AHI.

⁶⁰⁵ Memorando de Jaime Barros Gomes ao Ministro das Relações Exteriores, 09 set. 1939. p. 1. AHI.

⁶⁰⁶ Ofício nº. 201-G.R. do delegado Salgado Filho, da Quarta Delegacia Auxiliar da Polícia do Distrito Federal, ao Sr. Ministro da Justiça. Rio de Janeiro, 06 Jan. 1932. AHI. Telegrama nº 105. Do MRE ao Consulado Geral em Nova Iorque. Rio de Janeiro, 26 nov. 1931. Ofício Nº 85/901.06 do Ministério das Relações Exteriores ao Consulado do Brasil em Nova Iorque. Rio de Janeiro, 26 nov. 1931. Telegrama nº 120 Urgente, do Consulado do Brasil em Nova Iorque ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Iorque, 27/28 dez. 1931. AHI.

Justiça.⁶⁰⁷ Num deles, Harve Corey informava da expulsão de seu colega, o correspondente da Revista *Mundo*, de Buenos Aires, Juan Gignali, do Brasil.⁶⁰⁸

O telegrama, porém, que conduziu a expulsão de Harve Corey do país foi narrado em matéria do *The New York Times*, transcrita pelo cônsul de Nova Iorque ao Ministro das Relações Exteriores:

O *New York Times* publica, hoje, um artigo assinado pelo seu ex-correspondente, em SP, dizendo que foi obrigado a concordar em deixar o Brasil pelo último vapor, para não continuar preso na penitenciária. No artigo com muitos títulos, o correspondente ridiculariza a censura em SP e no RJ, e diz que a única acusação foi a cópia de um cabograma enviado pelo correspondente do *London Times*, ele procurou desfazer o engano, mas o chefe de polícia carioca disse que ambos os jornais deviam ser da mesma empresa.⁶⁰⁹

A pilhéria do jornalista, em relação à referida confusão entre o jornal londrino e o estadunidense, foi desmentida categoricamente pela chefatura de polícia. Seja como for, a imagem de uma censura estúpida já estava publicada e disponível a centenas de milhares de leitores estadunidenses.

Outro caso envolveu o jornalista Ernest Hambloch,⁶¹⁰ correspondente do jornal londrino *The Times* – também exerceu a função de secretário comercial da Embaixada Britânica no Rio de Janeiro – resultando em sua expulsão do Brasil, quando da repercussão negativa de seu livro *His Majesty The President* (Sua

⁶⁰⁷ Os telegramas envolviam assuntos relativos a censura e perseguições, como: a aplicação da lei marcial aos “traidores” civis e militares do regime; cortes nos negócios dos estados nordestinos em detrimento dos cafeicultores paulistas; política, envolvendo os desentendimentos com o ministro da Fazenda, Whitaker; reclamações de exibidores contra as altas tarifas de importação de filmes americanos; informações sobre a epidemia de febre amarela no Rio e depósitos de carvão encontrados em Pernambuco. Ofício nº 201-G.R. do delegado Salgado Filho, da Quarta Delegacia Auxiliar da Polícia do Distrito Federal, ao Sr. Ministro da Justiça. Rio de Janeiro, 06 jan 1932. AHI.

⁶⁰⁸ COREY, George Harve. Telegrama interceptado pela censura, s/d. Data de arquivamento 09 fev. 1933. AHI.

⁶⁰⁹ Telegrama nº 120. Urgente, do Consulado do Brasil em Nova Iorque ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Iorque, 27/28 dez. 1931. AHI.

⁶¹⁰ No Brasil, casou-se com uma paulista da tradicional família Uchoa. Jornal *South American Journal*, Londres, 16 Nov. 1935. Ele exercera diversos cargos diplomáticos no Brasil, como adido comercial da Legação Britânica, Secretário da Câmara Britânica de Comércio. Correspondente do jornal londrino *The Times*, do boletim *Chamber of Commerce Bulletin* e da revista *Foreign Affairs*, viajou por quase todos os Estados brasileiros HAMBLOCH, Ernest. *Sua Majestade o Presidente do Brasil*. Brasília: Senado Federal, 2000. p. 265-267. Posfácio de José Honório Rodrigues.

Majestade o Presidente),⁶¹¹ publicado em 1935, na Inglaterra, e em 1936, nos EUA. O referido livro trata de analisar os problemas do Brasil, os quais, segundo o autor, seriam oriundos do sistema político presidencialista. Nele, há diversas comparações com o parlamentarismo monárquico dos tempos de Pedro II e o regime republicano.

A reação a essa obra, no Brasil, foi tenaz. José Honório Rodrigues comentou o aparecimento, em outubro de 1935, na Capital Federal, de vários panfletos promotores de um livreto crítico à obra de Hambloch, intitulado *Esmagando a Víbora. Crítica do volume 'His Majesty The President' A afronta ao Brasil*, de um autor oculto, por pseudônimo de Brasil Líbero.⁶¹² Tal livreto continha “extratos deformados e desordenados, fora do contexto, traduzido em Português” do livro de Hambloch. Num deles dizia que “pela imprensa e por livros editados na Inglaterra promovia-se uma escandalosa campanha difamatória contra o Brasil, seus homens e suas coisas”.⁶¹³

Não é necessário imaginar de quem se tratava a “víbora” que deveria ser esmagada. A pequena obra foi resultado de uma campanha patrocinada pela Itália Fascista, com investimentos de Mussolini, que tinha o objetivo de “desacreditar ingleses proeminentes no Brasil”,⁶¹⁴ por meio da mobilização do movimento integralista, assanhando os ânimos de jovens nacionalistas que ameaçaram depredar escritórios de firmas inglesas no país, em represália ao *His Majesty The President*.

Esse “mal-entendido” com o livro de Hambloch não pode ser apenas obra dos conspiradores fascistas e dos estudantes nacionalistas brasileiros, mobilizados por algo que *não leram e não gostaram*. Antes dessas reações populares, o governo brasileiro já tinha conhecimento da obra, que fora enviada pelo Cônsul do Brasil em Manchester:

Senhor Ministro,
Em invólucro separado, registrado pelo correio, tenho a honra de remeter a Vossa Excelência o volume, em inglês, intitulado *His Majesty The President*, de autoria de Ernest Hambloch, ex-secretário comercial da Embaixada

⁶¹¹ No Brasil, o livro ganhou a versão *Sua Majestade o Presidente do Brasil*, editada pelo Senado Federal, com posfácio de José Honório Rodrigues. Há uma edição anterior, datada de 1981, com introdução de José Honório Rodrigues.

⁶¹² HAMBLOCH, Ernest. *Sua Majestade o Presidente do Brasil*. Brasília: Senado Federal, 2000. p. 249. Posfácio de José Honório Rodrigues.

⁶¹³ Ibid.

⁶¹⁴ Ibid.

Britânica, nessa capital, em cujas páginas se contêm as mais injustas e deprimentes referências às condições políticas e constitucionais do Brasil.⁶¹⁵

Ao que parece, a reclamação do Cônsul de Manchester não surtiu efeito imediato, pois não foi encontrada resposta ou qualquer referência a sua correspondência. O destino de Hambloch foi traçado pelo resultado das mobilizações dos integralistas, causando efeitos catastróficos à permanência daquele inglês no Brasil. Foi expulso em 1935, encerrando um ciclo de 25 anos de intensa vida no país.⁶¹⁶

Remetemo-nos agora a um caso exemplar, o do jornalista estadunidense John W. White, que trabalhou para o jornal *The New York Times*, de 1930 a 1937, assumindo as funções de correspondente e chefe dos correspondentes na América Latina. Desde 1930 ele causava “problemas” ao governo brasileiro por suas opiniões pouco simpáticas aos rumos políticos do país na época.

Pouco tempo após a Revolução de 1930, o embaixador do Brasil em Washington queixava-se ao ministro das Relações Exteriores sobre correspondência telegráfica enviada de Montevideú, por John White (que estivera no Brasil), à direção do *The New York Times*, cujo conteúdo era:

[...] muito pessimista sobre a situação do governo, considerando a censura excessiva, apregoando rivalidades regionais, agravação da crise econômico-financeira, agitações comunistas e fazendo, em tudo maus presságios. Para o jornalista americano todas as medidas de elemental prudência devem desaparecer, a fim de que os seus jornais afinem o tom sensacional à custa do sossego e da reputação dos outros países. **Salvo melhor juízo, não vale a pena, pelo menos por enquanto, dar grande importância a esses desabafos do jornalista receoso de regressar com as mãos vazias.**⁶¹⁷ (grifo nosso).

Mais uma vez, as lacônicas mensagens telegráficas permitem dupla interpretação. A primeira parte da mensagem é por demais óbvia: crítica ao turbulento processo da Revolução de 1930. Afinal, ninguém garantia o que poderia acontecer no

⁶¹⁵ Ofício nº. 16, do Consulado do Brasil em Manchester ao Ministério das Relações Exteriores. Manchester, 16 maio 1935. AHI.

⁶¹⁶ Ofício nº 438 da Embaixada do Brasil no Reino Unido ao Ministério das Relações Exteriores. Londres, 19 nov. 1935. AHI.

⁶¹⁷ Telegrama nº 346 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 29 nov. 1930. AHI.

desdobramento do curso daquele movimento político e não há nada de anormal pensar nas críticas da imprensa estrangeira. Além do mais, segundo o Embaixador, as medidas para contenção dos descontentes logo desapareceriam, o que tornaria pouco sustentável o governo provisório, permitindo, deste modo, agudizar as críticas e “afinar o tom sensacional” dos jornais.

A segunda parte do telegrama permite ampliar horizontes de interpretação. Apesar de o Embaixador não ter levado, por enquanto, muito a sério as críticas de John White, a frase final deixa dúvidas sobre o que o diplomata quis enunciar com a expressão “mãos vazias”. Poderia significar a “falta de assunto” sobre o processo político brasileiro, muito embora a cobertura de um país vasto fosse ampla o bastante para pôr outros assuntos em evidência, não sendo necessário ao jornalista criar *factoides* como forma de apresentar alguma pauta ao jornal. Outra hipótese para uso da expressão, igualmente plausível, poderia se referir ao sentido pecuniário do termo, pois não era incomum que jornalistas recebessem alguma subvenção do governo para “carregarem menos tintas” nas reportagens enviadas ao Exterior.⁶¹⁸

O governo brasileiro e John White voltaram a se enfrentar cinco anos depois. O motivo da discórdia decorreu da cobertura do levante de 1935. Na função de correspondente em Buenos Aires, o jornalista criticou as medidas repressivas do governo brasileiro, acusado de ter executado sumariamente 150 pessoas. Evidentemente, a matéria repercutiu negativamente nos Estados Unidos, o que pode ter contribuído para se formar uma Comissão Mista no Congresso para investigação, como visto no segundo capítulo desta tese.

Tal reverberação negativa foi tamanha, ao ponto de Getúlio Vargas ter escrito ao embaixador Oswaldo Aranha para que ele investigasse as ações de John White.⁶¹⁹ Certamente, o Presidente desconfiou dessas reportagens por serem oriundas de um jornalista estadunidense residente na Argentina. O natural seria que tivessem partido do correspondente do *The New York Times* no Brasil, Frank Garcia.

Dois anos após esse incidente, os ânimos do governo contra John White voltaram a se exaltar. A conjuntura era semelhante à de 1930, com a deflagração de

⁶¹⁸ De modo algum, tanto pela ausência de fontes comprobatórias quanto por princípios éticos do ofício de historiador, insinuamos que o jornalista John White quisesse receber qualquer tipo de ajuda financeira do governo brasileiro, porém, essa opção não seria absurda, pelo fato de ter acontecido com outros jornalistas.

⁶¹⁹ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha: biografia política*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 217-218.

outro golpe, dessa vez o Estado Novo. O jornalista, que vivia há 22 anos na Argentina e há seis exercia a importante função de chefe dos correspondentes na América Latina do *The New York Times*, teceu severas críticas ao Estado Novo. Curioso é notar as semelhanças da argumentação de 1937 com a elaborada em 1930. Ambas ressaltavam a censura e a natureza autoritária do regime.

Dessa vez não houve perdão. Por meio da diplomacia, o governo brasileiro solicitou a expulsão de John White da Argentina,⁶²⁰ medida inusitada e, obviamente, não foi bem recebida, tanto pela imprensa argentina quanto pelos jornais dos Estados Unidos e da Inglaterra. O Embaixador do Brasil em Londres enviou correspondência ao Itamaraty informando da repercussão da expulsão de John White:

Tenho a honra de passar às mãos de Vossa Excelência sete recortes, extraídos do *Times*, *News Chronicle*, *Daily Herald* e *Manchester Guardian*, de 2, 4 e 8 do corrente, relativos à expulsão pelo governo argentino, do correspondente chefe do *New York Times*, senhor John White. Segundo telegrama do correspondente do *Times*, em Buenos Aires, de 7 de dezembro, a ordem de expulsão não foi bem recebida na Argentina. O correspondente transcreve (a esse propósito) os comentários dos jornais *La Prensa* e *La Nacion* que criticam a decisão do governo argentino, dizendo que a Argentina não devia permitir a uma potência estrangeira exercer a censura de imprensa em seu território.⁶²¹

A leitura das notícias anexadas na correspondência fornece indícios da má repercussão da atitude dos governos argentino e brasileiro acerca do caso John White. O londrino *The Times*, do dia 02 de dezembro, em nota intitulada “jornalista estadunidense condenado a deixar a Argentina”,⁶²² noticiou a ordem de expulsão de John White do território argentino, datada de 30 de novembro, com prazo-limite para deixar o país até 15 de dezembro.⁶²³ Segundo o jornal, tal ato foi requisitado pelo

⁶²⁰ Após expulsão da Argentina, John White mudou-se ao Uruguai. De lá, continuou o trabalho de correspondente do *The New York Times* até 1941. Jornal *The New York Times*. Nova Iorque, 11 Feb. 1974.

⁶²¹ Ofício nº 544 da Embaixada do Brasil em Londres ao Ministro das Relações Exteriores. Londres, 09 dez. 1937. AHI.

⁶²² Do original: *U.S journalist ordered to leave Argentina*. Jornal *The Times*, Londres, 02 Dec.1937. Anexo do Ofício nº 544 da Embaixada do Brasil em Londres ao Ministro das Relações Exteriores. Londres, 09 dez. 1937. AHI. (Tradução nossa).

⁶²³ Do original: *his expulsion is being made at the request of the Brazilian government, who are reported to have complained that owing to the character of his articles and messages on Brazilian politics. Mr. White's continued presence in Argentina was prejudicial to good relations between the two states. Mr. White was first asked to leave by November 30, but was later granted 15 days to make arrangements. He has been 22 years in Argentina and six years in his present post*. Jornal *The Times*, Londres, 02

governo brasileiro em virtude dos artigos e mensagens sobre a política brasileira. É fato que a presença do jornalista na Argentina poderia afetar as relações diplomáticas argentino-brasileiras.⁶²⁴

Sobre o episódio, “senhor White aponta que a única ocasião em que ele lida com notícias do Brasil é quando a censura brasileira obriga a sua transmissão a partir de Buenos Aires”.⁶²⁵ O jornal *Daily Herald*, do mesmo dia, 2 de dezembro, em matéria com o curioso título “Critizou uma nação, expulso por outra”,⁶²⁶ apresentou texto com conteúdo semelhante do concorrente *The Times*. No dia seguinte, o *The Times* insistiu no assunto ao informar que o Clube de Imprensa da Argentina, preocupado com a liberdade de imprensa, emitiu declaração condenando a deportação de John White, que geraria maior prejuízo ao país do que ao próprio deportado.⁶²⁷

Já no pós-golpe de 1937, era caro às ditaduras o cerceamento da liberdade de imprensa, tarefa essa, no caso brasileiro, encaminhada pela chefatura de polícia e também pelo DIP. Um problema mais grave, entretanto, e de custosa solução era censurar o que não podia ser censurado, ou seja, silenciar a imprensa estrangeira. Dessa forma, com a instauração do Estado Novo, no mesmo ano, a gestão do Ministério das Relações Exteriores, à época comandada por Mário de Pimentel Brandão, concentrou o serviço de censura prévia da imprensa estrangeira, conforme

Dec. 1937. Anexo do Ofício nº 544 da Embaixada do Brasil em Londres ao Ministro das Relações Exteriores. Londres, 09 Dec. 1937. (Tradução nossa).

⁶²⁴ Esse episódio demonstra a complexidade das relações entre Brasil e Argentina. A despeito da rivalidade e da disputa pela liderança regional, havia “processos de cooperação e aproximação” por parte de governantes e da intelectualidade desses dois países, “questionando o mito da rivalidade”. SANTOS, Raquel Paz dos. Relações Brasil-Argentina: imagens e percepções do país vizinho durante a segunda guerra mundial. In: TEIXEIRA DA SILVA, Francisco Carlos; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (orgs) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010. p. 153.

⁶²⁵ Do original: *Mr. White points out that the only occasion on which he handles Brazilian news are when Brazilian censorship compels its transmission from Buenos Aires*. Jornal *The Times*, Londres, 02 Dec. 1937. Anexo do Ofício nº 544 da Embaixada do Brasil em Londres ao ministro das Relações Exteriores. Londres, 09 dez. 1937. AHI. (Tradução nossa).

⁶²⁶ Do original: *Criticized one nation, expelled by another*. Jornal *Daily Herald*, Londres, 02 Dec. 1937. Anexo do Ofício nº 544 da Embaixada do Brasil em Londres ao Ministro das Relações Exteriores. Londres, 09 dez. 1937. AHI. (Tradução nossa).

⁶²⁷ Do original: [...] *which it considers will be more harmful to this country than to the person concerned*. Jornal *The Times*, Londres, 03 Dec. 1937. Anexo do Ofício nº 544 da Embaixada do Brasil em Londres ao Ministro das Relações Exteriores. Londres, 09 dez. 1937. AHI. (Tradução nossa).

atestou o servidor do Itamaraty, Jaime Gomes de Barros,⁶²⁸ em memorando datado de setembro de 1939:

Quando da instauração do regime atual, a 10 de novembro de 1937, os jornalistas estrangeiros e diretores de agências, reunidos no Itamaraty, por especial convite do então ministro de Estado Mário de Pimentel Brandão, afirmaram o prazer com que veriam transferidos para o Itamaraty a censura prévia a matéria por eles remetida para o exterior, por via telegráfica. Afirmaram isso lembrando a situação existente no segundo semestre de 1932 e **acentuando ao mesmo tempo a atmosfera cordial do Itamaraty, em tudo diferente dos meios agitados da Polícia, a quem compete a censura. Alegaram ainda esses jornalistas a incompreensão revelada por determinados elementos da censura policial, pouco afeitos à discussão dos argumentos apresentados pelos que procuravam deles obter o “visto” indispensável à transmissão telegráfica do noticiário.**⁶²⁹ (grifo nosso).

O citado memorando tratou da proposta de reorganização do serviço de censura prévia à imprensa internacional pelo Itamaraty no conturbado e incerto período da Segunda Guerra Mundial. Observando o conteúdo por demais elogioso à atuação do Ministério das Relações Exteriores no papel de censor da imprensa. Nota-se, pelas palavras de Jaime Gomes de Barros, a opção dos correspondentes internacionais de serem censurados pelo Itamaraty, cujo corpo de servidores era mais intelectualizado e cordial do que os da polícia. Decerto, melhor sofrer embaraços de Pimentel Brandão ou de Oswaldo Aranha, homens de concepção liberal pró-EUA,⁶³⁰ do que a ação truculenta pró-fascista de Filinto Müller.⁶³¹

⁶²⁸ *Diário Oficial da União* 18 nov. 1938. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/diarios/2559442/dou-secao-1-18-11-1938-pg-25>>. Acesso em: 05 dez. 2012.

Diário Oficial da União 17/10/1940 Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/diarios/2487723/DOU-secao-1-17-10-1940-pg-8>>. Acesso em: 05 dez. 2012.

⁶²⁹ Memorando de Jaime Gomes de Barros ao Ministro das Relações Exteriores, 09 set. 1939. AHI.

⁶³⁰ Consultar verbete “Mário Pimentel Brandão” e “Oswaldo Aranha” no Dicionário Biobibliográfico brasileiro, no CPDOC. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/busca/Busca/BuscaConsultar.aspx>>. Acesso em: 05 dez. 2012. Houve, inclusive, uma permuta nos cargos de Embaixador do Brasil nos Estados Unidos e de Ministro das Relações Exteriores entre Pimentel Brandão e Oswaldo Aranha, em 1938. O Primeiro tornou-se Embaixador e o segundo Ministro.

⁶³¹ Consultar verbete “Filinto Müller” no Dicionário Biobibliográfico brasileiro, no CPDOC. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/busca/Busca/BuscaConsultar.aspx>>. Acesso em: 05 dez. 2012.

O tema da censura foi motivo de debates governamentais, principalmente a respeito da péssima repercussão do Estado Novo na imprensa estrangeira, vista nesta tese. Como exemplo, há proposta do diretor do Escritório de Informações do Brasil, em Buenos Aires, Octávio de Abreu Botelho, cujo sentimento era o de que a imprensa portenha, em geral, se referia ao Brasil de forma desagradável. Destarte, sugeriu ao Presidente da República uma fiscalização do serviço telegráfico ou intervenção junto às agências de notícias estrangeiras, a fim de reduzir a quantidade de notas pouco elogiosas ao governo brasileiro no Exterior.⁶³²

Para melhor entendimento de como seria organizada a censura, há um memorando, oriundo do Itamaraty, explicitando seus fundamentos, os quais vieram da experiência durante a Primeira Guerra Mundial. Segundo o documento, a censura, na época da guerra, ficou dividida em duas partes: a de *caráter político*, responsável pelo controle das agências jornalísticas, dos correspondentes estrangeiros e da imprensa em geral, subordinada diretamente ao gabinete do Ministro das Relações Exteriores; e a de *caráter econômico-financeiro* e dos telegramas dos particulares em geral, organizada, segundo o memorando, em virtude de “insistentes pedidos dos aliados que pretendiam colocar censores seus nas estações telegráficas em Recife e na Capital [onde existiam cabos submarinos], a fim de examinar o serviço telegráfico internacional em trânsito pelos cabos que tocavam aquelas estações”.⁶³³

A Comissão Internacional de Censura funcionou nas dependências do Itamaraty, composta por funcionários brasileiros e representantes das nações aliadas, tendo por função “a repressão à espionagem, das transferências de fundos ao inimigo e das notícias referentes ao movimento de navegação, e às operações militares”.⁶³⁴ Funcionários do Ministério da Viação eram responsáveis pela interceptação telegráfica, sobretudo endereçada à Argentina, que era base dos agentes “inimigos”.

O memorando informa, ainda, ser difícil censurar todas as comunicações para o Exterior. Mesmo assim, para tal façanha, seria necessária a colaboração estreita do Ministério da Viação, divulgando a relação das estações telegráficas transmissoras e receptoras no Brasil, pois agências jornalísticas já dispunham de tal estrutura.

⁶³² FREITAS VALE, Ciro. Carta ao Presidente da República Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 09 maio 1939. AHI.

⁶³³ Memorando [autoria desconhecida] ao Ministro das Relações Exteriores. 10 jul. 1939. AHI.

⁶³⁴ Memorando [autoria desconhecida] ao Ministro das Relações Exteriores. 10 jul. 1939. AHI.

Ademais, a existência de novos cabos submarinos,⁶³⁵ como os localizados na cidade do Rio Grande, no Estado do Rio Grande do Sul, e a proliferação de radioamadores, dificultariam o controle governamental.⁶³⁶

O presidente Vargas, portanto, solicitou exposições de motivos aos dois ministérios envolvidos no assunto – Ministério da Justiça e Ministério das Relações Exteriores – sobre tal intento.

Do Ministério das Relações Exteriores, Cyro de Freitas Vale encarregou-se de expor seus motivos para a desaprovação da proposta de Octávio de Abreu Botelho:

Não me parece aproveitável a sugestão. Todo o serviço para o estrangeiro é censurado, mas as agências e os correspondentes de jornais dispõem de outros meios para fazer chegar a Buenos Aires as suas informações.

No caso focalizado pelo senhor Botelho, nem se trata de notícia transmitida daqui, mas de comentários feitos lá da Argentina.

O único meio de coibir os abusos dos jornais nesse particular seria o de firmarmos com a Argentina e os outros países americanos um convênio em que os respectivos governos se comprometessem a evitar a publicação de notícias e comentários desairosos para os demais governos e países. Se tais notícias fossem, apesar disso, divulgadas, seriam os jornais forçados a publicar uma retificação, aprovada pelo representante do país visado, com a mesma extensão e no mesmo lugar da publicação julgada prejudicial às boas relações entre os dois países.⁶³⁷

A opinião do Ministério da Justiça, chefiado no período por Francisco Luís da Silva Campos, coaduna-se com a da pasta das Relações Exteriores, explicitando a impossibilidade de se realizar censura ao serviço telegráfico.⁶³⁸ De fato, não havia muito o que fazer, pois controlar as comunicações num país tão vasto quanto o Brasil seria tarefa hercúlea, como apontou o já citado memorando ao Itamaraty, enumerando dificuldades no trato da censura no país. Mesmo assim, a censura telegráfica e postal foi executada, sobretudo no período da Segunda Guerra Mundial,⁶³⁹ rendendo

⁶³⁵ Fruto da expansão da companhia inglesa *The Western Telegraph Company Limited*, que operava no Brasil desde 1873.

⁶³⁶ Memorando [autoria desconhecida] ao Ministro das Relações Exteriores. 10 jul. 1939. AHI.

⁶³⁷ FREITAS VALE, Ciro. Carta ao Presidente da República, Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 09 maio 1939. AHI.

⁶³⁸ Ofício S/N do Ministro da Justiça, Francisco Campos, ao Presidente da República, Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 19 maio 1939. AHI.

⁶³⁹ A censura telegráfica era fundamental a qualquer país em guerra. No Brasil, era assunto de vital importância, a tal ponto de ter afastado o chefe do serviço de censura telegráfica e telefonia internacional, Alfredo Charles Harcourt Ridway, sob acusação de envolvimento em assuntos que dizem respeito à segurança nacional. “O major Landry Sales, presentemente nos EUA, em nota confidencial,

diversas interceptações de informação, tarefa comum a qualquer país naquele tenso momento.

Embora não objeto propriamente dito deste estudo, para termos noção da diversidade de análises da imprensa sobre censura por parte dos diplomatas brasileiros no Exterior, mencionaremos um curioso caso de pedido de admoestação oriundo do consulado de Bahia Blanca, Argentina. De lá, o cônsul Ildefonso Navarro Leitão fundamentou seu pedido da seguinte maneira:

Para o brasileiro responsável que vive no estrangeiro, é doloroso e humilhante ter que andar pelas redações dos jornais locais pedindo para não reproduzirem certas publicações feitas por determinados jornais brasileiros, os quais, parece, procuram alimentar-se da nossa miséria, trazendo à luz, pormenorizadamente, com fotografias e palpites sensacionais, as mais negras e hediondas tragédias íntimas que algumas vezes enlutam a nossa alma, chafurdando a honra de algumas famílias patricias, como ocorre agora com a desgraça assombrosa que infelicitou a família do juiz Catajy.⁶⁴⁰

O cônsul não expôs do que se tratou o caso que assombrou a família do juiz Catajy.⁶⁴¹ Um fato como esse, segundo o magistrado, deveria restringir-se à Justiça. Os interesses nos pormenores desse caso só interessariam aos que, segundo ele, “detinham enfermidades, seres sádicos e de mentalidades retardadas”. O cônsul, evidentemente, se reportava aos jornalistas que noticiavam o crime com “fotografias e dados colhidos dentro das próprias delegacias de polícia”.

O problema era que, na cidade de Bahia Blanca, um estrangeiro recebia o jornal brasileiro *A Noite*, informando-se sobre o caso Catajy, amplamente divulgado na imprensa brasileira. Sendo assim, o receio do cônsul decorria da repercussão dessas matérias nos jornais argentinos, o que o fez tomar uma atitude drástica de

determinou o afastamento imediato desse funcionário, ignorando-se, todavia, os detalhes que precipitaram esse acontecimento”. *Boletim reservado* nº 113 da Delegacia de Segurança Política. CPDOC. GVC 1944.10.17.

⁶⁴⁰ Ofício nº 3 do Consulado do Brasil em Bahia Blanca, Argentina, ao Ministro das Relações Exteriores, Mário Pimentel Brandão. Bahia Blanca, 10 jan. 1938. AHI.

⁶⁴¹ Tratou-se do suposto suicídio da jovem de 16 anos, Eleonora Martins Catajy, em 2 de novembro de 1937. A polícia de Niterói encontrou o corpo da jovem com um tiro no peito (a pistola Mauser encontrava-se junto ao corpo) e um vidro de *Lyso* (um desinfetante utilizado para higiene íntima feminina dos anos 1920 a 1960), supostamente ingerido pela vítima. O fato instigante é que a arma pertencia ao irmão da jovem, Adalberto Cajaty, aluno da Escola Militar, a quem a polícia acusou de ter vitimado a própria irmã. *Jornal A Noite*. Rio de Janeiro, 08 dez. 1937, p.1.

“reter” todos exemplares de *A Noite* sob sua guarda, para que jornalistas argentinos não entrassem em contato com o caso. Ao final, o cônsul solicitou às delegacias políticas o fechamento desses “jornais doentes e proibir-lhe terminantemente de publicar o que quer que seja que não disser direta e nobremente pelo engrandecimento da Pátria, instruindo o povo e elevando sua moral”.⁶⁴²

Para além do devaneio do Cônsul de Baia Blanca, havia outra preocupação ao governo brasileiro. Com o recrudescimento da guerra na Europa, o Itamaraty necessitava trabalhar em duas frentes: manutenção do controle das notícias sobre o Brasil na imprensa, principalmente dos EUA e, também, recebimento de informações sobre o andamento do conflito. Para tanto, foi montado um serviço de informações sobre a guerra, a partir dos principais artigos publicados na imprensa sobre o assunto,⁶⁴³ enviados semanalmente (via malote aéreo) da embaixada em Washington diretamente ao gabinete do Ministro. Na verdade, o envio já era executado desde os primórdios do conflito mundial, porém, ao que parece, houve desencontro de informações, pois o Embaixador enviava tais notícias ao Secretário-geral do MRE, que não as encaminhava ao Ministro.⁶⁴⁴

Outro caso revelador da postura repressora do governo foi a prisão do diretor do escritório da agência *United Press*, em 1939, por ter divulgado uma notícia sem a aprovação do censor policial do Distrito Federal. James Irvin Miller, gerente-geral da *United Press* na América do Sul, apelou a Oswaldo Aranha, que nada pôde fazer, a não ser reclamar ao Presidente sobre o soturno clima de vigilância dos agentes da polícia de Filinto Müller.⁶⁴⁵

Rosalina Coelho Lisboa, ex-esposa de James Irvin Miller, era conhecedora das atividades dessas agências de notícias. Numa de suas frequentes cartas a Getúlio Vargas, sugeriu um plano de censura no Brasil no contexto da Segunda Guerra Mundial. Suas preocupações eram acerca das negociações das bases brasileiras aos

⁶⁴² Ofício nº 3 do Consulado do Brasil em Bahia Blanca, Argentina, ao Ministro das Relações Exteriores; Mário Pimentel Brandão. Bahia Blanca, 10 jan. 1938. AHI.

⁶⁴³ Telegrama S/N da Secretaria de Estado das Relações Exteriores à Embaixada do Brasil nos EUA, Washington. 24 fev. 1940. AHI.

⁶⁴⁴ Telegrama da Embaixada do Brasil nos EUA à Secretaria de Estado das Relações Exteriores. Washington, 27 fev. 1940. AHI.

⁶⁴⁵ Apenas com a criação do DIP, em 1939, a censura saiu das mãos da Polícia do Distrito Federal. HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha: biografia política*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 355-356.

estadunidenses,⁶⁴⁶ bem como de “supostas intrigas” lançadas pela imprensa argentina contra o Brasil.⁶⁴⁷ Com intuito de defender o país dos tais “semeadores de intrigas”, em sua opinião, os analistas internacionais, Rosalina Coelho propôs, em caráter sigiloso:

Nós temos uma censura séria no Brasil e para evitar as responsabilidades de telegramas insidiosos e pôr a salvo os seus redatores, as agências e os correspondentes estrangeiros datam e marcam os seus telegramas de intrigas do estrangeiro.

Ora bem, responsabilizemos os representantes dessas agências no Brasil pelos telegramas que as suas agências inventem fora do Brasil ou que, enviando do Brasil, covardemente datem do estrangeiro⁶⁴⁸.

Basicamente, a ideia de Rosalina Lisboa era de responsabilizar as empresas pela notícia veiculada pelos seus funcionários (jornalistas), citando na carta, por exemplo, a *Associated Press*, que se responsabilizaria pelas matérias enviadas tanto pela equipe da própria agência quanto pelas agências a ela vinculadas: *Havas* e *Reuter*. Dessa forma, qualquer telegrama marcado como da redação dos jornais seria de responsabilidade dos seus representantes.

Essa proposta era semelhante às determinações constitucionais de 1937 no tocante à censura interna.⁶⁴⁹ Era mais eficiente, portanto, punir o jornal ou a agência de notícias como um todo do que responsabilizar o jornalista. Isso demandaria maior

⁶⁴⁶ Rosalina Lisboa cita a discussão que teve com o capitão Ralph Wooter – representante militar americano no Chile – sobre a autorização do Brasil para instalação das bases ianque. Segundo ela, o oficial, ao ser contrariado sobre a não cessão do espaço aos EUA, retrucou: “pois fiquem sabendo os brasileiros e o seu presidente que se não nos derem as bases nós as tomaremos”. LISBOA, Rosalina Coelho. Carta a Getúlio Vargas. Buenos Aires, jan. 1941. CPDOC GV c 1941.01.00. 01/1941.

⁶⁴⁷ Segundo Rosalina Lisboa: “[...] os jornais trabalham assiduamente na obra de desmoralização de V.Exa. Faz pouco se publicou aqui, em telegrama, datado de Paraguai, dizendo que o Exército fechará o *Diário Carioca* e prenderá o seu diretor, porque esse escrevera um artigo chamando os brasileiros à pacificação em torno da política de V. Excia! Visava naturalmente o telegrama enfraquecer V. Excia, dando-o como um semi-prisioneiro das Forças Armadas. Hoje publica o *Nacion*, com a inicial R. que quer dizer *Reuter*, o telegrama cujo recorte vai junto. Não é necessário frisar toda a canalha insinuação de desavença entre V.Exa. e o exército, preparada por esta notícia, nem chamar atenção para a falsa apresentação nela feita de palavras do Góes, como se as tivesse pronunciado para corrigir “contrárias” do governo e de colegas de patente”. LISBOA, Rosalina Coelho. Carta a Getúlio Vargas. Buenos Aires, jan. 1941. CPDOC. GV c 1941.01.00. 01/1941.

⁶⁴⁸ LISBOA, Rosalina Coelho. Carta a Getúlio Vargas. Buenos Aires, jan. 1941. CPDOC. GV c 1941.01.00. 01/1941.

⁶⁴⁹ Conforme artigo 122, “alínea E”. In: COSTELLA, Antônio F. *O controle da informação no Brasil. Evolução histórica da legislação brasileira de imprensa*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1970. p 112.

controle por parte dos editores no conteúdo das notícias para que não houvesse perseguição à empresa.

Não é possível saber se Getúlio Vargas leu tal carta e se acatou a proposta; contudo, coincidência ou não, seis meses depois, em 4 de junho de 1941, o chefe da sucursal brasileira da agência telegráfica nova-iorquina *Overseas News* (ONA), Paul Vanorden Shaw, foi informado sobre o cancelamento de suas prerrogativas de imprensa, sob a acusação de transmissão de “falsas reportagens” aos EUA. Segundo a agência, embora autoridades brasileiras tenham feito queixas extraoficialmente do conteúdo das notícias enviadas aos EUA, “o governo brasileiro nunca desmentiu qualquer despacho [...] enviado pela ONA e publicado nos seus jornais clientes por todo o país”.⁶⁵⁰

Paul Vanorden Shaw, jornalista e professor universitário que havia elogiado, dos Estados Unidos, a Revolução de 1930 no jornal *The New York Times*,⁶⁵¹ na década seguinte – quando já vivia há cinco anos no Brasil – fora punido por ter supostamente enviado alguma notícia desagradável aos partidários do Estado Novo. No caso, a empresa no qual trabalhava foi punida, gerando seu descredenciamento de jornalista.

O passar dos anos – na verdade, as retesadas negociações entre Brasil e EUA – fizeram com que a “indefinição” brasileira sobre qual caminho tomar no conflito mundial fosse convergindo para o desfecho esperado pelos brasileiros americófilos: o apoio aos EUA. Com base nessa posição política, nota-se diminuição considerável – mas nunca interrupção – das preocupações das autoridades brasileiras acerca da imagem do Brasil nos EUA.

Reflexo dessa nova política pode ser exemplificado na solicitação do embaixador brasileiro em Washington, em agosto de 1942, por meio do boletim telegráfico número 1, cujo conteúdo versava sobre notícias do cenário político estadunidense, apresentando, também, comentários dos jornais sobre o Brasil na

⁶⁵⁰ As queixas das autoridades brasileiras, segundo a agência, se relacionaram a matérias sobre a “ação das autoridades do Exército contra os principais jornais do Rio, de conformidade com a política de ‘neutralidade’ do governo brasileiro, em virtude da qual as notícias pró-Inglaterra e pró-Americanos foram suprimidas ou exaltadas em favor de opiniões pró-eixo”; “prisão de uma importante figura literária, líder do movimento pró-alido brasileiro, evidenciado por grande movimento e extensa atividade da quinta colina no Brasil”. Carta apócrifa a Paul Vanorden Shaw, interceptada pela censura e enviada por Filinto Muller a Benjamim Vargas. Rio de Janeiro, 04 jun. 1941.CPDOC. GV confid. 1941.06.04/1.

⁶⁵¹ Ver capítulo 2 desta Tese.

imprensa dos EUA. No boletim, o embaixador perguntou se o Secretário de Estado das Relações Exteriores sentia necessidade de receber tal documento semanalmente.⁶⁵² A surpresa foi a negativa do Secretário sobre tal necessidade,⁶⁵³ visto que as notícias sobre os EUA eram divulgadas pela imprensa, além do que, mais de dois terços do serviço telegráfico da imprensa brasileira era realizado por agências estadunidenses.⁶⁵⁴

Esses casos ilustram o “poder e o sorriso” da política governamental aos jornalistas nos tempos de Getúlio Vargas. Se a persuasão dos servidores do Itamaraty e demais órgãos falhasse, o velho porrete da polícia política entrava em ação. Embora em pequena quantidade, esses casos revelam a situação delicada dos jornalistas e demais profissionais que desagradassem aos desígnios governamentais. Nota-se, sobretudo ao analisar o caso da prisão do diretor da *United Press*, as limitações da Chancelaria brasileira no controle dos abusos da polícia estadonovista contra os estrangeiros, o que revela o clima da disputa política entre partidários do Eixo e dos Aliados.

⁶⁵² Telegrama da Embaixada do Brasil nos EUA à Secretaria de Estado das Relações Exteriores. 21 ago. 1942. AHI.

⁶⁵³ Telegrama da Secretaria de Estado das Relações Exteriores à Embaixada do Brasil nos EUA. Rio de Janeiro, 26 ago. 1942. AHI.

