

NAS ONDAS DO RÁDIO: A CONSTRUÇÃO DOS INIMIGOS DURANTE A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL NA AMAZÔNIA PARAENSE

Tunai Rehm Costa de Almeida*

Edivando da Silva Costa **

169

Resumo: Nos anos 1930, durante o governo Vargas, o rádio foi tratado como um importante meio de comunicação por ser capaz de alcançar as áreas mais remotas do país e ser porta-voz de interesses políticos. Com a eclosão da Segunda Guerra Mundial, Brasil e Estados Unidos firmaram diversos acordos bilaterais; alinharam discursos e ações com o intuito de combater aqueles que representavam as forças rivais e utilizaram o rádio para disseminar informações e orientar os ouvintes a como agir diante dos adversários. Apresentamos como a política da radiodifusão, durante a guerra, na Amazônia paraense, contribuiu para construir a imagem dos inimigos do Brasil: os países do Eixo e os mosquitos transmissores da malária. Tendo como orientação teórica a discussão sobre políticas públicas, este artigo prioriza como fontes os jornais e documentos produzidos pelo Serviço Especial de Saúde Pública, e problematiza os usos e as apropriações do rádio durante o conflito bélico.

Palavras-chave: Rádio; Pará; Segunda Guerra Mundial

ON THE RADIO WAVES: THE CONSTRUCTION OF ENEMIES DURING THE SECOND WORLD WAR IN THE AMAZON OF PARÁ

Abstract. In the 1930s, during the Vargas government, radio was treated as an important means of communication as it was capable of reaching the most remote areas of the country and was a spokesperson for political interests. With the outbreak of the Second World War, Brazil and the United States signed several bilateral agreements; they aligned speeches and actions with the aim of combating those who represented rival forces and used the radio to disseminate information and guide listeners on how to act in the face of their opponents. We present how the broadcasting policy, during the war, in the Amazon of Pará, contributed to building the image of

* Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará, Campus Castanhal. Doutor em História pelo Programa de Pós-Graduação em História (UFPA). E-mail: tunai.rehm@ifpa.edu.br ORCID: 0000-0001-6019-5178

** Professor de História da Escola de Aplicação da Universidade Federal do Pará. Doutor em História pelo Programa de Pós-Graduação em História (UFPA). E-mail: edivandoc@ufpa.br ORCID: 0000-0003-3684-3176

Brazil's enemies: the Axis countries and the mosquitoes that transmit malaria. Taking the discussion on public policies as its theoretical orientation, this article prioritizes as sources the newspapers and documents produced by the Special Public Health Service, and problematizes the uses and appropriations of radio during the war conflict.

Keywords: Radio; Pará; Second World War

EN LAS ONDAS DE RADIO: LA CONSTRUCCIÓN DE ENEMIGOS DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL EN LA AMAZONÍA DE PARÁ

Resumen: En la década de 1930, durante el gobierno de Vargas, la radio era tratada como un importante medio de comunicación ya que era capaz de llegar a las zonas más remotas del país y era portavoz de los intereses políticos. Con el estallido de la Segunda Guerra Mundial, Brasil y Estados Unidos firmaron varios acuerdos bilaterales; alinearon discursos y acciones con el objetivo de combatir a quienes representaban fuerzas rivales y utilizaron la radio para difundir información y orientar a los oyentes sobre cómo actuar frente a sus oponentes. Presentamos cómo la política de radiodifusión, durante la guerra, en la Amazonía de Pará, contribuyó a construir la imagen de los enemigos de Brasil: los países del Eje y los mosquitos transmisores de la malaria. Teniendo como orientación teórica la discusión sobre políticas públicas, este artículo prioriza como fuentes los periódicos y documentos producidos por el Servicio Especial de Salud Pública, y problematiza los usos y apropiaciones de la radio durante el conflicto bélico.

Palabras clave: Radio; Pará; II Guerra Mundial

Introdução

Na edição do dia 23 de junho de 1943, o periódico carioca *O Jornal* publicou o artigo: “Na retaguarda do ‘front’ da borracha: os mosquitos trabalham para Hitler” (*O Jornal*, 1943, p. 3.). Nesse período, Brasil e Estados Unidos já haviam formalizado uma série de acordos diplomáticos com o intuito de favorecer a política de boa vizinhança, ao mesmo tempo em que reforçavam a luta contra os inimigos em comum. Entre as negociações bilaterais, a partir dos Acordos de Washington, assinados em 1942, caberia ao Brasil o fornecimento de recursos naturais à exemplo da borracha, matéria-prima típica da Amazônia.

A necessidade de reativar as áreas produtoras do látex foi marcada por uma outra frente de batalha, conhecida como A Batalha da Borracha, envolvendo diversos sujeitos, sobretudo nordestinos, que vieram para a Amazônia destinados a extrair a goma elástica das seringueiras. Tais homens “lutam contra o tempo e o espaço, contra a floresta e a fauna. Os inimigos são muitos, e sabem defender o seu território contra os invasores. [...] São os pequenos mosquitos transmissores da malária” (O Jornal, 1943). Nas impressões jornalísticas, destinadas aos leitores, o Brasil lutava contra dois inimigos em comum, os nazistas e os mosquitos da Amazônia “que defendem o vale da Amazônia contra a civilização, e que no momento servia de interesses de Hitler” (O Jornal, 1943, p. 3).

Além da imprensa escrita, outro meio de comunicação também foi empregado com o intuito de disseminar entre a população os inimigos a serem combatidos, o rádio. Um recurso capaz de alcançar as regiões mais distantes do país, foi um instrumento utilizado para ser porta voz de interesses políticos e transmitir ideias de como as pessoas deveriam se comportar cotidianamente, diante dos perigos anunciados através das ondas sonoras que chegavam aos ouvintes amazônicos.

