

**DIVULGANDO O DUCE E O FASCISMO EM TERRA
BRASILEIRA: A PROPAGANDA ITALIANA NO BRASIL,
1922-1943***

João Fábio Bertonha**

Introdução

Entre 1922 e 1943, um movimento particular reteve o poder na Itália: o fascismo. Longe, porém, de representar um problema interno da Itália (como parecia nos anos 20), o regime e a ideologia fascista foram componentes chave do debate político e social ocidental no período entre guerras.

O Brasil não foi exceção à regra e houve, comprovadamente, grande interesse tanto pela Itália como pela ideologia fascista no país nas décadas de 20 e 30. O objetivo deste artigo é examinar um dos canais pelos quais esse interesse foi avivado – a propaganda italiana com destino ao Brasil – e perceber a influência dessa propaganda no contexto político brasileiro nos anos entre as duas guerras mundiais.

Procuraremos levantar elementos, assim, para visualizar o intenso esforço do governo fascista em direção ao Brasil e, através do mesmo,

* O presente artigo é uma versão modificada e reduzida do capítulo 6 da tese de doutorado defendida em 1998 no Departamento de História da UNICAMP sob o título **Sob o Signo do Fascio – O fascismo, os imigrantes italianos e o Brasil, 1919-1945**. Para permitir maior fluência do texto, foi feito um corte nas referências de material de arquivo, a não ser quando a identificação era indispensável. Uma identificação completa pode ser encontrada na tese acima referida.

** Doutor em História Social (UNICAMP) e Professor de História Contemporânea na Universidade Estadual de Maringá. Trabalha preferencialmente com temas relacionados à história da imigração européia para o Brasil, dos movimentos de extrema direita e das relações internacionais. Publicou recentemente **Sob a Sombra de Mussolini: os italianos de São Paulo e a luta contra o fascismo, 1919-1945**. São Paulo: Annablume, 1999; e **Fascismo, nazismo, integralismo**. São Paulo: Ática, 2000.

compreender melhor tanto a mídia e os caminhos da opinião pública brasileira naquele período como as influências da propaganda internacional num debate político e social que, numa primeira abordagem, seria una e exclusivamente nacional. Isso pode nos ajudar a abrir novas perspectivas para o estudo das relações Brasil/Itália e da política fascista dirigida à América Latina, assim como compreender conexões entre a política internacional e a nacional já existentes mesmo num período onde o termo “globalização” não estava na ordem do dia.

Os anos 20

Nos dez primeiros anos do regime fascista, o grande objetivo de Mussolini e seus assessores era o de consolidar o próprio poder e domínio na Itália, ao mesmo tempo em que buscavam apoio e amizade no exterior. Isso se refletiu numa política externa menos agressiva do que aquela que viria na década seguinte e numa renúncia à propaganda ideológica maciça no exterior¹. Apenas a propaganda dirigida aos italianos e seus filhos já funcionava com força razoável².

Essa renúncia era, em boa parte, apenas teórica, pois, desde cedo, ao menos algum esforço sistemático de propaganda fascista no exterior sempre esteve presente. É uma realidade, porém, que a estrutura de propaganda fascista para o exterior ainda estava funcionando, na década de 20, em caráter embrionário.

Obviamente, essa relativa precariedade da máquina de propaganda fascista para o exterior e para os não-italianos sofria variações conforme o contexto para a qual era dirigida. Num país vital para o regime fascista como os Estados Unidos, por exemplo, há desde muito cedo referências a instituições mais organizadas de propaganda

¹ MONTICONE, Aldo. La radio italiana e l'emigrazione dal fascismo alla democrazia: appunti per una ricerca. **Studi Emigrazione**, Roma, v. 17, n. 59, p. 285-303, 1980.

² É importante observar, de fato, que a propaganda voltada aos italianos e seus filhos residentes no exterior foi uma das prioridades do regime desde o seu início, dado que ele via nas coletividades de emigrados um instrumento chave para a difusão do fascismo e o próprio fortalecimento do poder nacional italiano. Para esse esforço ver BERTONHA, João Fábio. **Sob o Signo do Fascio** – o fascismo, os imigrantes italianos e o Brasil, 1919-1945. Camoínas, 1998. Tese (Doutorado em História Social) Universidade de Campinas; A migração internacional como fator de política externa. Os emigrantes italianos, a expansão imperialista e a política externa da Itália, 1870-1943. **Contexto Internacional**. Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, p. 143-164, 1999; e Uma política externa não estatal? Os fasci all'estero e a política externa do Partito Nazionale Fascista, 1919-1943. **Anos 90**. Porto Alegre, n. 10, p. 40-58, 1998.

fascista para os americanos, como a *The Italian American Society* e o *The Institute of Italian Culture*³. No Peru, por outro lado, o governo italiano pouco se preocupou, no decorrer dos anos 20, em difundir o fascismo e a grandeza da Itália para os peruanos, concentrando-se em questões comerciais e na doutrinação da pequena coletividade italiana local⁴.

O mesmo se repete no tocante ao Brasil, sendo que esse desinteresse se refletiu numa estrutura de propaganda realmente muito pobre e concentrada basicamente no aspecto cultural, com alguma distribuição de livros sobre a Itália, conferências e financiamento de viagens para a Itália de um ou outro jornalista brasileiro. Outras iniciativas foram a fundação de um *Instituto Ítalo Brasileiro di Alta Cultura* no Brasil⁵ e do *Istituto Colombo* em Roma, o qual procurava, segundo seus estatutos, apoiar a expansão cultural, econômica e comercial da Itália na América Latina.

O fato de essa estrutura ser tão precária deriva, sem dúvida, da pouca importância dada pelo regime à divulgação de suas idéias entre os brasileiros (como já explicitado), da escassez de recursos financeiros e pelos modestos interesses do governo italiano no Brasil naqueles anos. Essa situação mudaria radicalmente com a chegada da década de 30⁶.

Os anos 30

Como visto, a propaganda fascista dirigida ao exterior era voltada prioritariamente, nos anos 20, aos italianos e descendentes residentes fora da Itália. Nos anos 30, essa situação se modificou substancialmente e o esforço para a difusão do fascismo cresceu de maneira notável, atingindo inúmeros países. Também se registrou um aumento do uso do rádio para atingir as populações estrangeiras e a transformação da política cultural

³ SALVEMINI, Gaetano. **Italian Fascist Activities in the United States**. New York: Center for Migration Studies, 1977, p. 135-143.

⁴ CICCARELLI, Orazio. Fascism and Politics in Peru during the Benavides Regime, 1933-1939. **Hispanic American Historical Review**, v. 70, n. 3, p. 405-432, 1990.

⁵ As idéias e projetos para a criação desse Instituto começaram já em 1924, mas sua fundação só se deu em 1926 e suas atividades só começaram realmente, com conferências sobre literatura, concertos, etc. em 1927. Vide Archivio del Ministero degli Affari Esteri (ASMAE)/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 5, p. "Istituto di Alta Cultura Italo Brasileiro", documentos diversos de 1924 a 1930.

⁶ BERTONHA, João Fábio. O Brasil, os imigrantes italianos e a política externa fascista, 1922-1943. **Revista Brasileira de Política Internacional**, Brasília, vol. 40, n. 2, p. 106-130, 1997.

de defensiva (preservação e divulgação dos valores italianos no mundo) a ofensiva (instrumento de política externa e da geopolítica)⁷.

Esse redimensionamento exigiu uma notável reorganização da arquitetura governamental italiana para dar conta dos novos propósitos do governo de Mussolini. De fato, surgiram em 1928 o Escritório de Imprensa do *Ministero degli Affari Esteri* e o Escritório de Imprensa do chefe de governo, os quais foram substituídos, em 1934, pelo Subsecretariado de Imprensa e Propaganda. O sistema se sofisticou mais ainda em junho de 1935, quando surgiu o Ministério de Imprensa e Propaganda e em janeiro de 1937, quando veio à luz aquele que seria o cume da estrutura de propaganda e de divulgação da cultura fascista dentro e fora da Itália, ou seja, o *Ministero della Cultura Popolare* ou MinCulPop⁸.

Essas mudanças estão claramente relacionadas com a própria evolução do regime e da ideologia fascista e alguns aspectos dessas mudanças serão retomados no decorrer do texto. Por ora, contudo, é fundamental retomar o caso brasileiro e verificar como essas substanciais alterações na política e no aparato estatal italianos se refletiram no Brasil.

Antes de mais nada, é básico recordar que apenas as modificações no aparato estatal italiano dificilmente teriam reflexo no Brasil se as políticas e os objetivos fascistas com relação ao país continuassem as mesmas dos anos 20. De fato, não só os interesses italianos em relação ao Brasil cresceram nos anos 30, como a carta ideológica foi sendo dada uma importância crescente na concretização desses interesses. Não surpreende, portanto, que a estrutura de propaganda italiana para os brasileiros comece a se sofisticar na primeira metade da década de 30.

Essa maior sofisticação se refletiu em vários campos. Ao lado da potencialização dos métodos já conhecidos de conferências e distribuição de livros e publicações, o governo italiano começou a enviar grandes quantidades de artigos, fotos e material de propaganda para serem distribuídos para um bom número de jornais em todo o Brasil e há até

⁷ Ver CODIROLI, Pierre. *L'ombra del Duce - Lineamenti di politica culturale nel cantone Ticino (1922-1943)*. Milano: Franco Angeli, 1988.