⁶⁵⁴ Memorando do chefe do Serviço de Imprensa ao Secretário-geral do Ministério das Relações Exteriores. 25 ago. 1942. AHI.

4 NO PAY, NO GAIN.⁶⁵⁵ A PROPAGANDA PAGA À IMPRENSA ESTADUNIDENSE (1930-1945)

Confesso-te que faço milagres. Mas, tudo custa dinheiro, porque a imprensa é a mercadoria mais cara do país.

Carta de Oswaldo Aranha a Getúlio Vargas.⁶⁵⁶

4.1 Os assediadores da propaganda

Nos Estados Unidos de início do século XX, a profissão no ramo de Relações Públicas, recém-surgida, dividia as atenções com o Jornalismo. A noção de *público*, interpretada naquela época como irracional, não analítico, espectador, não participante e consumidor,⁶⁵⁷ ajudou a moldar o que viria a ser o profissional das relações públicas (também conhecido como agente de publicidade), cuja função era “criar notícia” e divulgar na imprensa, ou seja, interpretar o acontecimento conforme os interesses do contratante.⁶⁵⁸ Segundo Habermas, esse profissional trabalha “a esfera pública⁶⁵⁹ expressamente como política, já que o destinatário das relações

⁶⁵⁵ Um pequeno trocadilho do ditado: *No pain, no gain*. Literalmente pode ser traduzido como “sem esforço, sem resultado”. Nesse caso, a corruptela *No pay, no gain*, significa, literalmente: “sem pagamento, sem resultado”.

⁶⁵⁶ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington. 19 maio 1937. CPDOC. Gvc. 1937.05.19.

⁶⁵⁷ SCHUDSON, Michael. *Descobrindo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Trad. Denise Jardim Duarte. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 158.

⁶⁵⁸ O agente de publicidade Ivy Lee, um dos pioneiros no ramo da *publicity (informação interessada)*, precedente das relações públicas, argumentou sobre a não objetividade da imprensa, ou seja, não existia fato, apenas sua interpretação. Por isso, não haveria problema no fato do agente de publicidade “mostrar sua versão” sobre um determinado acontecimento, assim como o jornalista também fazê-la, e encaminhá-la aos jornais. SCHUDSON, Michael. *Descobrindo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Trad. Denise Jardim Duarte. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 162.

⁶⁵⁹ Sobre o conceito de esfera pública, Cristina Losekann assevera: “em trabalhos mais recentes, Habermas, refere-se à esfera ou espaço público, entretanto, sublinha que esta jamais pode ser confundida com alguma instituição, organização ou qualquer estrutura normativa. Também não é possível delimitar seus limites e fronteiras previamente. Ela se constitui como uma estrutura aberta. Nas suas palavras: a esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e

públicas é a opinião pública, são as pessoas privadas enquanto público e não enquanto consumidores imediatos”.⁶⁶⁰

Voltando a lente ao início do século XX, Walter Lippmann, no célebre livro *Opinião Pública*, faz amplo debate sobre a imprensa estadunidense. A concepção que norteia toda a obra diz respeito à perda de objetividade da imprensa, isto é, a ideia do jornalista como “portador da verdade” caiu por terra. Lippmann atentava para o fato de que não havia uma verdade, mas sim “versões” sobre o acontecimento, sendo que cada uma delas representava a pluralidade dos homens e de suas organizações, cuja visão de mundo se diferenciava. Portanto, segundo ele, “teremos que presumir que o que cada homem faz está baseado não em conhecimento direto e determinado, mas em imagens feitas por ele mesmo ou transmitidas a ele”.⁶⁶¹

Assim, mesmo com a rivalidade e resistência por parte dos jornalistas, os agentes de publicidade (ou de imprensa) ganhavam, paulatinamente, mais espaço na sociedade estadunidense, sobretudo com a adoção por parte das agências governamentais, políticos, empresas e funcionários públicos dos serviços de relações públicas. No ramo político,

Theodore Roosevelt foi o primeiro presidente a estabelecer uma sala de imprensa na Casa Branca. Woodrow Wilson deu início a conferência de imprensa regular; Warren Harding originou o uso do termo ‘Porta-voz da Casa Branca’ para se referir a declarações que fizera em conferências de imprensa.⁶⁶²

Essa nova relação entre políticos e imprensa fez com que as notícias do poder fossem divulgadas em maior número que outrora a um custo da possível manipulação por parte do emissor, o governo. Logo, o trabalho de investigação dos fatos que resultariam numa revelação dos jornalistas era algo cada vez mais raro no jornalismo

sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas”. Cf. HABERMAS, Jürgen. *Direito e democracia: entre facticidade e validade*. Vol. 2. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003 p. 92. Apud. LOSEKANN, Cristiana. A Esfera Pública habermasiana, seus principais críticos e as possibilidades do uso deste conceito no contexto brasileiro. *Pensamento Plural*. Pelotas [04]: 37 - 57, janeiro/junho 2009. p. 40 e 41.

⁶⁶⁰ HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2. ed. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. p. 226.

⁶⁶¹ LIPPMANN, Walter. *Opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 37.

⁶⁶² SCHUDSON, Michael. *Descobrendo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Trad. Denise Jardim Duarte. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 163 e 164.

político estadunidense. Os jornais, antes combatentes dos agentes de publicidade, dependiam cada vez mais da atuação desses profissionais.

Durante a Primeira Guerra Mundial, a utilização da “propaganda de guerra” – feita, inclusive, por jornalistas – mostrara aos “homens do jornalismo” que os fatos não mereciam confiança, pois eram manipulados como “frutos da ilusão”. Deste modo, a influência dos agentes de publicidade aumentou consideravelmente. A fim de definir esse profissional de relações públicas, Walter Lippmann apontou que

O desenvolvimento do profissional de publicidade é um sinal claro de que os fatos da vida moderna não assumem espontaneamente uma forma na qual possam ser reconhecidos. Alguém deve lhes dar uma forma e, uma vez que em sua rotina diária os repórteres não podem moldar os fatos, uma vez que há pouca organização de inteligência objetiva, a necessidade de alguma formulação está sendo cumprida pelas partes interessadas.⁶⁶³

Destarte, os fatos moldados pelo agente de publicidade eram divulgados aos jornalistas e publicados na imprensa. Em 1930, o cientista político Peter Odegard estimava que metade das matérias publicadas em jornais dos EUA se originava do trabalho de relações públicas.⁶⁶⁴ Nesse sentido, Michael Schudson conta que John Jessup, editor das revistas *Fortune* e *Life*, chocou-se ao ser informado que cerca de sessenta por cento dos artigos publicados pelo *The New York Times*, no início dos anos de 1930, foram “inspirados” pelos agentes de publicidade.⁶⁶⁵

Foi nesse ambiente que o Brasil se inseriu, sendo objeto de assédio não apenas por parte de agentes de publicidade, mas também de jornalistas, com finalidade de moldar notícias aos interesses do país.⁶⁶⁶ Conforme visto no capítulo

⁶⁶³ LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. Apud. SCHUDSON, Michael. *Descobrindo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Trad. Denise Jardim Duarte. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 169.

⁶⁶⁴ SCHUDSON, Michael. *Descobrindo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Trad. Denise Jardim Duarte. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 167.

⁶⁶⁵ Ibid.

⁶⁶⁶ Conforme atesta Habermas, as agências de relações públicas inserem múltiplas informações como subsídios de matérias. Mistura-se notícias com anúncios. A propaganda empresta a seu objeto a autoridade de um objeto de interesse público, a respeito do qual, como se pretende que isso pareça, o público das pessoas privadas cultas forme livremente sua opinião. HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2ª ed. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. p. 228.

três, a revista *Editor and Publisher*, de 26 de setembro de 1931,⁶⁶⁷ publicou artigo intitulado *Brazil's gag*, com críticas à censura do governo revolucionário de 1930. Além do assunto do artigo, o que interessa, nesta parte da pesquisa, é a opinião do então ministro da Justiça, Oswaldo Aranha, sobre a matéria:

Parece nada haver a providenciar, desde que seja folha inidônea, dessas que atacam, habitualmente, os governos estrangeiros, **com objetivo de subvenções secretas**. Contudo, para que o silêncio sistemático não fique mal interpretado, e sempre que se trate de legítimo e respeitável órgão de opinião pública, caso V.Exa. quisesse dignar-se de providenciar a respeito, por intermédio de nossa representação no exterior, seriam convenientes desmentidos, citando-se fatos concretos.⁶⁶⁸ (grifamos e no documento original, feito a lápis, respectivamente).

Apesar da sisudez e da formalidade das correspondências oficiais, percebem-se, nas entrelinhas, mensagens das autoridades. Neste caso, Oswaldo Aranha insinuou espécie de “extorsão” por parte de setores da imprensa que “habitualmente atacavam governos estrangeiros com objetivo de subvenções secretas”. Ao que parece, na visão do Ministro da Justiça, era necessário separar os órgãos inidôneos dos legítimos e respeitáveis jornais. Para esses últimos, o governo, por meio das representações diplomáticas, deveria corrigir eventuais “desmentidos”.

Anos mais tarde, na função de embaixador, Oswaldo Aranha se queixou dos esforços em constituir a boa imagem brasileira nos EUA sem verbas adequadas para contratação de agentes de imprensa

A Argentina, o México, a Colômbia, até São Domingos, têm aqui, *press agents*, pessoas que, com uma remuneração mensal, veiculam a publicação das notícias favoráveis e evitam as desfavoráveis. Promovem publicação de artigos, de apologias, de fotografias, enfim, fazem a propaganda do país e, o que é muito mais importante neste momento, quando essas sociedades esquerdistas estão a nos agredir, evitam essas publicações e ataques ou minoram-lhes os efeitos.⁶⁶⁹

⁶⁶⁷ Ofício S/N do Ministro das Relações Exteriores ao Ministro da Justiça e Negócios Interiores, Rio de Janeiro, 23 out. 1931. AHI.

⁶⁶⁸ Ofício nº 1.624 do Ministério da Justiça e Negócios Interiores ao Sr. Ministro de Estado das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 13 nov. 1931. AHI.

⁶⁶⁹ O contexto das palavras de Oswaldo Aranha era as repercussões da Comissão Mista do Congresso estadunidense para investigação da repressão ao levante de 1935, já comentado nesta tese. Por isso, ele fez menção ao esquerdismo de setores da mídia estadunidense, sem especificar a quem ele se referiu. ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 19 maio 1937. Gvc. 1937.05.19.

Assim, a promoção de uma ideia ou de um país pelo profissional das relações públicas, por meio da veiculação de noticiário favorável em troca de remuneração, faz dele um instrumento importante na política de propaganda, na medida em que

Se intromete no processo da opinião pública, ao 'produzir planejadamente novidades ou ao se aproveitar de eventos que despertem a atenção'; através da inserção de material nos canais de comunicação; ou arranjando, na esfera pública, 'pretextos específicos que mobilizam os aparelhos de comunicação de um modo previsível para essa espécie de criação ou produção de notícias'.⁶⁷⁰

Este, portanto, é o primeiro indício acerca da relação entre imprensa e dinheiro. Outro vestígio revela-se nas diversas propostas de agenciamento de propaganda brasileira nos Estados Unidos por meio de intermediadores e/ou também pelos próprios veículos de imprensa, visto que esse tipo de publicidade passava a angariar pressão política, "pois mobiliza um articulado potencial de predisposição à concordância que, caso necessário, também pode ser traduzida numa aclamação definida de modo plebiscitário",⁶⁷¹ o que se coaduna com as ambições brasileiras na busca por uma boa reputação no Exterior.

A fim de exemplificar o grau de assédio desses profissionais ao governo brasileiro, alguns agentes tentavam se comunicar em Língua Portuguesa, talvez imaginando facilitar os contatos com autoridades brasileiras, como exposto nesses dois casos.⁶⁷²

Do Hotel Dauphin, em Nova Iorque, o agente de imprensa Robert Reinhart enviou, em maio de 1933, correspondência em Língua Portuguesa a ninguém menos que o presidente Getúlio Vargas. Algo incomum, visto que, normalmente, a Embaixada intermediava contatos de figuras no exterior com a Presidência da

⁶⁷⁰ HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2. ed. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. p. 227.

⁶⁷¹ Ibid., p. 235.

⁶⁷² O primeiro caso encontrado em nossa pesquisa data de 1930. Tratou-se da organização da companhia Serviço de Informações Panamericano, em Nova Iorque. Seu diretor encaminhou carta ao Ministro Otávio Mangabeira informando sobre o funcionamento da agência que se propunha a fornecer à imprensa estadunidense "notícias que possam refletir a opinião pública e acontecimentos de importância ocorridos nos países latino-americanos". Para tanto, foram solicitadas notícias e informações sobre o Brasil que possam ser de interesse da imprensa dos EUA. SERVIÇO DE INFORMAÇÕES PANAMERICANO. Carta ao Sr. Otávio Mangabeira, Ministro das Relações Exteriores. Nova Iorque, 16 jun. 1930. AHI.

República. O estadunidense tentou seduzir os olhos presidenciais descrevendo a importância da propaganda:

Senhor Presidente,
Cento e vinte milhões de americanos leem os nossos jornais, todos os dias. Setenta e oito milhões de pessoas ouvem o rádio, todos os dias. A força mágica desses dois meios influenciando o espírito do nosso povo tem sido demonstrada por muitas e muitas vezes. Nos dias de hoje, a propaganda conveniente para o país de Vossa Excelência nos Estados Unidos é de grande importância.⁶⁷³

Robert Reinhart, representante do Serviço de Publicidade, com 20 anos de atuação no ramo, se oferecia ao governo para executar a propaganda brasileira na imprensa. Analisando sua argumentação, diagnostica-se o grande número de leitores de jornal – 120 milhões de pessoas – número superior aos ouvintes de rádio da época. Isto é, anunciar em jornais surtiria maior efeito naquele momento. Sua experiência, segundo ele, o tornava amigo íntimo das cadeias de rádio e de grandes jornais estadunidenses. A amizade, fruto dos longos anos de trabalho no ramo, era elemento importante na argumentação daquele agente de publicidade.

Um desses contatos, um tanto desastroso, ocorreu entre a agência *The American Society for Improved International Relations* e o Itamaraty. Num Português mal escrito ou traduzido, o autor da correspondência, George Berchek, presidente da agência sediada em Sant Louis, Estado do Missouri, cometeu o erro primário de desconhecer o regime político do Brasil ou de relacionar o governo autoritário ao regime monárquico, (talvez por influência da obra *His Majesty The President*, de Ernest Hambloch), quando utilizou o pronome de tratamento monárquico “Vossa Alteza” ao Ministro das Relações Exteriores. Gafes à parte, o editor escreveu:

**Ao Ministro das Relações Exteriores e Negócios, Rio de Janeiro – Brasil.
Vossa Alteza,**

Conheço perfeitamente as melhores sociedades para cidadãos [sic], em toda estados [sic] de Estados Unidos de América do Norte, e estamos inteiramente a sua disposição a todos os respeitos para ló adiantamento de Brasileiros-Americanas intendimento [sic], amizade, progresso, negócio, viajante turismo.

⁶⁷³ REINHART, Robert. Carta ao presidente Getúlio Vargas. Nova Iorque, 19 maio 1933. AHI.

Christianismo, e boa vontade; com lição pública, publicações, e publicidade em agências ou salas de Cidade. Terei muito prazer em lhes ser de alguma utilidade aqui a qualquer tempo.⁶⁷⁴ (grifo nosso).

Evidentemente, se considerarmos de onde partiu a carta, Estado do Missouri, região centro-oeste dos EUA, bem como a tentativa de escrever o documento em Português, indicam o alcance das notícias sobre o Brasil nos EUA e das intenções da agência em “estreitar os laços” a fim de obter algum contrato de publicidade.

A eclosão da Segunda Guerra Mundial transformou-se em justificativa para o assédio dos agentes de publicidade ao governo brasileiro, sob argumentação de incremento de atividades turísticas no Brasil. Em dezembro de 1939, o agente Arthur Perper, sob pomposa auto intitulação de “representante geral dos principais jornais e publicações da América Latina: Sul e América Central; Cuba e Índias Ocidentais”, propôs – pela segunda vez⁶⁷⁵ – um plano de promoção do Brasil na imprensa da Flórida. Em carta a Carlos Ribeira – Cônsul brasileiro em Miami – o agente comentou dois encontros casuais com o chanceler Oswaldo Aranha, um em Washington, em 1937, e outro, numa aeronave, em 1938. Em ambas as ocasiões, o assunto da propaganda foi discutido, porém, nenhum encaminhamento concreto seria dado até a lotação de um novo cônsul na Flórida, fato que ocorreu apenas em 1939. O Chanceler, contudo, apreciaria as sugestões do agente Perper.⁶⁷⁶

Dispondo Miami de um Cônsul brasileiro, Arthur Perper, enfim, apresentou a “maravilhosa oportunidade de negócios” ao Brasil.⁶⁷⁷ O argumento seguia um curioso raciocínio. Naquela época incerta, com a Europa em guerra e as Índias ocidentais não

⁶⁷⁴ BERCHEK, George. Carta ao Ministério das Relações Exteriores e Negócios. Sant Louis, 05 jan. 1938. AHI.

⁶⁷⁵ Localizamos uma proposta de propaganda de Perper em 1929. Umas das poucas no período anterior a 1930.

⁶⁷⁶ Do original: *As per our conversation, am herewith giving you an outline of my idea: about two years ago, I was honored with a talk with your Secretary of State, Dr. Aranha. That was in Washington. A year after that, I was lucky to see this great personage again. That was in as airplane that took both of us towards South America. [...] Dr. Aranha said that as soon as he has appointed a Consul in Fla. and Miami, he would then very much interest in my suggestions.* PERPER, Arthur. Carta a Carlos Ribeira, Cônsul brasileiro em Miami. Miami, 13 dez. 1939. Documento encaminhado, via Ofício nº 22 do Consulado do Brasil em Miami ao Sr. Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha. Miami, 16 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

⁶⁷⁷ Do original: *The time has come. The most wonderful opportunity has come right now.* PERPER, Arthur. Carta a Carlos Ribeira, Cônsul brasileiro em Miami. Miami, 13 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

forneendo segurança, a Flórida – cujos meses de janeiro, fevereiro e março eram destinados a estação turística de inverno – era o melhor destino dos mais importantes e ricos turistas dos Estados Unidos. Essas pessoas, em férias, teriam mais tempo para leitura dos jornais do que em Nova Iorque, onde estariam ocupadas com negócios.

O “tempo livre” dos turistas ricos e a “proximidade” da Flórida com o Brasil trariam, segundo o agente de publicidade, muito mais turistas e homens de negócios ao país do que qualquer panfleto ou brochuras gratuitas. “Publicidade paga, adoçada com publicidade gratuita que consistia em fotos e histórias acima dos anúncios, serão lidas por milhões durante essa estação na Flórida”.⁶⁷⁸

Arthur Perper, como homem de publicidade, mediante apelos turísticos, garantiria bons resultados: os *ianques* leriam os jornais com páginas de anúncios pagos pelo governo brasileiro, alcançando, por conseguinte, a finalidade desejada pelo Estado Novo. Além disso, o preço dos anúncios dos jornais da Flórida era de sete a oito vezes mais barato que os dos jornais de Nova Iorque.

Em outras palavras: “esse é o momento e o lugar certo, com apelo às pessoas reais endinheiradas que poderiam ir ao Rio de Janeiro”. A proposta de custo giraria em torno de três a cinco mil dólares, divididos entre oito jornais do Estado em circulação semanalmente.⁶⁷⁹ Ao final, Perper fez propaganda de si:

Eu, particularmente, represento esses grandes jornais da Flórida e servirei ao seu compatriota [se referindo ao Cônsul] e a sua boa vontade com a melhor

⁶⁷⁸ Do original: *Yes, Florida will have a marvelous season. Europe is in trouble, West Indies do not seem so safe and Florida will get the bulk of the profitable tourist business. [...] during January, February and March. The most important and richest people in USA will be there. They will have more time to read newspapers, much more time than have in New York, where they are so busy. Here they have lots of free time and are so much nearer Brazil. Newspapers, the best in each tourist center in Florida, will do more to bring tourists and businessmen to Brazil than any pamphlets or free brochures. Paid advertising, “sweetened up” with free publicity consisting of pictures and stories above the ads, will be read by millions during this season in Fla.* PERPER, Arthur. Carta a Carlos Ribeiro, Cônsul brasileiro em Miami. Miami, 13 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

⁶⁷⁹ Do original: *They are not given away, they are bought, and these Brazilian pages will be seen and read and will bring your great country the needed results. Besides, the price per page is 7 or 8 times cheaper than in New York newspapers. In other words: this is the right time and place, with appeal to the real people who have money to go to Rio de Janeiro. Try and get sither \$3.000 or \$5.000 and we will divide them among 8 of the best newspapers in Florida and we will run thru the season every week.* PERPER, Arthur. Carta a Carlos Ribeiro, Cônsul brasileiro em Miami. Miami, 13 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

de minhas habilidades e ao máximo em todos os aspectos. Eu tenho mantido minha palavra antes e a mantereí novamente”.⁶⁸⁰

Em 1940, a companhia de publicidade *Joshua B. Powers Inc* ofereceu seus serviços de publicações de anúncios turísticos na edição dominical do *The New York Times*, cujos custos variavam de 58 dólares a 493 dólares por doze anúncios. Além do preço considerado razoável, o Embaixador do Brasil em Washington apontava ainda grande vantagem: o *The New York Times* era o jornal mais lido dos EUA com tiragens de oitocentos mil exemplares nas edições dominicais. Consta no anexo da correspondência do Embaixador a proposta do agente Theodore Fredenburgh, da *Joshua B. Powers Inc*, em dois idiomas, Inglês e Espanhol.⁶⁸¹

A proposta apostava nas altas cifras, (na casa dos 435 milhões de dólares), que foi o gasto dos turistas dos EUA no Canadá (300 milhões) e no Mediterrâneo europeu (135 milhões). O sucesso dos empreendimentos canadenses, inclusive o da ilha de Bermudas, segundo o documento, decorreu dos anúncios sucessivos no *The New York Times*, o jornal que mais publicava anúncios dessa natureza, cujos leitores eram apontados como os mais ricos dos EUA. A América Latina, ao contrário do Canadá e Bermudas, era desconhecida do universo dos turistas estadunidenses, não passando de um “conceito vago”. Portanto, anunciar no *The New York Times* era garantir parte desses desejados dólares dos Estados Unidos da América.⁶⁸²

⁶⁸⁰ Do original: *I personally represent these good papers and will serve your countrymen and your good self to the very best of my ability and to utmost in every respect. I have kept my Word before, and I will again.* PERPER, Arthur. Carta a Carlos Ribeira, Cônsul brasileiro em Miami. Miami, 13 dez. 1939. Documento encaminhado via ofício 22, ao Sr. Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha, 16 dez. 1939. AHI. (Tradução nossa).

⁶⁸¹ Os valores correspondiam a um anúncio publicado por edição de domingo, durante 12 semanas. Os preços e os tamanhos das propagandas eram, respectivamente: 58,80 dólares por 0,95 cm; 105,84 dólares por 1,59 cm; 164,64 dólares por 2,54 cm; 493,92 dólares por 7,62 cm.

Do original: *El New York Times publica mayor cantidad de anuncios de viaje que cualquier revista e periódico de Estados Unidos. Sus tarifas – teniendo en cuenta su gran circulación y el elevado promedio de la renta de sus lectores – son razonables.* O *The New York Times* publica tantos anúncios de viagem do que qualquer revista e jornal nos Estados Unidos. Suas taxas – tendo em vista sua grande circulação e alta renda média de seus leitores – são razoáveis. FREDENBURGH, Theodore. Carta ao Embaixador do Brasil nos EUA. Nova Iorque, 16 maio 1940. Anexo 1. AHI. FREDENBURGH, Theodore. Carta ao Embaixador do Brasil nos EUA. Nova Iorque, 06 maio 1940. Anexo 2. AHI. (Tradução nossa).

⁶⁸² Ofício nº 383/540.60 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 05 jun. 1940. Anexo. AHI.

A agência *Pan American News Bureau*, sediada na Cidade do México, procurou representação diplomática brasileira a fim de obter o máximo de material possível oriundo de fontes oficiais para divulgação na imprensa dos Estados Unidos. A Embaixada da Cidade do México, talvez sem experiência no assunto,⁶⁸³ encaminhou carta informando que o pedido fosse feito diretamente ao Rio de Janeiro, sem, contudo, especificar o departamento responsável pelo fornecimento de informações sobre o Brasil.

A agência mexicana, então, enviou o documento diretamente ao Ministério das Relações Exteriores.⁶⁸⁴ O contato com o governo brasileiro se diferenciou, pelo menos no discurso, das demais agências estrangeiras, por não solicitar convênios de propaganda ou remuneração, pois o foco, segundo a empresa, era fornecer aos seus clientes artigos de pesquisa sobre “história, geografia física e econômica, instituições políticas e comércio de cada República, bem como pesquisas sobre as realizações de personalidades latino-americanas nas áreas de ciência, literatura e artes”.⁶⁸⁵

O diagnóstico da agência sobre as informações brasileiras nos EUA assemelhou-se ao de outras companhias: “O cidadão comum na América do Norte ou é desinformado ou mal informado sobre a maior das repúblicas da América Latina, portanto, todas as informações que podem ser colocadas à nossa disposição terão o caráter de notícia”.⁶⁸⁶

⁶⁸³ O procedimento-padrão, encontrado na documentação pesquisada, consistia: a agência de publicidade enviava documento para abertura de contatos com o Brasil por meio de uma representação diplomática brasileira. Essa, por sua vez, encaminhava o “original” do documento da parte interessada ao Ministério, informando sobre o contato e solicitando providências acerca da questão. A Embaixada do México fugiu desse padrão, pois não encontramos qualquer documento dessa representação se reportando ao assunto. Há apenas a carta da agência diretamente ao Itamaraty, o que pareceu falta de trato ou experiência no assunto ou negligência.

⁶⁸⁴ Do original: *With this idea, in view we approached the Brazilian embassy in Mexico City, asking for their cooperation in obtaining as much material as possible from official sources in Brazil. We recently received the enclosed letter, informing us to write directly to Rio de Janeiro. As we were not sure what "agency" the Embassy here had in mind, we are addressing this communication to the attention of the Ministry of Foreign Affairs.* PAN AMERICAN NEWS BUREAU. Carta ao Ministério das Relações Exteriores. Cidade do México, 30 mar. 1940. AHI. (Tradução nossa).

⁶⁸⁵ Do original: *Its purpose is somewhat different from that of already existing international news agencies, being primarily to furnish its clients with research articles on the history, economic and physical geography, political institutions, and commerce of each Republic, as well as surveys of the achievements of Latin American personalities in the fields of science, literature and the arts.* PAN AMERICAN NEWS BUREAU. Carta ao Ministério das Relações Exteriores. Cidade do México, 30 mar. 1940. AHI. (Tradução nossa).

⁶⁸⁶ Do original: *We believe it unnecessary to point out that the average person in North America is either uninformed or misinformed about the largest of the Latin American Republics; hence all information that*

Notícia era tudo aquilo que fugisse do normal, ou seja, o que se destacasse frente aos “fatos comuns”.⁶⁸⁷ Divulgar, pois, qualquer aspecto do Brasil – um gigante desconhecido ao povo dos EUA – seria notícia. Para tanto, a agência solicitou material sobre os diversos assuntos brasileiros, tais como: indústrias, comércio internacional, investimentos estrangeiros no Brasil; flora e fauna; sistema portuário, recursos naturais, tanto para exploração industrial quanto ao turismo; dados étnicos; todas as informações relativas às relações internacionais do Brasil; forças armadas, instituições políticas, notas biográficas sobre o presidente da República e principais figuras políticas.⁶⁸⁸

Como já visto nesta tese, ao que tudo indica, houve descompasso entre Departamento de Imprensa e Propaganda e Ministério das Relações Exteriores sobre a elaboração da propaganda externa brasileira, pois as propostas de propaganda no Exterior pareciam não sair dos gabinetes do Palácio Itamaraty. As (poucas) solicitações encaminhadas da Pasta do Exterior ao DIP não se mostraram relevantes às demandas daquele departamento. Uma delas, ofício endereçado ao Diretor Geral do DIP, datado de 15 de agosto de 1940, tratava da proposição do jornalista Vicent de Pascal, de Hollywood, que sugeriu ao governo brasileiro um sistema de propaganda semelhante ao que ele havia executado na Argentina, nos anos anteriores.⁶⁸⁹

A ideia de Vicent de Pascal não se diferenciava muito das encontradas nos arquivos do Itamaraty, no que tange à aproximação com mercados dos EUA por meio da promoção de produtos brasileiros, como mate, carne, arroz, frutas, açúcar e café. A diferença, enaltecida pelo jornalista, era o suposto sucesso da propaganda

can be placed at our disposal will have the character of "news". PAN AMERICAN NEWS BUREAU. Carta ao Ministério das Relações Exteriores. Cidade do México, 30 mar. 1940. AHI. (Tradução nossa).

⁶⁸⁷ “Notícia é o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante”. LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 2002. p. 16.

⁶⁸⁸ Do original: *Industrial plants; international commerce; foreign investments in Brazil; flora and fauna; statistical data on the main ports; natural resources, location, degrees of exploitation; physical geography, rivers, mountains etc. and items of interest to tourists; ethnic data; bulletins of the ministry of foreign affairs, and all information relating to international relations of Brazil; information on the armed forces of the state; information on the political institutions of the country; biographical notes on the president of the republic, and chief political figures.* PAN AMERICAN NEWS BUREAU. Carta ao Ministério das Relações Exteriores. Cidade do México, 30 mar. 1940. AHI. (Tradução nossa).

⁶⁸⁹ Ofício S/N do Ministério das Relações Exteriores ao Diretor Geral do DIP. Rio de Janeiro, 13 ago. 1940. AHI.

argentina por ele organizada. Como seu contrato expirar-se-ia em breve, o Brasil poderia se beneficiar da experiência e contatos nos meios privados.⁶⁹⁰

Outro fato demonstra o grande interesse dos agentes de publicidade na verba brasileira destinada à propaganda. Trata-se do convite da *American Association of Advertising Agencies* ao ministro Oswaldo Aranha para ser orador principal em sua convenção anual de 1940, que reunia de 400 a 500 chefes de agências de publicidade, casas editoriais e organizadores de programas de rádio. O pronunciamento do Ministro deveria versar em torno das relações comerciais futuras entre América do Norte e América do Sul e a opinião do convidado sobre como melhorar essa relação. A convenção anual das agências de publicidade dos EUA era um evento de grande envergadura, pois reunia políticos, jornalistas e empresários daquele país. Diga-se de passagem, no evento do ano anterior, em 1939, o presidente Franklin Roosevelt foi o orador principal.⁶⁹¹

É importante frisar o fato de que não apenas agentes independentes procuravam o governo brasileiro, mas também representantes de jornais e revistas estadunidenses entravam em contato com as representações diplomáticas, no propósito de formalizar contratos.⁶⁹² Normalmente, os pedidos consistiam na compra de dezenas ou centenas de assinaturas anuais ou de anúncios em matérias específicas ou suplementos especiais.

A diretoria da revista *Vogue* encaminhou carta ao embaixador Oswaldo Aranha em julho de 1937, objetivando oferecer um contrato de propaganda entre o governo e o Magazine. Após análise, o Embaixador remeteu proposta ao ministro das

⁶⁹⁰ PASCAL, Vicent de. Carta ao ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha. Los Angeles, 22 jul. 1940. AHI. (Tradução nossa).

⁶⁹¹ A convenção da Associação Americana de Agências de Publicidade ocorreu no hotel Waldorf Astoria, em Nova Iorque, no dia 17 de maio de 1940. Ofício nº 343 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 13 maio 1940. AHI; ARANHA, Oswaldo. Telegrama a John Cunningham. Rio de Janeiro, 06 maio 1940. AHI; Telegrama nº 80 do Ministério das Relações Exteriores à Embaixada do Brasil nos EUA. Rio de Janeiro, 06 maio 1940. AHI; Telegrama nº 118 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 23 abr. 1940; CUNNINHAN, John. Carta a Carlos Martins. Nova Iorque, 09 maio 1940. AHI.

⁶⁹² O Ministro das Relações Exteriores respondeu ofício ao Cônsul de São Francisco, Pedro Nabuco de Abreu, recusando oferta da revista *Inter-america* que consistia na “inclusão de conteúdos brasileiros” em cada número da revista (em média 1 ou 2 páginas por número) em troca de 200 assinaturas anuais, ao custo de 400 dólares. O Ministro responde que não gostaria de abrir precedentes à matéria em virtude de inúmeras revistas e jornais do mundo fazerem esse tipo de proposta, impossibilitando arcar com todas as propostas. Ofício nº 8/470.01 do Ministério das Relações Exteriores ao Consulado do Brasil em São Francisco. Rio de Janeiro, 01 abr. 1935. AHI.

Relações Exteriores, Mário de Pimentel Brandão, recomendando assinatura do contrato com *Vogue*, por ser “propaganda útil, interessante, moderna e bem documentada do Brasil”.⁶⁹³ A recusa do Ministro pareceu ter frustrado o Embaixador.

A revista *Life*, com tiragem de um milhão e cem mil exemplares, enviou representante à Embaixada, em agosto de 1937, com o “propósito oculto de facilitar-nos um ensejo, mediante remuneração, de propaganda do Brasil em suas folhas”. A recusa do governo brasileiro em “satisfazer os desejos de *Life*” resultou numa propaganda desfavorável ao Brasil que acarretou “grave dano”, na opinião de Oswaldo Aranha.⁶⁹⁴ Outro título do mesmo grupo editorial, a revista *Time*, procurou o governo com a mesma intenção de *Life e Vogue*, recebendo, igualmente, a mesma resposta negativa. Em virtude disso, a Revista *Time* transformou-se no “baluarte da propaganda argentina e hostil ao Brasil”.⁶⁹⁵

Da Embaixada brasileira em Londres, foi enviado ofício ao Ministro das Relações Exteriores comentando o artigo *The Political Outlook in Brazil*, de George Denk, publicado na revista londrina *Latin-American World*, lida nos meios latino-americanos, bancários e financeiros da cidade. O referido artigo abordou os acontecimentos políticos brasileiros da Revolução de 1930 ao “movimento extremista de 1935”.

Como noticiou o Embaixador, a opinião do articulista foi “inteiramente desfavorável à atuação do momento, dos nossos homens públicos, e não esconde, por outro lado, a sua antipatia à nossa organização política”.⁶⁹⁶ O diplomata asseverou, ainda, que a opinião do senhor Denk refletia o pensamento da Revista sobre o Brasil, visto em inúmeros editoriais desfavoráveis ao sistema político brasileiro. Interessante conclusão a do diplomata brasileiro, pois, segundo ele, a opinião desfavorável ao Brasil advinha da “falta de subvenção” do governo à Revista. O Embaixador, por sua vez, sugeriu subvencionar o periódico com a quantia de 50

⁶⁹³ No ofício, Oswaldo Aranha enviou exemplares da edição de 15 de julho de 1937, onde era demonstrado como os países da América do Sul eram retratados por *Vogue*. Ofício nº. 273/591.7. “Propaganda do Brasil na Revista *Vogue*”. Washington, 14 jul. 1937. AHI.

⁶⁹⁴ Oswaldo Aranha, em carta ao seu amigo Presidente Vargas, demonstrou sua frustração na recusa do Ministro Pimentel Brandão de subvenções às revistas *Vogue*, *Fortune e Life*. ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937.08.31/2.

⁶⁹⁵ ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937.08.31/2.

⁶⁹⁶ Ofício nº. 250. “Artigo sobre a situação política do Brasil”, do Embaixador do Brasil no Reino Unido ao Ministro das Relações Exteriores. Londres, 24 jun. 1940. AHI.

libras anuais, a título de propaganda, como única forma de evitar “artigos ou comentários tendenciosos” que revistas como essa costumavam publicar contra os “interesses do governo brasileiro”.⁶⁹⁷

O cônsul de São Francisco, Alfredo Polzin, por exemplo, foi procurado por um dos redatores do jornal *San Francisco Chronicle*,⁶⁹⁸ no intuito de solicitar contribuição de 425 dólares do governo brasileiro no especial comemorativo ao septuagésimo quinto aniversário do jornal, a ser publicado em janeiro de 1940.⁶⁹⁹ A resposta desfavorável do Ministério decorreu da negação do Departamento Nacional de Propaganda, que, alegando falta de verbas para essa finalidade, impossibilitou atendimento da proposta.⁷⁰⁰

Do outro lado da costa estadunidense, a editora e proprietária de dois jornais da Capital Federal, *Washington Herald* e *Washington Times*, Eleanor Medill “Cissy” Patterson,⁷⁰¹ elaborou extenso documento para solicitação de patrocínio à publicação de suplemento especial sobre o Brasil. A leitura do documento revela que a ideia da editora se aproxima das concepções de Oswaldo Aranha sobre a propaganda.

“Publicidade é universalmente reconhecida como o mais efetivo método de influenciar a opinião pública”.⁷⁰² Assim Eleanor Petterson inicia sua argumentação acerca da eficácia da propaganda, tanto no mercado quanto na política estadunidense.

⁶⁹⁷ Ofício nº. 250. “Artigo sobre a situação política do Brasil”, do Embaixador do Brasil no Reino Unido ao Ministro das Relações Exteriores. Londres, 24 jun. 1940. p. 2. AHI.

⁶⁹⁸ Ofício nº 87 do Cônsul de São Francisco ao Ministro Oswaldo Aranha. São Francisco, 10 ago. 1939; Memorando do Chefe da Divisão de Cooperação Intelectual ao Secretário de Estado das Relações Exteriores, 21 ago. 1939. AHI. Ofício SN do Secretário Geral do Ministério das Relações Exteriores, Maurício Nabuco, ao diretor do Departamento Nacional de Propaganda, Lourival Fontes. Rio de Janeiro, 05 out. 1939.

⁶⁹⁹ Despacho do Secretário Geral do Ministério das Relações Exteriores, Maurício Nabuco ao cônsul do Brasil em São Francisco, Alfredo Polzin, 19 dez. 1939. AHI.

⁷⁰⁰ Ofício nº 0696 do diretor do Departamento Nacional de Propaganda, Lourival Fontes, ligado ao Ministério da Justiça, ao Ministério das Relações Exteriores, 11 out. 1939. AHI. Ofício nº 26/591.21 de Maurício Nabuco a Alfredo Polzin, Cônsul do Brasil em São Francisco. Rio de Janeiro, 19 out. 1939. AHI.

⁷⁰¹ Eleanor Patterson arrendou os dois jornais em 1937 e os adquiriu, definitivamente, em janeiro de 1939, fundindo-os num só jornal, o *Times-Herald*. EMERY, Edwin. *História da imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Editora Lidador, 1965, p. 731.

⁷⁰² Do original: *Publicity is universally recognized as the most effective method of influencing public opinion*. Ofício nº 57, do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

No âmbito comercial, ela apontou a óbvia relação de oferta e demanda de produtos entre Brasil e EUA. “Por um lado, os Estados Unidos tem no Brasil um comprador rentável dos seus bens. Por outro, o Brasil procura nos 130 milhões de pessoas nos EUA uma saída para seus produtos”. Segundo Patterson, a continuidade da prosperidade brasileira baseava-se, em grande medida, nas compras contínuas dos EUA de três quintos das exportações de café. Para que esse fluxo se mantivesse, deveria “ser assegurada a boa vontade e amizade dos funcionários do governo dos Estados Unidos”.⁷⁰³

Pelo visto, a manutenção de boas relações com autoridades dos Estados Unidos era elemento central para o sucesso comercial brasileiro, contudo, além do mercado formal dos empórios, havia outro em disputa, o do mármore branco das esferas de poder: Capitólio e Casa Branca.