Este artigo tem por objetivo discutir como o governo Vargas se utilizou do rádio para exercer controle social construindo e disseminando a ideia dos inimigos do Brasil, especialmente os nazistas e os mosquitos transmissores da malária durante a Segunda Guerra Mundial. Para isso, pensamos o termo políticas públicas como bem definiu de maneira concisa a historiadora Lia Calabre: “resultado das atividades políticas – que envolvem diferentes agentes e, assim, necessitam de alocação de recursos de natureza diversa, e possuem caráter normativo e ordenador” (CALABRE, 2009, p.9). Ao longo do seu período enquanto dirigente máximo do país, Getúlio Vargas dispôs de uma engenharia política capaz de criar subdivisões dentro de uma política cultural a fim de acomodar o rádio como importante meio de comunicação, que cada vez se notabilizou pelo seu alcance e importância na época estabelecendo padrões de modos de vida que poderiam ser adotados.

Como política cultural, a historiadora contribui ao estabelecer o que ela considera um consenso entre diversos pensadores que problematizam a ideia de cultura. Teixeira

Coelho, Garcia Canclini, Nivón Bolán e outros concordam que as chamadas políticas culturais representam uma gama de ações “elaboradas e implementadas de maneira articulada pelos poderes públicos, pelas instituições civis, pelas entidades privadas, pelos grupos comunitários dentro do campo do desenvolvimento simbólico”, seguindo como norte a satisfação das “necessidades culturais da população” (CALABRE, 2009, p.9). Jornais que circulavam no período e documentos oficiais produzidos pelo SESP – Serviço Especial de Saúde Pública -, agência bilateral criada em 1942, são as principais fontes utilizadas, e que nos permitem problematizar a apropriação e os usos do rádio na construção dos inimigos e nos direcionamentos de como deveriam ser combatidos.

Nas ondas do rádio

Data do dia 7 de setembro de 1922 a primeira transmissão de rádio no Brasil, em um evento ocorrido na cidade do Rio de Janeiro. Tratava-se da comemoração do centenário da Independência e, na oportunidade, o então presidente da República Epitácio Pessoa, fez ecoar sua mensagem para os presentes no evento de forma clara e simultânea, marcando naquele momento o surgimento de um veículo que se transformaria anos depois em um dos principais meios de comunicação do país. “As transmissões, ainda que acompanhadas de muitos ruídos, espantaram e maravilharam as pessoas presentes, muitos dos quais imaginaram que estivessem presenciando algum tipo de truque”. (CALABRE, 2004, p. 10). Passados poucos anos, o seu uso foi amplamente expandido atingindo os rincões mais distantes dos grandes centros do Brasil, vencendo as longas distâncias, levando informações e entretenimento em um país em que a grande maioria da população era analfabeta.

O investimento na Rádio durante a década de 1930 teve como estímulo a leitura política de Simão Lopes, homem forte à frente de amplas reformas realizadas durante o governo do presidente Getúlio Vargas e seu informante secreto na Europa. Quando esteve na Alemanha, para cumprir uma missão no ano de 1934, ele analisou o aparato que estava sendo montado pelo então ministro da propaganda nazista, Joseph Goebbles. Compreendeu que o presidente poderia utilizar o potencial do rádio para fazer uso da mesma estratégia no Brasil. Quando já em Londres, enviou uma carta a Vargas

afirmando ser possível adaptar a organização alemã no rádio brasileiro dotando o país de “um instrumento de progresso moral e material formidável” (BARROS, 2022, p.135). É fato que o país já possuía a radiodifusão e mesmo uma regulamentação que havia sido promulgada no ano de 1932 por meio do decreto-lei número 21.111, que demonstrou ter planejamento até duradouro para a época. Futuramente, com o advento do Departamento de Imprensa e Propaganda, foi adaptado para a realidade brasileira o modelo alemão que implementou censura, coerção e um amplo aparato estatal para o controle do campo cultural.

Sobre o uso do rádio na Alemanha, a professora Sandra de Deus afirma que Joseph Goebbels, em 1933 quando da inauguração em uma exposição sobre radiofonia em Berlim, declarou que esse meio de comunicação assumiria o protagonismo que a imprensa escrita desempenhava até o momento. Ao longo da década de 1930 a atuação do nacionalismo alemão demonstrou saber aproveitar o potencial disseminador da radiodifusão. Representou um verdadeiro sucesso ao apresentar uma rede de informações “sem fios empolgou as multidões, por se tratar de um acontecimento fabuloso da mídia na época. Seu efeito sugestivo foi enfatizado pelo suposto imediatismo e a impressão de ocorrer ao vivo” (DEUS, 2006, p.73 – 5).

Com uma população de quase um milhão de alemães no Brasil, no ano de 1939, a Rádio Berlim – uma emissora de ondas curtas – lançava uma programação diversificada com um noticiário político, econômico e ainda musicais voltados para a comunidade alemã no país. Com grande preocupação doutrinária, antes da Segunda Guerra Mundial, países como Itália e Alemanha aproveitaram, com suas rádios voltadas para os interesses menos materiais e mais ideológicos, e criaram programas específicos para o Brasil a fim de ampliar sua aceitação do seu regime (TOTA, 2000, p.77).

Durante a vigência do Estado Novo, no ano de 1939, foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda. O órgão representou uma centralização nas ações do governo assim como na própria administração do controle dos chamados meios culturais do país. A historiadora Eliana Dutra aponta que do campo oral à produção escrita, ou do visual aos sonoro, de pequenas cerimônias restritas aos grupos do interior do poder ou a grandes cerimônias, “o intuito desse aparato de poder seria o de nada deixar escapar à

coordenação e ao controle do Estado” (DUTRA, 2013, p.256). Como mecanismo de controle, o governo garantiu o longo alcance do DIP organizando-o em cinco divisões: Divulgação, Radiodifusão, Cinema e Teatro, Turismo e Imprensa.

Para que o controle fosse feito de maneira mais eficiente, cada estado possuía um departamento local. No Pará, a filial somente seria criada em 1941 e para o cargo foi nomeado Arnaldo Valente Lobo, que se retirou após ser lançado a desembargador do estado, assumindo em seu lugar o poeta e jornalista Lindolfo Mesquita. Atrelado ao Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda (DEIP), foi criado o Serviço de Publicidade Propaganda da prefeitura de Belém (SPP). Este órgão tinha a incumbência de divulgar o que serviria de incentivo à opinião pública, explicar e rememorar fatos históricos nacionais e, além disso, aconselhar a população a ter um estilo de vida ideal (COSTA, 2009, p.15).