⁸ SANTINON, Renzo. *I fasci italiani all'estero*. Roma, Settimo Sigillo, 1991, p. 219-299. SERRA, Enrico. Appunti sull'immagine della Francia nella propaganda fascista. In DUROSELLE, J. B.; SERRA, Enrico. *Il vincolo culturale tra Italia e Francia negli anni 20 e 30*. Milano: ISPI/Franco Angeli, 1986, p. 11-49.

algumas tímidas tentativas de colocar filmes italianos (como “Camicia Nera”) em circuito comercial no Brasil⁹.

Nota-se, assim, que a máquina de propaganda fascista no Brasil estava sendo rapidamente aperfeiçoada nessa primeira metade dos anos 30. O auge desse processo de aperfeiçoamento e consolidação veio, porém, um pouco mais tarde, no período da Guerra da Abissínia.

A Guerra da Abissínia, 1935-1936

A Guerra da Abissínia entre 1935 e 1936 representou, sem dúvida, um dos momentos chave para a consolidação do aparato de propaganda do regime. Isso tanto no fronte interno, como no externo, onde, nos mais variados países, a estrutura italiana para a propaganda foi grandemente ampliada. No Brasil, não foi diferente, com a máquina fascista sendo reforçada para garantir uma posição pró-italiana do governo e da opinião pública brasileira.

Esse aumento de intensidade da propaganda fascista foi detectado pela Embaixada americana¹⁰ e acabou recebendo uma resposta (ainda que tardia) do governo britânico¹¹. Não foi possível reconstruir completamente a atividade italiana no Brasil naquele momento, mas ao menos os itens referentes ao cinema e à imprensa foram razoavelmente clarificados.

Em relação ao cinema, há referências a grande quantidade de filmes de propaganda e cine- jornais da LUCE sendo enviados para exibição nos *fasci all'estero* e nos *Dopolavoro* (órgãos de propaganda e controle da comunidade ítalo-brasileira) de todo o país, onde certamente eles atingiam também um público brasileiro. O filme *Itália - Abissínia*, por sua vez, foi liberado para exibição pública, mas os próprios italianos reconheceram enormes dificuldades, dada a concorrência americana, em fazer seus filmes de propaganda conhecidos pelo grande público brasileiro.

No que se refere à imprensa, o desempenho italiano foi muito melhor. Não só imensas quantidades de artigos pró-Itália e de fotografias

⁹ Archivio Centrale dello Stato/Ministero della Cultura Popolare, Divisione Generale di Propaganda (ACS/MinCulPop, DGP), b. 273, f. 10, sottof. 4, p. “Invio pellicole di propaganda nel Brasile”.

¹⁰ Arquivo Diplomático Americano (ADA), rolo 4/380, código 832.00 F, relatório “Italian Activities in Brazil” de 6/2/1939, fotograma 19, p. 50 e seguintes.

¹¹ **DOCUMENTI Diplomatici Italiani**, Oitava Série, vol. IV, doc. 101, p. 117-118, telegrama de Cantalupo à Mussolini, 25/5/1936.

foram distribuídos para jornais de todo o país, como os consulados italianos passaram a fornecer auxílios, como franquia telegráfica e passagem naval a correspondentes de jornais amigos. Subsídios financeiros diretos aos jornais que apoiassem a guerra italiana também foram providenciados.

Um exame da bibliografia internacional sobre o esforço de propaganda do fascismo durante a guerra da Abissínia revela que este variou enormemente conforme a prioridade dada a cada país pela Itália durante a crise. Nesse sentido, o Brasil certamente não era (ainda mais levando-se em conta que o governo brasileiro desde cedo optou por uma posição pró-Itália) um alvo preferencial frente a países chave como os Estados Unidos e o Reino Unido. Num ponto, porém, os diferentes contextos se assemelham, ou seja, no uso das coletividades italianas locais como fator de amplificação da propaganda italiana em direção à opinião pública dos países hospedeiros.

Em primeiro lugar, é obvio que a intensa mobilização da coletividade italiana do Brasil em defesa da Itália durante a guerra também atingiu o público brasileiro. O uso dos italianos do Brasil na batalha pela opinião pública durante a guerra teve, contudo, mecanismos ainda mais diretos. De fato, não só filmes e documentários eram exibidos para o público brasileiro nos *fasci all'estero* e nos *Dopolavoro* como seções da *Società Dante Alighieri* organizaram conferências e reuniões para explicar ao público local a justiça da guerra italiana¹². Além disso, publicações sobre a guerra fluíram para o público brasileiro através dos órgãos italianos no país e o próprio dinheiro para pagar os subsídios aos jornais brasileiros vieram das “subscrições de guerra” da colônia italiana de São Paulo¹³.

Em países como o Reino Unido e o Peru¹⁴, há sinais de que a propaganda italiana dirigida aos não-italianos atingiu seu pico justamente

¹² ACS/MinCulPop, DGP, b. 272, f. 10, sottof. 3, p. “La Dante Alighieri in Brasile: , carta da direção do Instituto ao *Ministero per la Imprensa e Propaganda*, 23/12/1935

¹³ ASMAE/Affari Politici 1931-1945, b. 16, p. “Stampa Brasiliana”, f. 3, Informe Consulado de São Paulo, 1/10/1936 e relatório da Embaixada italiana de jul/1937

Ver também ADA, , rolo 4/380, código 832.00 F, relatório “Italian Activities in Brazil” de 6/2/1939, fotograma 19, p. 25-26 para o caso do jornal **A Tribuna** de Santos/SP, cujo subsídio teria sido pago pelos ricos italianos locais e p. 76 para o subsídio que foi solicitado aos ricos italianos de Porto Alegre/RS para manter o periódico italiano local durante a guerra.

¹⁴ GOGLIA, Luigi. La propaganda italiana a sostegno della guerra contro l’Etiopia svolta in Gran Bretagna nel 1935-1936. **Storia Contemporanea**, vol. 20, n. 5, p. 845-906, 1984.

durante a guerra, retornando à sua concentração nas colônias italianas locais no período posterior. No Brasil, pelo contrário, os indícios apontam para uma situação diversa.

A Guerra das Embaixadas, 1936-1940 (A propaganda direta).

Como vimos anteriormente, no intervalo entre a guerra da Abissínia e a II Guerra Mundial), a estrutura de propaganda italiana se solidificou imensamente, sendo a criação do MinCulPop um símbolo perfeito dessa solidificação. Simultaneamente, cresceram os interesses italianos com relação ao Brasil, ao mesmo tempo em que era à carta ideológica que os fascistas dedicavam o grosso de suas esperanças de dar conta desses interesses. Não é espantoso, assim, que, após a primeira experiência de propaganda em larga escala em 1935/36, os esforços italianos tenham prosseguido no período posterior.

Tais esforços parecem ter sido dirigidos a dois públicos distintos: à população em geral e à população mais intelectualizada e/ou intelectuais. É uma divisão um pouco artificial (pois é óbvio que ambos os níveis se cruzavam continuamente), mas é didática o suficiente para que possamos entender melhor os caminhos e roteiros que a propaganda italiana seguiu no Brasil nesse período.

A primeira grande preocupação do regime era, sem dúvida, a imprensa brasileira e a batalha para dispor da maior quantidade possível de jornais ao lado do fascismo consumiu boa parte do tempo e da energia do regime.

Alguns jornalistas brasileiros certamente eram simpáticos a ele e forneciam gratuitamente o seu trabalho e o seu espaço jornalístico para a divulgação de notícias positivas sobre o fascismo. Normalmente, porém, a obtenção do apoio da classe jornalística passava por um lento trabalho de conquista, onde a farta distribuição de comendas e as viagens gratuitas à Itália para os jornalistas brasileiros não eram incomuns. A distribuição de subsídios financeiros e de franquias telegráficas aos jornais também era uma atividade costumeira.

A técnica mais utilizada para fazer os jornais brasileiros difundirem notícias favoráveis à Itália e ao fascismo era, contudo, a distribuição maciça de artigos e fotografias para eles. De fato, os arquivos italianos estão repletos de documentos confirmando o envio em massa de

artigos, fotografias e demais materiais de propaganda a dezenas (senão centenas) de jornais por todo o Brasil entre 1934 e 1940 e essa distribuição não era feita a esmo, mas com cuidadosas reflexões sobre os momentos mais apropriados para difundir o material e sobre como aperfeiçoar o serviço.

Ainda com relação à mídia escrita, uma outra técnica bastante utilizada pelos fascistas para difundir sua propaganda pelo país foi a distribuição maciça de publicações sobre a Itália e sobre o fascismo. Tais publicações constituíam-se normalmente de folhetos de caráter divulgativo geral e para consumo popular. Escritas em português, italiano e espanhol, tais obras abordavam assuntos variados, como as grandes obras do regime, a doutrina corporativa, a guerra africana e outros aspectos da vida e da ideologia do fascismo¹⁵. Um órgão especial do MinCulPop, o escritório NUPIE, se encarregava de fazer propaganda anticomunista, enviando grandes quantidades de folhetos a respeito para o Brasil¹⁶.

Podemos ter uma idéia do volume dessas publicações lendo os informes de diversos consulados italianos no Brasil reportando, cada um, a entrega de centenas de impressos em suas jurisdições em curtíssimos períodos de tempo e, especialmente, através da seguinte tabela preparada pelo próprio MinCulPop:

¹⁵ Vide ACS/MinCulPop, DGP, b. 273, f. 10, sottof. 4, p. “Invio pubblicazioni di propaganda nel Brasile” e vários outros registros presentes nesse mesmo fundo. O Arquivo Edgar Leuenroth da UNICAMP conserva algumas dessas publicações enviadas ao Brasil.