Cissy Patterson, ao perceber a rivalidade entre Brasil e Argentina pela atenção dos Estados Unidos, ponderou ao governo brasileiro que a “corrida” pelo comércio e boa vontade dos Estados Unidos seria vencida apenas por “aqueles que utilizassem a mais moderna e rápida forma de influenciar a opinião pública – a publicidade em jornal”.⁷⁰⁴

A editora-chefe parecia entender as preocupações dos diplomatas brasileiros com a imagem do país nos Estados Unidos, pois havia percebido a irradiação de “propaganda irresponsável [que] está começando agora a circular contra o governo brasileiro, deliberadamente ou por ignorância daqueles que sabem quase nada sobre os objetivos do presidente Vargas”. Tal “propaganda irresponsável”, segundo ela, advinha de “relatórios enganosos” que apareciam em muitas publicações dos EUA. A solução apontada por Eleanor Petterson instruiria a adoção de “publicidade corretiva”,

⁷⁰³ Do original: *Brazil and the United States seek one another's friendship. They strive for friendly cooperation and the mutual benefits to be derived therefrom. On the one hand, the United States has in Brazil a profitable buyer of its goods. On the other hand, Brazil looks to America's 130,000,000 people as an outlet for her products. Her prosperity depends. In a large measure, on America's continued purchases of three-fifths of her coffee exports. She needs the capital available in the United States to develop further her own vast resources. Above all, she must be assured of the goodwill and the amity of officials of the United States Government.* Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁷⁰⁴ Do original: *Such an effort is the more vital today, in view of the rivalry that exists throughout the world between many nations – a swift relentless race for trade and markets, for friendship and mutual appreciation. A race particularly for the trade and goodwill of the United States. In this contest, the successful are those who utilize the most modern and quickest means of influencing public opinion – newspaper publicity.* Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

cujo papel seria “tão importante quanto a diplomacia e frequentemente mais eficaz na obtenção de resultados”.⁷⁰⁵

Em razão disso, a Editora afirmou que muitos governos estrangeiros, particularmente os da América do Sul, contratavam jornais dos EUA para apresentarem suas causas ao povo daquele país a fim de “assegurar que seus pontos de vista sejam conhecidos perante aqueles que têm autoridade”.⁷⁰⁶ Assim, propaganda “é, de fato, empregada com reconhecido sucesso pelos governantes em todos os lugares para ganhar simpatia, corrigir impressões distorcidas e pavimentar uma via para melhoria das relações diplomáticas”.⁷⁰⁷

Segundo a proprietária do jornal, “com exceção do Brasil, quase todos os países próximos a maior república da América Latina têm recorrido ao jornal *Washington Herald* para ganhar atenção favorável dos EUA”.⁷⁰⁸ O documento cita Cuba, Guatemala, Colômbia, Porto Rico e República Dominicana – não tão próximos do Brasil – como promotores de edições especiais do jornal. Esse argumento, todavia, se mostrava frágil, pois a importância geopolítica dos países citados – em sua maioria localizados na América Central, área de influência ‘direta’ dos EUA – era menor do que a dos países mais representativos da América Latina: Argentina, Brasil e México. Por isso, ao que tudo indica, a utilização do *Washington Sunday Herald* não era prioridade nos planos do governo brasileiro.

De todo modo, a proposta do jornal ao Brasil era grandiosa: uma edição de 40 a 50 páginas, com teor exclusivo sobre o Brasil. Segundo a editora: “nós

⁷⁰⁵ Do original: *Irresponsible propaganda is now being circulated in the United States about the Brazilian Government, either deliberately or through the ignorance of those who know next to nothing about the aims of President Vargas. Misleading reports such as have appeared in several leading American publications make corrective publicity assume a role as important as diplomacy and frequently more effective in getting results.* Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁷⁰⁶ Do original: *That explains why many foreign governments, particularly those in South American, have employed American newspapers to state their case to the people of the United States. To insure that point-of-view is made know to those in authority, they have used the Washington Sunday Herald – the largest newspaper in Washington.* Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁷⁰⁷ Do original: *Publicity can and is indeed being employed with acknowledged success by Governments everywhere to win sympathy, to correct distorted impressions, and to pave the way for the betterment of diplomatic relations.* Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁷⁰⁸ Do original: *With the exception of Brazil, nearly every major Latin-American Republic has resorted to the Washington Herald to gain the favorable attention of the United States.* Ibid. (Tradução nossa).

objetivamos fazer dessa edição única do jornalismo americano; a mais completa e interessante nunca antes devotada a qualquer país por um jornal americano”.⁷⁰⁹

Assegurou a Editora que o suplemento especial do *Washington Herald* seria uma “força poderosa para uma melhor compreensão dos objetivos do Brasil, pois o referido jornal era lido pelo presidente dos Estados Unidos, bem como pelas mais influentes figuras na Capital”. Então, Cissy Patterson assegurou que cada autoridade importante, cada governador, senador e congressista seria leitor do jornal, em razão da influência e penetração daquele periódico no meio político dos EUA, atestando a importância da propaganda dirigida às elites, como demonstramos neste estudo.⁷¹⁰

Em troca de tal suplemento, o governo do Brasil se disporia a custear cinco páginas de anúncios, ao total de 9.800 dólares, quantia alta para o orçamento da Embaixada.⁷¹¹ Os jornais encaminharam proposta detalhada dos suplementos da edição de domingo do *Washington Herald*, que conteria uma longa lista com 41 aspectos a serem tratados. Para apresentá-los, agrupamos todos em três categorias.

A primeira reunia os temas de aspectos econômicos, ou seja, relatos sobre principais produtos brasileiros, principalmente o café; comparações entre as políticas econômicas dos EUA e Brasil; dentre outros. São eles: “a importância do café brasileiro para comércio americano”; “o novo programa do café do presidente Vargas”;

⁷⁰⁹ Do original: *We aim to make this edition unique in American journalism; the most thorough and interesting ever devoted to any country by an American newspaper.* Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁷¹⁰ Do original: *A special supplement of the Washington Herald would be a powerful force for a better understanding of the aims of Brazil. The Washington Herald is read by the President of the United States; it is put on his desk every single day. It is also read by the most influential figures in the Capital. [...] The Brazilian Section Will go, in addition to President Roosevelt, to every Cabinet member, every Senator and Congressman, every diplomat, every Government Department head and bureau chief, as well as to thousands of others identified with important posts in Government. Because of its strategic circulation, the influence of the Washington Herald is national in scope.* “A Seção Brasileira irá, além de presidente Roosevelt, para cada membro do gabinete, cada senador e deputado federal, todos os diplomatas, cada chefe de departamentos e agências governamentais, bem como para milhares de outras pessoas identificadas com postos importantes no governo. Por causa de sua circulação estratégica, a influência do *Washington Herald* é de âmbito nacional”. Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁷¹¹ O agravante era a ausência de dotação orçamentária específica para essa finalidade, queixa frequente dos diplomatas. Para termos ideia do custo, esse valor equivaleria a 490 mil exemplares do *The New York Times*, ao custo de dois centavos de dólar a edição. Ou a 98 mil exemplares da revista *Time*, que custavam dez centavos de dólar a unidade; ou a três meses de salário do embaixador Oswaldo Aranha, o diplomata mais bem remunerado do Brasil na época; ganhava 3.100 dólares. HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha. Uma biografia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 194.

“um relato sobre a indústria do café”; “a bolsa de café. Santos: o maior porto de café do mundo”; e “o *New Deal* de Roosevelt e o *New Deal* de Vargas”.⁷¹²

Os aspectos políticos, determinantes do segundo grupo de assuntos, dividiam-se em duas vertentes. A primeira consistia em espécie de biografias políticas do presidente Vargas, destacando-se: “uma Biografia do presidente Vargas como promotor do progresso brasileiro, desde que se tornou presidente em 1930”; “presidente Vargas unifica o Estado brasileiro”; “a luta do presidente Vargas pela democracia suprimindo as tendências fascistas e integralistas”; “a nova Constituição do presidente Vargas”; “os líderes americanos: Roosevelt e Vargas”. A outra vertente, por sua vez, tratava das relações diplomáticas entre as duas maiores nações da América, a saber: “relações diplomáticas entre Brasil e EUA”; “embaixada do Brasil em Washington: esboços biográficos dos funcionários da embaixada”; “contribuição do Brasil à paz pan-americana”; “o lugar do Brasil na América do Sul”; “Brasil e a União Pan-americana” e mais alguns.⁷¹³

⁷¹² Do original: *The New Deal of Roosevelt and the New Deal of Vargas; A descriptive account of Brazil as an Industrial and commercial nation; the importance of Brazilian coffee to American commerce; President Vargas' New coffee program; an account of the coffee industry. The coffee exchange. Santos: the world's greatest coffee port; The foreign trade of Brazil and the reciprocal trade treaty with the United States; The greatest undeveloped possibilities for productive wealth to be found on this globe; American investments in Brazil; American capital finds profitable outlet in Brazil; American firms help develop the Brazilian meat-packing industry; Brazilian cotton; Greeting from American bankers, manufacturers, exporters, and importers.*

“Um relato descritivo do Brasil como uma nação industrial e comercial”; “o comércio exterior do Brasil e do tratado de comércio recíproco com os Estados Unidos”; “Brasil: as maiores possibilidades não desenvolvidas para a riqueza produtiva para serem encontradas neste mundo”; “investimentos americanos no Brasil”; “o capital americano encontra saída lucrativa no Brasil”; “empresas americanas ajudam a desenvolver a indústria de carne-embalada brasileira”; “o algodão brasileiro”; “saudações dos banqueiros americanos, industriais, exportadores e importadores. Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁷¹³ Do original: *A biography of Getulio Vargas and an account of Brazil's progress, since He became President in 1930; President Vargas Unifies the Brazilian State; President Vargas Fights for Democracy in suppressing the Fascist tendencies of the Integralistas; President Vargas' New Constitution; The American Leaders: Roosevelt and Vargas; President Vargas' Reception to President Roosevelt; A tribute to President Vargas and the people of Brazil from high American officials; A message from President Vargas to the American people: an interview with president and other high political figures; Greeting from leading Brazilians to President Roosevelt and the people of the United States; Diplomatic relations between Brazil and United States; The Brazilian embassy in Washington: biographical sketches of embassy officials; The American embassy in Rio: biographical sketches of U.S representatives; Brazil's contribution to Pan-American peace; Brazil's place in South American; Brazil and Pan-American union; The identity of Brazilian and American foreign policy.*

“A recepção do presidente Vargas ao presidente Roosevelt”; “Uma homenagem ao presidente Vargas e as pessoas do Brasil, dos altos funcionários americanos”; “Uma mensagem do presidente Vargas ao povo americano: uma entrevista com o presidente e com altas figuras políticas”; “Saudações dos mais importantes brasileiros ao presidente Roosevelt e ao povo dos EUA”; “A Embaixada americana no Rio: esboços biográficos dos representantes dos EUA”; “A identidade do brasileiro e do americano na

Para a terceira categoria, estavam reservados os pontos descritivos, históricos, artísticos e culturais, os quais eram mais amplos e tratavam de assuntos que iam da história ao cotidiano de cidades brasileiras, organizados nos seguintes tópicos: “a história do Brasil”; “o povo do Brasil – um dia com uma típica família brasileira”; “a arte do Brasil”; “literatura brasileira”; “o sistema educacional brasileiro”; “Brasil como um refúgio de férias para os americanos”; “a noite no Rio: uma vida alegre”; “as calçadas do Rio”; “o clima e a geografia do Brasil”; “o Amazonas: o Mississipi do Brasil”; “o Estado de São Paulo”; “o Brasil de amanhã”; “voando para o Rio: o desenvolvimento dos transportes e comunicações entre Brasil e EUA”.⁷¹⁴

O governo, alegando, costumeiramente, falta de verba, não aprovara tal acordo,⁷¹⁵ tanto pelo altíssimo valor da proposta, como pelo fato de o referido jornal não ser tão influente quanto a editora-chefe pregara.⁷¹⁶ Além do mais, subvencionar um jornal em detrimento dos demais faria do Brasil refém da imprensa estadunidense, pois teria que patrocinar outros periódicos, sob risco de ver sua imagem abalada nas tintas dos jornais preteridos.⁷¹⁷

A posse para o inédito terceiro mandato do “bom vizinho” presidente Roosevelt, foi mote para alguns jornais tentarem faturar alguns milhares de dólares, utilizando a tônica da política da boa vizinhança. O jornal *Times-Herald*, de Washington, mais uma vez, comunicou ao embaixador do Brasil nos EUA que estaria a preparar uma edição especial sobre o novo período presidencial de Roosevelt ao

política externa”. Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁷¹⁴ Do original: *A history of Brazil; The people of Brazil – a Day with a typical Brazilian family; Brazil as a vacation resort for Americans; Rio at night: gay life; The sidewalks of Rio; The climate and geography of Brazil; The Amazon: The Mississippi of Brazil; The state of São Paulo; The art of Brazil; Brazilian literature; Brazil’s educational system; Brazil of tomorrow; Flying down to Rio: development of transportation and communication between Brazil and the United States*. Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁷¹⁵ Ofício nº 821/591.21 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 31 dez. 1940. AHI.

⁷¹⁶ EMERY, Edwin. *História da imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Editora Lidador, 1965, p. 806. Além disso, suponhamos que a postura isolacionista e contrária ao *New Deal* do jornal de Cissy Patterson – por sinal, ex-sogra e desafeto Drew Pearson – não seria agradável ao Brasil, que se beneficiaria da atenção estadunidense em caso da entrada dos EUA na guerra.

⁷¹⁷ Ofício nº 821/591.21 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 31 dez. 1940. AHI.

custo de 1.500 dólares cada página de anúncios, caso o governo brasileiro assim quisesse patrocinar.⁷¹⁸ Isto, de fato, não ocorreu.⁷¹⁹

Concorrente do *Washington Herald*, o *The Washington Post* propôs “matérias especiais” sobre a América Latina. Como de costume, o governo do Brasil foi convidado a patrocinar essa iniciativa, que seria publicada em 19 de janeiro de 1941, ao custo de 804 dólares a página.⁷²⁰ Apesar do preço convidativo, a resposta negativa não veio diretamente do Ministério, mas sim do embaixador brasileiro nos EUA, que recomendou recusar essa empreitada, já que nenhum dos seus colegas embaixadores consultados, da Argentina e México – também procurados por um escritório de propaganda de Nova Iorque que representava o *Washington Post* – haviam aceitado a oferta. Portanto, ficou acordada de forma tácita, por parte dos três diplomatas, a negação da proposta do *The Washington Post*.⁷²¹

De Nova Iorque, o editor do *Journal of Commerce*, Jules I. Borgen, não perdeu, então, a oportunidade de tentar vender uma edição especial de seu jornal sobre o Brasil. Em 25 de fevereiro de 1941, ele enviou um ofício ao diplomata Paulo Hasslocher, propondo parceria. A tal edição teria de 80 a 100 páginas, com matérias de autores brasileiros e *ianques* com objetivo de expandir as relações econômicas entre Brasil e EUA, além de ser fonte de referência a consultas futuras sobre o assunto.⁷²² A Embaixada encaminhou o pedido ao ministro Oswaldo Aranha, reforçando que o referido jornal era bastante lido nos meios financeiros, comerciais e

⁷¹⁸ Ofício nº 750 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 19 nov. 1940. AHI.

⁷¹⁹ Ofício nº 231 do Ministério das Relações Exteriores ao Encarregado de Negócios do Brasil em Washington. Rio de Janeiro, 05 dez. 1940. AHI.

⁷²⁰ Telegrama nº 261 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 27 dez. 1940. AHI. O escritório de vendas Joshua B. Powers propôs a transação entre o Jornal e o governo brasileiro. JOSHUA B. POWERS. Telegrama via Consulado do Brasil em Nova Iorque, à Secretaria de Estado das Relações Exteriores. Nova Iorque, 23 e 26 dez. 1940. AHI.

⁷²¹ Ofício nº 821/591.21 da Embaixada do Brasil nos EUA ao ministro das Relações Exteriores Oswaldo Aranha. Washington, 31 dez. 1940. AHI.

⁷²² Do original: *Because of the keen interest that exists in all circles in the United States in developing closer economic and financial relations with Brazil, the management of Journal of Commerce has given consideration to the preparation of a special number devoted entirely to this subject. This number would perform the dual functions of arousing current interest in the expansion of economic relations between the two countries, and furnishing a source of reference to those interested at a later date. [...] a number of this kind that would do justice to the subject would have to run from 80 to 100 pages.* BORGER, Jules I. Carta ao Paulo Hasslocher. Nova Iorque, 25 fev. 1941. encaminhada via Ofício nº 140 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 28 fev. 1941. AHI. (Tradução nossa).

industriais. Além disso, informou que México e Manchúria já haviam tido edições semelhantes, anexadas ao documento.⁷²³

Mais uma vez o governo brasileiro recusou. O problema, dessa vez, decorreu do montante investido. A edição custaria 12 mil dólares, quantia, diga-se de passagem, altíssima, arcada, prioritariamente, por anunciantes dos EUA. Sendo assim, caso a “cota” não fosse atingida, o governo brasileiro seria o responsável para completar o valor, proposta arriscada para um Estado sem verbas específicas para publicidade em jornais estrangeiros, centralizadas, naquele momento, na Divisão de Turismo do DIP, que negou o pedido do Ministério das Relações Exteriores.⁷²⁴

Da pequena *Goodland*, sede do Condado de *Sherman*, no alto de seus sete mil habitantes,⁷²⁵ ao noroeste do Estado do Kansas, veio um pedido inusitado: a firma *The Western Kansas Publishing Company*, responsável pela publicação do jornal *Goodland Daily News*, agradeceu o envio da Constituição do Estado Novo brasileiro ao Jornal. Aproveitando o ensejo do agradecimento, o editor solicitou selos do Brasil para alguns entregadores de jornais que tinham como passatempo a filatelia. Os selos deveriam retratar, preferencialmente, aspectos brasileiros, como: fotos, mapas, cenas históricas, heróis nacionais e presidentes, incluindo também, caso fosse possível, o histórico de cada selo enviado.⁷²⁶ Não temos notícia sobre se o pedido foi atendido, contudo, o alcance da propaganda brasileira podia ser visto naquela solicitação. Atos assim, por menores que parecessem, serviam para a propaganda brasileira nos EUA.

Como visto, o governo brasileiro, em várias oportunidades, foi assediado para estabelecer acordos de *press release* com agências, revistas ou jornais

⁷²³ Ofício nº 140 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 28 fev. 1941. AHI.

⁷²⁴ Ofício SN/591.21 do Secretário-geral do Ministério das Relações Exteriores ao Diretor Geral do DIP. Rio de Janeiro, 10 mar. 1941. AHI.
Ofício nº g-106 do Diretor da Divisão do Turismo (DIP) ao Secretário-geral do Ministério das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 07 abr. 1941. AHI.

⁷²⁵ Disponível em: <<http://www.census.gov/prod/www/abs/decennial/1930.html>>. Acesso em: 22 set. 2012.

⁷²⁶ Do original: *Thanks for the copy of the New Constitution of the United States of Brazil recently sent us. The occasion gives us an opportunity to make a request of you which may be quite unusual. Our newspaper has a number of delivery boys who are collectors of postage stamps of foreign counties, and this interest in the counties is greatly increased by their hobby of stamp collecting. Would it be possible for you to send us used postage stamps of Brazil, preferably issues that have pictures of maps, historical scenes, national heroes, presidents, and such subjects.* Carta do editor [ilegível] do jornal *Goodland Daily News* ao Ministério das Relações Exteriores. Goodland, Kansas, 21 mar. 1938. AHI. (Tradução nossa).

estadunidenses. Segundo esta pesquisa, nenhuma dessas tentativas obteve êxito junto ao Itamaraty ou DIP, sob discurso da ausência de dotação orçamentária para tal finalidade.⁷²⁷ A alegação brasileira, no entanto, pode ter sido subterfúgio cortês para recusa de utilizar um jornal em detrimento de outros como instrumento de divulgação.

Ao que tudo indica, o governo brasileiro, particularmente, o Itamaraty, adotou outra estratégia de propaganda nos EUA baseada no tripé: atuação das representações diplomáticas e demais órgãos governamentais de divulgação; subvenção a revistas de circulação nos Estados Unidos; e, provavelmente, a opção mais polêmica, a contratação “secreta” de um agente de imprensa, mediante pagamento de contratos de publicidade, a um dos mais importantes colunistas dos EUA, Andrew Russell “Drew” Pearson, conforme será visto na sequência.

4.2 Drew Pearson – “*the right man in the right time*”

A cidade de Washington, no pequeno Distrito de Colúmbia, encravada entre os Estados de Maryland e Virgínia, desde o início da administração Roosevelt, na opinião de muitos jornalistas, “tornou-se mais do que a sede do governo dos Estados Unidos”. A capital determinava “as finanças do país, dirigia os canais de exportação e moldava o pensamento econômico e político”⁷²⁸ em virtude do governo dos EUA ter estendido seu controle sobre o território.

A editora-proprietária do jornal *Washington Herald*, Cissy Patterson, assim define o clima da Capital Federal: “Opiniões, impressões e sentimentos são todos moldados em Washington, e de lá circulam para todo o país. Em nenhum momento

⁷²⁷ Exceto anúncios de café brasileiro publicadas no jornal *The New York Times*, em 1943. TOTA, Antônio. *O imperialismo sedutor. A americanização do Brasil na época da segunda guerra mundial*. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 110 e 111.

⁷²⁸ Do original: *The city of Washington, since the start of the Roosevelt administration, has become more than the seat of the United States Government. To a greater extent than over before, the Capital City now determines the finances of the country, directs the channels of its trade, and moulds its political and economic thought*. Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

da história americana, todos os olhares se direcionaram completamente à Washington”.⁷²⁹

De fato, desde o *New Deal*, Washington concentrava as principais decisões políticas dos Estados Unidos, como nunca dantes visto.⁷³⁰ A cidade era a região de maior efervescência política daquela nação. Sede dos três poderes republicanos, de grande parte dos órgãos públicos e das embaixadas, era um local de circulação de poder.

Naquele círculo, do contato entre autoridades e jornalistas, saíam pautas da imprensa nacional. Estar informado e prestar informações a pessoas certas no momento correto era a maneira de sobrevivência política. No ramo do noticiário político, alguns jornalistas se destacavam dos demais, agindo como peças-chave nesse jogo de poder, seja pela respeitável cobertura e análise dos assuntos, seja pelo número de leitores e “revelações” jornalísticas, resultantes, na maioria das vezes, de bajulações, amizades ou intrigas.

Um desses profissionais foi Andrew Russell Pearson, conhecido no círculo político como Drew Pearson, um dos jornalistas mais bem-sucedidos e influentes de sua época,⁷³¹ tendo atuado tanto no jornalismo impresso quanto no radialismo. Durante os anos 1920, foi correspondente estrangeiro de jornais na Europa, Austrália, Índia e África do Sul, além de ter sido enviado especial da agência de notícias francesa *Havas*. Mais tarde, escreveu para os jornais *United States Daily*, *Baltimore Sun* e outras gazetas de menor porte, durante os anos 1930 e 1940.

Em 1931 e 1932, Drew Pearson e Robert Sharon Allen (chefe da sucursal de Washington do jornal *The Christian Science Monitor*) publicaram anonimamente os

⁷²⁹ Do original: *The American Government has extended its control over every phase of national life. Opinions, impressions, and sentiment are all shaped in Washington, and from Washington circulate throughout the rest of the land. At no time in American history have all eyes been so completely fixed upon Washington.* Ofício nº 57 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI. (Tradução nossa).

⁷³⁰ A implementação do *New Deal* concentrou a iniciativa política em Washington, como nunca dantes, mas, mesmo antes que Roosevelt chegasse ao poder, a centralização de poder na Capital Federal estava clara. WHITE, L.D. Public Administration. In: PRESIDENT’S RESEARCH COMMITTEE ON SOCIAL TRENDS. *Recent Social Trends*. Nova York: MacMillan, 1933. p. 1393-1397. Apud. SCHUNDSON, Michael. *Descobrendo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Trad. Denise Jardim Duarte. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 175.

⁷³¹ Numa pesquisa realizada entre jornalistas, em 1944, Drew Pearson foi aclamado como o correspondente mais influente da Capital Federal. In: ANDERSON, Douglas. *A Washington Merry-Go-Round of libel actions*. Chicago: Nilsson Hall, 1980. p. 10.

livros *Washington Merry-Go-Round* e *More Merry-Go-Round*,⁷³² uma coleção de notícias repletas de fofocas sobre políticos e funcionários públicos.⁷³³ Quando a autoria do polêmico livro foi descoberta os dois foram demitidos.

O sucesso da obra foi tamanho, ao ponto de seus autores retornarem ao mundo dos jornais com a publicação no jornal *Baltimore Sun* da coluna *Washington Merry-Go-Round*, considerada precursora do gênero *muckraker* nos EUA⁷³⁴ e distribuída pela agência *United Feature Syndicate*,⁷³⁵ de Nova Iorque, a mais de seiscentos jornais por todo território estadunidense, com número estimado de leitores na casa dos 15 milhões.⁷³⁶ Robert Allen cobria o Congresso e a Suprema Corte, enquanto Drew Pearson fazia a cobertura do Departamento de Estado e dos corpos diplomáticos.⁷³⁷

Isso propiciou um poder descomunal a coluna capitaneada por Pearson pelo fato da amplitude da distribuição de seu texto, pois “todo congressista que tinha algo a esconder temia” o colunista,⁷³⁸ portanto, seria de bom alvitre um parlamentar ter seu nome veiculado de maneira elogiosa pela coluna, pois, muito provavelmente, renderá

⁷³² PILAT, Oliver. *Drew Pearson. An unauthorized biography*. Nova Iorque: Harper's Magazine Press, 1973. p. 114-122.

No Brasil, dois livros de Pearson foram publicados: *USA: potência de segunda classe*, em coautoria com Jack Anderson, em 1959, e, *O Senador*, publicado em 1969.

⁷³³ HOPKINS, W. Wat, Pearson, in: MCKERNS, Joseph P (org) *Biographical Dictionary of American Journalism*. Westport, CN: Greenwood, 1989. p. 551-552.

⁷³⁴ MOTT, Frank Luther. *American Journalism. A history of Newspapers in the United States through 250 years (1690-1940)*. New York: The Macmillan Company, 1947. p. 692.

Muckraker ou *Muckraking* significa aquele que procura e divulga um fato vergonhoso ou escandaloso, real ou suposto, como corrupção, por exemplo, de autoridades públicas. Cf. HORNBLY, A.S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English*. 8th. Ed. Oxford: Oxford University Press, 2010. P 1003.

⁷³⁵ *Syndicate* era um tipo de agência que comprava artigos, histórias, colunas, fotografias, *comics* e outros materiais para distribuição em vários jornais. Cf. *Ibid.* p. 1570.

⁷³⁶ Embora a maior parte dos jornais fosse de pequeno e médio porte – a exemplo do *Buffalo Courier-Express*, *Des Moines Register-Tribune*, *Evanston (Illinois) News-Index*, *Huntington (Virgínia Ocidental) Advertiser*, *Scranton (Pensilvânia) Tribune-Scrantonian* e *Portland (Maine)* – o número de periódicos impulsiona o de leitores. Cf. UNITED FEATURE SYNDICATE, Inc. *Washington Merry-Go-Round Eight Years Old This Week. American University Library - Special Collections*. Box 4 Folder 7.

⁷³⁷ ANDERSON, Douglas. *A Washington Merry-Go-Round of libel actions*. Chicago: Nilsson Hall, 1980. p 18.

⁷³⁸ “Pearson foi pioneiro na reportagem investigativa na Capital Federal. Seu método agressivo e sem precedentes irritava e frustrava muitas autoridades que não estavam acostumadas com o tratamento áspero da imprensa”. *Ibid.*, p. 26 e 45. (Tradução nossa).

frutos políticos, tanto internamente, diante de seus colegas, quanto perante seus eleitores, leitores de *Washington Merry-Go-Round*.

A coluna, objeto de análise desta tese, publicada diariamente, inclusive aos domingos, como seu título sugere,⁷³⁹ consistia, basicamente, em notas acerca de peculiaridades de políticos e figuras públicas de Washington, reuniões, pronunciamentos, projetos de lei, conversas de bastidores, notas sociais (casamentos, velórios, nascimentos etc.); considerada de estilo coloquial, linguagem apimentada, irreverente e nem sempre “gramaticalmente correta”.⁷⁴⁰

Percebe-se, com o passar dos anos, sobretudo após 1937, o interesse profícuo pelos assuntos externos, sobretudo com a iminência da guerra na Europa, visto que o texto era redigido da Capital Federal, sede de todas as embaixadas, espaço, por excelência, da esfera política. Drew Pearson mantinha contato com vários diplomatas, muitos dos quais ocupavam as primeiras posições na lista de convidados dos jantares oferecidos pelo famoso colunista. Dizia-se até, em tom jocoso, que ele detinha melhores contatos no meio diplomático do que o Departamento de Estado.⁷⁴¹ Por isso, os textos de Pearson são caracterizados pelos “furos” obtidos em conversações com diplomatas e políticos, tanto nos Estados Unidos quanto no Exterior, sobretudo durante as conferências pan-americanas.

Os comentários de Drew Pearson ressoavam na imprensa de três modos: a publicação de sua coluna (ou de trechos dela) nos jornais conveniados; as citações do jornalista em seu programa de rádio que repercutiam nos jornais; e citações de trechos de *Washington Merry-Go-Round* nas notícias enviadas pelas agências estadunidenses aos jornais estrangeiros. Essa última ocorria com maior frequência no Brasil.⁷⁴²

⁷³⁹ A tradução literal ao Português de *Washington Merry-Go-Round* é *Carrossel de Washington*, com sentido de agitação política em Washington, uma série de eventos imprevisíveis. Cf. HORNBY, A.S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English*. 8th. Ed. Oxford: Oxford University Press, 2010. p. 963.

⁷⁴⁰ ANDERSON, Douglas. *A Washington Merry-Go-Round of libel actions*. Chicago: Nilsson Hall, 1980. p. 16. Esse fator, inclusive, dificultou a tradução de alguns textos da referida coluna.

⁷⁴¹ KLURFELD, Herman. *Behind the lines*. The world of Drew Pearson. Prentice-Hall: New Jersey, 1968. p. 66-69

⁷⁴² Segundo nosso levantamento, os seguintes jornais brasileiros contêm referências a textos de Drew Pearson, entre 1933 e 1945: *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal do Brasil*, *Diário Carioca*, *O Globo*, *Diário da Noite*, *Correio Paulistano*, *A Noite*, *O Paiz*, *O Estado de São Paulo*, *Folha da Manhã*, *Jornal de Notícias*, *A Manhã* e *Gazeta de Notícias*. Levantamento realizado nos sites: Hemeroteca

O sucesso de *Washington Merry-Go-Round* capitalizava ainda mais o renome de Drew Pearson, o que faria dele uma figura controversa. De acordo com uns, incluindo o embaixador Carlos Martins,

Aqui nos EUA, o conceito de que goza Drew Pearson é uniforme. Já o Presidente Roosevelt publicamente o denominara de “*chronic liar*”, o Secretário de Estado Cordell Hull de “*unmitigated liar and congenital liar*” e o Senador George, presidente da Comissão de Finanças do Senado, de “*skunk and liar*”.⁷⁴³

Esta é a opinião compartilhada pelo diplomata Paulo Germano Hasslocher, que assim define o colunista: “felizmente que esse Pearson é o mais desmoralizado dos jornalistas americanos. Ele contribuiu bastante para a queda fragorosa de Welles por ter assumido a posição de seu grande panegirista e íntimo frequentador de sua casa”.⁷⁴⁴

Por outro lado, para outros, ele foi considerado

Um dos mais importantes comentaristas políticos de Washington, Drew Pearson, sempre se bateu pelo bem-estar público em sua coluna *Washington Merry-Go-Round*, desde 1932. Incólume aos interesses alheios às suas convicções, seus escritos resultaram em investigações e demissões em todos os escalões do governo. Uma pesquisa de opinião levada a cabo pelo *Saturday Review* mostrou que ele é o colunista que maior influência exerce sobre a opinião pública do país.⁷⁴⁵

Apesar de contraditórios, esses pensamentos expressam, coerentemente, as opiniões sobre o jornalista Drew Pearson. Figura polêmica nos meios políticos estadunidenses, talvez mais odiado que amado, de acusado de comunismo⁷⁴⁶ a

Digital Brasileira, da Biblioteca Nacional e nos acervos dos jornais *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo* (*Folha da Manhã*) e *Jornal do Brasil*.

⁷⁴³ MARTINS, Carlos. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 29 fev. 1944. CPDOC. GVc 1944.02.29.

⁷⁴⁴ HASSLOCHER, Paulo Germano. Carta a Getúlio Vargas. Panamá, 23 jun. 1944. CPDOC. GVc 1944.06.23.

⁷⁴⁵ PEARSON, Drew. *O Senador*. Tradução de Affonso Blacheyre. Rio de Janeiro: Edições o Cruzeiro, 1969. Orelha do livro.

⁷⁴⁶ Segundo o *Jornal do Brasil*, Drew Pearson era um “articulista comunista”. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 08 out. 1946. p. 7.

indicado ao Nobel da Paz,⁷⁴⁷ Pearson foi um dos responsáveis pela propaganda brasileira nos EUA, sendo contratado como “agente de imprensa informal”⁷⁴⁸ pelo Itamaraty para publicar a “visão brasileira” na coluna *Washington Merry-Go-Round*,⁷⁴⁹ o que não significa dizer que a relação entre Drew Pearson e o governo brasileiro fosse sempre tranquila.

O embaixador Mário de Pimentel Brandão foi uma das autoridades brasileiras a enfrentar a fúria das tintas do colunista. Em carta ao Presidente Vargas, em 1938, o diplomata contou sua primeira impressão acerca do jornalista, linhas que nos fazem refletir sobre essa relação de amor e ódio por Drew Pearson.

Logo que cheguei a Washington, fui objeto das assiduidades de um jornalista [espaço em branco] que por aqui anda, o Sr. Drew Pearson. Esse homem procurou com insistência o meu apoio para conseguir um contrato de propaganda do Brasil nos Estados Unidos. Não é, porém - sei-o de várias fontes - para a quem se deva confiar tal serviço. Para reforçar, a seu modo, suas pretensões, já mandou ele, mais de uma vez, publicar por terceiros, afiliados a sua clique, alusões totalmente perfiladas contra mim em algumas folhas de menor circulação. Isso determinou-me a pô-lo um tanto à margem.⁷⁵⁰

A busca por contratos de propaganda, como visto, foi um grande filão aos jornalistas e agentes de imprensa naquele momento político nos EUA. Ao que parece, Pearson era bastante incisivo para conseguir o que almejava, utilizando, inclusive, práticas de difamação.⁷⁵¹ Semanas após o ocorrido, um sócio de Pearson, conhecido por Djamiroff, procurou o embaixador para retomar as conversações sobre a criação de um *bureau* de propaganda do Brasil em Washington e Nova Iorque, no qual Leo Pearson, irmão de Drew, teria um “cargo saliente”.

Sem poder (ou querer) resolver essa questão, Mário de Pimentel Brandão repassou a responsabilidade ao conselheiro comercial da embaixada brasileira -

⁷⁴⁷ Foi um dos 23 indicados ao Prêmio Nobel da Paz de 1946. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 25 fev. 1946.

⁷⁴⁸ Não foi localizada documentação que ateste oficialmente a contratação de Drew Pearson como agente de imprensa do governo brasileiro, contudo, de acordo com as fontes, ele recebeu vultosos recursos para a propaganda brasileira. Por isso, optamos pela definição “agente imprensa informal”.

⁷⁴⁹ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha: uma biografia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 344.

⁷⁵⁰ BRANDÃO, Mário Pimentel. Carta a Getúlio Vargas. Confidencial. Washington, 06 dez. 1938. CPDOC GVC 1938.12.06.

⁷⁵¹ Em toda sua carreira, Drew Pearson foi processado 120 vezes por difamação, apesar de só ter perdido uma vez na Justiça. HOPKINS, W. Wat. Pearson,. In: MCKERNS, Joseph P (org). *Biographical Dictionary of American Journalism*. Westport, CN: Greenwood, 1989. p. 551.

Eurico Penteado - que informou ter ouvido do mesmo Djamiroff sobre uma iminente campanha na imprensa contra o embaixador brasileiro, encabeçada por Drew Pearson; uma chantagem, nas palavras de Pimentel Brandão.

Aliás, atritos de Drew Pearson com diplomatas brasileiros não eram novidade, pelo menos é o foco da denúncia do embaixador brasileiro nos EUA:

Drew Pearson atacou o embaixador [Rinaldo de] Lima e Silva. Nunca se meteu pessoalmente com o embaixador Oswaldo Aranha, que o cumulou de atenções. Mas atacou o Brasil, a despeito dos favores recebidos de meu ilustre e eminente predecessor. Agora, atacará o Brasil e o seu obscuro representante.⁷⁵²

O diplomata acusou os irmãos Drew e Leo Pearson como agentes do embaixador argentino, Felipe Espil. Tal acusação decorreu de artigos “publicados supostamente contrários aos interesses brasileiros, por ocasião do negócio do trigo⁷⁵³ e também da “*démarche*” da embaixada junto ao Departamento de Estado “a propósito da ida de uma missão militar aérea americana para instruir a aviação argentina”.⁷⁵⁴

Drew Pearson foi acusado, ainda, de estar envolvido no afastamento do servidor do Itamaraty, Joaquim de Sousa Leão, dos EUA, sobre o qual “causou pena e surpresa na sociedade e no próprio Departamento de Estado”. Para o embaixador, o jornalista “é um inimigo declarado nosso e homem capaz de lançar mão de todos os processos vinhos do jornalismo baixo”.⁷⁵⁵

⁷⁵² BRANDÃO, Mário Pimentel. Carta a Getúlio Vargas. Confidencial. Washington, 06 dez. 1938. CPDOC. GVC 1938.12.06.

⁷⁵³ O documento não cita qual era o negócio. Provavelmente o Embaixador se referiu a coluna, publicada em 23 de outubro de 1938, que menciona uma proposta de acordo de comércio compensado do excedente de trigo dos EUA para o Brasil. Segundo o texto, a ideia partiu da Embaixada brasileira. Como gesto de “boa vontade”, teria sugerido informalmente que o Brasil estaria disposto a mudar suas compras de trigo da Argentina para os Estados Unidos. Isso seria uma retribuição aos EUA, que comprava 60 por cento do café brasileiro, ao contrário da Argentina, cuja balança comercial era desfavorável ao Brasil. Segundo Pearson, a proposta só fora recusada pelo Departamento de Agricultura em virtude da negação de Cordell Hull, “inimigo mortal do ultramoderno comércio pela troca [compensado]” (*mortal enemy of newfangled trade by barter*). Por isso, “o trigo dos EUA não vai ao Rio” (*So the U.S. wheat will not move down to Rio*). Pela leitura da coluna, percebe-se uma derrota da diplomacia brasileira tanto pela recusa do acordo quanto pelo embaraço causado com a Argentina. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 23 Oct. 1938. (Tradução nossa).