Apesar de o DEIP ter sido instituído somente em 1941, antes mesmo, já existiam medidas governamentais que miravam o cerceamento da população. Em 18 de outubro de 1939 uma portaria lançada pelo governo passou a proibir a realização de reuniões em lugares fechados. Sujeitos a represálias ou proibição, eventos como festejos, comemorações ou homenagens que costumeiramente tinham convites publicados no jornal, necessitavam a partir de então de uma licença prévia da Chefia de Polícia, responsável por avaliar a conveniência ou não de sua ocorrência, somente sendo permitido lançar na imprensa após a liberação policial (Idem, p. 28).

O momento da Segunda Guerra Mundial foi facilitador para a construção do ideal ditatorial implantado com o Estado Novo. Por meio de uma política baseada no medo, construiu-se a imagem de herói nacional e com o controle dos meios de comunicação reproduziu a ideia da defesa contra os inimigos do Brasil. Através do apelo emocional houve um “aquecimento de sensibilidades” e a imprensa teve papel fundamental nisso. Como discute Maria Helena Capelato, os sinais emotivos podem ser captados e intensificados através da literatura, teatro, pintura, arquitetura, ritos, festas, comemorações, manifestações cívicas e esportivas. Uma vez combinados esses elementos podem provocar diferentes apropriações que, por sua vez, gerará resultados diversos (CAPELATO, 1999, p. 168).

Como meio de comunicação de massa, o rádio começa a se consolidar nessa época e passa a adquirir grande prestígio entre os ouvintes graças a diversos programas, desde humorísticos, musicais, até mesmo transmissões esportivas, o chamado radiojornalismo e o surgimento das primeiras radionovelas. No ano de 1937 já existiam no Brasil 63 estações e ao fim da Segunda Guerra, em 1945, 111. Já o número de radioreceptores pulou de 357.921 no início do Estado Novo para 659.762 em 1942 (CAPELATO, 2009, p.88).

O rádio foi utilizado para reproduzir discursos e transmitir mensagens e notícias oficiais. Programação que representava essa função, o *Hora do Brasil* foi criado em 1931 e depois *reestruturado* no ano de 1939, com a criação do DIP. O programa tinha três finalidades: informativa, cultural e cívica. Na prática, atuava divulgando os discursos oficiais, atos governamentais, estimulava o apreço por artes populares além de exaltar o patriotismo utilizando lembranças de uma leitura ufanista do passado. Em meio às propostas que surgiram para o sistema de radiodifusão brasileiro, definiu-se a escolha por um misto em que o Estado controlará e fiscalizará sua atividade, porém, a exploração ficaria por conta da iniciativa privada” (Idem, pp.88-89).

Em Belém, a primeira empresa de radiodifusão foi a Rádio Clube do Pará, com prefixo PRAF, porém conhecida como PRC-5. A empresa foi criada no dia 22 de abril de 1928, a partir de uma reunião realizada no Largo da Trindade com a participação de autoridades políticas locais. Sua primeira transmissão ocorreu somente em 7 de setembro de 1929, por meio do primeiro poste transmissor de *broadcasting* com ondas sonoras de 310 metros da região. As duas datas marcariam efemérides brasileiras, a primeira representaria a “descoberta” do rádio na Amazônia, enquanto a segunda visava se alinhar ao ideal de “independência”. As lideranças do grupo em sua fundação eram o advogado Roberto Camelier, o telegrafista Pio dos Santos e o jornalista e colunista social Edgar Proença. Apesar do interesse em consolidar o veículo, a arcaica tecnologia existente na capital paraense dificultava as inovações oriundas do rádio, o que provocou atraso na fundação da PRC – 5, sendo somente possível em função do contato dos paraenses com informações e técnicas de outras regiões do país e também de fora das

fronteiras nacionais, como a tecnologia norte-americana e europeia (OLIVEIRA, 2011, pp. 20-23).

Desde o início houve muita dificuldade para manter e pôr em funcionamento os transmissores. Segundo o historiador Érito Vânio de Oliveira, “Era comum na primeira década do rádio paraense, a emissora passar, em diversas ocasiões, semanas e mesmo meses, sem funcionar” (OLIVEIRA, 2008, p.7). Com baixo orçamento e contando com a distância da capital paraense em relação aos grandes centros brasileiros, existiram muitos empecilhos para adquirir peças, equipamentos e técnicos para a radiodifusão. Mesmo com todos os problemas impostos, os diretores da rádio desejavam expandir as ondas da rádio para regiões mais distantes.

Na década de 1930, houve por parte do então interventor federal do Pará, Joaquim de Magalhães Cardoso Barata, uma aproximação da emissora com o intuito de produzir uma propaganda política “moderna” para os moradores da capital paraense (OLIVEIRA, 2011, pp.131 – 132). O uso do rádio contribuiu para popularizar a propaganda de sua imagem como bom gestor e preocupado com a integração regional. A materialização dessa preocupação se deu por meio de ações como a abertura e construção de estradas, presença e fiscalização pessoal nas obras públicas e visitas rotineiras como interventor aos municípios do interior paraense.

No ano de 1933, o então presidente da emissora, Victor Engelhard, apresentou ao interventor um projeto que representava a sua extensão para o interior paraense. O projeto seria uma parceria entre a emissora e a interventoria e nele, o Estado ficava encarregado de subsidiar a aquisição de peças e equipamentos garantindo a licença para que a Rádio Clube utilizasse a radiodifusão do estado como serviço público. Como contrapartida, a emissora se responsabilizava pela execução através do comando da direção, manutenção financeira e funcionamento das estações (Idem, p.134).

Ao longo da década de 1930, os equipamentos chegavam ao Pará possibilitando a disseminação dos aparelhos transmissores além dos receptores alto-falantes, que reproduzem a programação contribuindo para gradativamente aumentar o investimento e ampliação do público ouvinte. As ondas sonoras passaram a atingir o público da capital, cidades do interior ou até mesmo estados vizinhos. Na propaganda,

a PRC-5 se autodenominava como “A voz do Pará”, sendo ela responsável por irradiar “informações oficiais, as de ordem financeira e comercial como também as de interesse geral e de cunho cultural”, contribuindo para o processo de popularização do rádio (OLIVEIRA, 2011, p.136).