¹⁶ ACS/MinCulPop, Ufficio NUPIE, b. 16, f. 8, sottofs. 1 e 7.

Publicações enviadas à América Latina, janeiro a agosto 1937

Argentina	63.742	Honduras	401
Brasil	11.785	Nicarágua	950
Colômbia	4.337	Paraguai	426
Peru	688	Uruguai	1.513
México	2.022	Cuba	824
El Salvador	588	Assunção	11
Bolívia	761	Venezuela	948
Chile	4.274	Panamá	297
Costa Rica	603	Rio de Oro (?)	420
República Dominicana	391	Havana	33
Equador	666	São Domingos	7
Guatemala	1150 ¹⁷		

É importante notar que essa massa de material de divulgação fascista não chegava ao país simplesmente como algo quase que imposto pelo governo de Roma. Sem dúvida, este fazia o possível para que suas publicações atingissem a maior parte possível da opinião pública, mas elas também respondiam a um intenso desejo de informações sobre o fascismo de diversos setores da sociedade brasileira, como demonstra a imensa quantidade de pedidos de publicações (de indivíduos isolados, sindicalistas e associações as mais diversas) acumuladas nos arquivos do MinCulPop relativos ao Brasil.

A propaganda fascista não se restringia, porém, à mídia escrita. Como convinha a um movimento que foi pioneiro no uso dos modernos meios de comunicação de massa, o fascismo não descuidou de dois inovadores métodos de propaganda que estavam sendo aperfeiçoados justamente no entre guerras: o rádio e o cinema.

No que se refere ao rádio, há referências à emissões diretas da Itália para o Brasil, com transmissão de discursos do Duce e programas em português¹⁸. Aparentemente, porém, o fascismo não dedicou grandes

¹⁷ ACS/MinCulPop, DGP, b. 273, f. 10, sottof. 5, p. “Propaganda nel Sud America”, Appunto MinCulPop 8/10/1937. O mesmo documento é citado em SEITENFUS, Ricardo. As relações entre Brasil e Itália no período 1918-1939. In DE BONI, Luís Antônio. **A presença italiana no Brasil**. Porto Alegre; Torino: EST/Fondazione Giovanni Agnelli, 1990, vol. 2, p. 40.

¹⁸ ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 23, p. “Posti telegrafici e radio - 1939”, diversos documentos e Public Record Office, Foreign Office (PRO, FO) 371/21248, A1453, relatório “Annual Report for Brazil – 1937” de 26/1/1938, p. 28-29.

esforços a essa área¹⁹, provavelmente porque a América Latina não era prioritária nos esforços radiofônicos do regime²⁰ e também, possivelmente, por dificuldades técnicas, o que não significa dizer, obviamente, que muitos italianos residentes no Brasil e brasileiros não ouvissem as rádios italianas.

Às rádios brasileiras foi dedicado maior esforço e temos registros de programas *Hora italiana* (inclusive com amplo fornecimento de discos e outros materiais vindos diretos da Itália)²¹ na Rádio Inconfidência de Belo Horizonte em 1937; na Rádio Gaúcha de Porto Alegre em 1938 e na Rádio Cultura de São Paulo. Na mesma época, havia um outro programa italiano diário na rádio PRA-5 de São Paulo com o sugestivo título de *Littorio* enquanto no Rio de Janeiro, capital da República, há informes de uma *Hora italiana* na Rádio Vera Cruz, de noticiário italiano sendo veiculado pela Rádio Club do Brasil e de retransmissão de discursos do Duce pela Rádio Tupy ainda em 1939. Temos também registros de esforços italianos para divulgar notícias da Agência Stefani nas rádios brasileiras²².

Esse quadro parece englobar o grosso dos esforços do regime, em termos de radiofonia, entre 1936 e 1939, tanto que, em 1938, a Embaixada italiana do Rio de Janeiro enviou nota ao *Ministero degli Affari Esteri* informando sobre programas de rádio semanais em Porto Alegre, Belo Horizonte e Rio de Janeiro e de sete horas diárias em italiano em São Paulo. Isso indica como, apesar dos esforços italianos, mesmo a radiofonia com base no Brasil teve pouco sucesso em atingir seja brasileiros seja italianos, o que é, aliás, reconhecido tanto pelos

¹⁹ Ao contrário do que ocorreu, por exemplo, com relação aos países árabes, onde o esforço radiofônico do regime foi intenso. Ver GRANGE, D. Structure et techniques d'une propagande: les émissions arabes de Radio Bari. **Relations Internationales**, n. 2, p. 165-185, 1974.

_____. La propagande arabe de Radio Bari (1937-1939). **Relations Internationales**. N. 6., 1976.

MCDONALD, C. Radio Bari and Italian propaganda in Middle East and British counter measures. **Middle East Studies**, n. 2, 1977.

²⁰ MONTICONE, Aldo, op. cit.

²¹ ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 13, p. "Servizi telegrafici, radiotelegrafici e Postali", diversos documentos.

²² Ver as observações do governo americano sobre Júlio Barata, membro do Departamento de Propaganda de Vargas (o DIP) e que teria recebido suborno para facilitar justamente esse trabalho.

Ver National Archives at College Park (NACP)/General Records of the Department of State, Box 5656, 865.20210 (Barata, Julio), relatório do FBI de 12/10/1942.

observadores americanos²³ como pelos italianos²⁴. Ainda assim, um estudo específico sobre essa questão seria muito útil.

Com relação ao cinema, já ressaltamos como, no período anterior, os filmes enviados pelo regime tinham imensa dificuldade para enfrentar a competição americana e atingir o público brasileiro. Entre 1936 e o início da II Guerra Mundial, houve um grande esforço do governo italiano para reverter esse quadro²⁵ e, aparentemente, algum sucesso foi obtido, com vários cinemas passando a exibir filmes italianos, especialmente em São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais²⁶; com notícias italianas sendo inseridas nos cinejornais alemães da UFA²⁷. Ainda assim, os próprios italianos eram pródigos em ressaltar as dificuldades dos filmes italianos²⁸ em atingir o grande público brasileiro.

O esquema de propaganda do fascismo não se limitava, porém, a utilizar a mídia escrita e audiovisual. Também expedientes mais clássicos, como exposições e pomposas visitas aeronavais, eram utilizados pelo regime para alcançar o público brasileiro.

Em relação às exposições, poderíamos nos referir, por exemplo, à participação italiana na *Exposição do Estado Novo* em 1939 ou à grande mostra comemorativa dos cinquenta anos da imigração italiana em São Paulo em 1937, onde maquetes sobre a conquista da Abissínia e ilustrações sobre as grandes obras fascistas conviviam com tanques e tratores FIAT e que recebeu até uma mensagem radiofônica especial do Conde Ciano, direto de Roma²⁹.

²³ ADA, Rolo 4/380, Código 832,00 F, relatório “Italian Activities in Brazil” de 6/2/1939, fotograma 19, p. 28-30.

²⁴ ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 19, p. “Radiotelegrafia”, Relatório Embaixada italiana, 25/2/1938.

²⁵ De fato, diversos informes de 1937 informam sobre negociações com empresas brasileiras para a distribuição de filmes italianos e documentários LUCE aos cinemas brasileiros.

Vide ACS/MinCulPop, DGP, b. 274, f. 10, sottof. 1940, p. “Pellicole - Fotografie”.

²⁶ Idem, informes de 4/6, 7/10 e 11/12/1937. Esses filmes incluíam desde documentários sobre as ruínas gregas e romanas em Paestum e Pompéia até filmes sobre a Guerra Civil espanhola como *Arriba Hespanha* ou cinejornais LUCE.

²⁷ Idem, informes Artfilm, 6/12/1937 e LUCE, 5/4/1938.

²⁸ Idem, informe Embaixada do Rio de Janeiro, 12/6/1937 e idem, b. 275, f. 10, sottofs. “San Paolo”, p. “San Paolo - Brasile - Giornale LUCE - Italfilm”, diversos documentos. Vide especialmente o Memorando do tenente Renato Bifano (secretário dos *fasci all'estero* de São Paulo e diretor da *Italfilm*) de 16/7/1940.

²⁹ Vide ACS/MinCulPop, DGP, b. 276, sottof. 8, p. “Mostre” e ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 17, p. “Mostre e Esposizioni 1938”.

Também as grandes expedições aéreas exerciam uma grande efeito na opinião pública nacional, que se excitava notavelmente com as grandes proezas aéreas de De Pinedo, Ferrarin, Del Prete, Bruno Mussolini, etc. De fato, até jornais de tendências antifascistas como *A Platea* e *O Combate* não se limitavam a registrar a enorme repercussão popular das expedições aéreas italianas³⁰, mas faziam questão de se incorporar ao coro de elogios e manifestações de admiração que caracterizavam a recepção desses aviadores³¹.

O mesmo pode ser dito sobre a contínua visitação de belonaves italianas aos portos brasileiros, as quais procuravam demonstrar a brasileiros e italianos residentes no Brasil o poder e a eficiência da nova Itália. Nessas visitas, cuidadosamente orquestradas³², era comum os marinheiros se integrarem em grandes manifestações de cordialidade ítalo-brasileira, com presença maciça de autoridades brasileiras. Em 1938, por exemplo, o interventor federal em São Paulo, Ademar de Barros, passou em revista, em Santos, a tropa embarcada no cruzador *Eugenio de Savoia*³³ e a passagem do mesmo pelo Rio de Janeiro só terminou com grandes discursos de simpatia mútua entre o almirante Somigli e o chanceler Osvaldo Aranha³⁴.