⁷⁵⁴ BRANDÃO, Mário Pimentel. Carta a Getúlio Vargas. Confidencial. Washington, 06 dez. 1938. CPDOC. GV C 1938.12.06.

⁷⁵⁵ BRANDÃO, Mário Pimentel. Carta a Getúlio Vargas. Confidencial. Washington, 06 dez. 1938. CPDOC. GV C 1938.12.06.

O contato entre o embaixador brasileiro e Drew Pearson não foi nada amistoso. A coluna *Washington Merry-Go-Round*, publicada em 20 de janeiro de 1939, não deixa qualquer dúvida sobre o porquê da irritação de Mário de Pimentel Brandão com o colunista.

Diplomata Desinteressante

Um fracasso ao participar de um jantar na Casa Branca pode ser muito sério para um diplomata, como descobriu, recentemente, o embaixador brasileiro Pimentel. Foi a gota d' água para seu afastamento.

Embaixador Pimentel, um cavalheiro inepto e entediante em comparação com o predecessor Oswaldo Aranha, nunca foi popular em Washington, passando a maior parte de seu tempo numa alfaiataria em Albany, Nova Iorque, e visitando um amigo que tinha vindo da América do Sul para estar perto dele.

No outro dia, quando o presidente ofereceu seu jantar anual aos embaixadores e ministros, Pimentel esteve estranhamente ausente. Ele deu como desculpa o fato de estar fora da cidade. No dia do jantar na Casa Branca, no entanto, ele foi à legação da Suíça para obter um visto daquele país.

Comentou o ministro suíço Peter, observando ausência Pimentel no jantar naquela noite: "As relações entre Estados Unidos e Brasil devem ter esfriado". Elas não estavam frias, no entanto, o embaixador Pimentel tinha apenas sabido de sua iminente saída e decidiu partir a Europa. Isso garantiu o assunto. Ele agora será substituído por Carlos Martins Pereira de Souza, embaixador do Brasil na Bélgica.

Nota - Poucos embaixadores tiveram igual popularidade como a de Oswaldo Aranha, embaixador brasileiro de longa data aqui, que retornará em 9 de fevereiro em uma missão especial como Ministro das Relações Exteriores.⁷⁵⁶

Pelo conteúdo desagradável do artigo acima em que retrata o diplomata como displicente, inepto e impopular, o clima de cordialidade – um dos requisitos de um diplomata nos meios políticos – não mais existia. As graves acusações feitas a Mário de Pimentel Brandão só reforçam a fama de perigoso e também de "*predict man*" de

⁷⁵⁶ Do original: *Dull Diplomat. Failure to attend a White House dinner can be deadly serious for a diplomat, as discovered recently by Brazilian Ambassador Pimentel. It was the last straw in bringing about his recall. Ambassador Pimentel, a dull and ponderous gentleman compared with predecessor Oswaldo Aranha, never was popular in Washington. Spent most of his time over a tailor shop in Albany, N. Ye, visiting a friend who had come up from South America to be near him. The other day, when the President gave his annual dinner for Ambassadors and Ministers, Pimentel was strangely absent, He had given as his excuse that he was out of town. On the day of the White House dinner, however, he turned up at the Swiss legation to get a visa for Switzerland. Remarked Swiss Minister Peter, observing Pimentel's absence from the dinner that night. Relations between the United States and Brazil must be cool. They were not cool, however, Ambassador Pimentel had merely learned of his impending recall and decided to leave for Europe. This clinched the matter. He will now be replaced by Carlos Martin Pereira de Souza, Brazilian Ambassador to Belgium. Note -- Few ambassadors have ever equaled the popularity of Oswaldo Aranha, long Brazilian Ambassador here, who returns February 9 on a special mission as Foreign Minister.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 20 Jan. 1939. (Tradução nossa).

Drew Pearson.⁷⁵⁷ Portanto, as previsões de Mário de Pimentel Brandão se concretizaram. Os atritos com a imprensa – provocados ou não por Pearson – fizeram com que ele fosse exonerado do cargo, substituído pelo embaixador Carlos Martins, como a coluna havia adiantado.

Rosalina Coelho Lisboa também se incomodou com a influência de Drew Pearson na “alta-roda” brasileira. Ela enviou recorte do jornal *La Razon*, que noticiava o acordo de cessão das bases brasileiras aos EUA por 90 milhões de dólares, divulgado por Pearson e confirmado pelo adido militar, tenente-coronel Stenio Caio de Albuquerque Lima. Drew Pearson, na opinião de Rosalina, era “persona gratíssima do *State Departament*, [e a] tempos [fora] escolhido pela intriga política do governo dos EUA para ser ‘*contact-man*’ nas embaixadas e legações das Américas”.⁷⁵⁸

Sua queixa era de que informação como aquela, “deformada por Drew Pearson”, não deveria ter sido divulgada sem “colaboração de um representante oficial da propaganda brasileira, que conhece os ambientes, as pessoas as quais fala, o terreno em que vão cair as suas declarações”.⁷⁵⁹ Evidentemente, as preferências políticas de Rosalina Coelho Lisboa estavam muito distantes de Washington. O que ela talvez não soubesse era que esse tipo de comentário reforçava a importância de Pearson, pois, a despeito do sentimento “antiamericano” ou “pró-germânico” da queixosa, o objetivo de Oswaldo Aranha era estreitar continuamente os laços diplomáticos com o governo estadunidense, tendo Drew Pearson, “persona gratíssima do Departamento de Estado” e “*contact-man*” nas embaixadas, como peça-chave na consecução dessa meta.

Um dos momentos de maior prestígio de Drew Pearson ocorreu na época da Conferência Pan-Americana do Rio de Janeiro, em janeiro de 1942. Naquele

⁷⁵⁷ Nos releases da coluna, enviados pela empresa *United Feature Syndicate, Inc* era comum a expressão “*The Merry-Go-Round predicted*” seguida dos “furos” de reportagem. O release de abril de 1938 apontava o furo: “*News beats recently scored by The Merry-Go-Round include the prediction on March 4 that former Ambassador Aranha would become Foreign Minister of Brazil. His appointment was announced in Brazil on March 11*”. “Notícias recentemente confirmadas por *The Merry-Go-Round* incluem, em 4 de março, a previsão que o ex-embaixador Aranha se tornaria Ministro das Relações Exteriores do Brasil. Sua nomeação foi anunciada no Brasil em 11 de março”. UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 02 Apr. 1938. (Tradução nossa).

⁷⁵⁸ LISBOA, Rosalina Coelho. Carta a Getúlio Vargas. Buenos Aires, 17 jun. 1941. CPDOC. GV C 1941.06.17.

⁷⁵⁹ LISBOA, Rosalina Coelho. Carta a Getúlio Vargas. Buenos Aires, 17 jun. 1941. CPDOC. GV C 1941.06.17.

momento, o jornalista passou de espectador a protagonista, pelo menos, para parte da imprensa brasileira, conforme protesto de um jornal brasileiro: “o jornalista Drew Pearson causa inveja a reportagem nacional. No instante em que um dos nossos procurava em vão a moeda para o telefone, a fim de passar um ‘furo’. Ele se retirava, displicentemente, dentro de um 12 cilindros”.⁷⁶⁰

Drew Pearson, a bordo do possante automóvel de 12 cilindros, destacou-se em meio aos jornalistas nacionais e correspondentes estrangeiros. Seu prestígio refletiu-se na entrevista concedida ao jornal *Diário Carioca*⁷⁶¹ e seu retorno aos EUA a bordo do avião do primeiro escalão do governo dos EUA.⁷⁶²

4.2.1 O poder da tinta: a cobertura de *Washington Merry-Go-Round* sobre o Brasil

Não obstante o estudo de alguns textos de Drew Pearson e Bob Allen nesta tese, a razão de analisar os textos de *Washington Merry-Go-Round* neste tópico se baseia em dois aspectos: foi a coluna de maior circulação no mundo⁷⁶³ e, o principal, segundo nossa pesquisa, foi a que mais contribuiu à difusão da imagem positiva do Brasil nos EUA, seja nos círculos políticos da Capital Federal, seja ao público geral.

Não apenas isso, este estudo presume que *Washington Merry-Go-Round* serviu como instrumento de barganha política nos meios políticos dos EUA às causas brasileiras, por meio da veiculação de textos com assuntos de interesse ao governo brasileiro: *defesa, economia e liderança regional*, como será visto neste capítulo.

Para a consecução deste estudo, dos milhares de textos que compõem o acervo de *Washington Merry-Go-Round* disponíveis nos arquivos do acervo Drew Pearson, da *American University Library*, foram selecionadas 336 colunas publicadas de 1933 a 1945, em que o Brasil é citado, tanto de forma direta quanto indireta.

Desse material, elaboramos um gráfico.

⁷⁶⁰ Jornal *Diário de Notícias*. Rio de Janeiro, 24 jan. 1942. p. 3.

⁷⁶¹ Jornal *Diário Carioca*. Rio de Janeiro, 15 jan. 1942. p. 7.

⁷⁶² Jornal *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 31 jan. 1942. p. 2.

⁷⁶³ ANDERSON, Douglas. “A *Washington Merry-Go-Round*” of libel actions. Chicago: Nilsson Hall, 1980. p. 18.

Gráfico 2
Colunas *Washington Merry-Go-Round* em que o Brasil foi citado (por ano)

Fonte: Acervo Drew Pearson na Whashington University Library.

A análise dos números aponta para, indubitavelmente, maior interesse pelo Brasil nos anos do Estado Novo, sobretudo, até o marcante ano de 1942, quando foi decidido – oficialmente - a entrada do país na Segunda Guerra Mundial na “frente” estadunidense.⁷⁶⁴ Após esse ano, vê-se uma queda acentuada da presença do Brasil na coluna, o que pode ser explicado pela diminuição do interesse *ianque* pelo país, já que a guerra no Pacífico e na Europa eram preocupações centrais, assim como do afastamento do amigo de Drew Pearson, Oswaldo Aranha, da Chancelaria brasileira em 1944.

Apesar das menções ao Brasil não serem em grande volume, com base nessa breve análise quantitativa, o exame qualitativo revela mais do que cifras, pois demonstra como os textos de *Washington Merry-Go-Round* foram utilizados em momentos relevantes das negociações entre Brasil e Estados Unidos. Revela, ainda,

⁷⁶⁴ O governo brasileiro declara Estado de beligerância com Alemanha e Itália em 22 de agosto de 1942. Para comemorar a data, o prefeito de Nova Iorque, Fiorello H. La Guardia, proclamou o *Brazil Day*, em 29 de agosto de 1942, para celebrar a entrada do país na guerra. Revista *Brazil*. Sept. 1942. p. 8 e 9.

a “publicização” desses acordos diplomáticos e do papel da imprensa nessas negociações.

As colunas do ano de 1933, 1934 e praticamente todo o ano de 1935 não discorrem especificamente sobre o Brasil, mas sim em contextos em que o país foi inserido, como as negociações para a resolução da Guerra do Chaco, questões financeiras, sobretudo ao comércio do algodão e manganês, cuja adoção de algumas medidas para beneficiar a importação destes produtos brasileiros aos EUA, de acordo com congressistas dali, prejudicaria as economias de regiões produtoras nos EUA.

Outro assunto recorrente da coluna versava sobre peculiaridades de embaixadores que serviram no Brasil, como Edwin V. Morgan, que esteve por 21 anos representando os EUA na Capital brasileira (1912–1933) e Hugh Gibson, com quatro anos de serviços diplomáticos no país (1933-1937).

Desde 1936 até o crucial ano de 1942, os textos da coluna conferem informações mais relevantes sobre o Brasil, aproximando o país do círculo político de Washington, seja por meio de elogiosas menções à atuação do corpo diplomático brasileiro, em especial a Oswaldo Aranha, seja pela disputa com a Argentina pela preferência estadunidense, seja pela barganha entre Alemanha e EUA pelo apoio brasileiro.

Os textos de *Washington Merry-Go-Round* sobre o Brasil, desde 1943, tornaram-se mais rareados e também menos significativos no que concerne à atividade de propaganda. Aparentemente, os interesses de Brasil e EUA se encontraram, o primeiro, enfim, conseguiu o reconhecimento, por parte dos estadunidenses, da liderança regional, ao “derrotar” a Argentina, e o segundo garantiria seu projeto de hegemonia continental na frente contra Hitler.

O ano de 1944, por exemplo, foi basicamente noticiado sobre as relações entre Argentina e EUA na América Latina no pós-guerra, bem como da demissão de Summer Welles e Oswaldo Aranha. O ano seguinte – 1945 – se assemelhou aos primeiros tempos da coluna, em que pesa sobre o Brasil apenas assuntos triviais, a exemplo das famosas “camisas cor-de-rosa” do Embaixador Carlos Martins e comentários sobre a atuação do Embaixador dos EUA no Brasil, Adolf Berle.

A seguir, este estudo se debruça na análise dos principais assuntos de *Washington Merry-Go-Round*, principalmente no “círculo virtuoso” da coluna para o Brasil, de 1936 a 1942.

4.2.1.1 Elogios a Oswaldo Aranha

O espaço concedido por Drew Pearson ao Brasil foi muitas vezes utilizado para elogios a diplomatas, sobretudo ao seu amigo Oswaldo Aranha, não o poupando de bons predicados em seus textos.⁷⁶⁵ Tais menções demonstram que a atividade de Drew Pearson consistia não apenas na propaganda do Brasil, mas também na promoção de Oswaldo Aranha no meio político estadunidense e brasileiro, tendo em vista que trechos de *Washington Merry-Go-Round* eram reproduzidos na imprensa brasileira, via agências internacionais de notícias.

Logo no início da gestão de Aranha na Embaixada brasileira, em 1934, aparecem elogios a sua condução no cargo: “embaixador Aranha, ex-líder da revolução que colocou Vargas no poder, está agressivamente revolucionando as relações entre Estados Unidos e Brasil – sonolentas e estéreis na época de seu predecessor”⁷⁶⁶ – asseverou o colunista.

As menções elogiosas a Oswaldo Aranha chegaram ao ponto da divulgação de uma possível candidatura presidencial do então embaixador em 1936.⁷⁶⁷ No ano seguinte, os predicados do “embaixador presidenciável” foram enaltecidos: “Se a roda política sul-americana girar na direção que se encaminha nesse momento, o Brasil terá um excelente presidente e os Estados Unidos perderão um esplêndido diplomata, um dos mais queridos desta capital”.⁷⁶⁸

⁷⁶⁵ Localizamos incontáveis elogios a Oswaldo Aranha na coluna de Pearson, a exemplo da lista dos embaixadores mais hábeis nos EUA; amável embaixador; diplomata marcante, “o mais carismático” etc.

⁷⁶⁶ Do original: *Ambassador Aranha, one time leader of the revolution which put President Vargas in power, is bent upon revolutionizing relations between the United States and Brazil –somnolent and sterile under his predecessor.* UNITED FEATURE SYNDICATE. *Washington Merry-Go-Round*, release. Nova Iorque, 02 oct. 1934. p. 3. (Tradução nossa).

⁷⁶⁷ Do original: *Friends of Brazil’s ambassador to U.S., Oswaldo Aranha, forecast that he will be Brazil next President. Now in Buenos Aires, Aranha will return to Washington in time for inauguration of President Roosevelt.* Amigos do embaixador do Brasil nos EUA Oswaldo Aranha, preveem que será o próximo presidente do Brasil. Agora, em Buenos Aires, Aranha voltará a Washington a tempo de posse do presidente Roosevelt. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 30 Nov. 1936. (Tradução nossa).

⁷⁶⁸ Do original: *If the South American wheel of politics spins in the direction it is now headed, Brazil will get an outstanding president, and the United States will lose a superb diplomat and one of the best loved envoys to this capital city. The gentleman in question is Oswaldo Aranha.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 27 Mar. 1937. (Tradução nossa).

Mesmo a “roda política” não tendo girado no sentido desejado pelo articulista, Oswaldo Aranha não deixava de manter prestígio nos textos de Drew Pearson, tendo sido agraciado, por duas vezes, pela coluna com “a grande ordem do anel de bronze”, um prêmio concedido por *Washington Merry-Go-Round* às figuras de destaque no cenário político dos EUA. A primeira ocorreu em 1937, como “diplomata do ano” por ter renunciado “Seu posto como embaixador do Brasil nos EUA, quando ele poderia ter continuado indefinidamente, retornou ao seu país para enfrentar prisão ou [algo] pior, a fim de lutar contra fascismo e trabalhar para dar uma maior liberdade política ao povo brasileiro”.⁷⁶⁹

Para *Washington Merry-Go-Round*, Oswaldo Aranha era merecedor do prêmio pelo fato de reunir inúmeras virtudes. A imagem de um pródigo líder brasileiro nos EUA começava a ser formada, perfazendo um misto de exuberantes qualidades: bravura – “um ex-gaúcho com marcas de chumbo no ombro”; liderança – “liderou cinco revoluções que ajudaram a colocar presidente Vargas no poder no Rio de Janeiro”;⁷⁷⁰ inteligência – “um ‘cirurgião’ político, [...] ele também é um dos mais sagazes estudantes da natureza humana que Washington conheceu”;⁷⁷¹ diplomacia – “o decisivo ministro das Relações Exteriores do Brasil”; simpatia – “embaixador mais amável de Washington”; e fidelidade ao projeto estadunidense – “o melhor amigo dos Estados Unidos”.

O segundo prêmio ocorreu dois anos depois, em 1939. Drew Pearson explicou que o motivo da concessão do “anel de bronze” a Oswaldo Aranha decorreu da “amizade marcante” para com os EUA, fato importante, pois, já que a despeito da política de boa vizinhança, a imagem estadunidense ao sul do Rio Grande não era tão

⁷⁶⁹ Do original: *The Washington Diplomat of the Year -- Oswaldo Aranha. Because he resigned his post as Ambassador of Brazil to U.S. when he could have continued indefinitely, returned to his country to face imprisonment or worse in order to fight fascism and work for greater political freedom for the Brazilian people.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 01 Jan. 1938. (Tradução nossa).

⁷⁷⁰ Do original: *Note – ambassador Aranha led five revolutions, succeeded in putting President Vargas in Rio de Janeiro, has two pieces of lead in His side and shoulder.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 02 Dec. 1935. (Tradução nossa).

⁷⁷¹ Do original: *Aranha may be a political surgeon, but he is also one of most sagacious students of human nature Washington has known.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 11 Feb. 1939. (Tradução nossa).

popular como se imaginava,⁷⁷² em contraposição, a amizade de Oswaldo Aranha com os Estados Unidos transparecia na luta constante contra a influência nazista no Brasil, fazendo dele – segundo o jornalista – elemento crucial na política contra a Alemanha:

A maior luta que Aranha tem feito é manter fora do Brasil a influência nazista, e com seu retorno aos EUA, um segredo do Departamento de Estado pode ser revelado, ou seja, que Aranha tinha muito a ver com a retirada do embaixador alemão em Washington. Na verdade, Aranha desempenhou um papel maior do que qualquer outra pessoa.⁷⁷³

Drew Pearson contextualiza a revelação. O pano de fundo teria ocorrido no verão de 1938, época da tentativa do *putsch* integralista. A descoberta de que os 500 mil dólares utilizados pelos “nazistas brasileiros” para derrubada do governo Vargas teriam vindo do *Deutsches Amerikanisches Bank* no Rio de Janeiro. Imediatamente, o diretor e dois assistentes do Banco foram presos. O embaixador alemão no Brasil, Karl Ritter, protestou solicitando a libertação dos compatriotas, o que foi negado por Aranha por se tratar de lei brasileira e “não a nazista”.

Karl Ritter, segundo o colunista, tornou-se tão abusivo que Aranha quase perdeu sua pose diplomática.⁷⁷⁴ O embaixador alemão foi à Alemanha para uma reunião do Partido Nazista e não retornou mais ao Brasil a pedido do governo brasileiro. Para Pearson,

Por trás dessa ação drástica foi a descoberta pelo governo brasileiro de tentativas revolucionárias nazistas nas províncias do sul de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A elas, Aranha atribuiu diretamente a embaixada alemã em Washington. Todas as evidências apontam para o embaixador Hans Dieckhoff como o *arch-plotter* da revolta no Brasil.⁷⁷⁵

⁷⁷² Do original: *It also gets down to the fact that the United States, despite the "good neighbor" policy is not all popular south of rio Grande.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 11 Feb. 1939. (Tradução nossa).

⁷⁷³ Do original: *Greatest fight Aranha has made is to keep Nazi influence out of Brazil, and with his return to the USA, a State Department secret can be revealed, namely that Aranha had a lot to do with the recall of the German ambassador from Washington. In fact, Aranha played a larger part in the than almost anyone else.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 11 Feb. 1939. (Tradução nossa).

⁷⁷⁴ Fato mencionado por Stanley Hilton. Cf. HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha: uma biografia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 276.

⁷⁷⁵ Do original: *Behind this drastic action was further discovery by the Brazilian government of Nazi revolutionary attempts in the southern provinces of SC and RS. These Aranha traced directly to the German embassy in Washington. All the evidence pointed to Ambassador Hans Dieckhoff as the arch-*

O jornalista informa que Oswaldo Aranha fora protagonista de um cisma diplomático entre Alemanha e Estados Unidos por ter denunciado a participação germânica no golpe integralista ao Departamento de Estado⁷⁷⁶ na mesma época em que os nazistas iniciaram perseguições aos judeus.⁷⁷⁷ Segundo a coluna, o Presidente Roosevelt e o subsecretário Welles entenderam que a melhor forma para afastar o embaixador alemão seria na retirada do representante diplomático dos EUA em Berlim. Assim, a Alemanha, pelo critério da reciprocidade diplomática, deveria fazer o mesmo, afastado dos EUA seu embaixador.

Por isso, de acordo com Pearson, o embaixador alemão, Hans Dieckhoff, foi afastado dos Estados Unidos, tanto pela perseguição aos judeus quanto pela questão levantada por Oswaldo Aranha. Mesmo carecendo de fontes para confirmar tal versão, a história foi divulgada em vários jornais dos EUA, por meio da coluna *Washington Merry-Go-Round*.

Acerca da Conferência mais relevante aos rumos da Segunda Guerra Mundial, realizada no Rio de Janeiro, em 1942, Drew Pearson atribui a duas

plotter of revolt in Brazil. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 11 Feb. 1939. (Tradução nossa)

⁷⁷⁶ Ao analisarmos a documentação diplomática estadunidense, localizamos os seguintes documentos que indicam a afirmação de Pearson no tocante à participação alemã no golpe integralista de 1938: Telegrama do *chargé* (encarregado) Gilbert na Alemanha ao Secretário de Estado Hull, informando que a imprensa alemã alegava existir uma campanha antigermânica no Brasil e que isso reverberou nas acusações por parte da imprensa brasileira do envolvimento nazista no golpe integralista. Berlim, 17 Aug. 1938. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign Relations*, 1938. Vol 5. p. 415. (Tradução nossa).

Summer Welles informa ao embaixador dos EUA no Brasil do interesse, tanto do governo quanto da opinião pública estadunidense, sobre os decretos do presidente Vargas e da razão da campanha da imprensa berlinense em saber o que as autoridades brasileiras apuraram acerca da participação estrangeira no atentado a Vargas. Ele solicita ainda ao embaixador que Oswaldo Aranha o informe confidencialmente sobre as investigações brasileiras acerca do ocorrido. Telegrama do subsecretário de Estado ao embaixador Caffery. Washington, 19 May 1938. *Foreign Relations*, 1938. Vol 5. p. 416. (Tradução nossa).

Há ainda um telegrama do encarregado (R.M. Scotten) no Brasil ao Secretário de Estado, informando sobre uma carta de um alemão ao Ministro das Relações Exteriores da Alemanha - interceptada pelo governo brasileiro - inferindo a participação germânica numa conspiração (*plot*) no Brasil. Telegrama do encarregado Scotten ao Secretário de Estado dos EUA, Rio de Janeiro, 04 Nov. 1938. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign Relations*, 1938. Vol 5. p. 418-420. (Tradução nossa).

⁷⁷⁷ Após consulta na documentação diplomática dos EUA sobre Alemanha e Brasil no período, não localizamos nas correspondências diplomáticas qualquer menção ao caso citado por Drew Pearson. Além disso, não foi encontrada nenhuma evidência na biografia de Oswaldo Aranha, escrita por Stanley Hilton. Segundo a historiografia, a saída do embaixador Hans Dieckhoff decorreu das reações da opinião pública estadunidense a uma série de ataques aos judeus, episódio conhecido por *Kristallnacht* (*noite dos cristais ou noite dos vidros quebrados*), ocorrido na Alemanha, em 9 e 10 de novembro de 1938. Cf: ZENTNER, Christian & Friedemann, BEDÜFTING (orgs). *The Encyclopedia of the Third Reich*. Vol. 1. Nova Iorque: Macmillan Publishing Company, 1991. p. 515-516.

personalidades o êxito do evento: ao subsecretário Summer Welles, “um *homem* de fala direta que tem defendido (*lived with and bled for*) os latino-americanos desde que saiu da faculdade” e ao “anfitrião nesta conferência, o ministro do Exterior Aranha do Brasil, mistura de tenacidade, charme e graciosidade”.⁷⁷⁸ Assim ele narrou os momentos finais da Conferência:

Rio de Janeiro - Eram duas horas da manhã. A Conferência Pan-Americana foi liquidada em seu último dia difícil. [...] A luz do luar sobre as palmeiras do lado de fora. Cisnes brancos deslizando no antigo espelho d'água do Ministério das Relações Exteriores, mas os diplomatas Pan-americanos, exaustos, nem reparavam a lua, cisnes ou palmeiras, enquanto esperavam que os tradutores trabalhassem na tradução do Tratado equatoriano-peruano - em Espanhol, Inglês e Português.

Apenas um homem ainda exalava vivacidade, era o Ministro das Relações Exteriores do Brasil, o incansável Oswaldo Aranha. Enquanto esperava, ele expôs aos seus colegas sobre os males de Hitler.

Hitler, disse Aranha, "iniciou duas coisas sobre as quais ele vai se arrepender. Uma delas é sua perseguição aos judeus. Isso voltará a assombrar a Alemanha por anos".

"A outra é forçando os Estados Unidos a se tornar uma grande nação militar. Antes de Hitler, os Estados Unidos foi uma das nações menos militaristas do mundo. E não queria se armar. Mas agora que ele está armado, o seu povo não vai permitir que ele seja pego cochilando novamente. Então ele vai sofrer todos os males do militarismo".

"Mas, Dr. Aranha", interrompeu Sumner Welles com um brilho em seus olhos, "o Brasil vai sofrer com os mesmos males, por tudo que nós temos oferecido na forma de suprimentos militares o Brasil terá também. Pretendemos enviar ao Brasil tanques, aviões e artilharia para fazer [deste país] a nação mais forte na América do Sul".⁷⁷⁹

⁷⁷⁸ Do original: *The man who will have a great deal of responsibility for the success of this conference is Undersecretary Summer Welles, a straight talking hombre who has lived with and bled for Latin Americans ever since he was out of college. But; even more responsible is the man who is host at this conference, Foreign Minister Aranha of Brazil, a mixture of toughness, charm, and graciousness [...]* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 14 Jan. 1942. (Tradução nossa).

⁷⁷⁹ Do original: *Rio de Janeiro - It was two o'clock in the morning. The Pan-American Conference was winding up its last tough day. [...]. Moonlight played on the palm trees outside. White swans glided in the ancient reflecting pool of the Foreign Office, But Pan- American diplomats, dog-tired, cared naught about moon, swans or palm trees, as they waited for the translators to whip the Peruvian- Ecuadorian treaty into Spanish, English and Portuguese Only man still exuding vivaciousness was Brazil's indefatigable Foreign Minister Oswaldo Aranha. While waiting, he expounded to his colleagues on the evils of Hitler. Hitler, said Aranha, "has started two things which he will live to regret. One is his persecution of the Jews. That will come back to haunt Germany for years. "The other is forcing the United States to become a great military nation. Before Hitler, the United States was one of the least militaristic countries in the world. It did not want to arm. But now that it is armed, its people will not permit it to be caught napping again. So it will suffer all the evils of militarism." "But, Dr. Aranha," interrupted Sumner Welles with a twinkle in his eye, "Brazil will suffer from the same evils; for all that we have in the way of military supplies Brazil will have also. We intend to send you tanks, airplanes, artillery until we have made you the strongest nation in South America."* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 05 Feb. 1942. (Tradução nossa).

A realização da Conferência não pode ser analisada apenas como um “momento temporal que marcou o fim da neutralidade brasileira”, mas também como uma peça importante na realização dos objetivos brasileiros de “projeção mundial de nação, como aliado preferencial da superpotência ocidental”.⁷⁸⁰ Assim, o conteúdo do texto confere vitória aos projetos de dois protagonistas no teatro de guerra mundial: o engajamento dos EUA liderando a frente continental americana na entrada na Segunda Guerra Mundial contra o Eixo, representada pela figura de Summer Welles; a vitória das causas brasileiras por meio das previsões e discursos de Oswaldo Aranha, reforçadas pelas declarações do subsecretário de Estado, pois o Brasil sagrava-se, definitivamente, como “a nação mais forte na América do Sul”, o principal aliado dos EUA no Continente, desbaratando pretensões argentinas.

Assim, a vitória de Oswaldo Aranha na Conferência de 1942 o consagrou como um dos brasileiros mais prestigiados nos Estados Unidos, provavelmente, mais até que o próprio presidente Vargas,⁷⁸¹ como se percebe na homenagem do Metrô de Nova Iorque ao ex-embaixador brasileiro:

Figura 11. Imagem do cartaz fixado nos vagões do metrô de Nova Iorque. Fonte: revista *Brazil*. Jul. 1942. p. 11.

⁷⁸⁰ ARGUELES, Delmo de Oliveira. A conferência dos chanceleres americanos de 1942 e o envolvimento brasileiro na segunda guerra mundial. In: TEIXEIRA DA SILVA, Francisco Carlos; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (orgs) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010. p. 115.

⁷⁸¹ Oswaldo Aranha foi capa da revista *Time* em 19 de janeiro de 1942, já o presidente Vargas foi retratado na capa de *Time* sete meses depois, na edição de 12 de agosto de 1942.

O metrô de Nova Iorque criou uma campanha de pôsteres nos vagões dos trens sobre “vidas privadas”, pequenas curiosidades de figuras públicas importantes nos Estados Unidos. Um dos escolhidos, no espírito da “boa vizinhança”, como a imagem acima atesta, foi o “Cavalheiro do Brasil” Oswaldo Aranha, “um dos mais próximos amigos dos Estados Unidos em toda a América do Sul”.⁷⁸² O cartaz, em formato de história em quadrinhos, teve seu texto retirado de colunas de Drew Pearson:

Cavalheiro do Brasil.
Um dos melhores amigos do “Tio Sam” o brilhante ministro das Relações Exteriores do Brasil – uma vez foi gaúcho.
Ele fala Inglês fluentemente, antes quando ele veio como embaixador, em 1934, ele só dizia [em Inglês] “Washington” e “Wonderful”.
Por causa de seu nome significar “aranha” - aranhas azuis, em vez de monogramas, são bordadas em todas as suas camisas.⁷⁸³

Não foram localizados registros do impacto dessa campanha na imprensa brasileira, contudo, nos EUA, certamente foi um sucesso, tendo em vista que, por mais singelo que fosse a exposição de cartazes nos vagões do metrô, sua visibilidade beirava a casa dos milhões. Além disso, o fato de não retratar o Presidente da República, mas sim, seu ministro, é, no mínimo, uma afronta à imagem de Getúlio Vargas nos Estados Unidos e pode ter causado mal-estar na cúpula governamental.

4.2.1.2 Previsões ou prevenções? A propaganda brasileira nos textos de *Washington Merry-Go-Round*.

A análise da coluna de *Washington Merry-Go-Round* atentou para uma peculiaridade importante: a maior parte dos textos se caracteriza pelo conteúdo

⁷⁸² Do original: “oddities of New York”, “Interior decoration”, “Private Lives” and a number of others of like character. [...] His excellence, Oswaldo Aranha is one of closest friends of the United States in all of South America. *Revista Brazil*. July 1942. p. 11.

⁷⁸³ Do original: Gentleman from Brazil. One of Uncle Sam’s best friends - Brazil’s brilliant foreign minister Oswaldo Aranha - was once a gaucho. He speaks fluent English - yet when he came as ambassador in ’34, he could only say “Washington” and “Wonderful”. Because his name means spider - blue spiders instead of monograms are embroidered on all his shirts. *Revista Brazil*. July 1942. p. 11. (Tradução nossa).

informativo ou elogioso a figuras do meio político, no entanto, alguns desses textos se destacam pelo teor presciente e de “revelação” jornalística,⁷⁸⁴ sobretudo na área de política externa.

No tocante à cobertura de política externa, o jornalista Herman Klurfled define a relação entre jornalistas e diplomatas:

Há outras complicações nesta área sensível. Diplomatas falam, muitas vezes, em termos de guerra psicológica. Então, novamente, eles vão tentar comunicar uma mensagem indiretamente para outros países por meio de canais de imprensa. Há momentos em que diplomatas irão revelar (“vazar”) histórias aos jornalistas, em um esforço para influenciar a Casa Branca ou agências governamentais.⁷⁸⁵

De acordo com Klurfled, uma revelação confidenciada por um diplomata poderia realmente ser uma notícia ou apenas um blefe como arma de propaganda. A leitura dessas fontes indica que as “previsões” e “revelações” de Drew Pearson, obtidas, muitas vezes, via depoimentos de “fontes diplomáticas”, foram publicadas com sutil objetivo de pressionar os políticos estadunidenses ou movimentar a cúpula política dos Estados Unidos. Serviam, por conseguinte, de algum modo, como uma forma de pressão dos interesses do Itamaraty – principalmente durante a gestão Oswaldo Aranha – ao governo dos EUA, em determinadas circunstâncias, sob o tripé: *liderança regional, defesa e desenvolvimento econômico*.

Sobre o primeiro aspecto, *liderança regional*, o elemento importante da disputa política decorreu da rivalidade com a Argentina pela liderança sul-americana, como foi visto ao longo desta Tese. Em várias colunas, essa situação foi posta; inicialmente, com severas críticas à posição estadunidense no cortejo a Argentina.

A Conferência de Buenos Aires, realizada em 1936, foi interpretada por Drew Pearson como uma “vitória parcial” argentina por Buenos Aires ter sido agraciada

⁷⁸⁴ A crescente colaboração entre Franklin Roosevelt e a imprensa permitiu a Drew Pearson ser protagonista da história por meio da divulgação de uma série de notícias exclusivas. KLURFELD, Herman. *Behind the lines. The world of Drew Pearson*. Prentice-Hall: New Jersey, 1968. p. 50.

⁷⁸⁵ Do original: *There are other complications in this sensitive area. Diplomats often speak in terms of psychological warfare. Then again, they will attempt to communicate a message indirectly to other nations though press channels. And there are times when diplomats will leak stories to journalists in an effort to influence the White House or government agencies*. KLURFELD, Herman. *Ibid.* p. 65-66. (Tradução nossa).

como sede do evento, em detrimento do Rio de Janeiro.⁷⁸⁶ O revide brasileiro, no entanto, ocorreu no fato de o presidente Roosevelt ter estado tanto tempo no Rio de Janeiro quanto em Buenos Aires, seu destino final. O itinerário, obtido com “exclusividade” pelo colunista teria sido cuidadosamente planejado pela diplomacia brasileira e estadunidense.⁷⁸⁷

Em dezembro de 1938, a coluna revelou um suposto protesto secreto de Oswaldo Aranha ao Departamento de Estado. O trecho, intitulado *Argentina vs USA*, expõe o contexto da crítica de Pearson

A oposição argentina aos planos de defesa norte-americana, que praticamente dividiu a abertura da Conferência Pan-Americana em Lima, revelou pela primeira vez, um argumento diplomático secreto em Washington durante seis anos. [...] É o galantear norte-americano pela Argentina em detrimento da sua amizade com o Brasil.⁷⁸⁸

Para Drew Pearson – agindo como uma espécie de *porta-voz* da chancelaria brasileira – a aposta estadunidense pela Argentina seria um erro estratégico, pois, como protestou secretamente Oswaldo Aranha ao subsecretário de Estado Welles: "O Brasil tem sido fiel durante um século e ainda assim você vai assumir um novo e

⁷⁸⁶ Do original: *Examine the details of the President's route, and note the fact that he is spending as much time in Rio de Janeiro as in Buenos Aires, his ultimate destination This was carefully planned. Brazilians have been none too keen about the Pan-American Conference since Roosevelt suggested it be held in the capital of their chief rival, Argentina. They were definitely miffed – especially because the State Department didn't even tell them in advance that Buenos Aires was to be the chosen city.* "Os brasileiros não têm tido nenhum entusiasmo com a Conferência Pan-americana desde que Roosevelt sugeriu que fosse mantida na capital de seu rival, Argentina. Eles ficaram irritados com o Departamento de Estado que não havia contado sobre as investidas argentinas para ser a cidade escolhida". PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 17 Nov. 1936. (Tradução nossa).

⁷⁸⁷ Do original. *The man who got Roosevelt to equalize his Buenos Aires and Rio de Janeiro visits is astute Oswaldo Aranha, Ambassador of Brazil. An ex-cowboy, the man who led the revolution putting President Vargas in power, Aranha in two brief years has come to be one of the outstanding diplomats in Washington. He is flying to Rio to be there in time to welcome Roosevelt.* "O homem responsável pela equalização da visita de Roosevelt entre Rio de Janeiro e Buenos Aires foi o 'astuto' Oswaldo Aranha, embaixador do Brasil. 'Um ex-caubói', o homem que liderou o golpe revolucionário, Aranha em dois anos está sendo um dos marcantes diplomatas em Washington. Ele está voando ao Rio para dar as boas-vindas a Roosevelt". PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 17 Nov. 1936. (Tradução nossa).

⁷⁸⁸ Do original: *Argentine opposition to American defense plans, which nearly split wide open the Pan-American conference at Lima, disclosed for the first time a secret diplomatic argument on in Washington for six years. [...] It is the courtship of Argentina by the U.S at the expense of her friendship with Brazil.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 28 Dec. 1938. (Tradução nossa).

volúvel amante”. A coluna citou cinco ocasiões de protesto brasileiro sobre o relacionamento dos EUA para com Argentina em detrimento do Brasil.