Nas ondas do rádio na Amazônia: a construção do inimigo

Se inicialmente o rádio foi utilizado com os princípios nazistas, ao longo da década de 1930 e, principalmente, durante o processo beligerante houve uma aproximação do circuito cultural brasileiro com o norte-americano. Conta o historiador Orlando de Barros que a rádio norte-americana (assim como as brasileiras) lançava programas voltados para a América Latina em que procurava ressaltar o pan-americanismo enfatizando a posição brasileira. Um dos pilares da relação norte-americana com o Brasil foi a cooptação de alguns jornalistas que haviam atuado no DIP para permanecerem nos Estados Unidos e contribuírem com os programas nos rádios em estreita relação com o chamado OCIAA (*Office of the Coordinator Interamerican Affairs*). Este grupo ficou conhecido como a Missão Brasileira de Rádio e foi encabeçado pelo jornalista Júlio Barata, que havia sido diretor da divisão de rádio do DIP, também contava com Raimundo Magalhães Júnior, redator de *A Noite*, colaborador do *Diário Carioca*, jornal do Rio de Janeiro. Exemplo dessa parceria foi o programa *Cadeia das Américas*, produzido pela empresa CBS (*Columbia Broadcasting System*), lançado no dia 19 de maio de 1942, nos Estados Unidos, tinha como argumento o objetivo de alcançar uma maior aproximação e intercâmbio entre as nações americanas. O programa foi transmitido em uma cadeia de emissoras em toda a América e, no Brasil, pela Rádio Nacional ia ao ar entre 22:30 e 23:30h. Os programas produzidos nas rádios nacionais reproduziam as imposições feitas a partir de sua integração às Nações Unidas contra o Eixo (BARROS, 2022, p.137 – 143).

Em Belém, diariamente, a população poderia ligar seu aparelho sonoro e ouvir os programas retransmitidos pela empresa local, com isso tornaram-se famosos os folhetins que eram publicados nos jornais e passaram a ser lidos em seus programas. Nos jornais que circulavam na cidade havia uma grande propaganda feita acerca da

programação diária que seria transmitida nos aparelhos paraenses. Visto como moderno veículo de comunicação e, por meio de parcerias, tornava-se interessante levar à população de Belém as notícias dos acontecimentos não somente pelos periódicos, mas também através do rádio. A Rádio Clube do Pará tratou de reproduzir em sua programação o que representaria um cenário atualizado cotidianamente, as implicações na vida dos brasileiros, perspectivas futuras para o desenrolar da guerra e para além disso, os mecanismos de proteção do território assim como a identificação do inimigo a ser combatido (Folha Vespertina, 1943, p.3).

No ano de 2008, o intelectual italiano Umberto Eco proferiu em uma conferência realizada na Universidade de Bolonha, na Itália, e defendeu a necessidade de que as nações construam os seus inimigos. Segundo ele, é importante ter um inimigo pois não serve “somente para definir a nossa identidade, mas também para encontrar o obstáculo em relação ao qual medir nosso sistema de valores e mostrar, no confronto, o nosso próprio valor”. Isto é, ao identificar o outro que representa o avesso de nossas convicções e interesses, conhecemos a nós mesmos e como conclusão, ele afirma que “quando o inimigo não existe é preciso construí-lo” (ECO, 2021, p.12).

Em um conflito beligerante como a Segunda Guerra Mundial, o Brasil se colocou durante o processo ao lado dos países aliados e, portanto, possuía interesses próprios para construir a imagem dos nacionais inimigos conhecidos como os chamados países do Eixo. Alemães, italianos e japoneses tiveram a construção de uma imagem reproduzida pelo governo brasileiro, assim como possui o apoio de diferentes grupos sejam eles de jornais, cinematográficos, radialistas, intelectuais ou literatos a fim de representá-los de diferentes maneiras, mas principalmente deixando nítidas aquelas que seriam as diferenças entre nós e eles (ALMEIDA, 2015).

Como bem orienta Eco, “os inimigos são diferentes de nós e se comportam segundo costumes que não são os nossos”. Alerta que eles são caracterizados como ameaçadores mesmo que não atemorizem diretamente, “de modo que não temos o seu potencial de ameaça ressaltando sua diversidade, mas antes a sua diversidade tornando-se sinal de ameaça”. Ao ser diferente de nós, o inimigo torna-se amedrontador. Por isso, era propalada a ideia de que enquanto os brasileiros defendiam a liberdade, os nazistas, por

exemplo defendiam a repressão, se o Brasil entrava no embate como um defensor da democracia, o inimigo seria favorável ao autoritarismo e a ditadura, de tal forma o inimigo representa o opositor, a antítese do ideal seguido pelos valores nacionais de então.

Em meio ao processo de um conflito de proporções mundiais, a guerra surge como um valor de propaganda e a representação do embate contra aquilo que não se desejava no país. Contando com uma população estrangeira oriunda dos países do eixo, estes por muitas vezes vão ser acusados de espionagem e oferecer informações nacionais para os seus países na Europa, designado o apelido de Quinta-Coluna. Associado a eles, e aproveitando o contexto da guerra, o governo lançará um outro elemento a ser combatido, os mosquitos transmissores da malária, (doença que grassava na região amazônica e que dificultava os trabalhos dos sujeitos envolvidos na extração da borracha), caracterizados como os aliados de Hitler.

No ano de 1940, a cidade de Belém, no Pará, possuía uma população de 206 mil pessoas (BRASIL, 1940) que lidavam com as mudanças provocadas pelas circunstâncias de guerra e suas implicações em território amazônico. Havia a divulgação de informações que intencionavam gerar um clima de tensão constante por diversos fatores: os torpedeamentos de navios mercantes brasileiros, a política coercitiva criada sobre alemães, italianos e japoneses, os treinamentos da chamada Defesa Passiva Antiaérea, os programas nas rádios, as notícias dos jornais, enfim, a guerra foi algo presente num contexto exterior, mas, também sentida na capital paraense.