Podemos perceber, assim, o razoável esforço despendido pelo governo italiano para atingir, com sua propaganda, o grande público brasileiro. Havia, porém, um outro filão de propaganda a que o fascismo dedicava atenção especial e que convém examinar com mais cuidado: a propaganda cultural.

³⁰ Cumpre ressaltar que essas expedições aéreas eram comuns nesses anos de desenvolvimento da aviação, com americanos, portugueses, ingleses e até brasileiros (vôo de Barros, num Savoia Marchetti 55 italiano, em 1927) batendo recordes em todos os continentes. A admiração popular era geral por todos eles e não apenas para os italianos. Vide CUPINI, R. **Cieli e mari. Le grandi crociere degli idrovolanti italiani (1925-1933)**. Milano: Mursia, 1973.

³¹ Vide, especialmente, as edições de **O Combate** de 1927 e 1928 (vôos de Pinedo e Del Prete/Ferrarin) e de **A Platea** de 1931 (vôo Ítalo Balbo).

³² O capitão do *Duca d'Aosta*, por exemplo, preferiu deixar o porto do Rio Grande sob forte tempestade a chegar atrasado em sua próxima parada, pois atrasos não combinariam com a mística da eficiência fascista. Ver PRO, FO 371/23815, A 322, relatório "Visit of two Italian cruisers to Rio de Janeiro: Brazilian Italian relations" de 16/12/1938.

³³ Sobre a visita dos cruzadores *Duca d'Aosta* e *Eugenio di Savoia* ao Recife, Rio de Janeiro e Santos em fins de 1938, vide ADA, Rolo 4/380, Código 832,00 F, relatório "Italian Activities in Brazil" de 6/2/1939, fotograma 19, p. 28-30 e CRONACA Sociale - L'Eugenio di Savoia nelle acque di Santos. **Lictoria**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 15, dez., 1938.

³⁴ Vide **O Brasil Dinâmico**, Rio de Janeiro, dez., 1938.

A Guerra das Embaixadas, 1936-1940 (A propaganda cultural)

Um dos primeiros cuidados do regime para adentrar o mundo da cultura brasileira era o de cativar os intelectuais. Para tanto, fazia-se ampla concessão de comendas e distribuía-se farta literatura sobre o fascismo, a qual não só era mais complexa do que as brochuras e folhetos de divulgação geral como era pensada especificadamente para os intelectuais. Ressalte-se que tal literatura não era distribuída apenas por iniciativa dos consulados, pois havia sólido interesse da intelectualidade brasileira sobre a cultura italiana e sobre aspectos do fascismo (especialmente o corporativismo), o que se refletia num sem-número de pedidos de jornalistas, professores universitários e de outros intelectuais brasileiros por material informativo sobre o fascismo. A distribuição de livros para universidades e escolas também é amplamente documentada nos arquivos do MinCulPop e idéias de subsidiar a tradução de livros anticomunistas e fascistas italianos também não faltaram.

A concessão de honrarias e a distribuição de livros não eram, contudo, as únicas formas de cooptação dos intelectuais. Eram muito comuns, também, as visitas pagas à Itália para a divulgação da grandeza do fascismo e da riqueza cultural italiana. Nessas visitas, era habitual a presença de jornalistas (como apresentado anteriormente), professores universitários e membros do alto escalão do governo³⁵. Um especial cuidado, além disso, era tomado com os jovens universitários brasileiros, aos quais não só foi facilitada a concessão de bolsas de estudo na Itália³⁶ como se tornaram assíduos freqüentadores das viagens subsidiadas à

³⁵ ADA, Rolo 4/380, Código 832,00 F, relatório "Italian Activities in Brazil" de 6/2/1939, fotograma 19, p. 25-26. Ver também Arquivo do Estado do Rio de Janeiro/Delegacia de Ordem Política e Social (AERJ/DOPS), Série temática "Espionagem", pasta 1, p. 9-17, informe de 18/9/1943, para o registro de personalidades brasileiras que visitaram a Itália em fins dos anos 30 (Prof. Aloísio de Castro, sr. Lourival Fontes, ex-chefe do DIP, ex-ministros Valdemar Falcão e Vicente Rao, muitos jornalistas) e voltaram encantadas com a Itália e com o fascismo.

³⁶ Arquivo Histórico do Itamaraty (AHI), 85/4/4, Memorando do ministro da educação Francisco Campos com o Embaixador Cerrutti e Piero Parini, 4/12/1931.

Itália³⁷, o que, segundo a Embaixada, tinha imenso efeito na popularização do fascismo entre eles³⁸.

As relações culturais também foram aprofundadas com o aumento do intercâmbio e dos contatos entre professores e intelectuais brasileiros e italianos. De fato, as conferências de intelectuais italianos sobre arte e cultura italiana passaram a ser relativamente comuns, assim como as relativas a aspectos da ideologia fascista. Não faltaram também conferências de eminentes cientistas e intelectuais italianos de passagem pelo Brasil, como a de Marconi em 1936.

Outro método bastante eficiente para fomentar o intercâmbio cultural Brasil/Itália foi a transferência de professores universitários italianos para lecionar no Brasil. A maioria se fixou em São Paulo e lecionou na USP³⁹, mas alguns permaneceram no Rio de Janeiro e até em lugares mais distantes, como Porto Alegre⁴⁰. Há referências a estes professores já em 1934 e 1935⁴¹ e, ainda em 1940, são mencionadas oito cátedras universitárias ocupadas por eles em todo o país.

³⁷ ADA, Rolo 3/380, Código 832,00 F, fotograma 1169, p. 5, relatório de 9/2/1938; 9, p. 2; ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 14, p. “Propaganda culturale - 1937”; b. 20, P. “Propaganda culturale - 1938” e ACS/MinCulPop, DGP, b. 273, f. 10, sottof. 5, p. “Viaggio in Italia di studenti brasiliani”, onde constam os nomes de quinze estudantes de direito da USP que estavam viajando, sob guia do prof. Jorge Americano, à Itália à convite do MinCulPop.

³⁸ ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 16, p. “Situazione Politica interna”, relatório da Embaixada italiana de 1937. Ver também ACS/MinCulPop, DGP, b. 273, f. 10, sottof. 5, p. “Crociera in Italia di studenti universitari”, carta Consulado de Porto Alegre, 5/8/1937, onde o cônsul pediu apoio para enviar trinta estudantes de medicina gaúchos à Itália e como esse era um ótimo meio de atingir os “formadores de opinião”, os intelectuais.

Anote-se, além disso, que esses estudantes eram recebidos, na Itália, por membros da *Gioventù Universitaria Italiana* (GUF), conforme registrado em ACS/Partito Nazionale Fascista, Direttorio nazionale, Segretaria GUF, b. 6, p. 51 “Studenti universitari brasiliani, jun/jul 1937”.

³⁹ Para informações sobre professores italianos na USP, vide ACS/MinCulPop, DGP, b. 276, f. 10, sottof. 8, p. “SP-Università/Professori italiani” e “Varie”. Ver também D’AMBROSIO, Ubiratan. A influência italiana nas atividades científicas brasileiras. In: DE BONI, Luís. Antônio. op. cit., p. 508-591.

⁴⁰ Para a nomeação de dois docentes italianos na Faculdade de Engenharia de Porto Alegre, vide Idem, b. 273, f. 10, sottof. 5, p. “Diffusione del libro italiano nel Rio Grande do Sul”, relatório Consulado de Porto Alegre, 15/12/1938.

⁴¹ Ver, por exemplo, a apresentação deles, por parte do Embaixador Roberto Cantalupo, ao ministro da Educação Gustavo Capanema em 1935 in Fundação Getúlio Vargas/CPDOC, Arquivo Gustavo Capanema, Série Correspondência, rolo 2, f. 341, Carta sem data do Embaixador Roberto Cantalupo, mas provavelmente dessa época.

Entre os nomes mais famosos dentre esses intelectuais, devemos recordar De Falco (literatura italiana), Albanese (geometria), De Fiore (geologia), Piccolo (literatura italiana), Fantappiè (matemática), Galvani (estatística), Onorato (mineralogia), Wataghin (física), Ochialini (física) e Ungaretti (literatura italiana)⁴², os quais colaboraram muito, sem dúvida, para a divulgação da cultura e da ciência italianas no Brasil e para o enriquecimento intelectual brasileiro.

É útil observar, porém, que não só a maioria desses intelectuais tinha convicções políticas próximas ao fascismo, como eles fizeram questão de incluir temas fascistas em suas atividades acadêmicas, o que levantou críticas de setores da opinião pública brasileira, mas que, no geral, colaborou para dar maior prestígio ao regime dentro dela.

A constituição de Institutos Culturais especialmente direcionados ao intercâmbio cultural ítalo-brasileiro foi outra novidade do período. Coerentemente com seu caráter binacional, tais Institutos tinham dupla localização, no Brasil e na Itália.