Uma vez foi quando os Estados Unidos enviaram assessores de aviação para treinar o corpo aéreo argentino. Outra foi quando assessores navais dos EUA foram enviados à Argentina. Outra foi quando Roosevelt sugeriu a capital argentina, Buenos Aires, como o local da conferência de 1936, em vez do Rio de Janeiro. A última foi quando o Departamento de Estado abandonou um plano para emprestar *destroyers* antigos dos Estados Unidos para países pan-americanos, em grande parte [ilegível] por causa da oposição argentina. Brasil tinha originado o plano, estava ansioso para obter os *destroyers*, mas Argentina se opôs. Agora, o Brasil está comprando-os, em parte, da Inglaterra e da Itália.⁷⁸⁹

O resultado de tal protesto, desde aquele momento, *não* mais secreto, apareceu pouco tempo depois. De acordo com a correspondência da agência *United Feature Syndicate*, duas semanas após a publicação da matéria, o Departamento de Estado anunciou o convite do presidente Roosevelt a Oswaldo Aranha para visitar os Estados Unidos a fim de discutir problemas mútuos.⁷⁹⁰

Esse convite consistiu na chamada “Missão Aranha”, nome dado à visita do Ministro das Relações Exteriores a Washington para tratar de conversações sobre

⁷⁸⁹ Do original: *Five times Aranha protested State Department moves to woo Argentina. One was when the United States sent aviation advisers to train the Argentine air corps. Another was when U.S. naval advisers were sent to Argentina. Another was when Roosevelt suggested the Argentine capital, Buenos Aires, as the site of the conference of 1936 rather than Rio de Janeiro. This has been protested vigorously by Oswaldo Aranha. [...] "Brazil has been faithful for a century", Aranha once told undersecretary of state Welles, "and yet you take up a new and fickle mistress." The last was when the State Department abandoned a plan to lend old U.S. destroyers to Pan-American nations, largely [ilegível] because of Argentine opposition. Brazil had originated the plan, was anxious to get the destroyers, but Argentina opposed. Now Brazil is buying them in part from England and Italy.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 28 Dec. 1938. (Tradução nossa).

⁷⁹⁰ Do original: *On January 14-just two weeks later, the State Department announced that President Roosevelt had invited Foreign Minister Aranha to visit the United States to discuss mutual problems.* UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 27 Jan. 1939.

Em 7 de janeiro de 1939 foi enviado telegrama do Presidente Roosevelt ao Presidente Vargas convidando o Ministro Oswaldo Aranha aos EUA para debater assuntos de interesse mútuo. Ver a coletânea: “*Arrangements for a general program of economic cooperation between the United States and Brazil*”. Telegramas: *The Acting Secretary of State to the Chargé in Brazil* (Scotten). 09 Jan. 1939 e 16 Jan. 1939; *The Chargé in Brazil to Secretary of State*, 17 Jan. 1939. O conteúdo dos telegramas dos dias 09 e 13 foi divulgado no dia 21 de janeiro, ou seja, após a data da publicação da notícia em *Washington Merry-Go-Round*. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign relations of the United States diplomatic papers*, 1939. The American Republics, Volume V: U.S. Government Printing Office, 1939. p. 348-351. <<http://digital.library.wisc.edu/1711.dl/FRUS.FRUS1939v05>>

diversos aspectos da relação Brasil-EUA.⁷⁹¹ *Washington Merry-Go-Round* assevera que:

A chegada de Oswaldo Aranha, Ministro das Relações Exteriores do Brasil, nos Estados Unidos esta semana, tem mais importância do que a visita de qualquer outro potentado estrangeiro em anos, a não ser a iminente peregrinação do Rei e Rainha da Grã-Bretanha.

Aranha atuou por quatro anos como embaixador do Brasil em Washington e foi um dos embaixadores mais populares desde os tempos [do famoso embaixador e escritor Jean Jules] Jusserand, da França.

Mas não é por isso que a sua visita é significativa. Nem são conversações sobre comércio, câmbio ou crédito o motivo de sua visita. Estes assuntos serão discutidos, mas a verdadeira razão é muito mais profunda. Remonta ao recente despertar do Departamento de Estado a alarmante extensão da influência Nazifascista que tem penetrado na América do Sul.⁷⁹²

Pelo tom da coluna, a visita do “popular” Oswaldo Aranha foi considerada um dos maiores acontecimentos no que tange à política externa dos Estados Unidos. Os resultados da missão Aranha eram cruciais às relações entre os “irmãos do Norte e do Sul”.⁷⁹³ Da parte estadunidense, representava a retomada da política da “boa vizinhança” na hegemonia continental e controle do ímpeto nacionalista dos países, para que o exemplo mexicano – expressado pela nacionalização das empresas

⁷⁹¹ MOURA, Gérson. *Autonomia na dependência: a política externa brasileira de 1935 a 1942*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1980. p. 114-132.

⁷⁹² Do original: *The arrival of Oswaldo Aranha, Foreign Minister of Brazil, in the United States this week, has more significance than the visit of any other foreign potentate in years unless it be the forthcoming pilgrimage of the King and Queen of Great Britain. Aranha served for four years as Brazilian Ambassador in Washington and was one of the most popular envoys since the days of Jusserand of France. But that is not why his visit is significant. Nor are conversations regarding trade, foreign exchange, or credits the reason for his visit. These will be discussed; but the real reason goes far deeper, it goes back to the State Department's recent awakening to the alarming extent to which Nazi-Fascist influence has penetrated in South America.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 11 Feb. 1939. (Tradução nossa).

⁷⁹³ A documentação estadunidense apresenta extensa pauta de negociações bilaterais. Telegrama do ministro das Relações Exteriores do Brasil (Aranha) ao Secretário de Estado (tradução). Rio de Janeiro, 08 Mar. 1939; Telegrama do Secretário de Estado ao ministro das Relações Exteriores do Brasil (Aranha). Washington, 09 Mar. 1939. Memorando do Chefe assistente da Divisão das Repúblicas Americanas. (Ellis O. Briggs). Washington, 21 Feb. 1939. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. *Foreign relations of the United States diplomatic papers, 1939*. The American Republics, Volume V: U.S. Government Printing Office, 1939. p. 348-356.

ianques – não se espalhasse pela América Latina,⁷⁹⁴ além da retomada das negociações para o pagamento dos juros da dívida externa brasileira.⁷⁹⁵

Da parte brasileira, seria um momento de mostrar aos Estados Unidos a necessidade de modificar a forma de comércio exterior baseada num “liberalismo clássico”, haja vista o sucesso do comércio compensado entre Brasil e Alemanha, utilizado como “barganha” por Oswaldo Aranha na negociação com os EUA,⁷⁹⁶ além de angariar recursos para estabilização monetária, construção da siderúrgica e reequipamento das forças armadas contra uma possível ofensiva totalitária.⁷⁹⁷ Mesmo que os resultados não tivessem sido excepcionais na visão brasileira,⁷⁹⁸ a missão foi um “divisor de águas” na reação ianque à investida alemã, pois apresentou o “primeiro ponto de inflexão na quebra da equidistância pragmática até então sustentada pelo governo brasileiro”⁷⁹⁹ e permitiu a Vargas projetar uma possibilidade de alavancar o desenvolvimento por meio do capital estadunidense.⁸⁰⁰

Apenas em 1942, os objetivos da gestão Oswaldo Aranha estavam próximos de ser cumpridos. *Washington Merry-Go-Round* exprimiu a ambição do governo do Brasil de ser reconhecido como aliado preferencial dos estadunidenses:

Argentina versus Brasil

Assim, vividamente, foi ilustrada a coisa mais importante que se desenvolveu nos bastidores [na Conferência] do Rio de Janeiro - a determinação dos Estados Unidos em ajudar aqueles que o ajudaram. E porque o Brasil lutou a cada minuto para a política americana no Rio. Outro resultado importante da

⁷⁹⁴ MOURA, Gérson. *Autonomia na dependência: a política externa brasileira de 1935 a 1942*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1980. p. 114.

⁷⁹⁵ SEITENFUS, Ricardo. *O Brasil vai à guerra: o processo do envolvimento brasileiro na segunda guerra mundial*. 3ª ed. Barueri: Manone, 2003. p. 157.

⁷⁹⁶ MOURA, Gérson. *Autonomia na dependência: a política externa brasileira de 1935 a 1942*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1980. p. 122.

⁷⁹⁷ Esse foi o principal discurso de *Washington Merry-Go-Round* nos dias em que Oswaldo Aranha esteve nos EUA. Ver colunas: 11, 17, 23 e 27 Feb. 1939; 02 e 05 Mar. 1939.

⁷⁹⁸ Do original: *He referred to the tremendous opposition that developed here against His signing the promise at Washington to resume payments on July 1. [...] Finally he referred again to the poor reception the Washington agreements had received here*. Telegrama do embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 30 Jun. 1939. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE *Foreign Relations*. 1939. Vol. 5. p. 361-362.

⁷⁹⁹ MOURA, Gérson. *Autonomia na dependência: a política externa brasileira de 1935 a 1942*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1980. p. 132.

⁸⁰⁰ CORSI, Francisco Luiz. O projeto de desenvolvimento de Vargas, a missão Oswaldo Aranha e os rumos da economia brasileira. In: In: BASTOS, Pedro Paulo Zahluth & FONSECA, Pedro Cezar Dutra. (orgs) *A Era Vargas desenvolvimentismo, economia e sociedade*. São Paulo: Ed UNESP, 2011. p. 250

Conferência foi que, na gangorra centenária entre Brasil e Argentina, o Brasil definitivamente assumiu a liderança na política de poder Pan-americana. Na superfície, a Argentina, uma vez reconhecida líder da América Latina, forçou a Conferência do Rio "recomendar" em vez de "decretar" uma ruptura nas relações do Eixo. Contudo, nos bastidores, a Argentina sofreu uma derrota de que não irá se recuperar em breve.⁸⁰¹

Segundo análise da coluna, no campo da aparência, a Argentina demonstrou poder de liderança quando forçou o emprego do termo "recomendação" (ao invés de "decretação") sobre a ruptura com os países do Eixo na resolução final da Conferência de 1942, contrariando interesses estadunidenses. Na essência, porém, essa manobra foi malograda, pois fortaleceu a aproximação de Brasil e Estados Unidos. Para a gestão do Itamaraty, o objetivo estava concretizado com a vitória brasileira pela predileção dos EUA na América do Sul, já que, segundo Pearson, "o Brasil definitivamente assumiu a liderança na política de poder Pan-americana".⁸⁰²

O segundo eixo de argumentação de *Washington Merry-Go-Round* na salvaguarda dos interesses brasileiros ocorreu no campo da *defesa*. Como exemplo, a coluna de dezembro de 1938, onde se lê a curiosa previsão:

Guerra Sul-Americana

Um livro, prevendo guerra em 1947, entre a América do Sul e os ditadores fascistas, tem sido escrito, privativamente, por Lawrence Lowell, ex-presidente da [Universidade de] Harvard. Cópias do manuscrito foram enviadas a Washington que tem muito intrigado membros do Gabinete. O Presidente Lowell não pretende oferecer o livro para distribuição pública e é duvidoso que qualquer cópia possa ser comprada. **Ele prevê que antes de 1943, Mussolini e Hitler atacarão o Brasil e terão sucesso na conquista do Uruguai.** Argentina não seria atacada, mas eventualmente será arrastada para a guerra, o Secretário Wallace estava particularmente interessado em ler o livro.⁸⁰³ (grifo nosso).

⁸⁰¹ Do original: *Argentina vs. Brazil. Thus, vividly, was illustrated the most Important thing that developed behind the scenes at Rio de Janeiro -- the determination of the United States to help those who help her. And because Brazil battled every minute for American policy at Rio, another important result of the conference was that in the century-old see-saw between Brazil and Argentina, Brazil definitely took the lead in Pan-American power politics. On the surface, Argentina, once the recognized leader of Latin-America, forced the Rio conference to "recommend" instead of "decreeing" a break in Axis relations, but behind the scenes, Argentina suffered a defeat from which it will not soon recover.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 05 Feb. 1942. (Tradução nossa).

⁸⁰² Após Pearl Harbor, Vargas manteve pressão sobre os EUA e obteve, em março de 1942, recursos estadunidenses para a criação da Companhia Vale do Rio Doce, exploração de minério de ferro e geração de energia hidroelétrica. "O Brasil, em troca de sua aliança com os EUA, recebeu 70 por cento de toda a ajuda dos EUA à América Latina durante os anos de guerra". LEVINE, Robert M. *Pai dos pobres? O Brasil e a Era Vargas*. São Paulo: Cia das Letras, 2001. p. 100-108.

⁸⁰³ Do original: *South American War. A book predicting war by 1947, between South America and the Fascist dictators has been written privately by A, Lawrence Lowell, former president of Harvard, Advance copies of the manuscript, sent to Washington, have greatly intrigued members of the Cabinet.*

A surpreendente previsão – realizada meses antes do início da Segunda Guerra Mundial – sinalizou preocupação junto à cúpula estadunidense do provável conflito que se avizinhava. Independentemente da veracidade do livro, o seu autor, professor emérito de Harvard – figura respeitável no meio intelectual estadunidense – detinha autoridade de opinião a ser considerada, como se evidenciou no interesse do “bem-sucedido” Secretário da Agricultura, Henry Wallace⁸⁰⁴ pelo livro. A coluna inferia ainda a possibilidade de uma invasão ao Brasil e da participação da Argentina como aliada dos fascistas, o que demarcaria, no meio político dos EUA, a importância do Brasil como enclave antifascista em caso de uma guerra mundial.

Em outras colunas pesquisadas, percebe-se o teor precautório para com uma possível invasão nazista na América do Sul, sobretudo, no território brasileiro, descrito pelo jornalista como o maior, mais importante e mais populoso país da parte austral do continente.⁸⁰⁵ Tal invasão decorria, segundo Pearson, da negligência estadunidense para o continente, ao ponto daquela nação perder a influência na região. Em fevereiro de 1939, ele alertou:

Os nazistas fizeram muito mais incursões na América do Sul do que qualquer um aqui suspeita. Autoridades italianas organizaram a polícia na Bolívia e no Peru. O chefe brasileiro foi convidado para comandar as manobras unificadas (completas) do exército nazista na Alemanha. Munições italianas foram praticamente doadas ao Equador, Nicarágua e Paraguai.⁸⁰⁶ (grifo nosso)

President Lowell does not plan to offer the book for public distribution and it is doubtful if any copies can be purchased, He predicts that before 1943, Mussolini and Hitler will attack Brazil and succeed in conquering the whole of Uruguay, Argentina, will not be attacked, but eventually will be drawn into the war, Secretary Wallace was particularly interested in reading the book. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 18 Dec. 1938. (Tradução nossa).

⁸⁰⁴ Henry Wallace foi considerado o membro “mais esquerdista” do governo Roosevelt. Suponhamos pelo fato dele ter migrado para a ala mais radical do Partido Democrata, ele foi “difamado” como defensor do comunismo na década de 1940. Foi Vice-Presidente de Roosevelt de 1941 a 1945. Cf. Biografia de Henry Wallace. *The Eleanor Roosevelt Papers Project. Department of History of the George Washington University* <http://www.gwu.edu/~erpapers/teaching/glossary/wallace-henry.cfm>. Acesso em: 13 ago. 2014.

⁸⁰⁵ Do original: *Grand order of brass ring to Aranha, friend of U.S in South America; Ex-envoys visit ascribed to alarming Nazi penetration below Equator.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 11 Feb. 1939. (Tradução nossa).

⁸⁰⁶ Do original: *The Nazis have made far greater inroads in South America than anyone up here suspects. Italian officers have organized the police in Bolivia and Peru. The Brazilian chief was invited to command the entire Nazi army maneuvers in Germany. Italian munitions have been practically given to Ecuador, Nicaragua and Paraguay.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 05 Mar. 1939. (Tradução nossa).

Transpondo o alerta da presença germânica em toda a América do Sul,⁸⁰⁷ o colonista reiterou a debilidade dos Estados Unidos em permitir o oferecimento de material bélico naval e apoio técnico a Brasil e Argentina, por parte da Alemanha, na criação e recuperação de estradas de ferro e fábricas no Brasil.

A coluna comenta ainda sobre a fragilidade da influência ianque na região, ao acentuar que a administração Roosevelt estaria cedendo às críticas do Senado e “negligenciando certos assuntos importantes de política externa”.⁸⁰⁸

Os “assuntos importantes” mencionados por Pearson decorriam, peremptoriamente, da penetração nazista na América do Sul, percebidas pelo secretário de Estado, Cordell Hull. Para impedir tal avanço, era necessário fortalecer militarmente a parte austral do continente, sobretudo o Brasil, como ficou claro na coluna de março de 1939:

Para completar os navios, o Brasil precisa agora comprar armas dos EUA, mas é impedido por uma lei que proíbe o Departamento da Marinha vender armamentos a um país estrangeiro. Nenhum fabricante privado americano pode produzir 12 canhões de 3 polegadas necessários ao Brasil. Na verdade, a única fabricante de grandes armas navais à Marinha são os próprios EUA. Então, a menos que o Congresso aprove um ato especial permitindo Brasil comprar armas, seus *destroyers* construídos pelos americanos terão de portar armas “feitas na Alemanha”.⁸⁰⁹

No mês de fevereiro, ele já antecipava o assunto: *German penetration of Brazil inspires plan for U.S. colonization*; Penetração alemã no Brasil inspira plano americano de colonização. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round* 17 Feb. 1939; *Nazis in South America* - nazistas na América do Sul. *Ibid.*, 23 Feb. 1939. (Tradução nossa).

⁸⁰⁷ Esse receio de uma invasão germânica no Continente advém da visão estadunidense, como a do *Readers Digest* cujo “diagnóstico que a América Latina era ‘pouco civilizada’, formada por territórios despovoados – com uma população primitiva, composta basicamente de pobres e mestiços – fez com que a região fosse interpretada como um ambiente propício à penetração do inimigo externo alemão e japonês durante a Segunda Guerra Mundial e o inimigo comunista na Guerra Fria” JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao sul do Rio Grande: imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira, 1942-1970*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000. p. 146.

⁸⁰⁸ Do original: *Nazis in South America. Most tragic of Roosevelt administration today is that it has become so jittery of senatorial criticism and so intent on 1940 that it is neglecting certain important matters of foreign policy*. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 23 Feb. 1939. (Tradução nossa).

⁸⁰⁹ Do original: *To complete the ships, Brazil now needs to buy guns from the USA, but is snagged by a law forbidding the Navy department to sell guns to a foreign country No Private American manufacturer can produce the twelve 3 inch guns needed by Brazil. In fact, the only manufacturer of big naval guns is the US Navy itself. So unless Congress passes a special act permitting Brazil to buy guns, her American-built destroyers will have to carry guns “made in Germany”*. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 05 Mar. 1939. (Tradução nossa).

O governo Vargas necessitava controlar a cúpula militar que, ao observar os conflitos na América do Sul (como a Guerra do Chaco) e a superioridade armamentista argentina, alertava o governo sobre a deficiência brasileira na defesa territorial ante uma eventual guerra de proporções imprevistas no Mundo.⁸¹⁰ Para isso, era premente iniciar uma política de modernização das forças armadas via financiamento externo alemão ou estadunidense, a depender da conveniência de um acordo. No caso, parecia que as armas não viriam do “irmão do Norte”, mas sim, da Alemanha.

Três dias após o tom de precaução, a coluna divulgou o que parecia ser uma boa notícia: a permissão de construir navios de guerra em estaleiros *ianques* destinados à América Latina, pelo receio de uma invasão alemã no Continente.⁸¹¹

Segundo Pearson, o plano do Departamento de Estado foi uma resposta às encomendas de navios alemães e italianos por Brasil, Argentina e outras nações sul-americanas, sobre as quais forneceriam duas vantagens concretas às nações nazifascistas.

Em primeiro lugar, até que esses navios fiquem prontos, eles podem ser usados pelos nazistas ou fascistas em caso de guerra súbita. Em segundo lugar, depois de serem entregues, os especialistas alemães ou italianos irão assessorá-los, formando ligações navais importantes com os países latino-americanos.⁸¹²

Relembrando o fracasso do arrendamento dos *destroyers* em face do problema futuro, o “[...] o Departamento de Estado, menos tenso, onde a América Latina está em causa, quer abrir os estaleiros do governo como parte da política de boa vizinhança antinazista”.⁸¹³

⁸¹⁰ HILTON, Stanley. *O Brasil e a crise internacional (1930-1945)*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977. p. 61.

⁸¹¹ Do original: *U.S may let Latin America build warships in government navy yards. Because of Nazi-fascist inroad in Latin America, the state department has been secretly planning a move to permit Pan-American nations to build warship in U.S government navy yards.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 08 Marc. 1939. (Tradução nossa).

⁸¹² Do original: *First, until these ships are finished they can be taken over by the Nazis or fascists if war breaks. Second, after they are delivered, German or Italian experts accompany them and form important naval links with the Latin American countries.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 08 Mar. 1939. (Tradução nossa).

⁸¹³ Do original: *Two years ago Brazil tried to rent over-age U.S destroyers, but was turned down by a jittery congress and state department. Unable to compete with the high prices in U.S private yards, Brazil then turned to Europa. Now, the state department, less jittery where Latin America is concerned, wants*

Provavelmente, a notícia que mais repercutiu foi divulgada em julho de 1940.⁸¹⁴ Consistiu na promessa de fornecimento de 60 milhões de dólares em armas ao Brasil por parte do governo alemão e, por mais que autoridades estadunidenses quisessem vetar a venda, o governo brasileiro aceitaria ajuda de Hitler.⁸¹⁵

Washington – Quão vigorosamente Alemanha nazista está tentando minar os Estados Unidos na América Latina é ilustrada por uma oferta secreta de armas que Hitler acabou de fazer para a venda de US\$ 60.000.000 [sessenta milhões de dólares] no valor da última encomenda de armas ao Brasil. Isto inclui tanques, artilharia, lança-chamas, aviões-bombardeiros e outros dispositivos modernos com os quais Alemanha subjugou a França - todos transportados para um hemisfério onde as nações Pan-Americanas têm estado relativamente em paz por meio século. Além disso, a Alemanha garante a entrega dos bens quase imediatamente - via navios italianos. Isso indica a certeza de Hitler em conquistar a Inglaterra.⁸¹⁶

Mais uma vez, Pearson aponta a argumentação brasileira para uma provável compra de armas alemãs ante a oferta estadunidense.

No entanto, os brasileiros destacam que, por causa dos salários baratos nazistas, eles gastariam US\$ 200.000.000 [duzentos milhões de dólares] para comprar o mesmo material aqui [EUA], onde os custos são muito mais elevados. Além disso, Hitler está disposto a aceitar o café e outros produtos excedentes brasileiros em um acordo de permuta. Nenhum dinheiro real está envolvido.⁸¹⁷

to open government yards as part of the good neighbor anti-Nazi policy. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 08 Mar. 1939. (Tradução nossa).

⁸¹⁴ Segundo a United Syndicate, a matéria foi pauta de editoriais ou matérias nos seguintes jornais: *Reporter-Star*, de Orlando, Flórida; *The Messenger-Inquirer*, Owensboro, Kentucky; *Indianapolis Star*, Indianapolis, Indiana. UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*, Nova Iorque, 02 Aug. 1940 (Tradução nossa).

⁸¹⁵ Do original: *Hitler offers to sell 60 million worth of war weapons to Brazil; U.S. officials try to stop sale, but Brazil probably will accept.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 02 July 1940, (Tradução nossa).

⁸¹⁶ Do original: *Washington – How vigorously Nazi Germany is trying to undermine the United States in Latin America is illustrated by a secret arms offer Hitler has just made to sell \$60.000.000 worth of the latest military weapons to Brazil. This would include tanks, artillery, flame-throwers, bombing planes and other modern devices with which Germany prostrated France – all transported to a hemisphere where Pan-American nations have been relatively at peace for half a century. Furthermore, Germany guarantees to deliver the goods almost immediately – via Italian ships. This indicates how sure Hitler is of conquering England.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 02 July 1940. (Tradução nossa).

⁸¹⁷ Do original: *However, the Brazilians point out that because of cheap Nazi wages it would take \$200,000,000 to buy the same material here where costs are much higher, Furthermore, Hitler is willing*

A coluna não deixa dúvidas sobre a superioridade da oferta de armamentos da Alemanha frente a dos Estados Unidos, tendo em vista o melhor preço, bem como das condições de pagamento, via comércio compensado, muito vantajoso ao Brasil, além do mais, segundo Pearson, os brasileiros reclamaram da má qualidade e do alto preço do material adquirido dos EUA, datado da Primeira Guerra Mundial.⁸¹⁸

Enquanto a Alemanha oferecia ao Brasil todas as armas de que necessitasse em condições de pagamento facilitadas, os Estados Unidos limitavam a oferta dos equipamentos e ainda “exigiam pagamento num prazo de dez anos”,⁸¹⁹ ou seja, os benefícios alemães pareciam inquestionáveis, tanto por questões de qualidade de equipamento quanto pelas vantagens comerciais, já que custavam um terço do material estadunidense,⁸²⁰ ao que se adita a “má vontade” de setores do governo de Washington. A coluna serviu como “ultimato comercial” brasileiro no intento de conquistar as tão desejadas armas aos militares.

O terceiro assunto mais comentado por Pearson sobre o Brasil decorre do segundo. Se, na visão de *Washington Merry-Go-Round*, haveria uma iminente e tenaz invasão nazista no Brasil, uma maneira de evitá-la seria desenvolver a *economia brasileira*.

Em março de 1939, o colunista publicou uma nota sobre uma queixa do “franco” (forthright) Oswaldo Aranha, nos bastidores da Casa Branca, que reclamou junto aos secretários Morgenthau e Summer Welles, bem como a altos funcionários do governo, sobre a relação desigual entre Brasil e EUA. A reclamação era de que as somas que saíam do Brasil não eram as mesmas que retornavam. Os EUA compravam matérias-primas de colônias inglesas, mesmo podendo adquiri-las na

to accept coffee and other Brazilian surplus products in a barter deal. No real cash is involved. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 02 July 1940. (Tradução nossa).

⁸¹⁸ Do original: [...] *the Brazilians say they bought some artillery from the United States recently, but it was World War stuff, and they had to spend \$8,000 for repairs on each gun. The German munitions, on the other hand, are virtually new.* “[...] os brasileiros disseram que compraram alguns [materiais de] artilharia dos Estados Unidos recentemente, mas eram equipamentos da [primeira] Guerra Mundial, e tiveram de gastar 8000 dólares por reparos em cada armamento. As munições alemãs, por outro lado, são praticamente novas. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 02 July 1940. (Tradução nossa).

⁸¹⁹ LEVINE, Robert. *Pai dos pobres? O Brasil e a Era Vargas*. São Paulo: Cia das Letras, 2001. p. 100.

⁸²⁰ Do original: *No wonder the Brazilians are listening sympathetically to a German offer to sell them \$60,000,000 worth of guns and munitions at one-third what they would cost in the United States.* Não admira que os brasileiros estão escutando com simpatia a uma oferta alemã para vendê-los no valor de 60 milhões de dólares armas e munições, um terço do que custaria nos Estados Unidos. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 29 Aug. 1940. (Tradução nossa).

América Latina: “Se você continuar a fazer isso, concluiu Aranha, você pode transformar essa democracia também em uma colônia – uma colônia da Alemanha”.⁸²¹ Drew Pearson inferiu que os argumentos de Oswaldo Aranha teriam surtido efeito, visto no aumento de crédito do Eximbank para a ferrovia brasileira e para o estabelecimento do Banco Central.

No ano seguinte, em que a população de toda a América se deparava, perplexa, com o rápido avanço nazista, era necessário garantir suprimentos para uma eventual guerra de proporções mundiais. Nesse ponto, o Brasil poderia se tornar protagonista, contudo, havia necessidade de desenvolver o parque industrial brasileiro como elemento-chave no jogo da guerra. Por isso, alertava Pearson, para a manutenção da Doutrina Monroe no Brasil; era imprescindível a participação estadunidense no auxílio à siderurgia brasileira.⁸²²

O contexto dessa coluna advém das negociações em torno da criação de uma siderúrgica em território brasileiro. Pearson apresentou um resumo em torno da questão. Tudo se iniciou logo após a Alemanha ter conquistado a Checoslováquia, os nazistas teriam feito uma proposta ao Brasil para que toda a linha de montagem da Skoda munições – uma das maiores fábricas do ramo no mundo na época – fosse transferida para o Estado de Minas Gerais, tornando o Brasil “o país o mais poderoso da América do Sul”.⁸²³

A vantagem geológica brasileira era evidente. Para Pearson: “[...] o Brasil tem em Minas Gerais uma enorme reserva de minério de ferro de alta qualidade e estava previsto que uma usina siderúrgica teuto-brasileira iria fornecer aço para toda a

⁸²¹ Do original: *If you continue that, concluded Aranha, you may turn that democracy also into a colony - a colony of Germany.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*, Nova Iorque, 09 Mar. 1939. p. 3. (Tradução nossa).

⁸²² Do original: *Most extensive undeveloped resources in the world today are in Latin America. It has been the great effort of the State Department and various Latin American governments to keep their development within the Monroe Doctrine.* A maioria dos vastos recursos não desenvolvidos no mundo hoje está na América Latina. Isso tem sido o grande esforço do Departamento de Estado e de vários governos latino-americanos para manter o desenvolvimento dentro da Doutrina Monroe. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*, Nova Iorque, 28 Jan. 1940. (Tradução nossa).

⁸²³ Do original: *About nine months ago, just after Germany had swallowed Czechoslovakia, the Nazis made a proposal to Brazil that the entire Skoda munitions works be moved to Minas Gerais, a Brazilian State. Skoda is one of the biggest munitions plants in the world, and its transfer to Brazil would have made that country the most powerful in South America.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 28 Jan. 1940. (Tradução nossa).

América do Sul”.⁸²⁴ As vantagens citadas – matéria-prima, escala de produção e a própria magnitude da planta industrial – aliavam-se a mais um fator favorável, a presença da siderúrgica agradaria também o Exército Brasileiro, na opinião de Pearson, “sempre amigável a Alemanha”. A proposta, nas palavras do colunista, porém, encontrou uma “oposição firme do pró-americano Presidente Vargas e seu Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha. Em vez disso, eles sugeriram que o capital americano desenvolvesse o aço brasileiro”.⁸²⁵

Assim, “depois de uma considerável oposição do Exército Brasileiro no início”, ficou acordado que a *United States Steel Corporation* enviaria especialistas ao Brasil para estudar os depósitos de minério e montar um plano para uma estrada de ferro e instalações portuárias ao mar. “Os especialistas retornaram com um relatório brilhante, e todo o Brasil começou a se preparar para a nova usina siderúrgica americana”.⁸²⁶

O que ocorreu em seguida malogrou os planos brasileiros já que, em janeiro de 1940, “a comissão americana de finanças do Aço [...] decidiu não construir a usina e não cooperar com o Brasil” [...] “Por isso, o Departamento de Estado está conversando com outras empresas siderúrgicas na esperança de convencê-las a entrar no Brasil”.⁸²⁷

Em meio às discussões nos bastidores diplomáticos sobre a construção da siderúrgica, um dos principais objetivos do governo Getúlio Vargas, Drew Pearson insinuou o movimento do “duplo jogo” de Getúlio Vargas

⁸²⁴ Do original: *Furthermore, Brazil has in Minas Gerais a tremendous reserve of high grade iron ore, and it was planned that a German Brazilian steel mill would supply steel to all South America.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 28 Jan. 1940. (Tradução nossa).

⁸²⁵ Do original: *This idea brought hurrahs from the Brazilian army, always friendly to Germany, but met with the firm opposition of pro-American president Vargas and his foreign minister, Oswaldo Aranha. Instead they suggested that American capital develop Brazilian steel.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 28 Jan. 1940. (Tradução nossa).

⁸²⁶ Do original: *So after considerable opposition from the Brazilian army at first, it was finally arranged for the United States Steel Corporation to send experts to Brazil, study the ore deposits, plan for a railroad and dock facilities to the sea. The experts brought back a glowing report, and all Brazil began to prepare for the new American steel mill.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 28 Jan. 1940. (Tradução nossa).

⁸²⁷ Do original: *Then last week, U.S Steel's finance committee (actually J.P Morgan partners) decided not to build the plant and not to cooperate with Brazil. [...] So the State Department is conversing with other steel companies, hoping to persuade their entry into Brazil.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 28 Jan. 1940. (Tradução e adaptação nossas).

Nazistas podem iniciar [a construção] de uma siderúrgica no Brasil como resultado da falha estadunidense na realização desse objetivo.

Nazistas no Brasil?

A administração Roosevelt está tendo uma série de conversações sobre as relações com América do Sul, e, sem dúvida, a ameaça nazista ao sul do Rio Grande é uma causa de legítima preocupação. Mas nos bastidores, os Estados Unidos perderam vários movimentos importantes.

Um deles é o desenvolvimento de ricas jazidas de minério de ferro no Brasil. Há vários meses, o Departamento de Estado organizou para que a *U.S Steel Corporation* investigasse o desenvolvimento destas minas e da construção de uma usina siderúrgica perto de lá. Seis peritos da *U.S Steel Corporation* vieram ao Brasil, informaram com entusiasmo ao seu conselho de administração.⁸²⁸

A coluna relembrou os passos dos estudos técnicos da *U.S Steel Corporation* e dos detalhes do acordo: o governo dos EUA entraria com um terço da verba, o governo brasileiro arcaria com um terço e a *U.S Steel Corp* com a terceira parte restante. Sem garantias em caso de expropriação, a empresa norte-americana desistiu do projeto,⁸²⁹ o que acabou abrindo um flanco às ações alemãs:

Após isso, Alemanha, sempre na necessidade de matérias-primas, se ofereceu para transferir parte da fábrica de munições da Skoda – que foi confiscada na Tchecoslováquia – para o Brasil e montar uma usina siderúrgica nazista. Mas o presidente Vargas e o Ministro das Relações Exteriores Aranha, ambos fortemente pró-americanos, recusaram.

No entanto, o Exército Brasileiro, que é fortemente pró-alemão, está empurrando-os na direção oposta. E, a menos que os Estados Unidos ajam para modificar o quadro com outra proposta, [os Estados Unidos] podem eventualmente acordar e encontrar uma poderosa fábrica de munições nazistas estabelecida em sua porta.⁸³⁰

⁸²⁸ Do original: Nazis may start Brazil steel mill as result of U.S failure to do so. *Nazis in Brazil? The Roosevelt administration is doing a lot of talking about commenting relations with South America, and unquestionably the Nazi menace below the Rio Grande is a cause of legitimate concern. But behind the scene, the United States is mulling a lot of important moves. One of these is the development of Brazil's wealthy iron ore deposits. Several months ago, the State Department arranged for the U.S Steel Corporation to investigate the development of these mines and the building of a steel plant near them. Six U.S Steel Corp experts went to Brazil, reported enthusiastically to their board of directors.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*, Nova Iorque, 26 May 1940. (Tradução nossa).

⁸²⁹ Do original: Subsequently, the reconstruction finance corporation offered to advance money for the development of the mines. The U.S Government was to put up approximately one-third of the cash, the Brazilian government about one-third and the U.S Steel Corp the rest. However, U.S Steel wanted to know what guarantees it would have in case of a repetition in Brazil in the future of the Mexican oil expropriation policy. The State Department replied it could give no guarantees. So U.S Steel balked. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 26 May 1940. (Tradução nossa).

⁸³⁰ Do original: Following this, Germany, always in need of raw materials, offered to transfer part of the Skoda munitions works, which it had seized in Czechoslovakia, to Brazil, and set up a Nazi steel mill. But President Vargas and foreign minister Aranha, both strongly pro-American, refused. However, the Brazilian army, which is strongly pro-German, is pushing them in the opposite direction. And unless the United States steps into the picture with another proposal, it may eventually wake up to find a powerful

A estratégia recorrente de Pearson consistia em fazer um retrospecto ao leitor de sua coluna, procurando contextualizar a notícia como resultado de um processo anterior ao evento. As palavras do jornalista, no caso, expressavam o discurso do governo brasileiro na insistência em garantir ajuda estadunidense no projeto industrial, mas, caso não fosse possível, haveria justificativa do aceite de um eventual apoio alemão no seu objetivo principal: a indústria siderúrgica.

Ainda em 15 junho de 1940, quatro dias após o famoso “discurso de 11 de junho”, já visto nesta Tese, Drew Pearson conta que a coluna recebeu diversas perguntas sobre a possibilidade de os Estados Unidos entrarem na guerra contra o Eixo.⁸³¹ Na tentativa de resposta, a coluna especulou sobre situações que poderiam ocorrer na América em caso de vitória alemã na Europa. Das seis, cinco mencionam diretamente a América Latina, palco de uma suposta invasão alemã.

A primeira situação dizia respeito à busca de matérias-primas pelos nazistas fora da Europa. A área “mais rica, menos povoada e mais fraca na parte continental encontra-se apenas a um pequeno salto avião sobre o Atlântico Sul, protegida apenas por uma Xibolete⁸³² centenária, chamada Doutrina Monroe”⁸³³.

A situação seguinte decorre da anterior. Em caso de invasão alemã, as ditaduras latino-americanas apoiariam a ofensiva germânica, pois algumas delas, como a brasileira, estavam reféns de militares pró-nazistas, como havia alertado o ex-presidente do Chile, Carlos Davila, exilado nos Estados Unidos.⁸³⁴

Nazi munitions works established at its doorstep. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 26 May 1940. (Tradução nossa).

⁸³¹ Do original: *The authors of this column have received many inquiries as to whether, in their opinion, the United States will be dragged into the war. Obviously, this is a question extremely difficult to answer. However, we have endeavored to set forth below the circumstances which are almost certain to exist after Hitler is completely victorious in Europe, as it now seems he will be.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 15 June 1940. (Tradução nossa).

⁸³² Termo hebraico que servia para distinção de membros - espécie de contrassenha.

⁸³³ Do original: *Eyes on South America. Situation 2 will be a Nazi search for raw materials. They will get some when they take France and England, but not nearly enough. France probably will cling to her most important areas in Africa, and may even set up a new government there. Britain should be able to keep enough of her fleet to make difficult to penetrate the Red Sea to India. Japan will take Singapore and the Dutch East Indies, thereby cutting off the United States from vital tin and rubber. Meanwhile, the richest, least populated, weakest continent in the world lies just a short airplane hop across the South Atlantic, protected only by a century-old shibboleth called the Monroe Doctrine.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 15 June 1940. (Tradução nossa).

⁸³⁴ Do original: *Local Nazi governments. Situation 3, will be local Nazi governments in Latin America. Carlos Davila, former President of Chile and now exiled in the United States, long ago counseled the State Department that if Hitler ever was victorious in Europe, South American governments would emulate him.* Governos nazistas locais. Situação 3, ocorrerão governos locais nazistas na América

Adiante, Pearson resumiu a situação seguinte que seria o estabelecimento de governos nazistas sem violação da Doutrina Monroe. Isso decorreria, segundo ele, de convites feitos pelos governos a “conselheiros militares alemães e italianos ou forças policiais, conceder-lhes bases navais e aéreas”. Uma intervenção estadunidense com intuito de impedir as doações de bases seria inútil, pois as “nações latino-americanas, novamente, levantariam o grito de imperialismo *lanque*”.⁸³⁵

Caso a vitória alemã se conflagrasse, o mercado dominado por Adolf Hitler se consagraria como o maior do mundo. Consequentemente, em virtude da falta de estímulos do governo dos EUA ao comércio com os “irmãos do sul”, os países da América Latina seriam obrigados a escoar sua produção à Europa via negociações com a Alemanha. Essa seria outra situação.⁸³⁶

A última conjectura *Washington Merry-Go-Round* era de um futuro sombrio, caso o imobilismo estadunidense prevalecesse. Isso decorria da rapidez alemã numa eventual invasão à América (Nova *blitzkrieg*) enfraquecida pelo imobilismo estadunidense no “abandono” da Doutrina Monroe.⁸³⁷

Latina. Carlos Davila, ex-presidente do Chile e agora exilado nos Estados Unidos, há muito tempo aconselhou o Departamento de Estado que, se Hitler sagrar-se vitorioso na Europa, os governos da América do Sul iriam imitá-lo. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 15 June 1940. (Tradução nossa).