Em meio a esse processo, foi construída a representação do inimigo em diversas frentes, à exemplo do cinema norte-americano que passou a dominar as salas da cidade. Houve uma associação dos interesses políticos do governo, sob a organização do DIP, com a reprodução de películas com propagandas antinazistas e o receio em relação à espionagem que levou a produção de filmes para retratar a quinta-coluna, tal como pode ser evidenciado em *Confissões de um espião nazista*, que chegou as telas paraenses em outubro de 1942 (SILVA, 2007). No campo da literatura, o poeta paraense Lindolfo Mesquita, com seu pseudônimo Zé Vicente, escreveu o livreto de cordel *O Brasil rompeu com eles* (VICENTE, 1943). Nele retratou de maneira satírica a visão de um

paraense sobre os acontecimentos e conjunturas que se definiram ao longo do conflito mundial.

Nesse contexto, vários foram os meios utilizados para identificar e caracterizar os inimigos do Brasil. Sob a influência norte-americana, a partir da autorização da OCIAA, vários programas chegaram a ser veiculados em até 92 emissoras brasileiras, como Rádio Cruzeiro do Sul e Tupi (Rio de Janeiro e São Paulo), Mayrink Veiga (Rio de Janeiro), Educadora (Rio de Janeiro), Record (São Paulo), Cultura (São Paulo), Cosmos (São Paulo), Inconfidência (Belo Horizonte) e Rádio Clube de Pernambuco (TOTA, 2000, p.77). Também reproduzida em Belém, uma das programações de destaque foi *A Marcha do tempo*, que fazia parte de uma série feita em Nova York pela *General Sound Corporation* e que possuía como financiadores empresários estadunidenses engajados na “guerra psicológica desencadeada através da OCIAA” (ABREU, 2006, p.141).



Imagem 1. A Marcha do Tempo

Fonte: Folha vespertina, 2 de agosto de 1943, p.3.

No Pará, também foi transmitida pela Rádio Clube o programa *A Marcha da Guerra*. Noticiado por meio da imprensa escrita, sua propaganda prometia oferecer, de segunda a sexta-feira, sempre às 19h30min, informações de todos os fronts de batalha, fosse ele aéreo, marítimo, terrestre, político ou econômico. Para tornar-se ainda mais atrativo e dar credibilidade ao discurso da programação, contava com “os comentários de técnicos militares brasileiros e autoridades em política e economia” (O ESTADO DO PARÁ, 1943, p.3).

Se no ano de 1943, quando ainda havia indefinições quanto ao resultado da guerra, o programa chamava-se *A Marcha da Guerra*, no ano seguinte, quando a vitória dos países Aliados já começava a se desenhar, a atração ganha o título de *A Marcha para a Vitória*. Nos dizeres do jornal, “é o registro diário dessa caminhada heroica dos libertadores!”. A apresentação ficará a cargo de Danton Jobin e contava ainda com “convidados ilustres” (O ESTADO DO PARÁ, 1944, p.3).

A rádio paraense não foi a única a divulgar esses programas que possuíam a guerra como tema. No Rio de Janeiro, a Rádio Nacional, por meio das radionovelas, retratava de maneira fictícia o cotidiano da população durante o conflito e buscava, na trama, criar uma proximidade com a vida das pessoas, gerando certa identificação dos ouvintes com seus personagens e história. A novela *A Conquista do Sertão*, de Rui do Amaral, em determinados momentos retratava a luta da humanidade pela democracia; em *Uma canção e três destinos*, de Raymundo Lopes, a guerra fazia-se presente e o ouvinte tinha contato com o que estava ocorrendo; já em *Um fantasma de mulher*, Pedro Anísio buscava traçar linhas onde Nazismo e Fascismo eram desenhados como inimigos que deveriam ser perseguidos (AZEVEDO, 1996).

O tema do adversário a ser combatido tinha grande apelo naquele cenário, tanto é, que foi transmitido pela Rádio Clube em Belém, o *Este é o nosso inimigo!*, seguindo a proposta de delinear a imagem daquele que representaria um perigo a sociedade brasileira. A sua transmissão começou no ano de 1943 e iniciava às 21hs e 30 minutos, com a propaganda de que seriam “30 minutos de verdades cruéis”. Ao convidar o ouvinte, era feita a referência a sua “empolgante” programação “para conhecer melhor o inimigo que estamos combatendo” (FOLHA VESPERTINA, 1943, p.3). A publicidade da

atração era feita pelos jornais da cidade que se associavam ao rádio como mecanismo informativo da população. Na propaganda, ainda era enfatizada a imagem de um membro da polícia alemã, com o uso de uma braçadeira com o símbolo da suástica nazista, demonstrando quem era o inimigo do Brasil.



Figura 2: Este é o nosso inimigo

Fonte: Folha Vespertina, 03 de setembro de 1943, p. 3.

Outra sessão do rádio apresentava *O Misterioso!*. Os inimigos brasileiros poderiam estar em qualquer lugar e havia, por parte dos órgãos de imprensa censurados pelo DIP, o interesse de alardear das mais diversas maneiras pelos mais variados meios a atuação desses sujeitos. Daí o questionamento na publicidade, “Quem é ‘O Misterioso’? Ninguém sabe... Mas o certo é que ‘O Misterioso’ está em toda parte, dando combate aos inimigos das Américas” (FOLHA VESPERTINA, 1934, P.3). Os estúdios de animação da Marvel, nos Estados Unidos, estavam funcionando a todo vapor criando estereótipos sobre os adversários e enaltecendo o protagonismo norte-americano no contexto global. Surgiu a figura do defensor da pátria estadunidense, o Capitão América.

Caracterizado com a roupa azul e detalhes em branco e vermelho, seu uniforme se assemelhava a bandeira norte-americana. Se o herói era um americano, o contraventor, um nazista, o Caveira Vermelha. Caracterizado de maneira horrenda e usando uma farda com o símbolo da suástica no centro, representava tudo aquilo que deveria ser extinto. A representação de um inimigo onipresente, traiçoeiro e desleal desencadeou uma reação popular como acusações contra estrangeiros nos jornais ou até mesmo manifestações urbanas. O historiador Geraldo Menezes Neto conta a história das manifestações e passeatas na cidade de Belém antes da entrada do país no conflito, quando a população exigia uma resposta do governo aos ataques a navios mercantes brasileiros, mas também tinham como alvo os chamados “súditos do Eixo”, que viviam na capital paraense. É interessante notar que o autor argumenta que, para além das provocações relacionadas diretamente a guerra, a mobilização possuía como pano de fundo a resolução dos graves problemas sociais pelos quais a população “sentia os efeitos como se já estivesse em guerra” (MENEZES NETO, 2013, p.37).