Na Itália, já havia há vários anos o *Instituto Colombo*, destinado a melhorar as relações culturais da Itália com a América Latina. Em 1936, contudo, surgiu um órgão específico para as relações culturais ítalo-brasileiras, a associação *Amici del Brasile*. Essa associação surgiu como contrapartida à sociedade *Amigos da Itália* (formada em 1936 por intelectuais brasileiros amigos da Itália e do fascismo) e reunia dezenas de nomes de relevo da vida política, diplomática e intelectual italiana, incluindo aqueles que já haviam passado pelo Brasil (Fermi, Piacentini, Marconi e outros) e teve, com o apoio pessoal de Mussolini, ramificações em várias cidades da Itália, promovendo conferências, feiras e solenidades diversas.

Em 1938, a associação passou a ser subordinada justamente ao órgão sucessor do *Instituto Colombo*, ou seja, o *Centro di Studi Americani* de Roma e há sinais de que sua atividade, que nunca foi tão ampla quanto gostariam seus fundadores, estava quase que interrompida por volta de 1941⁴³, um ano antes de seu fechamento definitivo. Ainda assim, houve tempo para a publicação, no mesmo ano, de uma biografia de Getúlio Vargas, o que se insere no esforço fascista de aproximação com o *Estado Novo*.

⁴² TRENTO, Ângelo. **Do Outro lado do Atlântico – Um século de imigração italiana no Brasil**. São Paulo: Nobel; Instituto Italiano de Cultura, 1989, p. 300-301

⁴³ ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 26, p. “Propaganda Culturale - 1941”, relatório do *Centro Studi americani* de 27/12/1941.

No Brasil, além da citada associação *Amigos da Itália*, formada por brasileiros, o governo italiano mantinha uma série de institutos locais destinados à divulgação da cultura italiana, como o *Centro Cultural Ítalo-Mineiro*, o *Centro Cultural Ítalo-Riograndense* e outros. Também foi criada, a partir de 1938, uma *Associazione Brasiliana di Studi Italiani*, que promovia cursos de música, arte e língua italiana e conferências culturais com intelectuais brasileiros de renome (Aloísio de Castro, Tristão de Ataíde, Pedro Calmon, Oliveira Vianna) e cujos diretores eram considerados “facilmente controláveis” pela Embaixada⁴⁴, o que revela o caráter instrumental que o fascismo dava a tais institutos.

Sem dúvida, porém, os mais importantes deles foram os diversos *Institutos Ítalo-brasileiros de Alta Cultura*. Como visto anteriormente, um órgão com esse nome havia surgido em 1926, mas havia cessado suas atividades cerca de três anos depois. A idéia foi retomada posteriormente, e um novo Instituto, com o mesmo nome, foi criado no Rio de Janeiro em 1933, com colaboração financeira dos governos brasileiro e italiano⁴⁵ e direção de Aloísio de Castro e Vincenzo Spinelli. Outros Institutos com o mesmo nome foram criados posteriormente, especialmente em São Paulo, e suas atividades foram consideráveis, com cursos de língua e literatura italianas, história da arte e do direito, tradução de livros de intelectuais brasileiros para o italiano⁴⁶ e palestras de personalidades como Guglielmo Marconi. Sua influência parece ter se limitado, porém, aos grandes centros ou, em muitos casos, apenas ao Rio de Janeiro e São Paulo.

Por fim, completando o quadro da política cultural do regime destinada ao Brasil entre 1936 e 1940, não podemos esquecer que as atividades culturais dos *Dopolavoro*, das *Casas d'Italia*, das seções locais da *Dante Alighieri* e de associações como a *Muse Italiche*. foram sendo cada vez menos restritas ao público italiano (como eram nos anos 20), passando a atingir também o público brasileiro e que, portanto, as redes de propaganda italiana para os italianos locais e seus descendentes e para

⁴⁴ ACS/MinCulPop, DGP, b. 274, f. 10, sottot. Brasile 1939, p. “Associazione brasiliana di studi italiani”, carta Luciano Gilli de 22/12/1938 e relatório Embaixada italiana de 27/1/1939.

⁴⁵ CERVO, Amado. **As relações históricas entre o Brasil e a Itália – O papel da diplomacia**. São Paulo; Brasília: Instituto Italiano de Cultura; Editora da UnB, 1992, p. 141.

⁴⁶ Vide, por exemplo, CALMON, Pedro. **Storia della civiltà brasiliana**. Rio de Janeiro: Instituto Italo-brasileiro de Alta cultura, 1939.

DE CARVALHO, Ronald. **Piccola storia della Letteratura brasiliana**. Firenze: Valecchi, 1936.

os brasileiros em geral vão acabar se cruzando nessa segunda metade dos anos 30.

Ainda sobre as atividades culturais do regime no Brasil nesse momento, é necessário fazermos algumas observações sobre o caráter dessa maciça propaganda cultural dirigida pelo governo fascista à opinião pública brasileira no período considerado.

A primeira observação a ser feita se refere ao caráter dessa propaganda cultural. Parece evidente, a luz do já exposto, que ela não era, de forma alguma, neutra e que o interesse em transmitir, dentro de concertos, exposições, palestras e outras atividades culturais e artísticas, uma carga ideológica fascista, é manifesto.

De fato, dizer que a cultura é algo imparcial e neutro seria absolutamente errôneo e os próprios representantes do fascismo no Brasil não deixavam de ressaltar como a difusão cultural não só era um tipo de propaganda, mas um dos melhores, dada sua sutileza e discrição⁴⁷.

Cumprido ressaltar também que o esforço de propaganda e difusão cultural do fascismo não foi uma exclusividade do Brasil, com imensos esforços sendo dedicados a países como França, Inglaterra, Suíça, Hungria e outros. Em cada um desses contextos, além disso, a propaganda fascista procurava se adaptar (nem sempre, como veremos, com sucesso) às realidades locais e aos objetivos da política externa italiana e interagiu não só com a contrapropaganda local como com as máquinas de propaganda de outros países que porventura estivessem presentes. Isso ocorreu, por exemplo, na Suíça, onde houve uma verdadeira guerra de propaganda e difusão cultural com o governo federal suíço pelo domínio cultural e ideológico do cantão Ticino⁴⁸.

A veracidade dessa informação é absolutamente cristalina quando examinamos o caso brasileiro. De fato, esse período de 1936 a 1940 é realmente um momento único da história brasileira, quando o país foi

⁴⁷ ACS/MinCulPop, DGP, b. 274, f. 10, sottof. Brasile 1940, p. "Articoli - Giornali", relatório Embaixada italiana de 24/4/1939 e ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 12, p. "Stampa - 1937", f. 3, relatório Embaixada italiana de 28/9/1937.

Vários observadores indicaram, aliás, como a propaganda italiana, que valorizava mais o cultural e era mais discreta, causava menos reação negativa entre os brasileiros do que a agressiva propaganda alemã. Ver PRO, FO 930/34, "Report on Latin America" de 9/8/1939, p. 165-166 e FO 371/21428, A1241, recorte "Fascist publicity sweeping Brazil". *The New York Times*. 3/2/1938.

⁴⁸ Ver CODIROLI, Pierre. **Tra fascio e balestra. Un'acerba contesa culturale (1941-1945)**. Locarno: Armando Dadò, 1992.

transformado, nos dizeres de Ricardo Seitenfus⁴⁹, em campo de disputa ideológica das grandes potências. Nesse jogo, a grande batalha foi travada, sem dúvida, entre Estados Unidos e Alemanha. Atores secundários como o Reino Unido e a Itália também estiveram, porém, presentes.

De fato, temos indicações de que a propaganda dos governos inglês e francês sofreu um movimento ascendente no Brasil entre 1936 e 1940. Quem, porém, saiu de uma situação de quase inatividade em termos de propaganda e política cultural para um esforço redobrado e maciço nessas áreas foram os governos da Alemanha nazista e, especialmente, dos Estados Unidos que, impressionados com a possibilidade de o Eixo (e sobretudo a Alemanha) fincar pé na América Latina via influência econômica, colônias de imigrantes e difusão das idéias nazi-fascistas⁵⁰, deram início a um monumental esforço para recuperar o terreno perdido nessas áreas⁵¹.

Não é certamente este o espaço para uma reconstrução detalhada do trabalho desenvolvido pelas diversas embaixadas na tentativa de conquistar a opinião pública brasileira. Impossível não notar, porém, o quanto os métodos para essa conquista eram semelhantes, com o governo americano, por exemplo, fazendo maciça divulgação de seu idioma, promovendo o intercâmbio intelectual entre Brasil e Estados Unidos, ampliando o alcance de sua radiofonia, subsidiando com amplos recursos financeiros a publicação de jornais e revistas, etc.

Mais interessante, porém, que o fato de os métodos de conquista da opinião pública pelas várias embaixadas serem semelhantes é a

⁴⁹ SEITENFUS, Ricardo. Ideology and Diplomacy: Italian Fascism and Brazil (1935-1938) In **Hispanic American Historical Review**, vol. 64 ,n. 3, p. 503-534, item V, 1984.

⁵⁰ Ver HAGLUND, David. **Latin America and the transformation of US Strategic Thought, 1936-1940**. Albuquerque, University of New Mexico Press, 1984 e COBBS, Elisabeth. **Rich Neighbour Policy. Rockefeller and Kaiser in Brazil**, New Haven, Yale University Press, 1992.