⁸³⁵ Do original: *Nazi air bases. Once those governments are established, they can invite German and Italian military advisers or police forces, grant them naval and air bases. And if the United States attempts to stop this, it will have to oppose the local Latin American government as well as Nazi Germany and Fascist Italy, both of which have large groups of immigrants in South America, If, for instance, the United States should send armed forces to Brazil to prevent a German naval base from being established there, other Latin American nations again might raise the cry of "Yankee imperialism".* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 15 June 1940. (Tradução nossa).

⁸³⁶ Do original: *Nazi economic squeeze. [...] If Brazil wants coffee to this area, or Argentina wants to sell meat, or Equator wants to sell cocoa, they must barter with Hitler.* PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 15 June 1940. (Tradução nossa).

⁸³⁷ Do original: *New blitzkrieg. Situation 6. Is the strong likelihood that all these situations will descend upon us soon. Hitler has shown that he knows time is of the essence. [...] Therefore, it is more than likely that he will move fast. Nazi propaganda and undercover movements in South America already indicate this; Local Nazi uprisings are sure to take place. [...] We will be squeezed from both the Atlantic and the Pacific and perhaps from South America. In other words, war for the United States depends largely upon whether or not we are going to defend or abandon the Monroe Doctrine.*

Situação 6. É a forte probabilidade de que todas essas situações descerão sobre nós em breve. Hitler tem mostrado que sabe que o tempo é a essência. [...] Portanto, é mais do que provável que ele irá se mover rápido. Propaganda nazista e movimentos secretos na América do Sul já indicam isso; Levantes nazistas locais são a certeza para tomarem lugar. [...] Seremos espremidos, tanto do Atlântico e Pacífico e, talvez, da América do Sul, Em outras palavras, a guerra dos Estados Unidos depende em grande parte sobre se vamos ou não defender ou abandonar a doutrina Monroe. PEARSON, Andrew R. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 15 June 1940. (Tradução nossa).

Com apoio nesse tipo de matéria, de certo modo assustadora, Drew Pearson atingia dois objetivos: fortalecia a corrente do presidente Roosevelt – de engajamento imediato na guerra – contra os *isolacionistas*, e também inseria a América do Sul, especialmente o Brasil, na lógica militar estadunidense para manutenção de sua hegemonia continental, o que renderia, certamente, vantagens ao Brasil para a consecução de seus objetivos junto ao "irmão do Norte".

4.2.2 *Brazil Goodwill Program*: os 15 minutos de fama do Brasil nas noites de domingo

Não obstante o sucesso da coluna, os passos de Drew Pearson eram mais ambiciosos. No rádio, sua carreira se iniciou em 1935, na *Mutual Broadcasting System*. Em 1939, ele apresentou um programa musical e noticioso chamado *Listen, America*. Em março de 1940, ele propôs ao Itamaraty um patrocínio para um novo programa de rádio, apresentado pela dupla Pearson & Allen, cuja ideia era transmitir *Washington Merry-Go-Round* via rádio da *National Broadcasting Company* - NBC.⁸³⁸

A chancelaria brasileira, alegando não dispor de verba, recusou a proposta; contudo, o famigerado "discurso de 11 de junho", provavelmente pode ter feito o governo reavaliar a proposta de Pearson. Sua empresa *The Daily Washington Merry-Go-Round* recebeu um valioso contrato de propaganda no valor de 30 mil dólares, com recursos do Itamaraty, DIP e Departamento Nacional do Café - DNC, para difusão de um programa de notícias semanal, durante 13 semanas, tendo iniciado em 29 de setembro daquele ano.⁸³⁹ Segundo informativo da empresa *United Feature Syndicate*, enviado às redações dos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*,

⁸³⁸ De 1941 a 1953, Pearson transmitiu o programa *Drew Pearson Comments* obtendo grande audiência no rádio estadunidense. In: <<http://www.library.american.edu/pearson/biography.html>>. Acesso em: 28 maio 2013.

⁸³⁹ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha. Uma biografia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 345. O programa de notícias foi levado ao ar até março de 1941. TOTA, Antônio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 205

O novo programa de rádio inaugurado por Drew Pearson e Robert S. Allen em 29 de setembro criou uma agitação incomum. Estamos encaminhando alguns dos comentários, anexados, para sua informação e interesse como assinantes da coluna diária.

O programa é apresentado domingo à noite, por 15 minutos, com início às sete da noite no horário do oeste, em mais de oito estações da rede *NBC Blue* (WJZ, WBZ, WMAL, KDKA, WSAI, WXYZ, e WENR), **patrocinado pelos Estados Unidos do Brasil**. Ele consiste de notícias e comentários por Pearson e Allen culminando com um "sessão de previsões", similar às suas outras ofertas recentes de rádio, e feitos de material não publicado (repetido) de sua coluna de jornal.⁸⁴⁰ (Grifamos.)

Os ingredientes para o sucesso não faltavam: a popularidade e o prestígio dos apresentadores, cuja audiência beirava os 15 milhões de ouvintes,⁸⁴¹ a relevância dos assuntos tratados no programa, sobretudo, a curiosidade do público por informações sobre a guerra; transmissão no horário conveniente à audiência, domingo às 19 horas; e utilização de uma grande rede de rádio, a *Blue Network* da NBC, cuja abrangência se iniciou para 7 cidades estadunidenses, incluindo Washington, Nova Iorque, Boston, Pittsburgh, Detroit e Chicago. Já no fim de 1940, o programa foi "ampliado para dezoito estações radiofônicas, o que permitiu a transmissão de costa à costa nos EUA, ainda que mais trinta estações se prontificassem a transmiti-lo".⁸⁴²

Aliás, o prestígio do programa de Pearson & Allen foi tamanho que o Presidente da República estadunidense e, obviamente, o ministro das Relações Exteriores brasileiro, Oswaldo Aranha, enviaram pronunciamentos para a edição inaugural. Do Presidente Roosevelt: "Minhas sinceras felicitações e melhores votos pelo seu novo programa de rádio, tenho certeza que vai ajudar a informar melhor o

⁸⁴⁰ Do original: "The new radio program inaugurated by Drew Pearson and Robert S. Allen on September 29 has created an unusual stir, some of the comments herewith, for your information and interest as subscribers to their daily column The program is a Sunday night feature, 15 minutes beginning 7:00 P.M. EST over eight NBC Blue Network stations (WJZ, WBZ, WMAL, KDKA, WSAI, WXYZ, and WENR), sponsored by the United States of Brazil. It consists of news and comment by Pearson and Allen culminating with a "prediction session", similar to their other recent radio offerings, and made up of material not duplicated in their newspaper column". UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*, Nova Iorque, 07 Oct. 1940. (Tradução nossa).

⁸⁴¹ KLURFELD, Herman. *Behind the lines*. The world of Drew Pearson. New Jersey: Prentice-Hall, 1968. p. 32.

⁸⁴² HILTON, Stanley. HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha*. Uma biografia. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 345-346.

povo americano em relação ao Brasil e seus outros vizinhos da América do Sul e América Central”.⁸⁴³

Fato curioso decorreu da ausência do pronunciamento do Presidente Vargas, que, pela lógica, deveria ter discursado. A razão dessa ausência pode ter advindo das pressões internas, no caso, para manter certa “neutralidade” sobre a posição brasileira na guerra, ou por ele não ter sido convencido da necessidade de expor declarações ao programa. Em seu lugar, o ministro das Relações Exteriores do Brasil, escreveu:

O presidente me pediu para transmitir-lhes seus sinceros parabéns ao novo programa de rádio e que seu desejo, assim como o meu, que este programa possa ser fundamental para trazer uma melhor compreensão, assim como uma cooperação mais próxima entre nossos povos.

Cordialmente, Oswaldo Aranha⁸⁴⁴.

Como visto, em termos de prestígio político, o programa já iniciara benquisto. A “agitação incomum”, segundo o informe da *United Feature Syndicate*, era o sinônimo de sucesso da nova empreitada, cuja verba de patrocínio brasileira, oriunda, basicamente, do café,⁸⁴⁵ era apenas subterfúgio para o objetivo premente da propaganda: ganhar simpatia às projeções de poder e barganha do Brasil para com os Estados Unidos.⁸⁴⁶ Esse indício, sobre o qual este estudo tem reiterado, torna a aparecer na carta enviada por Drew Pearson ao ministro Oswaldo Aranha,

⁸⁴³ Do original: *To Drew Pearson and Bob Allen: My heartiest congratulations and best wishes on your new radio program, I feel sure it will help to better inform the American people regarding Brazil and their other neighbors of South and Central America. FDR. UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna Washington Merry-Go-Round. Nova Iorque, 07 Oct. 1940. (Tradução nossa).*

⁸⁴⁴ Do original: *The President asked me to convey to you his sincere congratulations for the new radio program and his good wishes, to which I join mine, that this program may be instrumental in bringing about, together with a better understanding, a closer cooperation between our peoples. Kindest regards. Oswaldo Aranha. UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna Washington Merry-Go-Round. Nova Iorque, 07 Oct. 1940. (Tradução nossa).*

⁸⁴⁵ A propaganda do café brasileiro existia, conforme aponta Antônio Tota, ao analisar o programa radiofônico de Drew Pearson. TOTA, Antônio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 108.

⁸⁴⁶ Antônio Tota atribui ao interesse pelo aumento das vendas do café à intenção do programa de rádio na época do clima da “boa vizinhança”. Ibid. p. 108. Há de se ressaltar também desejos políticos na transmissão radiofônica, como assevera Stanley Hilton, ao afirmar que a ideia inicial era fazer propaganda do café, mas Oswaldo Aranha, por telefone, explicou a Drew Pearson que queria que ele noticiasse a “boa vontade do Brasil em geral”. HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha. Uma biografia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 345.

informando-o sobre o quadro *Brazil Goodwill Program* no programa de rádio *News of the World* ou *Evening News*.

Bem, o programa de rádio está agora no ar, e eu penso que nós estamos fazendo um grande trabalho para você.

[...] nós temos tido ótimas repercussões da imprensa, uma delas veio da *Variety Magazine*, uma das mais conceituadas da indústria do rádio.

O Departamento de Estado também vê com muito prazer e Summer Welles é um ouvinte frequente, assim como Henry Morgenthau, Nelson Rockefeller e vários outros membros do governo.

A linha que nós estamos tomando neste programa é contar **coisas sobre o Brasil e a boa vontade do pan-americanismo em geral. E nós também iremos incluir conversas sobre vendas do café.**

Na primeira semana, nós recebemos 2.040 requisições do folheto "a *trip to Brazil*".⁸⁴⁷ (grifo nosso).

O motivo de tal carta, além de "prestar contas" sobre a nova empreitada brasileira – a propaganda em rádio⁸⁴⁸ – nas palavras da *Variety Magazine*, o programa era "o mais significativo de todos os novos programas [...], considerado na base de exclusividade em publicidade na rádio, em assuntos internacionais, e no mundo de 1940";⁸⁴⁹ resultado comemorado por Drew Pearson, que não perdeu oportunidade de solicitar verba extra para impressão de mais 50 mil folhetos *a trip to Brazil* – um livreto de quarenta páginas que explicava tudo sobre o país⁸⁵⁰ – já que, em menos de dois meses, o DNC havia recebido 12 mil pedidos do folheto.⁸⁵¹

O êxito do programa de rádio não foi resultado apenas da "popularidade", mas também pela "audiência segmentada", visto que o *radioshow* obteve, segundo Pearson, "ótimas repercussões da imprensa". Ademais, o programa radiofônico era

⁸⁴⁷ PEARSON, Andrew R. Carta a Oswaldo Aranha. Washington, 17 out. 1940. CPDOC. GV confid. 1940.10.17/2.

⁸⁴⁸ Vale lembrar que a Divisão de Rádio do DIP era responsável tanto pelo desencadeamento de programas nacionais, como a *Voz do Brasil*, quanto na difusão de programas no estrangeiro. Havia transmissões para os Estados Unidos, mormente, após acordo com a rede *Columbia Broadcasting System* para irradiação em 120 emissoras no território estadunidense. Cf. GOULART, Silvana. GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990. p. 69.

⁸⁴⁹ Do original: "The most significant of all" the new fall programs, considered on the basis of uniqueness in radio advertising, in international affairs, and in the world of 1940. UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 07 Oct. 1940. (Tradução nossa).

⁸⁵⁰ TOTA, Antônio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 111.

⁸⁵¹ HILTON, Stanley. *Oswaldo Aranha. Uma biografia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994. p. 345.

ouvido por várias autoridades do governo dos Estados Unidos, incluindo a cúpula do Departamento de Estado, tendo o subsecretário de Estado – o responsável pela política externa na América Latina – Summer Welles, como ouvinte assíduo, assim como Henry Morgenthau – ninguém menos do que o Secretário do Tesouro dos EUA – e Nelson Rockefeller – o milionário diretor do poderoso OCIAA.

Em resumo, aquelas figuras que tinham poder decisório na política externa estadunidense (sobre o qual o Brasil pretendia obter reconhecimento de nação líder no âmbito regional), como também os recursos do tesouro ianque – tão almejados pelo governo Vargas para promoção do desenvolvimento industrial – ouviam “coisas sobre o Brasil” via rádio. Isso reforça a argumentação de que o objetivo da propaganda brasileira nos Estados Unidos, na óptica do Itamaraty, era fortalecer a “visão positiva” do país perante a elite estadunidense, mesmo utilizando um veículo de grande abrangência como o rádio. Em outras palavras, uma propaganda direcionada à cúpula – como demonstrado ao longo desta Tese – pois era dela que o Brasil necessitava respeito e reconhecimento.

Um fator interessante do programa *Brazil Goodwill Program* decorreu do ineditismo da ideia. Segundo a revista *Variety Magazine*, o gasto de verbas governamentais na difusão de propaganda em estações radiofônicas dos EUA em busca da simpatia estadunidense era “um fato de caráter político, econômico, militar e de importância hemisférica”, já que o Brasil estava “enfatizando apenas essa amizade, e mesmo se fosse com interesses no aumento das vendas do café ou qualquer outro motivo, ainda é uma ideia extraordinária”.⁸⁵²

O Brasil está fazendo algo Tio Sam nunca foi capaz de fazer ou inteligente o suficiente para realizar - ou seja, comprar o tempo de rádio no estrangeiro para abertamente, francamente, graciosamente falar um pouco sobre si e suas esperanças para melhorar as relações. Este passo brasileiro é, para dizer o mínimo, provocador..."O Brasil foi ainda mais longe, num esforço para agradar, ter escolhido um programa em que os *Yankees* podem supostamente gostar. Na verdade, a mensagem brasileira é muito breve e sensata. Demasiada breve, como o programa desperta, ou,

⁸⁵² Do original: "Obviously," continued *Variety*, "the mere idea of Brazil spending its money on American radio stations to advertise its friendliness for this country is a fact of political, economic, military and hemisphere importance, Brazil is stressing just this friendship, and even if there may be coffee or anything else in the background it 's still a tremendous idea". UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 07 Oct. 1940. (Tradução nossa).

presumivelmente, irá [despertar] um interesse em saber mais sobre Brasil, e mais alguns fatos e informações de interesse humano sobre o país patrocinador, parecem distintamente em transmissões futuras...⁸⁵³ (grifo nosso).

Mesmo que a análise da revista *Variety* fosse desprovida de instrumental político – já que não era a proposta da Revista, mas sim baseada na lógica da indústria do entretenimento – o sucesso da empreitada brasileira demarcava um espaço até então inexplorado. Provavelmente, *Variety* esperava que o exemplo brasileiro fosse copiado por outras nações na América, aumentando ainda mais o mercado de mídia radiofônica nos EUA.

De todo modo, é relevante mostrar a opinião da publicação. Para *Variety Magazine*, Drew Pearson e Robert Allen eram figuras centrais para tradução do “latinismo” à cultura anglo-saxã, tendo na irradiação do programa, em razão do trânsito político dos jornalistas, um elemento que poderia repercutir positivamente no Congresso estadunidense

O que Pearson e Allen vão realizar, e como eles irão percorrer para fazê-lo, vai ser tão provocante, por si só, como a decisão do governo brasileiro a embarcar nesta aventura em publicidade na rádio neste momento... É de se esperar que o Brasil colherá a valorização psicológica dos Yankees que seu gesto aberto merece.⁸⁵⁴

⁸⁵³ Do original: *"Brazil is doing something Uncle Sam never was able to do or smart enough to do - namely, buy radio time in the other fellow's country to openly, frankly, graciously speak a piece about itself and its hopes for better relations. This Brazilian step is, to say the least, provocative..."* Brazil has gone even further in an effort to please. It has picked a program that Yankees may be presumed to like. Actually the Brazil message is very brief and sensible. Almost too brief, as the program arouses, or presumably will, an interest to know more about Brazil, and some further facts and human interest sidelights on the sponsoring country seem distinctly in order on future broadcasts ... UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 07 Oct. 1940. (Tradução nossa).

⁸⁵⁴ Do original: *"Actually Allen and Pearson can possibly do a good deal for better Anglo-Saxon understanding of Latinism. It's a new and perhaps piquant role for a couple of hard-boiled Washington correspondents 'who, according to the dope, make strong congressmen blanch, [...]"* What Pearson and Allen will accomplish, and how they will go about doing it, will be as provocative by itself as the decision of the Brazilian government to embark upon this adventure in radio advertising at this time. It is to be hoped that Brazil will reap the psychological appreciation from Yankees its open gesture deserves. UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*, Nova Iorque, 07 Oct. 1940. (Tradução nossa).

Apesar da repercussão e do pretenso sucesso do programa de Pearson & Allen, segundo leitura da revista *Variety*, havia muitas críticas a essa ação, sobretudo no Itamaraty. Uma delas partiu do diplomata Adolfo Cardoso de Alencastro Guimarães, que assim avaliou o contrato de Drew Pearson com o governo brasileiro, enxergando apenas questões comerciais, desprezando o caráter político por trás da irradiação do *radio show*:

[...] o Drew Pearson, aquele jornalista amigo do Oswaldo Aranha do qual já tive oportunidade de escrever, teve renovado o seu contrato de propaganda do café por 50 mil dólares, cerca de 1000 contos de reis, em 12 semanas. O contrato foi assinado em Nova Iorque pelo Penteado, por partes do Departamento do Café que, pelo visto, deve andar cheio de dinheiros. No primeiro contrato do ano passado Pearson recebeu 35.000 dólares que somados ao segundo montam a 85.000 dólares que jornalista vai receber em pouco mais de 6 meses. Não creio na utilidade deste serviço porque o americano não vai consumir mais café em consequência da propaganda. Isto servirá apenas para criar obrigações com aquele jornalista que não há de querer outra vida. Quando secar a fonte reclamará e aí se não dermos mais dinheiro dirá, certamente, coisas desagradáveis de nós todos porque pertence a uma classe jornalística que conhecemos no Rio. Estou certo que o chefe não tem conhecimento deste assunto e, por isso, peço que o avise do que está sendo feito com os dinheiros do Departamento do Café.⁸⁵⁵

A carta, datada de fevereiro de 1941, informa sobre a renovação do contrato de propaganda do “amigo do Ministro Oswaldo Aranha”, Drew Pearson. A preocupação de Adolfo Cardoso de Alencastro Guimarães em alertar o “chefe” presidente Vargas sobre o risco desse contrato se assemelhou às prevenções do embaixador Mário Pimentel Brandão, ainda no ano de 1938, ou seja, a chantagem que poderia ocorrer caso o contrato com Pearson fosse rescindido ou não renovado. De acordo com o documento, a soma monetária de tal contrato era vultosa, maior do que todas as propostas de subvenção de jornais localizados para a feitura deste estudo. Tal montante saiu novamente de orçamento do DNC, fruto de manobra contábil/orçamentária típica de qualquer governo.

Outro preocupado com o contrato de publicidade do colunista foi o embaixador Carlos Martins. Em carta ao presidente Vargas, ele se mostrou surpreso com a

⁸⁵⁵ GUIMARÃES, Adolfo Cardoso. Carta a Napoleão de A. Guimarães. Rio de Janeiro, 08 fev. 1941. CPDOC. GVC 1941.02.08.

renovação (pela quarta vez) do contrato de Pearson junto ao Departamento Nacional do Café. Martins acusou o jornalista de ser “falsamente amigo do Brasil”, pelo fato de ter sido hóspede do governo brasileiro por ocasião da Conferência de Ministros no Rio de Janeiro, em 1942, e “procure agora, talvez para exercer chantagem, criar embaraços a que possamos obter elementos que venham a auxiliar a nossa industrialização”.⁸⁵⁶

A atuação de Drew Pearson, a despeito das críticas de alguns diplomatas, foi importante na política de propaganda brasileira, tanto nas articulações políticas e de seu “livre trânsito” na Casa Branca, quanto pela adoção de novos mecanismos – tal como o rádio – na divulgação dos interesses brasileiros, mesmo que alguns deles soassem mais como apoio político a Oswaldo Aranha do que ao país, como vimos nas palavras de seus adversários. Convém lembrar que Drew Pearson foi um dos mais importantes realizadores da atividade de propaganda brasileira, mesmo essa informação não constando em sua biografia.⁸⁵⁷

⁸⁵⁶ MARTINS, Carlos. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 29 fev. 1944. CPDOC. GVC 1944.02.29.

⁸⁵⁷ Consultamos quatro obras sobre Drew Pearson (ver bibliografia) e diversos *sites* na internet, além de uma transcrição da entrevista do colunista concedida ao Departamento de História da Universidade do Texas. Em nenhum deles, há qualquer menção de que Pearson teria sido agente de propaganda do governo brasileiro, contudo, a documentação diplomática do Brasil aponta o contrário. Transcrição da entrevista de Drew Pearson. *Oral History Interview I*, 4/10/69, por Joe B. Frantz, Internet Copy, LBJ Library.
in: < <http://www.lbjlib.utexas.edu/johnson/archives.hom/oralhistory.hom/PearsonD/Pearson-D.PDF> >

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em razão da propaganda externa encabeçada pelo Itamaraty e outros órgãos públicos e demais organizações, houve percepção de algum progresso na elaboração da imagem positiva do Brasil nos Estados Unidos? A estrutura de propaganda montada pelo governo cumpriu os objetivos das autoridades brasileiras, em especial do Itamaraty? Como tentativa de resposta, vale o registro das impressões de Arthur Ramos sobre a imagem do país nos Estados Unidos. O médico, na época, há um ano residindo na América do Norte,⁸⁵⁸ redigiu artigo, em 1941, sobre o pan-americanismo, em que discute a imagem da América Latina, em especial, a do Brasil na terra do Tio Sam:

Não só entre a grande massa da população, mas, mesmo nos meios universitários nos Estados Unidos, o entendimento de "América Latina" é microscópico. Por exemplo, o Brasil é comumente incluído como parte da América de Língua Espanhola. Hollywood é outra fonte de desinformação e má interpretação da América Latina [em que] é habitualmente representada (ou melhor, mal representada) por indivíduos sonolentos imersos em uma "siesta" crônica, ou por volutuosas "señoritas" Dançando o Rumba e Conga - tudo isto num contexto de pântanos, selvas e plantações de banana. Acertadamente, Lewis Hanke exorta a conveniência de manter consultores especialistas em Hollywood para evitar tais interpretações falsas.⁸⁵⁹

Para Arthur Ramos, a exposição da imagem do Brasil, mesmo nos meios intelectuais, era ínfima. A crítica enderaçava-se a abordagem hollywoodiana sobre o país, inserindo-o numa espécie de “caldeirão caribenho”, cujos indivíduos,

⁸⁵⁸ Arthur Ramos. Psicol. cienc. prof., Brasília, v. 22, n. 4, Dez. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932002000400012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 12 abr. 2015.

⁸⁵⁹ Do original: *Not only among the great mass of the population, but even in university circles in the United States, the understanding of "Latin America" is microscopic. For example, Brazil is commonly included as a part of Spanish-speaking America. Hollywood is another source of misinformation and misunderstanding Latin America is customarily represented (or rather, misrepresented) by drowsy individuals immersed in a chronic "siesta", or by voluptuous "señoritas" dancing the rumba and conga - all this against a background of swamps, jungles, and banana plantations. Quite correctly, Lewis Hanke urges the desirability of retaining expert advisers in Hollywood to avoid such false interpretations.* RAMOS, Arthur. The scientific basis of Pan Americanism. In: *Revista Brazil Today*. Vol. 1, n. 5. Jan.1941. p. 20. (Tradução nossa).

solonolentos, expressam o julgamento da “incurável preguiça dos brasileiros”, retratados pela revista *Life* em 1936. Arthur Ramos cita a recomendação do historiador Lewis Hanke,⁸⁶⁰ especialista em história da América, sabendo ele da diferença entre a América Hispânica e a Portuguesa – e dos problemas criados ao confundirem as “Américas” –, aconselhava o emprego de consultores em história do continente americano nos estúdios hollywoodianos a fim de evitar mal-entendidos.

A pesquisa realizada acerca das visões *ianques* sobre a América Latina, a pedido de Nelson Rockefeller, em 1941, ilustra bem o assunto. Na investigação, os adjetivos mais usados pelos entrevistados que caracterizariam os latino-americanos foram: pele escura, genioso, atrasado, emocional, religioso, vagabundo, ignorante, desconfiado, amistoso (a característica positiva mais bem votada) e sujo.⁸⁶¹ Mesmo sendo dados de 1941, a imagem dos países latino-americanos nos EUA, em especial o Brasil, pouco mudou nos anos subsequentes.

Em 1943, outro médico, Cid Ferreira Lopes,⁸⁶² publicou artigo na revista *Cultura Política* sobre suas impressões dos Estados Unidos. Em meio a elogios no tocante à boa educação, pragmatismo e respeito à propriedade privada, tão caros no imaginário dos brasileiros acerca dos *ianques*, ele analisou qual era a visão estadunidense do Brasil: “desde que cheguei tenho ouvido muito essa pergunta: eles já nos conhecem melhor? Que pensam sobre o Brasil?”⁸⁶³

Ele mesmo responde aos questionamentos:

Infelizmente, ainda nos conhecem muito mal. Aliás, o americano é um péssimo conhecedor de geografia. Nos ginásios não estudam tanto geografia

⁸⁶⁰ Lewis Hanke (1905–1993) foi um dos mais respeitados historiadores da América Latina Colonial. Ele ensinou nas seguintes instituições: Universidade do Texas, Universidade de Columbia e na University of Massachusetts Amherst. Seus livros até 1941: *The first social experiments in America: a study in the development of Spanish Indian policy in the sixteenth century*, Cambridge: Harvard University Press, 1935; *Las teorías políticas de Bartolomé de las Casas*. Buenos Aires: Talleres s.a. Casa J. Peuser, Ltda., 1935.; *Pope Paul III and the American Indians*. Cambridge: Harvard University Press, 1937. In: <http://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/presidential-addresses/lewis-hanke-biography>. Acesso em: 25 ago. 2015.

⁸⁶¹ SCHOULTZ, Lars, *Estados Unidos: poder e submissão*. Uma história da política norte-americana em relação à América Latina. Bauru: EDUSC, 2000. p. 347.

⁸⁶² Cid Ferreira Lopes foi contemplado com uma bolsa de estudos da *American Foundation for Tropical Medicine*, benefício concedido pelos programas de cooperação intelectual dos EUA. Ele fez intercâmbio de seis meses, de outubro de 1942 a março de 1943, na Tulane University, em Nova Orleans, Estado da Luisiana, onde estudou Medicina Tropical.

⁸⁶³ Revista *Cultura Política*. Ano 3, n. 29, jul. 1943. p. 99-110.

como fazemos aqui. Agora, com a guerra, é que ele está aprendendo um pouco. Assim mesmo, quando aparece algum nome novo no noticiário, os jornais e magazines trazem uma nota explicativa, dizendo o que é e onde fica.⁸⁶⁴

O texto de Cid Lopes, escrito após o “auge” da propaganda brasileira nos EUA, procura justificar o desconhecimento estadunidense sobre o Brasil pelo fato da ignorância do “norte-americano comum” em matéria de localização geográfica, o que corrobora a ideia da propaganda dirigida às elites, já citada nesta Tese.

Realmente, a política do “isolacionismo” contribuiu, de certa maneira, ao alheamento do “grande irmão do norte” para com seus vizinhos do Sul.⁸⁶⁵ O próprio Cid Lopes informou que, quando revelava sua nacionalidade aos “norte-americanos”, eles indagam, em tom de curiosidade, se o país fazia parte da *South America*, e, por conseguinte, se os brasileiros falavam Espanhol. “Quando se diz que no Brasil só se fala Português, é um espanto enorme, mesmo entre gente formada”.⁸⁶⁶

⁸⁶⁴ Revista *Cultura Política*. Ano 3, n. 29. Jul. 1943. p. 99-110.

⁸⁶⁵ O texto *Dark areas of ignorance*, de Martin Kriesberg, professor do Departamento de Ciência Política da Universidade de Michigan, tentou entender a causa da aversão do ianque comum à política externa. A argumentação do cientista político se baseou no censo estadunidense de 1940, onde se vê que seis em cada dez americanos jovens, maiores de 25 anos, nunca foram além do oitavo ano escolar. Segundo Kriesberg, não era a falta de informação que fazia das pessoas alheias aos assuntos externos, já que, em meados da década de 1940, rádio e jornais disputavam a preferência do público. Embora mais de 80 por cento das pessoas declarassem ler regularmente jornais, apenas 50 por cento gastavam mais de 30 minutos na leitura e os assuntos de política externa não estavam no rol do “olhar superficial dos leitores”. O autor conclui que o fator “educação” era o principal entrave no desconhecimento popular sobre política externa. Na opinião de alguns entrevistados, “isso é para as pessoas que não têm trabalho para ganhar a vida”. KRIESBERG Martin, *Dark areas of ignorance*. In: MARKEL, Lester (org). *Public opinion and foreign policy*. Council of Foreign Relations. New York: Harper Brothers, 1949. p. 50 - 58. (Tradução nossa).

Hadley Cantril, diretor do *Office of Public Opinion Research*, ligado à Universidade de Princeton, também percebeu o “desinteresse” da população americana pelos assuntos de política externa. No artigo intitulado *O que não conhecemos é suscetível de nos ferir: sondagens de opinião mostram que os americanos não são apenas egocêntricos, mas mal informados sobre os acontecimentos mundiais* foi publicado no jornal *The New York Times*, em maio de 1944. O artigo apresenta resultados de uma série de sondagens sobre os efeitos da guerra na opinião pública estadunidense, realizada de 1939 a 1944, em destaque os anos de 1942 a 1944, período de intenso envolvimento militar estadunidense na Segunda Guerra Mundial. O autor apontou que a razão para tal desconhecimento advinha do *American way of life*, cujo desejo da manutenção de certos padrões de conforto faria das pessoas alheias em relacionar eventos de política interna com a externa. Embora a maioria apontasse simpatia ao internacionalismo, Hadley Cantril asseverou que isso não era reflexo de conhecimentos sobre a diferença de isolacionistas de internacionalistas, mas sim da ligação entre a paz duradoura à cooperação internacional. Do original: *What we don't know is likely to hurt us: soundings of opinion show that Americans are not only self-centered but ill-informed on world affairs*. Jornal *The New York Times*, Nova Iorque, 14 May, 1944. p. 9 e 32. (Tradução nossa).

⁸⁶⁶ Revista *Cultura Política*. Ano 3, n. 29, jul. 1943, p. 99-110.

Cid Ferreira Lopes assevera que esse desconhecimento, inclusive de pessoas com elevado nível de instrução, estava se exaurindo paulatinamente, aumentando a “simpatia” pelas causas brasileiras. Isso se deveu em virtude da política da boa vizinhança e do apoio a guerra, incluindo o envio de tropas da Força Expedicionária Brasileira (FEB) ao conflito,⁸⁶⁷ que favoreceu o reconhecimento do Brasil na “supremacia na América do Sul”, o que coroaria, em tese, a campanha primordial do chanceler Oswaldo Aranha pela proeminência regional.

Ademais, Cid Ferreira Lopes registra o sucesso da música brasileira, mormente, o samba de Ari Barroso – *Aquarela do Brasil* conhecido nos EUA apenas por *Brazil* – “esteve em cartaz, ocupando o primeiro lugar entre as músicas mais em voga nos *hits parades*, durante duas semanas. De norte a sul e de leste a oeste, era a música mais ouvida. Foi uma ótima propaganda para o Brasil”, escreveu.⁸⁶⁸

A boa imagem, segundo o médico, decorreu também da atuação e desenvoltura do corpo diplomático brasileiro nos EUA, em especial a Oswaldo Aranha:

Felizmente temos tido sorte com os nossos representantes nos EUA. Não exagero dizendo que o ministro Oswaldo Aranha fez época quando foi nosso embaixador. Pela sua atuação inteligente e operosa, muito contribuiu para estreitar mais nossas relações com os EUA e tornar o Brasil mais conhecido. Ficou muito popular. Muitas pessoas me perguntaram por “*Mister Aranha*”.⁸⁶⁹

Além de Oswaldo Aranha, ele destacou a atuação do embaixador Pereira de Sousa e do conselheiro da embaixada, Fernando Lobo, “sobretudo pela atenção dispensada aos bolsistas nos EUA”. O cônsul de Nova Iorque, Oscar Correia, bem como o chefe do *Brazilian Information Bureau*, Francisco Silva Júnior, também tiveram atuação elogiada pelo Jovem médico.

Por outro lado, e em aparente contradição, Cid Ferreira Lopes comentou que, apesar da notoriedade, alguns artistas brasileiros consagrados não contribuíam tanto

Frank McCann complementa: [...] e qualquer pessoa instruída na América sabia que falavam Espanhol no Brasil e o tango era o ritmo nacional – ou seria a conga? MCCANN JR., Frank D. *Aliança Brasil Estados Unidos 1937-1945*. Rio de Janeiro: BibliEx, 1995. p. 201.

⁸⁶⁷ Apesar de não ter sido tratado neste estudo, a participação efetiva do Brasil na guerra, por meio do envio das tropas da Força Expedicionária Brasileira ao *front* europeu, certamente, foi uma medida de demonstração de força à Argentina, assim como de propaganda brasileira tanto interna quanto externa.

⁸⁶⁸ Revista *Cultura Política*. Ano 3, n. 29, jul. 1943. p. 99-110.

⁸⁶⁹ Revista *Cultura Política*. Ano 3, n. 29, jul. 1943. p. 99-110.

com a propaganda do Brasil quanto a ação dos diplomatas. Como exemplo, citou o caso de Carmem Miranda:

A Carmem Miranda teve também uma pequena contribuição na propaganda do Brasil. Mas agora penso que está tendo uma atuação contraproducente. Já posou de moda e não deve insistir mais. Além disso, não muda de *toilette*. Sempre a mesma coisa, com o umbigo de fora. Isso tem feito com que o pessoal por lá pense que as moças e senhoras aqui andam com aqueles trajes. Várias vezes me perguntaram isso. Até uma panamenha feia, com cara de índia, achou de me perguntar isso. No último filme em que Carmem Miranda toma parte, *Springtime in Rokies* – aqui se chamará *Primavera nas Montanhas* – seu papel chega a ser ridículo.⁸⁷⁰

A curiosa impressão do Médico, de um lado, elogiou o exitoso trabalho de propaganda das autoridades brasileiras; de outro, reconheceu a *Aquarela do Brasil*, de Ari Barroso, como importante ponto na propaganda, contudo, afirmou que Carmem Miranda, artista de grande notoriedade nos EUA, pouco contribuiu para a imagem do Brasil ou, pior, segundo o articulista, sua atuação era contraproducente, pois seus trajes estimulavam estereótipos de promiscuidade às mulheres brasileiras.

Se, no plano cultural, a impressão foi a de que os artistas pouco fizeram seu papel de popularizar a imagem do país, no plano científico-intelectual, a visão foi outra: “[...] por um lado, o homem de rua até aqui mal ou não conhecia o Brasil, por outro lado, fica-se envaidecido em verificar que os médicos conhecem bem a medicina brasileira, principalmente os trabalhos de nossos cientistas sobre moléstias tropicais”.⁸⁷¹

A ausência da participação de artistas na documentação pesquisada no Arquivo Histórico do Itamaraty, juntamente com a crítica de Cid Ferreira Lopes, publicada numa revista dedicada à propaganda oficial do Estado Novo no Brasil, atuam como um reforço no discurso negativo dos diplomatas sobre a propaganda nos *mass media* estadunidense, o que, como visto, foi área de atuação do OCIAA, longe da interferência dos órgãos brasileiros no processo.

Esse “desprezo” por Carmem Miranda, reforçado por setores da imprensa internacional⁸⁷² e também pela população local, que aparentemente não gostou da

⁸⁷⁰ Revista *Cultura Política*. Ano 3, n. 29, 07/1943. p. 99-110.

⁸⁷¹ Revista *Cultura Política*. Ano 3, n. 29, 07/1943. p. 99-110.

⁸⁷² A exemplo de Drew Pearson. *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 10 Feb. 1942.

“americanização da cantora”, persiste até hoje na visão de alguns diplomatas, a exemplo de André Amado, que explica o efeito Carmem Miranda na imagem brasileira:

Representar o Brasil no exterior constitui desafio adicional quando se tem de corrigir arquétipos, construídos ao longo do tempo, que tendem a favorecer simplificações, caricaturas e clichês a respeito da realidade nacional ou mesmo do brasileiro em geral. Para nós, por exemplo, Carmem Miranda prestou grande serviço à cultura do país, ao divulgar nos Estados Unidos a alegria da música e a maneira popular de dançar e se enfeitar. Quanto tempo, porém, se passou para se desfazer essa caricatura da mulher brasileira?⁸⁷³

Talvez o negócio de Carmem Miranda fosse mais vender bananas, como a própria falava, em tom jocoso, *banana is my business*,⁸⁷⁴ do que promover a imagem brasileira no Exterior, pois não era seu papel. Sabe-se que o sucesso dela nos EUA, em parte, decorre de um esforço de tolerância - “simpatia forçada” - por parte da *boa vizinhança* do “irmão do Norte” para com a exótica América Latina.⁸⁷⁵

Em 1944, o ministro Pedro Leão Veloso, em relatório ao Presidente Vargas, avalia a imagem do país nos EUA:

Pouco, entretanto, pôde ser feito no sentido de se dar ao povo norte-americano os meios indispensáveis para um verdadeiro conhecimento do Brasil. Na verdade, a irradiação da cultura brasileira nos EUA acha-se ainda em estado embrionário. Urge que se estabeleça um programa de difusão da cultura brasileira na grande República do Norte, cujos dirigentes têm dedicado grande parte de seus esforços à tarefa de interessar o nosso povo na sua cultura e em todas as manifestações da vida americana.⁸⁷⁶

Essa passagem do relatório chama atenção. Apesar do sucesso de artistas brasileiros nos *mass media* estadunidense, como Ary Barroso e Carmem Miranda,

⁸⁷³ AMADO, André. *Por dentro do Itamaraty*. Impressões de um diplomata. Brasília: FUNAG, 2013. p. 82.

⁸⁷⁴ Ela se tornou símbolo da *United Fruit Company* na comercialização das bananas caribenhas e centro-americanas. Cf. ROORDA, Eric. Paul. *The dictator next door*. The good neighbor policy and the Trullillo regime in the Dominican Republic. 1930-1945. Durham: Duke University Press, 1998. p. 29.