Os meios de comunicação foram fundamentais para o controle social pretendido e estimulado pelo governo. É nesse contexto que foi estimulada a construção de um inimigo, a representação daqueles que corresponderiam ao mal que poderia atingir a sociedade brasileira. É fato que, no território paraense, tal preocupação existia tanto na área urbana como no espaço rural. Na floresta o inimigo a ser combatido era outro, as doenças e enfermidades que poderiam atingir os trabalhadores envolvidos na extração da goma elástica, conhecidos como soldados da borracha. Se de um lado havia o combate aos inimigos do Eixo, do outro devia-se combater o mosquito, entendido como aliado de Hitler.

A guerra contra os mosquitos

Em meio à guerra, o Brasil e em especial a Amazônia voltava a ser destaque no cenário nacional e internacional, sobretudo pelo restabelecimento da produção da borracha. Diante de um quadro de doenças que grassavam na região, principalmente a malária, o governo Vargas e os Estados Unidos firmaram acordos relacionados à saúde pública. Combater os mosquitos e cuidar da saúde dos trabalhadores envolvidos na extração do

látex, os soldados da borracha, e dos moradores locais passou a ser um novo *front* de batalha que se abria em plena selva amazônica. Para o pesquisador Marcus Cueto, “durante a maior parte dos séculos XIX e XX o termo saúde internacional associou-se a acordos governamentais, disciplinas universitárias e programas sanitários em países pobres” (CUETO, 2015, p. 12). É nesse ínterim que surge o SESP (Serviço Especial de Saúde Pública), agência bilateral criada para atuar nas regiões mais pobres do Brasil, *a priori* na Amazônia, depois ampliando as ações para outras regiões do país.

Um dos dirigentes do Serviço, o general norte-americano George Dunham, ao analisar a luta contra as doenças como um problema continental enfatizava a importância da parceria entre os países, pois “o trabalho no setor da saúde é concorrido para valorizar o sentido da unidade americana” (BOLETIM, 1944, p.1). No ano de 1944, quando a disputa beligerante já se encaminhava para um fim, ao reiterar a importância da união entre as nações no combate às doenças em tempos de guerra, afirmava ainda que “na doença, as Américas tinham um inimigo mais formidável que Hitler. Pois Hitler, como tantos candidatos ao domínio do mundo, via aproximar o seu ocaso, [...] a luta contra a doença, entretanto, não tinha um fim à vista”. Tais discursos reforçavam a ideia da construção dos inimigos com o intuito de legitimar e retratar os que, no contexto bélico, deveriam ser eliminados.

Durante o conflito, o campo da saúde era apresentado como uma árdua luta a ser vencida e os discursos enfatizavam a necessidade de cooperação, nas palavras do médico norte-americano Dr. Crispin Insaurralde: “as doenças não reconheciam as fronteiras políticas e atingia a todas as pessoas, sem a distinção de raça, cor ou crença” (BOLETIM, 1947). A intensificação desses discursos exprimia as necessidades apresentadas pelo contexto da guerra em que exércitos aliados necessitavam de matérias-primas, assim como, os soldados americanos presentes no Brasil e trabalhadores envolvidos na produção da borracha precisariam de prevenção contra a malária e outras doenças tropicais (CAMPOS, 2005). Após a realização dos inquéritos sobre saúde e saneamento, a Amazônia era apresentada como uma região carente de atenção e cuidados. O discurso construído sobre a cooperação entre os países sugeria a

necessidade de união entre as nações dentro dos esforços destinados a sanar a região dos inimigos da população: os mosquitos e os nazistas.

Uma das estratégias lançadas pelo Serviço Especial de Saúde Pública para alcançar seus objetivos foi o uso do Rádio-Teatro da Saúde. Organizado pela Divisão de Educação Sanitária e em parceria com o Ministério da Educação e Saúde, “colocaria à disposição do povo mais um poderoso veículo para a sua educação sanitária” (BOLETIM, 1945, p.8). A grade de programação da radiodifusão, previa “programas de 15 minutos, com dramatizações de histórias que tinham como fundo real, a educação e se fizesse da melhor maneira e que é adotada pelo rádio educativo: ‘ensinar, divertindo’” (Idem). Buscava-se utilizar o rádio como um recurso pedagógico que apostaria no lúdico como forma de entretenimento com o teor educativo, principalmente nos ensinamentos sobre educação sanitária.

O rádio como um informante dos acontecimentos da guerra era também veiculador das mensagens do presidente Getúlio Vargas. No ano de 1943, o então diretor do DIP, tenente-coronel António José Coelho dos Reis, leu, na Hora do Brasil, uma fala do presidente, que, entre outras, abordava a batalha da borracha. Na oportunidade dizia “solicitar o interesse para um problema específico e urgente: precisamos, nós e nossos aliados, de mais borracha!” (JORNAL DA MANHÃ, 1943). Lembrava que “sobre a borracha caminha a guerra moderna. Mas não só as rodas exigem a goma elástica; inúmeros outros equipamentos a reclamam em quantidades enormes”. Se esse produto era essencial dentro dos esforços de guerra, havia ali uma convocação para a extração da matéria-prima. Devido à demanda pela borracha e os seus diversos usos, existia um apelo para que os trabalhadores, de todos os cantos do país, se pusessem à disposição para o enfrentamento da guerra travada internamente. Os jornais noticiavam a convocação de Vargas para os “sertanejos do Norte, do Centro ou do Sul, rudes desbravadores, valentes pioneiros, na Batalha da Produção, o setor da borracha, um dos mais importantes do nosso esforço de guerra, da nossa contribuição para a vitória” (JORNAL DA MANHÃ, 1943). O rádio transformou-se em um mecanismo de comunicação de longo alcance, e foi utilizado para que a voz e os interesses de Vargas chegassem em todo o país. Conforme sugere Pedro Tota, “antes da eclosão da 2ª guerra, as grandes

emissoras nunca se preocuparam muito em expandir suas atividades na América Latina, pois não havia perspectivas de lucros expressivos”. Ainda assim, a atuação do empresário norte-americano Nelson Rockefeller foi fundamental para a expansão do rádio para outros países, por entender o potencial do rádio para “alcançar um público mais amplo, e de todas as classes sociais” (TOTA, 2000, p.73-4).