⁵¹ Para um resumo dos imensos esforços desprendidos pelo governo americano na guerra de propaganda na América Latina nos anos 40 e uma visão dos infinitos recursos que eles destinaram à essa tarefa, ver PRADO, Maria Lígia. Ser ou não ser um bom vizinho: América Latina e Estados Unidos durante a guerra. **Revista USP**, São Paulo, 26, p. 52-61, 1995;

MENEGHELLO, Cristina. **Poeira de Estrelas - O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50**. Campinas: Editora da UNICAMP, 1996;

e, especialmente, MOURA, Gérson. **Tio Sam chega ao Brasil - A penetração cultural americana**. São Paulo: Brasiliense, 1984;

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

visualização do inter cruzamento e da competição feroz entre essas redes de propaganda. Como seria de se esperar, ingleses, franceses e americanos cooperavam entre si na defesa do bloco democrático e ao menos alguns contatos foram estabelecidos entre as redes italiana e alemã. Curiosamente, contudo, ao mesmo tempo em que demonstram imensa sensibilidade para qualquer possível avanço dos americanos, os italianos parecem ter procurado evitar uma associação ostensiva com os alemães⁵², o que reflete não só as oscilantes relações entre as potências fascistas, como também o cuidado italiano em não perder a sua relativa popularidade no país pela associação direta com os alemães, tradicionalmente temidos pela opinião pública brasileira do período entre guerras⁵³.

O momento de maior crescimento das redes de propaganda estrangeiras no Brasil e de maior conflito entre elas estava, porém, ainda por vir: a Segunda Guerra Mundial.

O II Conflito Mundial e a propaganda italiana, 1940-1942

Com o início das hostilidades em 1939 e a entrada da Itália na guerra em 1940, a propaganda dos Aliados cresceu exponencialmente no Brasil, com os americanos reforçando sua própria estrutura de propaganda e enviando auxílio financeiro e logístico aos ingleses, além de colaborar na vigilância de alemães e italianos.

Foi a propaganda inglesa, porém, que sofreu maior realce nesses anos iniciais do conflito. Contando com apoio da pequena, mas rica e influente, coletividade britânica local e das multinacionais britânicas para o fornecimento de fundos extras⁵⁴, a Embaixada do Reino Unido ampliou seu serviço de imprensa e propaganda e começou a distribuir imensas quantidades de folhetos e artigos, muitos deles em alemão e italiano, para

⁵² Em 1938, por exemplo, a revista *Obra Prima do Brasil*, do Rio Grande do Sul, ia lançar um número especial sobre a colonização italiana e alemã no estado e pedia apoio do governo italiano. O MinCulPop recusou-se a dar esse apoio e alertou para o risco de serem associados aos alemães. Ver ACS/MinCulPop, DGP, b. 278, f. 14, sottof. 1, p. "Propaganda Culturale in Brasile", Appunto de 1938 do MinCulPop.

⁵³ Ver BERTONHA, João Fábio. Observando o litorio do outro lado do Atlântico: a opinião pública brasileira e o fascismo italiano, 1922-1943. **Tempo**, Niterói, no prelo.

⁵⁴ Ver ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 24, p. "Rapporti Politici - 1940", relatório Embaixada italiana de 1/5/1940; PRO, FO 128/393, Informe Embaixada britânica do Rio de Janeiro, 22/1/1941 e AERJ/DOPS, Série Temática "Inglês", Pasta 3, Dossiê "Serviço Secreto Inglês", vários documentos.

jornais e para a população em geral⁵⁵, além de reforçar seu serviço cultural e organizar, através da *British Chamber of Commerce* de São Paulo, o boicote das empresas alemãs e italianas locais⁵⁶. Segundo a DOPS do Rio de Janeiro, além disso, dezenas de agentes do *Intelligence Service* foram enviados ao Brasil para combater a propaganda e a espionagem do Eixo⁵⁷ e os órgãos diplomáticos britânicos discutiram longamente sobre como melhorar e amplificar a propaganda de Londres no país.

Com a entrada dos Estados Unidos na guerra, o esforço de propaganda americano (suplementado pelo de ingleses e franceses) cresceu ainda mais, como inúmeros despachos da Embaixada italiana não cessavam de ressaltar.

O mesmo pode ser dito da propaganda alemã, que também sofreu um forte incremento nesse momento justamente para combater a propaganda aliada. Nessa reação, uma farta distribuição de folhetos e material de propaganda, a organização de sessões cinematográficas próprias, o subsídio a rádios, jornais e jornalistas (pago, muitas vezes, com o auxílio das multinacionais alemãs) e métodos análogos aos dos outros competidores voltaram a ser usados.

É a esse contexto que a propaganda italiana teve que se adaptar. Para tanto, ela prosseguiu nos seus esforços tradicionais, mas estes passaram a ser coordenados com os da Alemanha a um nível antes desconhecido, com subsídios unificados a jornais e sessões cinematográficas conjuntas. Parece óbvio que isso só ocorreu porque, com a aliança ítalo-germânica na guerra, não só era impossível manter o

⁵⁵ Ver ACS/MinCulPop, DGP, b. 278, f. 14, sottof. 1, p. "Propaganda inglese nel Brasile", Appunto MinCulPop, 20/6/1940; AERJ/DOPS, Série Temática "Inglês", p. 1, Dossiê "Embaixada inglesa" e uma amostragem substancial desses folhetos em AERJ/DOPS, fundo DESPS, Notação 51 e na listagem de material apreendido.

⁵⁶ AERJ/DOPS, Série Temática "Inglês", p. 1, Dossiê "Embaixada inglesa", circular de 25/7/1940 com a "lista negra" de empresas a serem boicotadas e atualização da mesma de 1942.

Os americanos também apoiaram, mesmo antes de sua entrada oficial na guerra, esse boicote e ajudaram os ingleses na tarefa de impedir as empresas brasileiras de comerciar com o Eixo e empregar cidadãos italianos e alemães. Para desgosto do Consulado italiano de São Paulo, essa pressão era tão eficiente que até empresas de cidadãos italianos (incluindo os grandes industriais) cederam às exigências aliadas. Ver ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasil), b. 24, p. "Propaganda Culturale 1940", Informe Consulado de São Paulo, 30/8/1941.

⁵⁷ AERJ/DOPS, Série Temática "Inglês", p. 3, Dossiê "Serviço Secreto inglês", lista organizada pelo DOPS. Para mais informações sobre a espionagem alemã e italiana, vide BERTONHA, João Fábio. O Brasil, os imigrantes italianos e a política

sempre presente cuidado italiano em não se associar abertamente ao nazismo aos olhos da opinião pública brasileira, como era muito mais racional e econômico o trabalho coordenado de ambos.

Podemos ter, assim, uma visão mais clara do esforço italiano destinado à opinião pública brasileira desde os anos 20 até o período áureo do fim dos anos 30 e da II Guerra Mundial. Esse foco dirigido à propaganda italiana pode, contudo, nos levar a uma visão equivocada sobre o seu poder e a sua eficiência. Realmente, o fato de nos centrarmos na propaganda italiana e de abordarmos apenas marginalmente a propaganda das outras potências envolvidas nessa “Guerra de Embaixadas” pode criar uma perspectiva errônea e superestimar a capacidade dos italianos e sua real influência nessa disputa. Para relativizar tal perspectiva, é fundamental abordarmos os problemas e defeitos da máquina de propaganda italiana instalada no Brasil e a balança de poder dessa máquina com suas rivais no período considerado.

Os defeitos da estrutura de propaganda italiana no Brasil

Os órgãos representativos do governo italiano e do *Partito Nazionale Fascista* no Brasil eram sempre os primeiros a reconhecer os defeitos e as limitações de seu sistema de propaganda. Problemas no sistema de radiodifusão e na distribuição de publicações são uma constante na documentação italiana e várias vezes, no decorrer desse artigo, fizemos breves comentários sobre os mesmos. Essa mesma documentação faz, além disso, contínuas referências sobre as dificuldades nos dois esquemas chave do sistema de propaganda italiano no país: o controle dos jornais e a exibição de filmes, os quais merecem ser discutidos em detalhe.

Com relação a fotografias e artigos, não só ainda em 1939/40, a agência de notícias italiana *Stefani* ainda não havia conseguido organizar perfeitamente seu serviço de distribuição de notícias no Brasil⁵⁸, como são constantes as lamentações dos consulados sobre o fato de que a maioria dos artigos e das fotos que eram enviadas aos jornais não eram publicados na íntegra. Tanto que, em um relatório de outubro de 1936 no qual são analisados os esforços de propaganda no Brasil entre janeiro e setembro de 1936, surge a informação que, dos 224 artigos e 2235 fotografias enviadas ao país no período, só 8 artigos e 35 fotografias

⁵⁸ ACS/Agenzia Stefani, Ufficio Liquidazione, b. 54, p. 3. Ver também PRO, FO 371/25969, A 2275, Informe da inteligência militar de 20/3/1940.

foram realmente publicados⁵⁹. Um número certamente exagerado de recusas, as quais parecem ter caído no período posterior. Um sinal claro, porém, das dificuldades da propaganda italiana no Brasil.