⁸⁷⁵ TOTA, Antônio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000. p. 127.

⁸⁷⁶ O relatório citou que, durante o segundo semestre de 1944, dos 16 professores que visitaram a América Latina, quatro vieram ao Brasil, o que entoaria o interesse pelo país; entretanto, o documento menciona que não houve reciprocidade brasileira naquele sentido. Deste modo, a ida de um adido cultural a Washington seria o primeiro passo para uma campanha de difusão da cultura brasileira nos EUA. Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1944. p. 78-79.

Pedro Leão Veloso seguiu exemplo de gestões anteriores do Itamaraty, ao não reconhecer a contribuição desses artistas brasileiros nos EUA, quando assinalou que “a irradiação da cultura brasileira nos EUA acha-se ainda em estado embrionário”. Há duas hipóteses para tal conclusão do Chanceler: a exposição desses brasileiros não alcançou o patamar desejado ou o corpo diplomático nacional desconsiderou a produção desses artistas como *cultura*, numa concepção de “alta política”, em alinhamento à de “alta cultura”, característico do pensar do diplomata. Isso se confirma pela predileção dos servidores do Itamaraty por artistas considerados sofisticados ou eruditos, como cantores de ópera, artistas plásticos ou escritores, a exemplo de Villa-Lobos e Portinari, pessoas que poderiam mostrar um Brasil “refinado” nas cerimônias protocolares organizadas pelas representações diplomáticas.⁸⁷⁷

Se comparada a propaganda brasileira com aquela utilizada pelo *Generalíssimo* Rafael Trujillo, da pobre República Dominicana, percebe-se que a ação brasileira foi modesta, tanto financeiramente quanto na utilização de métodos.⁸⁷⁸ Provavelmente, o assédio de agentes de imprensa e jornalistas estadunidenses ao Brasil advinha das vultosas verbas destinadas à propaganda de ditaduras latino-americanas, como a de Trujillo.

⁸⁷⁷ Esta tese não objetivou analisar o impacto dos artistas brasileiros nos EUA. De todo modo, as figuras que apareciam, em maior quantidade, nas revistas de propaganda *Brazil Today*, *Travel in Brazil* e *Brazil* eram oriundas das “artes clássicas”. Assim, artistas como Cândido Portinari, Bidu Sayão, Maria Martins, Burle Marx, Heitor Villa-Lobos dentre outros, apareciam como marcas da “arte brasileira”. Sobre a música, enquanto o governo Vargas enaltecia o samba como cultura nacional, os diplomatas mantinham “certa desconfiança quanto à música popular, sobretudo quando representada por intérpretes negros” [...] “até o final dos anos 1950, o Itamaraty promoveu a música erudita e folclórica para inserir o Brasil no concerto das nações, enquanto as políticas nacionais privilegiavam o samba na definição da identidade cultural do país pensada a partir da Era Vargas”. Cf. FLÉCHET. Anaïs. As partituras da identidade: o Itamaraty e a música brasileira no século XX. *Escritos*. Revista da Fundação Casa de Rui Barbosa. Ano 5, n. 5, 2011. p. 247-253. Disponível em: http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/revistas/Escritos_5/FCRB_Escritos_5_11_Anaís_Flech et.pdf.

⁸⁷⁸ A ditadura Trujillo (1930-1961), nos tempos da *política da boa vizinhança*, utilizou-se de todos os meios disponíveis para a promoção de seu regime, reforçando a ideia generalizante da “República de Bananas”. Suas ações de propaganda consistiam em rebatismo de avenidas e criação de monumentos em homenagem a políticos estadunidenses; criação de colônia de expatriados estadunidenses em seu país; financiamento do filme de notícias *Sosua: Haven in Caribbean*, pelo estúdio Paramount Pictures; publicação de revistas para circulação nos EUA: Santo Domingo, em 1930, e *The Dominican Republic Actually*, em 1934; compra de suplementos em jornais, contratação do agente de imprensa nos EUA, Laurence de Besault; ainda organizou o *lôbi dominicano* que consistia no pagamento de “mesadas” a jornalistas e “protegidos” de políticos norte-americanos. Cf. ROORDA, Eric Paul. *The dictator next door. The good neighbor policy and the Trujillo regime in the Dominican Republic (1930-1945)*. Durham: Duke University Press, 2006.

Talvez os agentes de imprensa dos EUA, interessados em ampliar o negócio da propaganda, pensassem que um país absurdamente mais extenso, povoado e rico do que a pequena República Dominicana pudesse ofertar mais recursos para a propaganda nos Estados Unidos. Diferentemente, no entanto, da pequena república do mar do Caribe, o Brasil tinha muito mais a oferecer aos interesses *ianques* do que a exportação de produtos primários caribenhos.

Seja como for, por mais que houvesse esforço para propagandear uma visão positiva dos países da América Latina, a imagem generalizante da “República de Bananas” não foi objeto de tantas alterações perante o olhar pouco curioso do “irmão do Norte”.

Este estudo concorda com o historiador Lars Schoultz, ao acentuar, taxativamente, que a política da boa vizinhança “não alcançou as mentes dos líderes e do público dos Estados Unidos para mudar a visão que eles tinham da América Latina”, tampouco houve mudança significativa nos interesses dos EUA, no caso, expansão econômica e segurança nacional.⁸⁷⁹ Mesmo que a imagem do próspero “bom vizinho” do norte tenha melhorado na América Latina por meio das ações do OCIAA, isso não significa dizer que houve simpatia aos EUA, sobretudo no período pós 1945.⁸⁸⁰

De acordo com Frank McCann, apesar da longa amizade diplomática entre Brasil e Estados Unidos, o conhecimento mútuo jamais transpôs a esfera diplomática. O cidadão estadunidense comum confundia, frequentemente, Buenos Aires e Rio de Janeiro. Isso dificultava a mudança da

[...] imagem brasileira típica nos Estados Unidos [que] era aquela produzida pelos filmes extremamente populares de Hollywood e, infelizmente, com base na mesma fonte, os americanos só podiam conjecturar que os homens brasileiros fossem todos caras espertos e espirituosos como Zé Carioca do Walt Disney e as mulheres todas como Carmem Miranda.⁸⁸¹

⁸⁷⁹ SCHOULTZ, Lars. *Estados Unidos: poder e submissão*. Uma história da política norte-americana em relação à América Latina. Bauru: EDUSC, 2000. p 347.

⁸⁸⁰ David Green aponta que a deflagração de governos nacionalistas no pós-1945 como uma derrota da política da boa vizinhança. Cf. GREEN, David. *The containment of Latin America*. A history of the myths and realities of Good Neighbor Policy. Chicago: Quadrangle Books, 1971.

⁸⁸¹ MCCANN JR., Frank D. *Aliança Brasil Estados Unidos 1937-1945*. Rio de Janeiro: BibliEx, 1995. p 201.

Ao que parece, a imagem positiva sobre o Brasil foi aquela propagada pelo OCIAA, cujos vastos recursos e a tática de massificação da propaganda surtiram efeito perante a população estadunidense.⁸⁸²

Não obstante esse diagnóstico, pode-se indicar, de acordo com este estudo, que, embora a propaganda brasileira nos EUA tenha sido descoordenada e com flagrante sobreposição de órgãos executando a mesma função, o público atingido era semelhante: intelectuais, artistas, empresários, políticos e formadores de opinião. Então, é provável que o intercâmbio desses intelectuais brasileiros e estadunidenses – incentivado tanto pelo governo do Brasil quanto pelo dos EUA – tenha criado uma atmosfera propícia ao desencadeamento dos estudos brasileiros nos Estados Unidos no período pós-Estado Novo e se estendendo décadas depois.

Politicamente, o incremento dos investimentos estadunidenses no Brasil demarca uma vitória brasileira na disputa com a Argentina, objetivo prioritário do Itamaraty sob a gestão de Oswaldo Aranha. Dos mais de 475 milhões de dólares em acordos de *lend-lease* – incluíam rifles, pistolas, metralhadoras e aviões de caça – de 1941 a 1945, o Brasil recebeu 347 milhões, o México 38 milhões e o Chile 22 milhões, enquanto a Argentina foi boicotada pela insistência em adotar uma política de resistência para com os EUA.⁸⁸³

Difícil conjecturar se os propósitos brasileiros teriam sido atingidos caso não houvesse a estrutura de propaganda montada durante os 15 anos do governo Getúlio Vargas, tampouco ter-se-ia dimensão do êxito dessa empreitada se não fosse a eclosão da Segunda Guerra Mundial, que catalisou a aproximação entre os “gigantes do Norte e do Sul”. Provavelmente, as ações de propaganda prepararam terreno às negociações do Brasil com os EUA e tenham atenuado as investidas do governo Getúlio Vargas à Alemanha.

Retomando as observações de Conrad Wrzos enviadas a Ernani do Amaral Peixoto,⁸⁸⁴ sobre as experiências “pouco exitosas” de propaganda brasileira nos anos

⁸⁸² A exemplo da Revista *Brazil* que publicou capas de acordo com a proposta do Itamaraty (figuras públicas e históricas, natureza, modernização e arte e cultura popular). Em 1945, a revista cedeu ao publicar duas capas com a imagem do Brasil construída pelo OCIAA: Carmem Miranda e Zé Carioca. Revista Brazil, Maio e Julho de 1945.

⁸⁸³ LONGLEY, Kyle. *In the Eagle's shadow. The United States and Latin America*. Harlan Davidson: Wheeling, 2002. p. 180 e 193.

⁸⁸⁴ Ver parte introdutória desta tese.

de 1940, contrastando com o suposto lucro do “pessoal encarregado de disseminar a propaganda brasileira”,⁸⁸⁵ ao que tudo indica, a crítica se refere ao DIP, à *American Brazilian Association*, ao Escritório de Informações Brasileiras em Nova Iorque e ao emprego de vultosas somas à Drew Pearson na função de *press agent* informal do governo brasileiro.

Provavelmente, Conrad Wrzos, interessado em receber verbas de propaganda, ao avaliar os resultados do período pós-guerra, em que o Brasil não conseguira angariar espaço no Conselho de Segurança da ONU e também do “abandono” dos EUA para com seu “bom vizinho do Sul”, tenha selecionado apenas os fracassos da política externa, esquecendo-se, propositadamente, dos êxitos alcançados, sobretudo, na gestão de Oswaldo Aranha na Chancelaria.

A percepção de “derrota” na política de propaganda do Brasil, expressada por Conrad Wrzos – e, provavelmente, compartilhada por outros – pareceu ter convencido o embaixador Amaral Peixoto, já que a maior parte da estrutura de propaganda brasileira no período pós-Vargas foi, paulatinamente, desmontada. Drew Pearson deixou de receber fomento à propaganda após a saída de Oswaldo Aranha da Chancelaria, em agosto de 1944; o DIP foi extinto em 1945; a *American Brazilian Association* deixou de atuar em fins de 1959⁸⁸⁶ e os escritórios de propaganda no Exterior foram revogados em 1961.⁸⁸⁷ Coube ao Itamaraty, com o fim desses órgãos e já com outros propósitos, planejar e executar toda a atividade de propaganda.

Acreditamos que esta Tese de doutorado poderá abrir *campos de possibilidades* na compreensão das relações entre Brasil e Estados Unidos no período, como também perceber as tessituras do trabalho da propaganda externa brasileira em outros períodos e alhures, pois a tarefa de *vender um produto ou uma ideia* do Brasil para diversos compradores jamais cessou no decorrer da história.

⁸⁸⁵ Wrzos, Conrad B. Rostan. Carta a Ernani do Amaral Peixoto. Rio de Janeiro, 24 out. 1955. CPDOC. EAP emb. 1956.01.18.

⁸⁸⁶ Não foi localizado registro de atividades da *American Brazilian Association* pós 1959, último ano da revista *Brazil*.

⁸⁸⁷ BRASIL. Decreto nº 50.332, de 10 de março de 1961.

In: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1950-1969/D50332impressao.htm>. Acesso em: 23 jun. 2015.

6 ACERVOS E FONTES

6.1 Acervos pesquisados (*in loco*)

No Brasil

- Arquivo Nacional, Rio de Janeiro. Documentação sobre Agência Nacional, Relatórios Ministeriais, Atas de Reunião do Conselho de Segurança Nacional.
- Arquivo Histórico do Itamaraty, Rio de Janeiro. Documentação diplomática, ofícios, memorandos, correspondências, cartas, circulares e relatórios do Ministério das Relações Exteriores. Latas e maços: 1374 (31871); 525 (31869); 1374 (31880); 729 (10893, 10894, 10895); 969 (15334); 1283 (23466); 1268 (29027); 1388 (32156); 1867 (36140); 576 (9262); 792 (11072); 813 (11504, 9204); 813 (33838, 15329); 729 (10454 partes 1 a 5).
- Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro. Jornais diversos
- CPDOC, Rio de Janeiro. Relatórios da Polícia Civil, Documentação pessoal de diplomatas e figuras próximas ao governo, Revista *Cultura Política*
- CEDEM- UNESP, São Paulo. Acervo diplomático dos EUA, relatórios do Departamento de Estado.

Nos Estados Unidos

- Library of Congress, Washington. Revista *Brazil* (agosto de 1929 a julho de 1930; dezembro de 1937 a dezembro de 1945); Revista *Brazil Today* (1942 a 1944); Revista *Travel in Brazil* (1942-1943)
- American University Library, Washington. Acervo Drew Pearson.
- University of Michigan Library, Detroit. / Universidade de Chicago (permuta de acervo). Revista *Brazil* (novembro de 1930 a novembro de 1937, Revista *Brazil Today* 1942 a 1944.

6.2 Acervos Virtuais (internet e DVD's)

- The New York Times Archives
- The New York Times. The Complete front pages. 6 DVD's
- Proquest database. Jornais: The Christian Science Monitor. Boston; The Washington Post, Washington; The Chicago Tribune, Chicago; The Los Angeles Times; Los Angeles

- Time Magazine archives
- Revista Life. Google Books
- The National Archives database
- Senado dos Estados Unidos
- Câmara dos Deputados dos Estados Unidos
- Internet Archive – livros e documentação diplomática (brasileira e estadunidense)
- HathiTrust Digital Library – livros e revistas.
- Departamento de Estado dos EUA - Office of the Historian – boletins do Departamento de Estado, relatórios e correspondências diplomáticas.
- The Center for Research Libraries (CRL) – Relatórios Ministeriais brasileiros (1930 – 1945).
- U.S. Bureau of the Census - Internet Release - censo dos EUA.
- Foreign Relations of the United States - University of Wisconsin Digital Collections Center. UW-Madison Libraries – Relatórios do Departamento de Estado, correspondências diplomáticas dos Estados Unidos.
- Biblioteca Nacional (memória digital): jornais O jornal, Correio da Manhã, Diário de S. Paulo, A noite, A Batalha, Diário Carioca, Diário de Notícias
- Jus Brasil – Diários Oficiais e legislação brasileira.
- Sistema Consular Integrado de Atos Internacionais – acordos bilaterais entre Brasil e outros países: <http://dai-mre.serpro.gov.br/>
- Biblioteca Digital do Senado Federal – legislação.
- Biblioteca Digital da Câmara dos Deputados – legislação.

7 LISTA DE FONTES

7.1 Correspondências (ofícios, cartas e telegramas) por ano

Sem data.

- ARANHA, Oswaldo. Telegrama a Pimentel Brandão. S/D;
- Ofício nº 1036 de Oswaldo Aranha ao Ministro Maurício Nabuco. S/D. AHI.

1930

- SERVIÇO DE INFORMAÇÕES PANAMERICANO. Carta ao Sr. Otávio Mangabeira, Ministro das Relações Exteriores. Nova Iorque, 16 jun. 1930. AHI.
- Telegrama nº 346 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 29 nov. 1930. AHI.

1931

- Ofício S/N do Ministro das Relações Exteriores ao Ministro da Justiça e Negócios Interiores, Rio de Janeiro, 23 out. 1931. AHI.
- Ofício nº 1.624 do Ministério da Justiça e Negócios Interiores ao Ministro de Estado das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 13 nov. 1931. AHI.
- Telegrama nº 105 do Ministério das Relações Exteriores ao Consulado Geral em Nova Iorque. Rio de Janeiro, 26 nov. 1931. AHI.
- Ofício Nº 85/901.06 do Ministério das Relações Exteriores ao Consulado do Brasil em Nova Iorque. Rio de Janeiro, 26 nov. 1931. AHI.
- Telegrama nº 120. Urgente, do Consulado do Brasil em Nova Iorque ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Iorque, 27/28 dez. 1931. AHI.

1932

- Ofício nº 201-G.R do delegado Salgado Filho, da Quarta Delegacia Auxiliar da Polícia do Distrito Federal, ao Sr. Ministro da Justiça. Rio de Janeiro, 06 Jan. 1932. AHI.

1933

- COREY, George Harve. Telegrama interceptado pela censura, s/d. Data de arquivamento 09 fev. 1933. AHI.
- REINHART, Robert. Carta ao presidente Getúlio Vargas. Nova Iorque, 19 maio 1933. AHI.

1934

- UNITED FEATURE SYNDICATE. *The Washington Merry-go-Round*, release. Nova Iorque, 02 Oct. 1934.
- Ofício nº 166 de José Joaquim Moniz de Aragão, Secretário-geral do Itamaraty, a Armando Vidal, Presidente do Departamento Nacional do Café. Rio de Janeiro, 11 out. 1934. AHI.

1935

- Ofício nº 8/470.01 do Ministério das Relações Exteriores ao Consulado do Brasil em São Francisco. Rio de Janeiro, 01 abr. 1935. AHI.
- ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 03 maio 1935. Gvc. 1937.05.03/2;
- Ofício nº. 16 do Consulado do Brasil em Manchester ao Ministério das Relações Exteriores. Manchester, 16 maio 1935. AHI.
- ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 28 maio 1935. CPDOC. Gvc 1935.05.28.
- Ofício nº 438 da Embaixada do Brasil no Reino Unido ao Ministério das Relações Exteriores. Londres, 19 nov. 1935. AHI.

1936

- Ofício nº 57 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 25 fev. 1936. AHI.
- Ofício nº. 358.591.71. "Propaganda do Brasil" do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 27 nov. 1936. AHI.
- Ofício nº 88. "Inverdades publicadas na revista *Life* sobre o Brasil". Do Consulado do Brasil em Norfolk ao Ministro das Relações Exteriores. Norfolk, 03 dez. 1936. AHI.

1937

- Ofício nº 916, do Ministro da Agricultura, Odilon Braga ao Ministro das Relações Exteriores, Mário de Pimentel Brandão. Rio de Janeiro, 26 fev. 1937. AHI.
- Ofício nº 171, da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministro Interino Mário Pimentel Brandão. Washington, 21 abr. 1937. AHI.
- Telegrama nº 163. Confidencial, do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 05 maio 1937. AHI.
- VARGAS, Getúlio. Telegrama a Oswaldo Aranha. Rio de Janeiro, 14 maio 1937. CPDOC. Gvc. 1937.05.14/2.

- ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 19 maio 1937. CPDOC GVC 1937.05.19.
- Ofício nº 260 do Ministro das Relações Exteriores, Mário de Pimentel Brandão ao Ministro da Agricultura, Odilon Braga. Rio de Janeiro, 21 maio 1937. AHI.
- Ofício nº 219/500. Reservado, da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 08 jun. 1937. AHI.
- Ofício nº. 273/591.7. “Propaganda do Brasil na Revista *Vogue*”. Washington, 14 jul. 1937. AHI.
- Ofício nº 81 da Legação do Brasil em Oslo ao Sr. Ministro das Relações Exteriores Mário de Pimentel Brandão. Oslo, 27 ago. 1937. AHI.
- ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 31 ago. 1937. CPDOC Gvc. 1937.08.31/2.
- ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 09 set. 1937. CPDOC GVC, 1937.09.09.
- Ofício nº 502 da Embaixada do Brasil na Argentina ao Ministério das Relações Exteriores. Buenos Aires, 13 set. 1937. AHI.
- Ofício nº 351.91, “Noticiário sobre a situação política no Brasil”, do embaixador do Brasil nos EUA, Oswaldo Aranha, ao Ministro das Relações Exteriores, Washington, 15 set. 1937. AHI.
- ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas, Washington, 24 set. 1937. CPDOC. GVC, 1937.09.24.
- Telegrama nº 162. Reservado, da Embaixada do Brasil nos EUA à Secretaria de Estado das Relações Exteriores. Washington, 04 out. 1937. AHI.
- Ofício Nº P 278/591.7. Urgente, “isenção de impostos”, de Hildebrando Accioly, Secretário-Geral do Ministério das Relações Exteriores ao Sr. José dos Santos Leal, Inspetor da Alfândega do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 06 out. 1937. AHI.
- Ofício nº 379 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Senhor Mário de Pimentel Brandão, Ministro das Relações Exteriores. Washington, 12 out. 1937. Reservado. AHI.
- Ofício nº 114/591.7 do Secretário de Estado das Relações Exteriores ao Embaixador do Brasil nos EUA. Rio de Janeiro, 13 out. 1937. AHI.
- ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 24 nov. 1937. CPDOC GVC 1937.11.24/3.
- ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 27 out. 1937. CPDOC GvC, 1937.10.27/1.

- Telegrama nº 199 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 23/24 nov. 1937. AHI.
- ARANHA, Oswaldo. Telegrama a Getúlio Vargas. Washington, 29 nov. 1937. CPDOC. GVC 1937.11.29/2.
- ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 30 nov. 1937. CPDOC. GVC 1937.11.30/1.
- ARANHA, Oswaldo. Telegrama “Campanha contra países latino-americanos. Declarações de Embaixador do Brasil” ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 02 dez. 1937. AHI.
- Ofício nº 544 da Embaixada do Brasil em Londres ao Ministro das Relações Exteriores. Londres, 09 dez. 1937. AHI.

1938

- BERCHEK, George. Carta ao Ministério das Relações Exteriores e Negócios. Sant Louis, 05 jan. 1938. AHI.
- Ofício nº 3 do Consulado do Brasil em Bahia Blanca ao Ministro das Relações Exteriores, Mário Pimentel Brandão. Bahia Blanca, 10 jan. 1938. AHI.
- Ofício nº 61/591.7 “publicação *advertising in Brazil*”, da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. AHI.
- Ofício nº 57, do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 28 jan. 1938. Anexo. AHI.
- Carta do editor [ilegível] do jornal Goodland Daily News ao Ministério das Relações Exteriores. Goodland, Kansas, 21 Mar. 1938. AHI.
- UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 02 Apr. 1938.
- Ofício nº 246/312.4 do embaixador do Brasil nos EUA, Mário de Pimentel Brandão ao Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha. Washington, 08 jun. 1938. AHI.
- Ofício S/N do diretor do arquivo, biblioteca e mapoteca do Ministério das Relações Exteriores ao sr. P. Campos Porto, diretor do Jardim Botânico do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 15 ago. 1938. AHI.
- MACOM, George. Carta ao Ministério das Relações Exteriores. Collingswood, 24 ago. 1938. AHI.
- Ofício nº 361/312.4 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 26 ago. 1938. AHI.

- Ofício Nº 249 do diretor do Museu Nacional de Belas Artes, Oswaldo Teixeira ao diretor do arquivo, biblioteca e mapoteca do Ministério das Relações Exteriores, H. Pinheiro de Vasconcelos. Rio de Janeiro, 01 set. 1938. AHI.
- VASCONCELOS, H. Pinheiro de. Carta a Jorge Maciel da Costa Leite, Cônsul Adjunto de Nova Iorque. Nova Iorque, 01 set. 1938. AHI.
- Ofício nº [ilegível] do Diretor do Arquivo, Biblioteca e Mapoteca do Ministério das Relações Exteriores ao Cônsul adjunto do Brasil em Nova Iorque. Rio de Janeiro, 01 set. 1938. AHI
- PRADO, Bruno. Carta a George Macom. Rio de Janeiro, 09 set. 1938. AHI
- FRIELE, Berent. Carta a Francisco Silva Jr., Diretor do *Brazilian information Bureau*. Nova Iorque, 15 set. 1938. AHI.
- PATTERSON, John C. Carta a A. Teixeira Soares. Washington, 04 Nov. 1938. AHI;
- FRIELE, Berent. Carta ao sr. Francisco Silva Jr. Representante do *Brazilian Information Bureau*. Nova Iorque, 15 Nov. 1938. AHI.
- Telegrama nº 69 da Secretaria de Estado das Relações Exteriores ao Consulado Geral em Nova Iorque. Assunto: despesas reservadas. Publicação "*Brazil*". Rio de Janeiro, 18 nov. 1938. AHI.
- MILZ, Margareth. Carta ao Departamento de Imigração do Brasil (encaminhada ao Itamaraty). Chicago, 23 nov. 1938. AH
- BRANDÃO, Mário Pimentel. Carta a Getúlio Vargas. Confidencial. Washington, 06 dez. 1938. CPDOC GVC 1938.12.06.
- Ofício nº 498 da Embaixada do Brasil nos EUA ao ministro das Relações Exteriores Oswaldo Aranha. Washington, 09 dez. 1938. AHI.
- Ofício nº. 617 "propaganda da Argentina pela radiotelefonia", do Embaixador Protásio Baptista Gonçalves ao Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha. Buenos Aires, 30 dez. 1938. AHI.

1939

- Ofício nº 1 do Consulado do Brasil em Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 03 jan. 1939. AHI;
- CASADO, M. Carta a Margaret Milz. Rio de Janeiro, 09 jan. 1939. AHI.
- ARANHA, Oswaldo. Telegrama ao Interventor de Minas Gerais, Benedito Valladares. Rio de Janeiro, 11 jan. 1939. AHI.
- ARANHA, Oswaldo. Telegrama ao Interventor de Minas Gerais, Benedito Valladares. Rio de Janeiro, 17 jan. 1939. AHI.

- VALADARES, Benedito. Telegrama a Oswaldo Aranha. Belo Horizonte, 17 jan. 1939. AHI.
- UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 27 Jan. 1939.
- Ofício nº [ilegível] do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 25 abr. 1939. Anexo. AHI.
- Ofício nº 64 do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 04 maio 1939. AHI.
- FREITAS VALE, Ciro. Carta ao Presidente da República Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 09 maio 1939. AHI.
- Ofício S/N do Ministro da Justiça, Francisco Campos, ao Presidente da República, Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 19 maio 1939. AHI.
- Ofício nº 80, do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 24 maio 1939. AHI.
- Ofício nº 87 do Cônsul de São Francisco ao Ministro Oswaldo Aranha. São Francisco, 10 ago. 1939.
- Ofício nº 156 do Consulado de Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 04 set. 1939. AHI.
- Ofício SN do Secretário Geral do Ministério das Relações Exteriores, Maurício Nabuco, ao diretor do Departamento Nacional de Propaganda, Lourival Fontes. Rio de Janeiro, 05 out. 1939.
- Ofício nº 696 do diretor do Departamento Nacional de Propaganda, Lourival Fontes, ligado ao Ministério da Justiça, ao Ministério das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 11 out. 1939. AHI.
- Ofício S/N da *American Brazilian Association* ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Iorque, 16 Out. 1939. 591.21(22). AHI
- Ofício nº 26/591.21 de Maurício Nabuco a Alfredo Polzin, Cônsul do Brasil em São Francisco. Rio de Janeiro, 19 out. 1939. AHI.
- Ofício nº 69 do Consulado de Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 30 out. 1939. AHI.
- FARO JÚNIOR, Luiz de. Carta a Berent Friele. Nova Iorque, 22 nov. 1939.
- PERPER, Arthur. Carta a Carlos Ribeira, Cônsul do Brasil em Miami. Miami, 13 dez. 1939. AHI.
- Ofício nº 202 do Consulado do Brasil em Nova Orleans ao Ministério das Relações Exteriores. Nova Orleans, 14 dez. 1939. AHI.

- Ofício nº 22 do Consulado do Brasil em Miami ao Sr. Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha. Miami, 16 dez. 1939. AHI.
- Ofício nº 84 do Consulado do Brasil em Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 23 dez. 1939. AHI.
- TOZIER, Charles H. Carta a Ildefonso Falcão. Boston, 28 dez. 1939. AHI.

1940

- Ofício nº 4 do Consulado de Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 10 jan. 1940. AHI.
- Ofício S/N, do Secretário-Geral do Ministério das Relações Exteriores, Maurício Nabuco, ao Diretor Geral do Departamento de Imprensa e Propaganda, Lourival Fontes. Rio de Janeiro, 22 jan. 1940. AHI.
- Ofício nº 15 “O Brasil, pela palavra de Gustavo A. de Aragon”, do Consulado de Boston ao Ministério das Relações Exteriores. Boston, 14 fev. 1940. AHI.
- Telegrama S/N da Secretaria de Estado das Relações Exteriores à Embaixada do Brasil nos EUA, Washington. 24 fev. 1940. AHI.
- Telegrama da Embaixada do Brasil nos EUA à Secretaria de Estado das Relações Exteriores. Washington, 27 fev. 1940. AHI
- PAN AMERICAN NEWS BUREAU. Carta ao Ministério das Relações Exteriores. Cidade do México, 30 mar. 1940. AHI.
- Ofício nº 46 do Consulado Geral do Brasil em Nova Iorque ao Ministro das Relações Exteriores. Nova Iorque, 05 abr. 1940. AHI.
- Telegrama nº 118 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 23 abr. 1940. AHI.
- Ofício nº 52 do Consulado do Brasil em São Francisco ao Ministro das Relações Exteriores. São Francisco, 01 jun. 1940. AHI.
- Ofício nº 383/540.60 do Embaixador do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 05 jun. 1940. Anexo. AHI.
- FREDENBURGH, Theodore. Carta ao Embaixador do Brasil nos EUA. Nova Iorque, 06 maio 1940. AHI.
- ARANHA, Oswaldo. Telegrama a John Cunningham. Rio de Janeiro, 06 maio 1940. AHI.
- Telegrama nº 80 do Ministério das Relações Exteriores à Embaixada do Brasil nos EUA. Rio de Janeiro, 06 maio 1940. AHI.
- CUNNINGHAM, John. Carta a Carlos Martins. Nova Iorque, 09 maio 1940. AHI.

- FREDENBURGH, Theodore. Carta ao Embaixador do Brasil nos EUA. Nova Iorque, 16 maio 1940. AHI.
- Ofício nº 343 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 13 maio 1940. AHI.
- Ofício nº. 250 “Artigo sobre a situação política do Brasil”, do Embaixador do Brasil no Reino Unido ao Ministro das Relações Exteriores. Londres, 24 jun. 1940. AHI.
- MESQUITA FILHO, Júlio de. Carta à Marina de Mesquita. Buenos Aires, 12 jun. 1940. In: MESQUITA, Júlio de & MESQUITA, Marina. *Cartas do exílio*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2006. p. 163.
- MESQUITA, Marina. Carta a Júlio de Mesquita Filho. São Paulo, 12 jun. 1940.
- MESQUITA FILHO, Júlio de. Carta a Walter Lippmann. Buenos Aires, 15 jun. 1940.
- MESQUITA FILHO, Júlio de. Carta a Walter Lippmann. Buenos Aires, 23 jun. 1940.
- SOUSA, Egídio da Câmara, Cônsul em Chicago. Carta a Getúlio Vargas. Chicago, 19 jul. 1940. AHI.
- Ofício S/N do Ministério das Relações Exteriores ao Diretor Geral do DIP. Rio de Janeiro, 13 ago. 1940. AHI.
- PASCAL, Vicent de. Carta ao ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha. Los Angeles, 22 jul. 1940. AHI.
- UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*, Nova Iorque, 02 Aug. 1940
- Ofício nº 108 do Consulado do Brasil em São Francisco ao Ministro das Relações Exteriores. São Francisco, 28 set. 1940. AHI.
- UNITED FEATURE SYNDICATE. Carta aos jornais assinantes da coluna *Washington Merry-Go-Round*. Nova Iorque, 07 Oct. 1940.
- MESQUITA FILHO, Júlio de. Carta a Don Lawrence Duggan. Buenos Aires, 12 nov. 1940. AHI.
- Ofício nº 60 do Consulado do Brasil em Norfolk ao Ministro das Relações Exteriores, 13 nov. 1940. Anexo. AHI.
- PEARSON, Andrew R. Carta a Oswaldo Aranha. Washington, 17 out. 1940. CPDOC. GV confid. 1940.10.17/2.
- Ofício nº 750 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 19 nov. 1940. AHI.

- VANDERBILT, Amy. Vice-presidente da *Publicity Associates inc.* Carta ao sr. Fernando Saboia de Medeiros, secretário da Embaixada do Brasil nos Estados Unidos. Nova Iorque, 28 nov. 1940. AHI;
- VANDERBILT, Amy. Vice-presidente da *Publicity Associates inc.* Carta ao sr. Fernando Saboia de Medeiros, secretário da Embaixada do Brasil nos Estados Unidos. Nova Iorque, 30 nov. 1940.
- Ofício nº [ilegível] da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 05 dez. 1940. AHI
- Ofício nº 231 do Ministério das Relações Exteriores ao Encarregado de Negócios do Brasil em Washington. Rio de Janeiro, 05 dez. 1940. AHI.
- JOSHUA B. POWERS. Telegrama via Consulado do Brasil em Nova Iorque, à Secretaria de Estado das Relações Exteriores. Nova Iorque, 23 dez. 1940. AHI.
- JOSHUA B. POWERS. Telegrama via Consulado do Brasil em Nova Iorque, à Secretaria de Estado das Relações Exteriores. Nova Iorque, 26 dez. 1940. AHI.
- Telegrama nº 261 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 27 dez. 1940. AHI.
- Ofício nº 821/591.21 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministro das Relações Exteriores. Washington, 31 dez. 1940. AHI.
- Ofício nº 234 do Ministro das Relações Exteriores, Oswaldo Aranha ao Cônsul Geral do Brasil em Nova Iorque, Oscar Correia. Rio de Janeiro, 31 dez. 1940; 04 dez. 1940. AHI.

1941

- LISBOA, Rosalina Coelho. Carta a Getúlio Vargas. Buenos Aires, jan. 1941. CPDOC GV c 1941.01.00. 01/1941.
- GUIMARÃES, Adolfo Cardoso. Carta a Napoleão de A. Guimarães. Rio de Janeiro, 08 fev. 1941. CPDOC. GVC 1941.02.08.
- BORGER, Jules I. Carta ao Paulo Hasslocher. Nova Iorque, 25 fev. 1941. AHI
- Ofício nº 140 da Embaixada do Brasil nos EUA ao Ministério das Relações Exteriores. Washington, 28 fev. 1941. AHI
- Ofício SN/591.21 do Secretário-geral do Ministério das Relações Exteriores ao Diretor Geral do DIP. Rio de Janeiro, 10 mar. 1941.
- LISBOA, Rosalina Coelho. Carta a Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, mar. 1941. CPDOC. GV c 1941.03.00/2, 03/1941.
- Ofício nº g-106 do Diretor da Divisão do Turismo (DIP) ao Secretário-geral do Ministério das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 07 abr. 1941. AHI.

- Carta apócrifa a Paul Vanorden Shaw, interceptada pela censura e enviada por Filinto Muller a Benjamim Vargas. Rio de Janeiro, 04 jun. 1941. CPDOC. GV confid. 1941.06.04/1.
- LISBOA, Rosalina Coelho. Carta a Getúlio Vargas. Buenos Aires, 17 jun. 1941. CPDOC. GV C 1941.06.17.
- MÜLLER, Filinto. Carta ao Coronel Benjamim Vargas. Rio de Janeiro, 23 jun. 1941. CPDOC. GV conf. 1941.06.23/8
- PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 17 set. 1941. CPDOC. GV c 1941.09.17/1.
- PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 03 out. 1941. CPDOC. GV C. 1941.10.03/1.
- PONTES DE MIRANDA, Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 23 out. 1941. CPDOC.
- PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 24 out. 1941. CPDOC. GV C. 1941.10.03/1.
- PONTES DE MIRANDA. Francisco Cavalcanti. Carta a Getúlio Vargas. Nova Iorque, 07 nov. 1941. CPDOC. GV C. 1941.10.03/1.

1942

- Telegrama da Embaixada do Brasil nos EUA à Secretaria de Estado das Relações Exteriores. 21 ago. 1942. AHI.
- Telegrama da Secretaria de Estado das Relações Exteriores à Embaixada Brasil nos EUA. Rio de Janeiro, 26 ago. 1942. AHI.

1943

- VARGAS, Viriato Dornelles. Carta a Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 25 maio 1943. CPDOC.
- ARANHA, Oswaldo. Carta a Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 10 ago. 1943. CPDOC. Gvc 1943.08.10.

1944

- MARTINS, Carlos. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 29 fev. 1944. CPDOC. GVc 1944.02.29.
- HASSLOCHER, Paulo Germano. Carta a Getúlio Vargas. Panamá, 23 jun. 1944. CPDOC. GVc 1944.06.23.
- VARGAS, Lutero Sarmanho. Carta a Getúlio Vargas. Washington, jul. 1944. CPDOC. GV c 1944.07.00/2.

1945

- MARTINS, Maria. Carta a Getúlio Vargas. Washington, 14 mar. 1945. CPDOC. GV c, 1945.03.14.

1955

- WRZOS. Conrad B. Carta a Ernani do Amaral Peixoto. Rio de Janeiro, 24 out. 1955. CPDOC. EAP emb. 1956.01.18

7.2 Documentos governamentais do Poder Executivo do Brasil

Recibo

- Recibo de pagamento no valor de 184,62 dólares do senhor O. Q. Arney – secretário executivo da *American Brazilian Association*, ao Cônsul Oscar Correia, 03 out. 1939. AHI.

Memorandos

- Memorando ao ministro Maurício Nabuco, da Secretaria de Estado das Relações Exteriores, 18 mar. 1936. AHI.
- Memorando da Secretaria de Estado das Relações Exteriores ao Diretor Interino do Arquivo, Biblioteca e Mapoteca da Secretaria de Estado das Relações Exteriores, 17 maio 1937. AHI.
- Memorando da Secretaria de Estado das Relações Exteriores ao Ministro de Estado das Relações Exteriores. Rio de Janeiro, 06 out. 1937. AHI.
- Memorando da Secretaria de Estado das Relações Exteriores ao Ministro das Relações Exteriores, 09 nov. 1938. AHI.
- Memorando [autoria desconhecida] ao Ministro das Relações Exteriores. 10 jul. 1939. AHI.
- Memorando do Chefe da Divisão de Cooperação Intelectual ao Secretário de Estado das Relações Exteriores, 21 ago. 1939.
- Memorando de Jaime Barros Gomes ao Ministro das Relações Exteriores, 09 set. 1939. p. 1. AHI.
- Memorando do chefe do Serviço de Imprensa ao Secretário-geral do Ministério das Relações Exteriores. 25 ago. 1942. AHI.

Circulares e despachos

- Despacho do Secretário-geral do Ministério das Relações Exteriores, Maurício Nabuco ao cônsul do Brasil em São Francisco, Alfredo Polzin. Rio de Janeiro, 19 dez. 1939. AHI.