No projeto de educação sanitária proposto pelo SESP, o rádio-teatro era projetado como importante aliado na disseminação dos ensinamentos e orientações propostos para as famílias. As notícias da agência veiculadas em jornais sugeriu aos seus leitores “as grandes vantagens oferecidas pelo rádio como disseminador de educação”. Ao apontá-lo como um meio de entretenimento capaz de “divertir o povo com novelas dias e noites”, as programações ainda faziam “vender sabão, cosméticos e uma centena de coisas mais”. O periódico O jornal advertia ainda que, “como educadores, deveríamos empregar essas técnicas de rádio para vender saúde” (O JORNAL, 1945, p.4). Por ser um instrumento útil no incentivo de trabalhadores para a exploração da borracha, na educação das famílias do interior e para a obtenção de novos hábitos de saúde, era entendido como importante instrumento a ser aproveitado a serviço do país.

Um registro significativo desse processo é o cartaz apresentando a participação brasileira no conflito. Com mensagens do rádio-teatro, divulgava os acontecimentos de guerra e a transmissão do seu programa em algumas faixas no Brasil.

O anúncio divulgava a participação do Brasil na guerra e atenta para os esforços realizados pelo país junto aos Aliados. Na imagem ao fundo, destaca-se uma espécie de sombra, possivelmente com o intuito de simbolizar as armas e o mundo em guerra. No primeiro plano, caricaturas de homens retratando a ideia de unidade nacional, as diferentes regiões juntas, em uma mesma batalha. Esta representação dos sujeitos com seus instrumentos de trabalho nas mãos, os construtores do Brasil, propagandeavam o ideário de Vargas. Os anos 1930 e 1940 contaram com a regulamentação do trabalho no Brasil, além de um direcionamento político e ideológico de valorização do trabalho e do lugar do trabalhador no cenário nacional (GOMES, 1999, p.53). Além de indicar as diretrizes do governo, o cartaz aponta para o “Brasil na Guerra”, um programa dominical que difundia as ações do país utilizando o rádio. Para Érika Vieira, “durante o Estado

Novo, o projeto de radiodifusão apresentava duas propostas: a utilização do rádio para a propaganda do regime e a utilização do mesmo como instrumento de educação e cultura” (VIEIRA, 2011, p.5).

Sendo um recurso já utilizado no Brasil, provavelmente teria o SESP, junto à sua Divisão de Saúde, buscado inspiração nos programas radiofônicos existentes e apostado em mais um projeto para estender as lições sobre educação sanitária para os moradores do interior. O rádio-teatro da saúde em um projeto inicial, teria organizado “20 gravações distribuídas nos estados do Amazonas, Pará, Minas Gerais e Espírito Santo, além da emissora do Ministério da Educação – a PRA-2 -, emissora de ondas longas do país, e que era escutada em nada menos que 19 estados do Brasil” (BOLETIM, 1945, p.8). Na grade da programação radiofônica do SESP, encontramos temáticas relacionadas aos problemas detectados nos inquéritos sanitários, como: Malária, Opilação, Ofidismo,



Figura 3: O Brasil na Guerra.

Fonte: O Jornal. Rio de Janeiro.

Tuberculose, Difteria e Guerra à mosca. Essas doenças faziam parte do cotidiano dos moradores, à exemplo do Ofidismo, que diz respeito aos efeitos do veneno de cobras e os problemas decorrentes disso. No interior paraense, acidentes envolvendo mordidas de cobras não eram incomuns, provocando medos e superstições em torno da picada. É possível observar que a partir das doenças mais comuns na região, buscou-se construir material com ênfase nas ações da agenda do Serviço, à exemplo de: “Escola e Posto de Higiene”, “Cuidados Pré-natais”, “Cuidados na primeira infância”, “Cuidados com a água”, “Sentinas sanitárias”, “Vacinação contra varíola”, “Guarda Sanitário” e “Visitadora Sanitária” (BOLETIM, 1945, p.4). Recorrer às orientações de profissionais, procurar por medicamentos e pelos postos de saúde eram as sugestões apontadas nas mensagens repassadas para os ouvintes, com o intuito de educá-los e discipliná-los.

Inaugurado em julho de 1945, o programa radiofônico estaria no ar todas às quartas-feiras, das 19h15min às 19h30min. A cada semana, seria transmitida uma dramatização diferente, obedecendo a um plano previamente estipulado (Idem). Gravado em disco de 16 polegadas e 33 rotações por minuto, esse recurso tecnológico teria maior facilidade para sua produção, por ser mais barato e fácil de operar (GUIMARÃES, 2010, p.26). Sua transmissão era direcionada sobretudo para as emissoras do interior do Brasil, com os serviços de alto-falantes, voltados para alcançar as populações rurais brasileiras. O projeto de utilização do rádio como estratégia para divulgar as orientações sobre educação e saúde entendidos pelo SESP com atitudes saudáveis, não atendeu as expectativas do órgão. O seu uso limitado, seja pela pouca disponibilidade ou até mesmo o difícil acesso e desinteresse do público alvo, explica a escassa referência nas fontes documentais analisadas.

Durante a Segunda Guerra Mundial, o governo brasileiro implementou uma série de medidas impositivas com o intuito de criar novos hábitos e costumes da sociedade. Getúlio Vargas, durante o momento autoritário do Estado Novo, utilizou de políticas públicas como meio para o controle social a fim de sustentar seus interesses. O rádio foi alçado então como importante mecanismo de reprodução do ideário varguista e na divulgação de suas ações durante o conflito bélico.

Na década de 1930, a radiodifusão se consolidou a partir dos moldes nazistas alemães, preocupado com a disseminação de valores e constituição de um público ouvinte que seguiria suas orientações. Com o advento da guerra, e principalmente no ano de 1942, após o fim dos laços diplomáticos brasileiros com os países do Eixo e a associação aos Estados Unidos, o rádio brasileiro passou a ser utilizado em dois caminhos: fortalecer a relação entre as nações e combater os adversários em comum.