Outro indicador das dificuldades da propaganda italiana nessa disputa de posições na imprensa vem de uma série de relatórios que o Consulado italiano de São Paulo enviou à Embaixada em 1941⁶⁰. Nesses relatórios, o consulado informou sobre diversas atividades de propaganda (distribuição de distintivos do Eixo, conferências e livros sobre a guerra italiana, etc.), que os telegramas *Stefani* estavam sendo enviados e divulgados por várias rádios do estado, e que a maioria dos jornais aceitava os boletins de guerra, telegramas, fotos e artigos enviados pelo Consulado. O relatório de 14/10/1941 traz, porém, uma interessante tabela onde consta o número de telegramas publicados por cada Agência de notícias nos jornais de São Paulo, Santos e Campinas em agosto/1941:

AGÊNCIA N. TELEGRAMAS CENTÍMETROS DE COLUNAS

Agência Nacional (Brasil)	1.961	16.536
Associated Press (EUA)	1.847	8.734
DOMEI	232	1.901
HAVAS (França)	3.877	22.695
RDV	111	1.592
Reuter (Reino Unido)	9.928	68.275
United Press (EUA)	10.689	48.378
Transocean (Alemanha)	5.279	38.097
Stefani (Itália)	3.071	17.933

Esta tabela confirma o enorme esforço feito pelos italianos (e também pelos alemães) no sentido de divulgar a sua propaganda e que algum resultado positivo foi alcançado, mas indica principalmente que, mesmo nesse momento de guerra e de esforço máximo, a avassaladora superioridade das agências aliadas e principalmente americanas era realmente indiscutível. O mesmo pode ser dito quando avaliamos o item filmes.

⁵⁹ ACS/MinCulPop, DGP, b. 273, f. 10, sottof. 47, p. “Fascismo e rexismo”, relatório para o MAE de 9/10/1936. Seria útil ter os mesmos números para a propaganda inglesa ou americana, por exemplo, mas tais números não estão disponíveis atualmente.

⁶⁰ Idem, b. 275, f. 10, sottof. 7, p. “Propaganda italiana a Rio de Janeiro”, relatórios do Consulado de São Paulo de 18/4, 17 e 24/10/1941.

De fato, a disputa cinematográfica também revela as debilidades da propaganda italiana. Vejam-se, por exemplo, os filmes exibidos no Brasil em 1937 e sua metragem na seguinte tabela:

PAÍS FILMES METROS DE FILMES

Estados Unidos	1.324	1.179.932
Alemanha	138	107.435
França	51	70.330
Itália	35	24.552
Reino Unido	23	27.531
Portugal	11	13.365
Japão	10	9.692
Brasil	?	120.941 ⁶¹

Vários outros informes do MinCulPop desde 1935 até 1941 também ressaltam a competição com os americanos e como estes controlavam o mercado de filmes comerciais, cinejornais. Para explicar essa vitória dos Estados Unidos sobre alemães e italianos, os responsáveis pela propaganda italiana no Brasil não hesitavam em ressaltar os defeitos e problemas de sua estrutura de distribuição e venda de filmes no país: qualidade técnica e artística dos filmes a desejar e pouco adaptáveis à realidade brasileira; aluguel caro dos filmes italianos enquanto os alemães e americanos eram gratuitos ou mesmo subsidiados; sistema de distribuição insuficiente que fazia, por exemplo, com que os cinejornais LUCE chegassem sempre atrasados e desatualizados; boicote dos inúmeros cinemas controlados pelos americanos⁶² e, finalmente, o problema representado pela censura a partir do momento em que o governo brasileiro, malgrado suas simpatias pelo fascismo, começou a inclinar-se para o campo aliado.

No campo da radiofonia, a mesma situação de inferioridade italiana se repete, como mostra a seguinte tabela de horas semanais de transmissão em português para o Brasil do exterior em 1939:

⁶¹ PRO, FO 930/34, relatório "Report on Latin America" de 9/8/1939, p. 16

⁶² ACS/MinCulPop, DGP, b. 273, f. 10, sottof. 4, relatório Consulado de São Paulo de 2/1/1937. O boicote aos filmes italianos e alemães feito pelos cinemas controlados pelos americanos chegou a tal ponto que os alemães começaram a comprar seus próprios cinemas. Os italianos, porém, aparentavam não ter recursos para tanto. Ver PRO, FO 371/25969 A6136, Informe da Embaixada britânica de 15/8/1941.

Estados Unidos:	63 horas
Alemanha:	56 horas
Reino Unido	20 horas
Itália	10 horas
Japão	7 horas ⁶³

Na realidade, fica evidente, à luz do exposto, que o problema central da estrutura de propaganda italiana no Brasil era a imensa escassez de meios e recursos financeiros para a sua real aplicação. De fato, não só iniciativas como a criação de uma Agência de publicidade italiana no Brasil e a incrementação do serviço radiofônico italiano no Rio de Janeiro foram suspensas por falta de dinheiro⁶⁴, como a Embaixada italiana era pródiga em solicitar reforços de verba para suas ações no Brasil, mas sem conseguir acompanhar a escalada promovida pelos alemães e, especialmente, pelos americanos. Tal incapacidade derivava, certamente, da crônica falta de fundos do governo italiano no período e, principalmente, da pouca prioridade dada pelo governo italiano à sua ação no Brasil que, se era certamente um país estratégico e que recebia atenção de Roma, não era tão prioritário como, por exemplo, os países europeus, o que explica a relativa falta de recursos italianos para a propaganda no país.

Seria muito interessante se pudéssemos quantificar a soma de dinheiro gasta pelo governo italiano no seu esforço de propaganda no Brasil e compará-la com as suas equivalentes alemã, americana, inglesa e francesa, o que nos daria condições de verificar com mais precisão a relação de forças entre os diferentes competidores da guerra de propaganda.

Tais dados não estão, porém, disponíveis e levantá-los numa pesquisa mais aprofundada nos arquivos dos diferentes países envolvidos seria um exercício que mereceria a atenção de um pesquisador. Tudo o que temos até agora, de fato, são informações isoladas e que devem ser vistas com cautela, mas que confirmam o escrito anteriormente, ou seja, como, aparentemente, os recursos italianos para a propaganda no Brasil foram crescendo no decorrer da década de 30, mas como estes jamais

⁶³ PRO, FO 930/34, relatório “Report on Latin America” de 9/8/1939, p. 13-14.

⁶⁴ ASMAE/MinCulPop, b. 49, p. “Agenzia Italiana de Pubblicità” e “Associazione brasiliana di studi italiani”, carta de Luciano Gili de 22/12/1938 e ACS/MinCulPop, DGP, b. 274, f. 10, sottof. Brasile - 1940, p. “Agenzia di Pubblicità Italiana in Brasile”.

conseguiram atingir os níveis daqueles disponíveis pelos alemães⁶⁵ e ingleses, para não falar dos americanos.

A disponibilidade de recursos financeiros não era, porém, o único elemento a ser levado em conta para explicar as dificuldades da propaganda italiana. No caso específico da propaganda cultural, por exemplo, onde o objetivo central dos italianos era superar a incômoda supremacia francesa, há várias menções, na documentação italiana, à imensa dificuldade em quebrar a tradicional francofilia das elites brasileiras e ao fato que a maioria dos esforços nesse sentido estavam rendendo frutos modestos tanto pela escassez de recursos como pela persistência desse traço cultural.

Outro elemento de enfraquecimento da propaganda italiana era a necessidade de transferir parte dos recursos destinados a ela para a vasta comunidade italiana local. Esse elemento e vários outros são exemplarmente delineados num lúcido relatório da Embaixada italiana de 1940, que convém citar longamente:

A propaganda estrangeira no Brasil - norte americana, francesa e britânica - se desenvolve em larga escala, deixando a nossa a uma longa distância. Esta Embaixada já indicou várias vezes as suas manifestações e sublinhou os seus efeitos.

Note-se, porém, que enquanto a maior parte dos nossos esforços, e das nossas despesas nessa rubrica, se dirigem às massas de italianos e ítalo-brasileiros - e assumem, portanto, formas adequadas a este objetivo, como as escolas primárias e secundárias, o Dopolavoro, etc. - a propaganda dos outros países, com a exceção da Alemanha, não ligados à presença aqui de numerosas colônias, mira diretamente o público brasileiro e se dirige à média e alta burguesia e aos extratos mais cultos, sendo, especialmente com relação a estes últimos, ajudados pela larguíssima difusão da língua e da cultura francesa, difusão esta que permite o envio ao Brasil de companhias teatrais, a venda em larga escala de livros e revistas e, enfim, a benevolência de alguns dos mais importantes jornais (como o "Correio da Manhã") pelo simples fato do

⁶⁵ Os órgãos diplomáticos italianos no Brasil sempre recorriam à comparação com os alemães para justificar seus pedidos de mais recursos. Em agosto de 1940, por exemplo, a Embaixada italiana informou que, com sua verba de sete ou oito mil liras (oriunda de Roma e das coletividades italianas), ela mal conseguia subsidiar oito jornais (cinco do Rio de Janeiro e três de São Paulo), enquanto os alemães disporiam de nada menos de 400.000 liras para o mesmo fim. Números extremamente discutíveis, mas que dão uma idéia das dificuldades financeiras italianas. Vide ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 24, p. "Stampa", Informe Embaixada italiana de 16/8/1940.

público ter grande interesse nos acontecimentos da vida política e espiritual francesa.

Com outros meios - penetração econômica, exploração e corrupção de homens e entidades - age, em profundidade, a propaganda americana. As missões navais e militares dos Estados Unidos, a frota da “Boa Vizinhança”, as correntes turísticas são outros úteis peões nas mãos dos agentes propagandísticos do Atlântico Norte.

Infuentíssimo, também, o cinema. Os filmes americanos - como é natural - inundam o mercado e são os mais aceitáveis [...]

Aos filmes ordinários devemos acrescentar os jornais cinematográficos. Da América do Norte chegam por avião quatro jornais por semana e são largamente distribuídos às salas de projeção. Da França chegam, também por via aérea, documentários e jornais Pathè e Havas, que agradam especialmente o público [...] e que são gratuitamente distribuídos, se não impostos, com cada fita francesa.