- Despacho n. DA/CT/22/321.6, de 9 de fevereiro de 1940. AHI.
- Circular s/n (telegráfica), de 24 de outubro de 1930, às Missões Diplomáticas e Consulados de Carreira. In: CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. História da organização do Ministério das Relações Exteriores. EDUNB, 1983. p. 281.
- BRASIL. Circular de 31 jan. 1931. Índice: "Noticiário referente situação Brasil". AHI. 119/04/16. In: A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939. Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano V, n. 9. – Brasília, DF: A Fundação, 2006. p. 22-23.
- Circular nº. 566, de 24 mar. 1931. Índice: "Situação financeira" AHI. 119/04/16
- Circular nº. 567, de 30 mar. 1931. Índice: "Situação econômica e financeira do Brasil" AHI 119/04/16
- Circular nº. 602, de 29 jun. 1931. Índice: "Declarações do Senhor Ministro de Estado" AHI 119/04/16
- Circular nº. 786, de 17 março de 1933. Índice: "Noticiário semanal". AHI 119/05/02
- Circular nº 902, de 08 de agosto de 1934. Índice: "Irradiações do Programa Nacional. Propaganda do Brasil". AHI 119/5/4
- Circular nº. 903 – Reservada - de 13 ago. 1934. Índice: "Serviço de Cooperação Intelectual". AHI 119/05/04. In: CADERNOS DO CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano V, n. 9. – Brasília, DF: A Fundação, 2006. p. 129-130.
- Circular N. 1.162, de 11 nov. 1937. Índice: "Nova organização política". In: Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano VI, Número 10. Brasília, DF: A Fundação, 2007. p. 267-270.
- Circular N 1163, de 11 nov. 1937. Índice: "Nova organização política".
- Circular N 1164, de 11 nov. 1937. Índice: "Nova organização política".
- Circular N 1165, de 11 nov. 1937.. Índice: "Nova organização política".
- Circular Nº. 1.167, 17 nov. 1937. Índice: "Nova organização política". AHI 119/05/06. Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. – Ano VI, Número 10. – [Brasília, DF] : A Fundação, 2007. p 271
- Circular telegráfica nº. 1.435, 12 jun. 1940. AHI. 444/05/07
- Circular telegráfica nº. 1.454, 13 Jun. 1940. AHI. 432/04/15
- Circular N. 1.572 - às missões diplomáticas – "prioridade de Santos Dumont" s/d

Boletins

- *Boletim reservado* nº 113 da Delegacia de Segurança Política. CPDOC. GVc 1944.10.17.
- Boletim Delegacia de Segurança Pública nº 97, de 28 set. 1944. CPDOC. GVc. 1944.09.28. p. 3.

Relatórios

- Relatório apresentado ao Chefe do governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1930.
- Relatório apresentado ao Chefe do governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1932.
- Relatório apresentado ao Chefe do governo Provisório da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1933.
- Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil pelo Dr. José Carlos de Macedo Soares, Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1934.
- Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Dr. José Carlos de Macedo Soares, Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1935.
- Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1935.
- Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1936.
- Exposição que acompanha o Relatório apresentado ao Senhor Presidente da República Doutor Getúlio Vargas pelo Ministro Agamenon Magalhães. Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1936.
- Relatório apresentado ao Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, relativo ao ano de 1936.
- Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1937.
- Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1938.
- Relatório do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio do ano de 1938, 1939 e 1940.
- Relatório apresentado ao Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil pelo ministro de Estado das Relações Exteriores, 1939.

- Relatório apresentado ao Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil pelo ministro de Estado das Relações Exteriores, 1942.
- Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1943.
- Relatório apresentado ao Dr. Getúlio Vargas, Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, pelo Ministro de Estado das Relações Exteriores, 1944.

Legislação

- BRASIL. Decreto nº 4.207, de 22 de outubro de 1901.
- BRASIL. Decreto nº 6.668, de 3 de outubro de 1907. Aprova as instruções para o serviço de propaganda e expansão econômica do Brasil no estrangeiro.
- BRASIL. Decreto nº 19.926, de 28 de abril de 1931. Regulamento Mello Franco, da Secretaria de Estado. In: CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. História da organização do Ministério das Relações Exteriores. EDUNB, 1983. p. 298.
- BRASIL. Decreto nº 20.011, de 11 de junho de 1931. In: CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. História da organização do Ministério das Relações Exteriores. EDUNB, 1983. p. 302.
- BRASIL. Decreto nº 21.305, de 19 de abril de 1932. In: CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. Ibid., p. 302.
- BRASIL. Decreto nº 21.688, de 25 de julho de 1932, estabeleceu luto nacional por três dias, por ocasião do falecimento de Alberto Santos Dumont.
- BRASIL. Decreto nº 22.165, de 5 de dezembro de 1932.
- BRASIL. Decreto Nº 23812, de 30 de janeiro de 1934.
- BRASIL. Decreto Nº 24.651 – de 10 de julho de 1934. Cria, no Ministério da Justiça e Negócios Interiores, o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural.
- BRASIL. Lei nº 218, de 4 de julho de 1936. O Dia da Aviação (23 de outubro) em comemoração ao voo do campo de Bagatelle, em 1906.
- BRASIL. Mensagem apresentada ao Poder Legislativo em 3 de maio de 1936, pelo Presidente da República, Getúlio Dornelles Vargas. Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1936.
- BRASIL. Mensagem apresentada ao Poder Legislativo, em 3 de maio de 1936, pelo Presidente da República Getúlio Dorneles Vargas.
- BRASIL. Portaria de 8 de junho de 1937. A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939. Cadernos do CHDD. p. 355.
- BRASIL. Decreto Nº 2954, de 10 de agosto de 1938.

- BRASIL. Decreto nº 5.077 – de 29 de dezembro de 1939. Aprova o regimento do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP.).
- BRASIL. Decreto-lei nº 4.422, de 30 de junho de 1942.
- BRASIL. Decreto-lei nº 7.582 – de 25 de maio de 1945. Extingue o Departamento de Imprensa e Propaganda e cria o Departamento Nacional de Informações.
- BRASIL. Decreto Nº 50.332, de 10 de março de 1961.

Discursos

- Discurso de 11 de junho de 1940 - *No limar de uma nova era*. Discurso pronunciado a bordo do encouraçado Minas Gerais, capitânea da esquadra nacional.
- Conferência do cônsul do Brasil em Nova Orleans, Pedro Nabuco de Abreu Filho.

7.3 Documentação do Poder Executivo dos Estados Unidos

- Conjunto de telegramas: *Inability of the United States to sell warships to Brazil because of treaty restrictions*. In. UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. Papers relating to the foreign relations of the United States, 1931, Volume I: U.S. Government Printing Office, 1931. p. 883-885.
- Telegrama do embaixador Caffery ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 10 Nov. 1937. UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. Foreign Relations, 1937. Vol V. p. 312.
- Telegrama do Secretário de Estado Cordell Hull ao embaixador Jefferson Caffery. Washington, 12 Nov. 1937.
- Telegrama do encarregado na Alemanha (Gilbert) ao Secretário de Estado. Berlim, 17 May 1938.
- Telegrama do subsecretário de estado ao embaixador Caffery. Summer Welles. Washington, 19 May 1938.
- Telegrama do chargé (encarregado) Gilbert na Alemanha ao Secretário de Estado Hull, Berlim, 17 Aug. 1938.
- Telegrama do chargé (encarregado) na Alemanha (Gilbert) ao Secretário de Estado. 832.00 nazi/35: telegrama. Berlim, 17 May 1938. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. Foreign Relations. 1938, v. 5, p. 415.
- Telegrama do encarregado Scotten ao Secretário de Estado dos EUA, Rio de Janeiro, 04 Nov. 1938.
- Telegrama do The Acting Secretary of State ao the Chargé in Brazil (Scotten). Washington, 09 Jan. 1939

- Telegrama do The Acting Secretary of State ao the Chargé in Brazil (Scotten). Washington, 16 Jan. 1939
- Telegrama do The Chargé in Brazil ao Secretary of State, 17/01/1939.
- Telegrama do The Brazilian Minister for Foreign Affairs (Aranha) ao The Secretary of State (translation), 08 Mar. 1939
- Telegrama do The Secretary of State ao The Brazilian Minister for Foreign Affairs (Aranha), 09 Mar. 1939.
- Memorandum by the Assistant Chief of Division of The American Republics (Ellis O. Briggs), 21 Feb. 1939.
- Telegram The Ambassador in Brazil (Caffery) to The Secretary of State. Rio de Janeiro, 30 Jun. 1939
- Telegrama nº. 164 do Sub-Secretário de Estado ao Embaixador no Brasil (Caffery). Washington, 11 June 1940. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. Foreign relations of the United States diplomatic papers, 1940. The American Republics. Volume V: U.S. Government Printing Office, 1940. p. 615.
- Telegrama nº. 167 do Secretário de Estado ao Embaixador no Brasil (Caffery). Washington, 12 June 1940.
- Telegrama N. 265, do Embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 11 June 1940.
- Telegrama N. 266, do Embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 11 June 1940.
- Telegrama N. 267, do Embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 12 June 1940
- Telegrama Nº. 206 do embaixador na Argentina (Armour) ao secretário de Estado (Welles). Buenos Aires, 12 June 1940
- Telegrama N. 209, do Embaixador na Argentina (Armour) ao Secretário de Estado. Buenos Aires, 12/06/1940.
- Telegrama N. 271, do Embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 12 June 1940
- Telegrama N. 272, do Embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 12 June 1940
- Telegrama do Sub-Secretário de Estado (Welles) ao presidente Franklin Roosevelt. Washington, 12 June 1940
- Telegrama N. 275, do Embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 13 June, 1940

- Telegrama do Sub-secretário Welles ao embaixador dos EUA no Brasil Caffery. Washington, 14 June 1940
- Telegrama do Presidente do Brasil (Vargas) ao Embaixador do Brasil em Washington, 13/06/1940.
- Telegrama N. 3148, Embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 14 June
- Comunicado do Departamento de Imprensa e Propaganda, 14/06/1940.
- Telegrama N. 167, do Secretário de Estado ao Embaixador no Brasil (Caffery). Washington, 12/06/1940;
- Memorando de conversações do Secretário de Estado. Washington, 13 June 1940
- Telegrama 17/06/1940;
- Telegrama N. 287, do Embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 17 June 1940
- Telegrama do Sub-secretário de Estado (Welles) ao Presidente Roosevelt. Washington, 25/06/1940.
- Rascunho do telegrama do Presidente Roosevelt ao Presidente do Brasil (Vargas), 25/06/1940.
- Telegrama N. 313 do Embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 28 June 1940
- Telegrama N. 318, do Embaixador no Brasil (Caffery) ao Secretário de Estado. Rio de Janeiro, 28 June 1940
- Memorandum of conversations, by the Secretary of State. Washington, 13 June, 1940;
- Communiqué issued by the Department of Press and Propaganda. Rio de Janeiro, 14 June 1940
- Draft of telegram from Presidente Roosevelt to the President of Brazil (Vargas). Washington, 25 June. 1940;
- UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. Office of Strategic Services (O.S.S). Preliminary report the elements of insecurity in Brazil. 13 Oct. 1941. Microfilme. Rolo 1. CEDEM.
- Coletânea de telegramas e memorandos *Assistance by the Department of State to the Government of Brazil in establishing a steel industry*. In: UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE. Foreign relations of the United States diplomatic papers, 1940. The American Republics. Volume V: U.S. Government Printing Office, 1940. p. 600-615.

7.4 Periódicos da imprensa

Colunas

- PEARSON, Andrew R. *The Washington Merry-go-Round*. Nova Iorque, colunas, vários números. (1933 – 1945)

Jornais

- A Batalha. Rio de Janeiro, 30 set. 1939.
- A Noite, Rio de Janeiro, vários números.
- Boston Traveler. Boston, 19 Oct. 1939
- *Chicago Daily Tribune*, vários números:
- *Christian Science Monitor*, vários números.
- Correio da Manhã, Rio de Janeiro, vários números:
- Daily Herald, Londres, 02 Dec.1937.
- Diário Carioca, 30 set. 1939.
- Diário de Notícias, vários números.
- Diário de S. Paulo. São Paulo, 14 jun. 1931.
- Diário Oficial da União, vários números.
- Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, vários números.
- *Los Angeles Times*. Los Angeles, vários números.
- Norfolk Virginian-Pilot, Norfolk, 13 Nov. 1940.
- O jornal. Rio de Janeiro, 04 jul. 1931
- The New York Times. Nova Iorque, vários números.
- The Times. Londres, vários números.
- *The Washington Post*, Washington, vários números.
- Washington Herald. Washington, vários números
- South American Journal, Londres, 16 Nov. 1935.
- Indianapolis Star, Indianapolis, Indiana. 02 Aug. 1940

- Boletim Linotypico, de julho de 1931.

Revistas

- Revista Brazil, vários números.
- Revista Brazil Today, vários números.
- Revista Travel in Brazil, vários números.
- Revista Cultura Política, vários números.
- Revista Life, vários números.
- Boletim Linotypico jul. 1931.
- Revista Time, vários números
- Revista Editor & Publish, 23 oct. 1931.
- Revista O Cruzeiro, 11 maio 1968.
- Revista Brazil at War, 1944.

7.5 Livros e artigos

- ANDRADE, Oswald de. *O Santeiro do Mangue e outros poemas*. Rio de Janeiro: Globo, 1991.
- AZEVEDO, Artur. *Contos Cariocas*. São Paulo: Com-arte, EDUSP, 2011
- CADERNOS DO CHDD. Centro de História e Documentação Diplomática. Fundação Alexandre de Gusmão. *A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939*. Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. Diversos números. Brasília, DF: A Fundação, 2006.
- CASTRO, Flávio Mendes. *História da organização do Ministério das Relações Exteriores*. EDUNB, 1983 – Leis, relatórios e documentação diplomática.
- DINES, Alberto. Prefácio. ZWEIG, Stefan. *Brasil: um país do futuro*. Tradução de Kristina Michahelles. Porto Alegre: L&PM, 2008.
- ELLWOOD. Charles A. Estados Unidos do Brasil: uma potência mundial. *Revista Social Science*, Nova Orleans - EUA.
- GANZERT, Frederic William. The Baron do Rio Branco, Joaquim Nabuco, and the growth of Brazilian-American friendship, 1900-1910. *The Hispanic American Historical Review*, 1942.
- GIBSON, Hugh. *Rio*. Illustrated from photograph. New York: Doubleday, Doran & Company, Inc. 1937.

- GUNTHER, John. *O Drama da América Latina*. Tradução de Jorge Jobinsky. Rio de Janeiro: Irmãos Pongetti, 1943
- HAMBLOCH, Ernest. *Sua Majestade o Presidente do Brasil*. Brasília: Senado Federal, 2000. Posfácio de José Honório Rodrigues.
- KELSEY, Vera. *Seven keys to Brazil*. New York: Funk & Wagnalls company, 1940
- KELSEY, Vera. *Six great men of Brazil*. Illustrated by Stephen J. Voorhies. Boston: D.C Heath and Company, 1942.
- MESQUITA, Júlio de & MESQUITA, Marina. *Cartas do exílio*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2006.
- PEIXOTO, Afrânio. Prefácio. ZWEIG, Stefan. *Brasil: um país do futuro*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1941.
- RAMOS, Arthur. The scientific basis of Pan Americanism. In: Revista *Brazil Today*. Vol. 1, n. 5. Jan.1941.
- RODELL, Katherine Carr. *South American primer*. New York. Reynal & Hitchcock, 1941.
- SHARP, Roland. *South America uncensored*. New York: Longmans, Gree and Co., 1945.
- VARGAS, Getúlio. *Diários (1930-1942)*. São Paulo, Siciliano; Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1995.
- WHITAKER, John T. *Americas to the South*. New York: Macmillan, 1939.
- YBARRA, Thomas Russell, *New York Times Magazine*. Nova Iorque, 03 May 1939.
- ZWEIG, Stefan. *Brasil: um país do futuro*. Tradução de Kristina Michahelles. Porto Alegre: L&PM, 2008.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Paulo Roberto *Formação da diplomacia econômica no Brasil: as relações econômicas internacionais no Império*. São Paulo: Senac, 2005.

_____. Tendências e perspectivas dos estudos brasileiros nos EUA. In BARBOSA, Rubens Antônio [et al.] (orgs) *O Brasil dos brasilianistas: um guia de estudos sobre o Brasil nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

ALMOND, Gabriel. *The American people and foreign policy*. New York: Simon & Schuster, 1950.

AMADO, André. *Por dentro do Itamaraty*. Impressões de um diplomata. Brasília: FUNAG, 2013.

ANDERSON, Douglas. "A Washington Merry-Go-Round" of libel actions. Chicago: Nilsson Hall, 1980 p 18.

ANDRADE, Oswald de. *O Santeiro do Mangue e outros poemas*. Rio de Janeiro: Globo, 1991.

ARGUELES, Delmo de Oliveira. A conferência dos chanceleres americanos de 1942 e o envolvimento brasileiro na segunda guerra mundial. In: TEIXEIRA DA SILVA, Francisco Carlos; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (orgs) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010.

AZEVEDO, Artur. *Contos Cariocas*. São Paulo: Com-arte, EDUSP, 2011

BACZO, Bronislaw. A imaginação social. In: LEACH, Edmund et alii. *Anthropos-Homem*. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.

BANDEIRA, Luís Alberto. *Brasil, Argentina e Estados Unidos: conflito e integração na América do Sul (da Tríplice Aliança ao Mercosul)*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

_____. *Presença dos Estados Unidos no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

BARBOSA, Rubens Antônio [et al.] (orgs) *O Brasil dos brasilianistas: um guia de estudos sobre o Brasil nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

BARROS, Orlando de. *A guerra dos artistas: dois episódios da história brasileira durante a segunda guerra mundial*. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

BASTOS, Pedro Paulo Zahluth & FONSECA, Pedro Cezar Dutra. (orgs) *A Era Vargas desenvolvimentismo, economia e sociedade*. São Paulo: Ed UNESP, 2011.

BECKER, Jean-Jacques. A opinião pública. In: REMOND, René (org.). *Por uma história política*. Rio de Janeiro, EdUFRJ / Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2003..

BERGER, Christa & MARROCO, Beatriz. (orgs) *A era glacial do jornalismo*. Teorias sociais da imprensa. Vol.2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BERTONHA, João Fábio. Divulgando O Duce e o Fascismo Em Terra Brasileira: A Propaganda Italiana No Brasil, 1922-1943. *Revista de História Regional*. Vol. 5, N. 2, Ponta Grossa: UEPG

BISPO, Antônio Alexandre. O *Brazilian Information Bureau* nas suas relações com a *American Brazilian Association* e a *American Coffee Corporation* - movimento brasileiro à época da visita da filha de Getúlio Vargas aos EUA. 50 anos de morte de Vera Kelsey (1891-1961)". *Revista Brasil-Europa*. n.129/20, 2011.

BLACK. Allida. *The First Ladies of the United States of America*. Washington: The White House Historical Association, 2009.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (orgs). *Dicionário de política*. 2 vols. 12 ed. Brasília: EDUNB, 2008.

BORGES, Maria Eliza Linhares. Representações do Brasil Moderno para ler, ver e ouvir no circuito dos Museus Comerciais Europeus, 1906 a 1908. *Revista História*, São Paulo, v. 26, n. 2, 2007..

BRANCATO, Sandra. M.L. As relações Brasil/Argentina no ano de 1937: rivalidade e conflito. *Revista de Estudos Ibero Americanos*. Porto Alegre, n. 2., 1988.

CADERNOS DO CHDD. Centro de História e Documentação Diplomática. Fundação Alexandre de Gusmão. *A Versão Oficial – Circulares do Ministério das Relações Exteriores 1930 – 1939*. Cadernos do CHDD / Fundação Alexandre de Gusmão, Centro de História e Documentação Diplomática. Diversos números. Brasília, DF: A Fundação, 2006.

CAPELATO, Maria Helena. *Imprensa e História do Brasil*. SP: Contexto/EDUSP, 1988.

_____. *Multidões em cena*. Propaganda política no Varguismo e no Peronismo. São Paulo: EDUNESP: 2008.

_____. O Estado Novo: o que trouxe de novo? In: FERREIRA, Jorge & DELGADO, Lucilia de Almeida (orgs) *O Brasil Republicano*. Vol 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

_____. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (org) *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: FGV, 1999

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

CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. *História da organização do Ministério das Relações Exteriores*. EDUNB, 1983.

CAULFIELD, Sueann. O nascimento do Mangue: raça, nação e o controle da prostituição no Rio de Janeiro, 1850-1942. *Revista Tempo*. Rio de Janeiro, n. 9, 2000.

CELESTINO, Ana Valéria de S. O Coronel Gaelzer Netto e o Escritório 'Brasil Propaganda' na Alemanha (1914 – 1954). O Arquivo Privado Gaelzer Netto no Instituto Ibero-Americano em Berlim. *Contemporâneos – Revista de Artes e Humanidades*. Número 9- nov./abr. 2012.

CERVO, Amado & BUENO, Clodoaldo. *História da política exterior do Brasil*. 3ª ed. Brasília: EDUNB, 2008.

CHARTIER, Roger. *A história ou a leitura do tempo*. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

CONDE, Maria Rosa Berganza. A contribuição de Robert E. Park, o jornalista que se converteu em sociólogo, à teoria da informação. In: BERGER, Christa & MAROCCO, Beatriz. *A era glacial do jornalismo*. Teorias sociais da imprensa. Vol. 2. EUA. Porto Alegre: Sulina, 2008.

CORSI, Francisco Luiz. *Estado Novo: política externa e projeto nacional*. São Paulo: EDUNESP, 2000.

_____. O projeto de desenvolvimento de Vargas, a missão Oswaldo Aranha e os rumos da economia brasileira. In: BASTOS, Pedro Paulo Zahluth & FONSECA, Pedro Cezar Dutra. (orgs) *A Era Vargas desenvolvimentismo, economia e sociedade*. São Paulo: Ed UNESP, 2011. p. 250

COSTA E SILVA, Alberto. Prefácio. In: ALMEIDA, Paulo Roberto *Formação da diplomacia econômica no Brasil: as relações econômicas internacionais no Império*. São Paulo: Senac, 2005.

COSTELLA, Antônio F. *O controle da informação no Brasil*. Evolução histórica da legislação brasileira de imprensa. Petrópolis: Ed. Vozes, 1970.

DAHL, Robert A. *Congress and foreign policy*. New York: The Norton Library, 1954.

DAL FARRA, Maria Lúcia. Cecília Meireles: imagens femininas. *Cad. Pagu*, Campinas, n. 27, Dezembro, 2006.

DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Cia das Letras, 2010.

DEWHIRST, Robert. E. *Encyclopedia of the United States Congress: facts on file library of American history*. New York: Facts on File, 2007.

DINES, Alberto. Prefácio. ZWEIG, Stefan. *Brasil: um país do futuro*. Tradução de Kristina Michahelles. Porto Alegre: L&PM, 2008.

DULLES, John W. Foster. *Getúlio Vargas*. Biografia política. Rio de Janeiro: Renes, 1967.

DUMOND, Juliette. L'Institut International de Coopération Intellectuelle et le Brésil (1924-1946) Le pari de la diplomatie culturelle. Paris: *Collection Chrysalides*, n. 4, éditions de l'IHEAL, 2008.

DUMONT, Juliette; FLECHET, Anaïs. "Pelo que é nosso!": a diplomacia cultural brasileira no século XX. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 34, n. 67, p. 203-221, jun. 2014.

DUROSELLE, Jean-Baptiste. *From Wilson to Roosevelt*. Foreign Policy of the United States 1913-1945. Cambridge: Harvard University Press, 1936.

_____. *Todo Império perecerá*. Teoria das relações internacionais. Brasília: UNB, 2000.

ELLWOOD, Charles A. Estados Unidos do Brasil: uma potência mundial. *Revista Social Science*, Nova Orleans - EUA. S/D.

EMERY, Edwin. *História da imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Editora Lido, 1965.

FAUSTO, Boris. *Getúlio Vargas*. O poder e o sorriso. Coleção perfis brasileiros. São Paulo: Cia das Letras, 2006.

FERNÁNDEZ-ARRESTO, Felipe. *Então você pensa que é humano?* Uma breve história da humanidade. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

FERREIRA, Aurélio B. de Hollanda. *Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FLÉCHET, Anaïs. As partituras da identidade: o Itamaraty e a música brasileira no século XX. *Escritos*. *Revista da Fundação Casa de Rui Barbosa*. Ano 5, n. 5, 2011.

FERREIRA, Roberta. Difusão cultural e projeção internacional: o Brasil na América Latina (1937-1945) In: SUPPO, Hugo & LESSA, Mônica (orgs) *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contracapa, 2012.

FRANK, Gary. *Struggle for Hegemony in South America: Argentina, Brazil, and the United States During the Second World War* Miami: University of Miami, 1979. Versão (Google e-book).

FREJES, Fred. *Imperialism, media and good neighbor*. new deal foreign policy and United States shortwave broadcasting to Latin america. Norwood: Ablex publishing corporation, 1986.

FREYRE, Gilberto. *Ordem e Progresso*. Tomo 2. 2.ed. Rio de Janeiro, José Olympio, 1962.

GAMBINI, Roberto. *O Duplo Jogo de Getúlio Vargas: Influência Americana e Alemã no Estado Novo*. SP: Símbolo, 1977.

GANZERT, Frederic William. The Baron do Rio Branco, Joaquim Nabuco, and the growth of Brazilian-American friendship, 1900-1910. *The Hispanic American Historical Review*, 1942.

GARCIA, Nelson Jahr. *O Estado Novo: Ideologia e Propaganda: a Legitimação do Estado Perante as Classes Subalternas*. SP: Loyola, 1982.

GOMES, Ângela de Castro. Estado Novo: ambiguidades e heranças do autoritarismo no Brasil. In ROLLEMBERG, Denise & QUADRAT, Samatha Viz. (orgs) *A construção social dos regimes autoritários*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira: 2010.

_____. Política: história, ciência, cultura etc. *Estudos Históricos Historiografia*, Rio de Janeiro, v.9, n. 17, 1996.

GIBSON, Hugh. *Rio*. Illustrated from photograph. New York: Doubleday, Doran & Company, Inc. 1937.

GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990.

GOULD, Stephen Jay. *Dinossauro no palheiro: reflexões sobre a história natural*. São Paulo: Cia das Letras, 1997.

GUNTHER, John. *O Drama da América Latina*. Tradução de Jorge Jobinsky. Rio de Janeiro: Irmãos Pongetti, 1943

GREEN, David. *The containment of Latin America*. A history of the myths and realities of Good Neighbor Policy. Chicago: Quadrangle Books, 1971.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2 ed. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

_____. *Direito e democracia: entre facticidade e validade*. Vol. 2. 2. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003

HAMBLOCH, Ernest. *Sua Majestade o Presidente do Brasil*. Brasília: Senado Federal, 2000. Posfácio de José Honório Rodrigues.

HERTZ, Mônica. *A dimensão cultural das relações internacionais: proposta teórico-metodológica*, Contexto Internacional, n. 6, IRI/PUC, Rio de Janeiro, jul.-dez. 1987.

HILTON, Stanley. *O Brasil e a crise internacional 1930-1945*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977.

_____. *Oswaldo Aranha*. Uma biografia. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994.

HOPKINS, W. Wat. Pearson, in. MCKERNS, Joseph P (org) *Biographical Dictionary of American Journalism*. Westport, CN: Greenwood, 1989.

HORNBY, A.S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English*. 8th. Ed. Oxford: Oxford University Press, 2010.

JOHNSON, John. *Latin America in caricature*. Austin: University of Texas Press, 1993.

JONES, Goreth Stedman. A história do imperialismo dos EUA –. In: BLACKBURN, Robin. (org). *Ideologia na ciência social: ensaios críticos sobre a teoria social*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao Sul do rio Grande*. Imaginando a América Latina em Seleções. Oeste, Wilderness e Fronteira (1942-1970). Bragança. SP: EDUSF Ed. Universidade São Francisco, 2000.

KELSEY, Vera. *Seven keys to Brazil*. New York: Funk & Wagnalls company, 1940

_____. *Six great men of Brazil*. Illustrated by Stephen J. Voorhies. Boston: D.C Heath and Company, 1942.

KLURFELD, Herman. *Behind the lines*. The world of Drew Pearson. Prentice-Hall: New Jersey, 1968.

KRIESBERG, Martin. Dark areas of ignorance. In: MARKEL, Lester (org). *Public opinion and foreign policy*. Council of Foreign Relations. New York: Harper Brothers, 1949.

LAFEBER, Walter. *Inevitable revolutions*. The United States in Central America. New York. Norton & Company, 1993.

LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 2002.

LAJOLO, Marisa. Monteiro Lobato: um brasileiro em trânsito. *Ilha do Desterro*. Florianópolis nº 57 p. 037-057 jul./dez. 2009.

LENHARO, Alcir. *A sacralização da política*. Campinas: Papirus, 1986.

KUSHNIR Beatriz. *Baile de Máscaras*. Mulheres Judias e Prostituição. As Polacas e suas Associações de Ajuda Mútua. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

LEITE, Sidney Ferreira. *O filme que não passou*: Estados Unidos e Brasil na política da boa vizinhança – a diplomacia através do cinema. Tese. História. PPGHS USP, 1998.

LESSA, Mônica Leite. Relações culturais internacionais. In: MENEZES, Leba Medeiros; MUNTEAL FILHO, Oswaldo; ROLLEMBERG, Denise (orgs) *Olhares sobre o político*: novos ângulos, novas perspectivas. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002.

LEVINE, Robert. *Pai dos pobres?* O Brasil e a Era Vargas. São Paulo: Cia das Letras, 2002.

LIMONCIC, Flávio & MARTINHO, Francisco Carlos Palomanes (orgs.). *A Grande Depressão*. Política e economia na década de 1930 – Europa, Américas, África e Ásia. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

LIMONCIC, Flávio. *Os inventores do New Deal*. Estado e sindicatos no combate à Grande Depressão. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

LIPPMANN, Walter. *Opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2008.

LONGLEY, Kyle. *In the Eagle's shadow*. The United States and Latin America. Harlan Davidson: Wheeling, 2002.

LOSEKANN, Cristiana. A Esfera Pública habermasiana, seus principais críticos e as possibilidades do uso deste conceito no contexto brasileiro. *Pensamento Plural*. Pelotas [04]: 37 - 57, janeiro/junho 2009.

LUCA, Tania Regina de. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 31, nº 61, 2011.

_____. Anuário da Imprensa (1942): uma leitura e muitos desafios. In: MATTOS, Geisa; JAGUARIBE, Elisabete; QUEZADO, Ana. (Org.). *Nordeste, memórias e narrativas da mídia*. 1ed. Fortaleza: Edições do Instituto de Referência da Imagem e do Som (IRIS), 2010.

_____. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org). *Fontes Históricas*. São Paulo: Contexto, 2006.

LUKACS, John. *Uma nova república – história dos Estados Unidos no século XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

MANZUR, Tânia. *Opinião pública e política exterior do Brasil (1961-1964)*. Curitiba: Juruá, 2009

MARKEL, Lester. Opinion – a neglected instrument. In: _____ (org). *Public opinion and foreign policy*. Council of Foreign Relations. New York: Harper Brothers, 1949.

MCCANN JR., Frank D. *Aliança Brasil-Estados Unidos 1937-1945*. Rio de Janeiro. BibliEx, 1995.

MCKERNS, Joseph P (org) *Biographical Dictionary of American Journalism*. Westport, CN: Greenwood, 1989.

MENEZES, Roniere. *O traço, a letra e a bossa*. Literatura e diplomacia em Cabral, Rosa e Vinícius. Belo Horizonte: EDUFMG, 2011.

MESQUITA, Júlio de & MESQUITA, Marina. *Cartas do exílio*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2006.

MITCHELL, J. M. *International cultural relations*. Londres: Allen & Unwin. The British Council, 1986.

MOLINA, Matias M. *Os melhores jornais do mundo: uma visão da imprensa internacional*. Rio de Janeiro: Ed Globo, 2007.

MOTA, Carlos Guilherme. (org). *Viagem Incompleta*. A experiência brasileira (1500-2000). A grande transação. São Paulo: SENAC, 2013.

MOTT, Frank Luther. *American Journalism*. A history of Newspapers in the United States through 250 years (1690-1940). 7ª reimpressão. New York: The Macmillan Company, 1947.

MOURA, Gérson. *Autonomia na dependência: a política externa brasileira de 1935 a 1942*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1980.

_____. *Relações exteriores do Brasil: 1939-1950: mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012.

_____. *Tio Sam chega ao Brasil A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. *Americanos: representações da identidade nacional no Brasil e nos EUA*. BH: EDUFMG, 2000.

PACHECO, Thiago. Sistema de espionagem e contra espionagem brasileira durante a Segunda Guerra Mundial. In: TEIXEIRA DA SILVA, Francisco Carlos; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (orgs) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010.

PARK, Robert Ezra. Notícia e poder da imprensa. In: BERGER, Christa & MARROCO, Beatriz. (orgs) *A era glacial do jornalismo*. Teorias sociais da imprensa. Vol.2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PEARSON, Drew. *O Senador*. Tradução de Affonso Blacheyre. Rio de Janeiro: Edições o Cruzeiro, 1969.

PECEQUILO, Cristina Soreanu. *A Política Externa dos Estados Unidos*. Continuidade ou mudança? Porto Alegre: EdUFRGS, 2003.

PEIXOTO, Afrânio. Prefácio. ZWEIG, Stefan. *Brasil: um país do futuro*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1941.

PERKINS, Dexter. *A época de Roosevelt. 1932-1945*. Trad. Edilson Alkimim Cunha. Rio de Janeiro: Edições o Cruzeiro, 1967.

PHILIPPOV, Karin. *Rockwell Kent e o Brasil*. Dissertação. História, Unicamp, 2008.

PIAZZA, Maria de Fátima. *Portinari e o campo cultural estadunidense: história, arte e política*. SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 2009, Fortaleza. Anais do XXV Simpósio Nacional de História – História e Ética. Fortaleza: ANPUH, 2009. CD-ROM.

PILAT, Oliver. *Drew Pearson. An unauthorized biography*. Nova Iorque: Harper's Magazine Press, 1973.

PRADO, Maria Lígia Coelho. Ser ou não ser um bom vizinho: América Latina e Estados Unidos durante a guerra. *Revista USP*. São Paulo, (26): 5261. Jun./ago, de 1995.

_____. Davi e Golias: as relações entre Brasil e Estados Unidos no século XX. In: MOTA, Carlos Guilherme(org). *Viagem Incompleta. A experiência brasileira (1500-2000)*. A grande transação. São Paulo: SENAC, 2013.

RAMOS, Arthur. The scientific basis of Pan Americanism. In: Revista *Brazil Today*. Vol. 1, n. 5. Jan.1941.

REMOND, René (org.). *Por uma história política*. Rio de Janeiro, EdUFRJ / Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1996.

RIBEIRO, Edgard Telles. *Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira*. Brasília: FUNAG, 2011.

RODELL, Katherine Carr. *South American primer*. New York. Reynal & Hitchcock, 1941.

RODRIGUES, José Honório. Posfácio. In: HAMBLOCH, Ernest. Sua Majestade o Presidente do Brasil. Brasília: Senado Federal, 2000.

ROORDA, Eric Paul. *The Dictator Next Door: The Good Neighbor Policy and the Trujillo Regime in the Dominican Republic, 1930-1945 (American Encounters/Global Interactions)*. Durham: Duke University Press, 1998.

ROSE, R.S. *Uma das coisas esquecidas: Getúlio Vargas e controle social no Brasil – 1930-1954*. Tradução Ana Olga de Barros Barreto. São Paulo. Cia das Letras, 2001.

SANTOS, Raquel Paz dos. Relações Brasil-Argentina: imagens e percepções do país vizinho durante a segunda guerra mundial. In: TEIXEIRA DA SILVA, Francisco Carlos; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (orgs) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010.

SARAIVA, José Flávio Sombra. *História das relações internacionais contemporâneas. Da sociedade internacional do século XIX à era da globalização*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. São Paulo: Contexto, 2006.

SCHOULTZ, Lars. *Estados Unidos: poder e submissão. Uma história da política norte-americana em relação à América Latina*. Bauru: EDUSC, 2000.

SCHUNDSON, Michael. *Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Trad.Denise Jardim Duarte. Petrópolis: Vozes, 2010.

SEITENFUS, Ricardo. *O Brasil vai à guerra: o processo do envolvimento brasileiro na segunda guerra mundial*. 3ª ed. Barueri: Manone, 2003.

SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 2ª ed. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.

SHARP, Roland. *South America uncensored*. New York: Longmans, Gree and Co., 1945.

SILVA, Hélio. 1937. Todos os golpes se parecem. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970.

_____ 1939: Véspera de Guerra. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1972.

_____. 1945: por que depuseram Vargas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976.

SKIDMORE, Tomas. *O Brasil visto de fora*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.

SMITH, Richard Cândida. Érico Veríssimo, um embaixador cultural nos Estados Unidos. *Tempo*, Niterói, v. 19, n. 34, p. 147-173, Jun. 2013.

SOBEL, Richard. *The impact of public opinion on U.S. foreign policy since Vietnam: constraining the Colossus*. New York: Oxford University Press, 2001.

SOUZA, José Inácio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2003.

SUPPO, Hugo & LESSA, Mônica (orgs) *A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural*. Rio de Janeiro: Contracapa, 2012.

SUPPO, Hugo Rogério. Gilberto Freyre e a imagem do Brasil no mundo. *Revista Cena Internacional*. 5 (2), 2003.

SVARTMAN, Eduardo Munhoz. *Diplomatas, políticos e militares*. As visões do Brasil sobre a Argentina durante o Estado Novo. Passo Fundo: EDIUPF, 1999.

TEIXEIRA DA SILVA, Francisco Carlos; CABRAL, Ricardo Pereira; MUNHOZ, Sidnei (orgs) *Impérios na História*. Rio de Janeiro: Campos/Elsiver, 2009.

TENAN, Bruno. O autor. In: AZEVEDO, Artur. *Contos Cariocas*. São Paulo: Com-arte, EDUSP, 2011.

TOTA, Antônio Pedro. *O amigo americano*. Nelson Rockefeller e o Brasil. São Paulo: Cia das Letras, 2014.

_____. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

UNESCO. *A Chronology of UNESCO: 1947-1987*. Paris, 1987.

VARGAS, Getúlio. *Diários (1930-1942)*. São Paulo, Siciliano; Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1995.

VISENTINI, Paulo G. & PECEQUILO, Cristina Soreanu. Estados Unidos: o Último Império. In: TEIXEIRA DA SILVA, Francisco Carlos; CABRAL, Ricardo Pereira; MUNHOZ, Sidnei (orgs) *Impérios na História*. Rio de Janeiro: Campos/Elsiver, 2009.

WOOD, Bryce. *The dismantling of the good neighbor policy*. Austin: The University of Texas Press, 1985.

WHITAKER, John T. *Americas to the South*. New York: Macmillan, 1939.

WHITE, L.D. Public Administration. In: PRESIDENT'S RESEARCH COMMITTEE ON SOCIAL TRENDS. *Recent Social Trends*. Nova York: MacMillan, 1933.

WRZOS, Corad. *Jucelino Kubitschek*. Estados Unidos – Europa. Rio de Janeiro: José Olimpio, 1960.

YBARRA, Thomas Russell, New York Times Magazine. Nova Iorque, 03 May 1939.

ZENTNER, Christian & Friedemann, BEDÜRFTING (orgs). *The Encyclopedia of the Third Reich*. Vol. 1. Nova Iorque: Macmillan Publishing Company, 1991.

ZWEIG, Stefan. *Brasil: um país do futuro*. Tradução de Kristina Michahelles. Porto Alegre: L&PM, 2008.