Por meio de acordos bilaterais entre o governo do Brasil e os norte-americanos, se fortaleceram os laços políticos e econômicos e se construiu a necessidade de enfrentar o chamado inimigo interno. Por interesse na matéria-prima brasileira, em específico na Amazônia, o látex, muitos estadunidenses passaram a fazer parte do cotidiano de áreas urbanas e do interior paraense. Devido às precárias condições sanitárias da região, se tornou premente a necessidade de cuidar e sanear as áreas insalubres e, assim, o rádio que, por meio de sua programação, já era utilizado como mecanismo de atualização da guerra, passa a ser fundamental para contribuir no processo de enfrentamento do chamado inimigo interno, não somente alemães, italianos ou japoneses, mas também um aliado silencioso que adoecem os trabalhadores e os moradores locais, o mosquito causador da malária.

Referências

Fontes

BRASIL. Decreto nº 21.111, 1 de março de 1932.

BRASIL. Recenseamento geral do Brasil, 1940 e Censo Demográfico. IBGE: Rio de Janeiro, 1940.

BOLETIM DO SESP. Ministério da Educação e Saúde. Rio de Janeiro. Nº 9. 1944.

BOLETIM DO SESP. Ministério da Educação e Saúde. Rio de Janeiro. Nº 23. 1945.

BOLETIM DO SESP. Ministério da Educação e Saúde. Rio de Janeiro. Nº 26. 1945.

BOLETIM DO SESP. Ministério da Educação e Saúde. Rio de Janeiro. Nº 49. 1947.

O Jornal. Rio de Janeiro 20 de julho de 1943, pág. 3.

O Jornal. Rio de Janeiro, 26 de maio de 1943.

O Jornal. Rio de Janeiro, 20 de junho de 1943, p. 3.

O Jornal. Rio de Janeiro, 5 de agosto de 1945, p. 4.

Jornal da Manhã. Rio de Janeiro, 1 de junho de 1943.

O Estado do Pará. Belém, 23 de junho de 1943, p.3.

O Estado do Pará. Belém, 21 de novembro de 1944.

Folha Vespertina. Belém, 03 de setembro de 1943.p.3.

Folha Vespertina. Belém, 06 de dezembro de 1943, p.3.

VICENTE, Zé. O Brasil rompeu com eles. Belém: Guajarina, 1943.

Referências Bibliográficas

ABREU, João Batista de. Série Marcha do tempo da NBC (EUA): análise do episódio a profilaxia do boato. GOLIN, Cida & ABREU, Joao Batista de. (Orgs). *Batalha sonora: o rádio e a Segunda Guerra Mundial*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

ALMEIDA, Tunai Rehm Costa de. *Achsenmächte, Potenze dell'Asse, Sujikukoku na Amazônia: imagens, narrativas e representações da Quinta Coluna no Pará (1939-1945)*. Dissertação. Universidade Federal do Pará. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Pós-Graduação em História Social da Amazônia. Belém, 2015.

AZEVEDO, Lia Calabre de. *Na sintonia do tempo: uma leitura do cotidiano através da produção ficcional radiofônica (1940 – 1946)*. Dissertação. Universidade Federal Fluminense. Niterói. 1996.

BARROS, Orlando de. Aliados em ondas curtas: o rádio brasileiro na II Guerra Mundial. *Revista Maracanan*. Rio de Janeiro, n.30, maio/Ago 2022

CALABRE, Lia. *Políticas culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI*, Rio de Janeiro: editora FGV, 2009

CAPELATO, Maria Helena. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. IN: PANDOLFI, Dulce. *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Ed. FGV 1999.

_____. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*. São Paulo: Editora Unesp, 2009.

COSTA, João Eduardo Bonatto. *Censura, repressão e propaganda: O Estado Novo no Pará*. Monografia. UFPA. Belém, 2009.

- CAMPOS, André Luiz Vieira. O Serviço Especial de Saúde Pública: políticas internacionais e respostas locais. *História em Revista*, Pelotas, v. 37-61, dez. 2005.
- CUETO, Marcos. *Saúde Global: uma breve história*. Editora Fiocruz, 2015.
- DEUS, Sandra de. Goebbels e as potencialidades do rádio na Alemanha nazista. in: GOLIN, Cida & ABREU, Joao Batista de. (Orgs). *Batalha sonora: o rádio e a Segunda Guerra Mundial*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.
- DUTRA, Eliana. Cultura. IN: GOMES, Angela de Castro (Coord.). História do Brasil Nação: 1808 – 2010. Vol. 4. *Olhando para dentro 1930 – 1964*. Objetiva: Rio de Janeiro, 2013.
- ECO, Umberto. *Construir o inimigo e outros ensaios ocasionais*. Rio de Janeiro: record, 2021.
- GOMES, Angela de Castro. Ideologia e trabalho no Estado Novo. *Repensando o Estado Novo*. PANDOLFI, Dulce. (org.) Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- GUIMARÃES, Maria Cristina Soares. et al. Educação sanitária em 16 mm: memória, audiovisual do Serviço Especial de Saúde Pública – SESP. *Interface – Comunic., Saúde e Educação*, v. 14, n. 32, jan./mar. 2010. p. 26.
- MENEZES NETO, Geraldo Magella de. “A ressurreição da alma cabana”: as passeatas de protesto contra o Eixo na Belém da Segunda Guerra. *Em Tempos de Histórias*, Brasília, n.23, ago-dez., 2013.
- OLIVEIRA, Érito Vânio de. *Vozes e Ritmos da planície: produção e reprodução cultural na radiodifusão da Amazônia (1928 – 1945)*. Monografia. Ufpa. Belém, 2008
- _____. *Modernidade e integração na Amazônia intelligentsia e broadcasting no entre guerra, 1923 – 1937*. Dissertação. Ufpa. Belém, 2011.
- SILVA, Allan Pinheiro da. *Cotidiano e Guerra nos cinemas de Belém (1939 – 1945)*. Pontifícia Universidade Católica. São Paulo. 2007.
- TOTA, Antonio Pedro. *O Imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000
- VIEIRA, Érika. A importância do rádio no Estado Novo. *Anais do VIII Encontro Nacional de História da Mídia*. Unicentro, Guarapuava-PR. Abril de 2011.

Data de Submissão: 26/05/2024

Data da Avaliação: 22/07/2024