Desde o início da guerra, a propaganda naturalmente se intensificou e não só assumiu proporções mais vastas como abandonou o caráter - que até agora os franceses sabiam manter - de propaganda indireta para assumirem sem hesitação as formas mais abertas.⁶⁶

Dada essa situação, não é difícil concordar com as análises de Mario Toscano⁶⁷, o qual, após ressaltar as imensas dificuldades da propaganda fascista no Brasil, conclui que a mesma foi feita com escassez de meios, limitação de conteúdo, com um contexto local desfavorável e com pouca perspectiva, assim, de influenciar a situação brasileira.

Ainda assim, é nossa opinião que a última afirmação de Toscano merece ser relativizada. Sem dúvida, ele está correto ao considerar que as debilidades da propaganda italiana ajudaram na falência de um projeto fundado na exportação de uma ideologia e na liderança italiana dessa ideologia⁶⁸. A propaganda italiana não foi, porém, cem por cento ineficaz e, através da mesma, a mensagem fascista foi transmitida - ainda que em níveis inferiores ao desejado - a parcelas significativas da sociedade brasileira, colaborando, junto com outras fontes de propaganda locais e externas (como os integralistas e a propaganda nazista), a alimentar a idéia fascista no Brasil do período e a ampliar a popularidade da mesma,

⁶⁶ ASMAE/Affari Politici 1931-1945 (Brasile), b. 24, p. “Propaganda Culturale - 1940, relatório da Embaixada italiana de 3/1/1940.

⁶⁷ TOSCANO, Mário. “Il fascismo e l’Estado Novo”. In DE FELICE, Renzo. **L’emigrazione italiana in Brasile, 1800-1978**. Torino: Fondazione Agnelli, 1980, p. 235-270, especialmente pp. 248-250.

⁶⁸ BERTONHA, João Fábio O Brasil, os imigrantes italianos e a política...

o que acabou beneficiando os integralistas e os adeptos do *Estado Novo* varguista⁶⁹.

O fascismo italiano e sua propaganda ajudaram, assim, a difundir a idéia fascista no interior da sociedade brasileira, alimentando e cultivando uma simpatia sempre existente e que teve efeitos nada desprezíveis na história política do Brasil ao dar força a uma direita nacional que ajudaria a conduzir os destinos do país por muitos anos além do ventênio fascista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERTONHA, João Fábio. O Brasil, os imigrantes italianos e a política externa fascista, 1922-1943". **Revista Brasileira de Política Internacional**. Brasília, v. 40, n. 2, p. 106-130, 1997.
- _____. **Sob o Signo do Fascio – O fascismo, os imigrantes italianos e o Brasil, 1919-1945**. Campinas, 1998. Tese (Doutorado em História Social), Universidade de Campinas.
- _____. A migração internacional como fator de política externa. Os emigrantes italianos, a expansão imperialista e a política externa da Itália, 1870-1943. **Contexto Internacional**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, p. 143-164, 1999.
- _____. Uma política externa não estatal? Os fasci all'estero e a política externa do Partito Nazionale Fascista, 1919-1943. **Anos 90**. Porto Alegre, n. 10, p. 40-58, 1999.
- _____. Observando o littorio do outro lado do Atlântico: a opinião pública brasileira e o fascismo italiano, 1922-1943. **Tempo**, Niterói, no prelo.
- CALMON, Pedro. **Storia della civiltà brasiliana**. Rio de Janeiro: Instituto Italo-brasileiro de Alta cultura, 1939.
- CERVO, Amado. **As relações históricas entre o Brasil e a Itália – O papel da diplomacia**. São Paulo; Brasília: Instituto Italiano de Cultura; Editora da UnB, 1992.
- CICCARELLI, Orazio. Fascism and Politics in Peru during the Benavides Regime, 1933-1939. **Hispanic American Historical Review**, v. 70, n. 3, p. 405-432, 1990.

⁶⁹ Ver BERTONHA, João Fábio. **Sob o Signo do Fascio...**, cap. 8 para as relações entre fascistas italianos e integralistas no Brasil. Para os efeitos da propaganda italiana e outras reflexões sobre como os brasileiros viam o fascismo italiano no período entre as duas guerras mundiais, ver BERTONHA, João Fábio. Observando o littorio...

- CODIROLI, Pierre. **L'ombra del Duce** - Lineamenti di politica culturale nel cantone Ticino (1922-1943). Milano: Franco Angeli, 1988.
- _____. **Tra fascio e balestra. Un'acerba contesa culturale (1941-1945)**. Locarno: Armando Dadò, 1992.
- COBBS, Elisabeth. **Rich Neighbour Policy. Rockefeller and Kaiser in Brazil**. New Haven: Yale University Press, 1992.
- CUPINI, R. **Cieli e mari**. Le grandi crociere degli idrovolanti italiani (1925-1933). Milano: Mursia, 1973.
- D'AMBROSIO, Ubiratan. A influência italiana nas atividades científicas brasileiras. In: DE BONI, Luís Antônio. **A presença italiana no Brasil**. Porto Alegre; Torino: EST; Fondazione Giovanni Agnelli, 1990, vol. 2, pp. 508-591.
- DE CARVALHO, Ronald. **Piccola storia della Letteratura brasiliana**. Firenze: Valecchi, 1936.
- GOGLIA, Luigi. La propaganda italiana a sostegno della guerra contro l'Etiopia svolta in Gran Bretagna nel 1935-1936. **Storia Contemporanea**, Roma, vol. 20, n. 5, p. 845-906, 1984.
- GRANGE, D. Structure et techniques d'une propagande: les émissions arabes de Radio Bari. **Relations Internationales**, n. 2, p. 165-185, 1974.
- _____. La propagande arabe de Radio Bari (1937-1939). **Relations Internationales**, n. 6, 1976.
- HAGLUND, David. **Latin America and the transformation of US Strategic Thought, 1936-1940**. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1984.
- MCDONALD, C. Radio Bari and Italian propaganda in Middle East and British counter measures. **Middle East Studies**, n. 2, 1977.
- MENEGHELLO, Cristina. **Poeira de Estrelas** - O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. Campinas: Editora da UNICAMP, 1996.
- MONTICONE, Aldo. La radio italiana e l'emigrazione dal fascismo alla democrazia: appunti per una ricerca. **Studi Emigrazione**. Roma, vol. 17, n. 59, p. 285-303, 1980.
- MOURA, Gérson. **Tio Sam chega ao Brasil** - A penetração cultural americana. São Paulo, Brasiliense, 1984.
- PRADO, Maria Lígia. Ser ou não ser um bom vizinho: América Latina e Estados Unidos durante a guerra. **Revista USP**, São Paulo, n. 26, p. 52-61, 1995.
- SALVEMINI, Gaetano. **Italian Fascist Activities in the United States**. New York: Center for Migration Studies, 1977.
- SANTINON, Renzo. **I fasci italiani all'estero**. Roma: Settimo Sigillo, 1991.

- SERRA, Enrico. Appunti sull'immagine della Francia nella propaganda fascista. In: DUROSELLE, J. B.; SERRA, Enrico. **Il vincolo culturale tra Italia e Francia negli anni 20 e 30**. Milano: ISPI; Franco Angeli, 1986, p. 11-49.
- SEITENFUS, Ricardo. Ideology and Diplomacy: Italian Fascism and Brazil (1935-1938). **Hispanic American Historical Review**, v. 64, n. 3, p. 503-534, 1984.
- _____. As relações entre Brasil e Itália no período 1918-1939 In: DE BONI, Luís Antônio. **A presença italiana no Brasil**. Porto Alegre;Torino: EST; Fondazione Giovanni Agnelli, 1990, vol. 2, p. 37-52.
- TOSCANO, Mário. Il fascismo e l'Estado Novo. In: DE FELICE, Renzo. **L'emigrazione italiana in Brasile, 1800-1978**. Torino: Fondazione Agnelli, 1980, p. 235-270.
- TOTA, Antônio Pedro. **O Imperialismo Sedutor** – A americanização do Brasil na época da Segunda Guerra. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.
- TRENTO, Ângelo. **Do outro lado do Atlântico** – Um século de imigração italiana no Brasil. São Paulo: Nobel; Instituto Italiano de Cultura, 1989.
- WALEY, D. **British Public Opinion and the Abyssinian War, 1935-36**. Londres: Maurice Temple Smith, 1975.

RESUMO

Divulgando o Duce e o Fascismo em Terra Brasileira: a Propaganda Italiana no Brasil, 1922-1943

O presente artigo aborda o esforço de propaganda realizado pelo governo fascista italiano no Brasil entre as duas guerras mundiais. O objetivo principal do trabalho é entender os meandros dessa propaganda e sua influência na difusão da idéia fascista no Brasil do período. O choque das máquinas de propaganda italiana, alemã, inglesa e americana na década de 30 é especialmente enfocado.

Palavras chave: propaganda, Fascismo, Itália

ABSTRACT

**Disclosing Duce and Fascism in Brazilian Land:
the italian propaganda in Brazil, 1922-1943**

This article seeks to analyse the Italian propaganda in Brazil between the two world wars. The main purpose of the paper is to understand how this propaganda machine worked and how important it was to the diffusion of the fascist ideas in Brazil. The conflict between the Italian, German, American and English propaganda in Brazil during the 1930's and the problems of the Italian one is especially stressed.

Key-words: Propaganda; Fascism; Italy.