

# rádio e propaganda política –

brasil e méxico  
sob a mira norte-americana  
durante a segunda guerra

MARQUILANDES BORGES DE SOUSA

HISTÓRIA



Traducción del portugués para ReHiMe  
Selene Román



## **SOBRE A OBRA**

Este livro originou-se de dissertação de mestrado, defendida no Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo, em 2002. A banca examinadora foi composta pelos professores doutores Maria Lígia Coelho Prado (orientadora), Afrânio Mendes Catani e Lília Inês Zanotti de Medrano.

RÁDIO E PROPAGANDA POLÍTICA – BRASIL E MÉXICO  
SOB A MIRA NORTE-AMERICANA  
DURANTE A SEGUNDA GUERRA

---

Marquilandés Borges de Sousa (2004):

***Radio y propaganda política.  
Brasil y México bajo la mira norteamericana  
durante la segunda guerra.***

São Paulo: Annablume-Fapesp.

Traducción del portugués para ReHiMe: Selene Román.

---



Marquilandes Borges de Sousa  
(2004)

# **Radio y propaganda política.**

**Brasil y México  
bajo la mira norteamericana  
durante la segunda guerra.**

**São Paulo: Annablume-Fapesp**



Traducción del portugués para ReHiMe  
**Selene Román**



**Centro de Documentação e Informação Polis Instituto de  
Estudos, Formação e Assessoria em Políticas Sociais**

---

S696 Sousa, Marquilandes Borges de

Rádio e propaganda política: Brasil e México sob a mira norte-americana durante a Segunda Guerra. / Marquilandes Borges de Sousa. — São Paulo: Annablume; Fapesp, 2004.  
152 p.; 11,5 x 20 cm.

**ISBN 85-7419-444-1**

1. Propaganda Política. 2. Segunda Guerra Mundial. 3. Relações Internacionais. 4. Brasil. 5. México. I. Título.

CDU 940.53

CDD 323.491

---

**RÁDIO E PROPAGANDA POLÍTICA – BRASILE E MÉXICO  
SOBA MIRA NORTE-AMERICANA DURANTE A SEGUNDA GUERRA**

*Coordenação editorial*  
Joaquim Antonio Pereira

*Produção*  
Jacqueline Ramos – preparação  
Lívia C. L. Pereira – paginação

*Supervisão*  
Celso Cruz & Regina Coelho

**CONSELHO EDITORIAL**  
Eduardo Peñuela Cañizal  
Norval Baitello Junior  
Maria Odila Leite da Silva Dias  
Gilberto Mendonça Teles  
Maria de Lourdes Sekeff  
Cecilia de Almeida Salles  
Pedro Jacobi  
Gilberto Pinheiro Passos  
Eduardo Alcântara de Vasconcellos

1ª edição: agosto de 2004

© Marquilandes Borges de Sousa

ANNABLUME editora . comunicação  
Rua Padre Carvalho, 275 . Pinheiros  
05427-100 . São Paulo . SP . Brasil  
Tel. e Fax. (011) 3812-6764 – Televendas 3031-9727  
<http://www.annablume.com.br>

# SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

INTRODUÇÃO

**CAPÍTULO I - A DINÂMICA DA BOA VIZINHANÇA:  
DA NÃO-INTERVENÇÃO AO PROJETO  
DE DEFESA HEMISFÉRICA**

EM BUSCA DA SOLIDARIEDADE HEMISFÉRICA  
ROCKEFELLER: O COORDENADOR DA AGÊNCIA  
DAS RELAÇÕES INTER-AMERICANAS

**CAPÍTULO II - A PROPAGANDA POLÍTICA NAS  
ONDAS DO RÁDIO**

A RADIODIFUSÃO SONORA NOS ESTADOS UNIDOS  
ESTADOS UNIDOS E AMÉRICA LATINA:  
UM ARCO-ÍRIS SONORO  
O FOGO DA VERDADE NORTE-AMERICANA  
E A MENTIRA NAZISTA

**CAPÍTULO III - AS RELAÇÕES ENTRE MÉXICO E  
ESTADOS UNIDOS DURANTE A SEGUNDA GUERRA  
MUNDIAL: O PAPEL DA RADIODIFUSÃO  
SONORA**

A TRANSIÇÃO DO CARDENISMO  
AO AVILACAMACHISMO  
RADIODIFUSÃO SONORA MEXICANA: DOS ANOS 1920  
À ÉPOCA DA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL  
O IMPÉRIO DE EMÍLIO AZCÁRRAGA  
E A DIVISÃO DE RÁDIO

**CAPÍTULO IV - RÁDIO E PROPAGANDA  
NORTE-AMERICANA NO BRASIL DURANTE  
A SEGUNDA GUERRA**

POLÍTICA NA ÉPOCA DE VARGAS (1930-1945)

A RADIODIFUSÃO SONORA NO BRASIL

O RÁDIO DURANTE O ESTADO NOVO

A ATUAÇÃO DA DIVISÃO DE RÁDIO NO BRASIL

CONCLUSÃO

FONTES

BIBLIOGRAFIA

---

Borges de Sousa, Marquilandés (2004):

***Radio y propaganda política.***

***Brasil y México bajo la mira norteamericana  
durante la segunda guerra.***

São Paulo: Annablume-Fapesp.

Traducción del portugués para ReHiMe: Selene Román.

---

# Capítulo II

**La propaganda política  
en las ondas de la radio.**

(Fragmento)



## **El fuego de la verdad norteamericana y la mentira nazi.**

La Segunda Guerra Mundial y, fundamentalmente, la entrada de los Estados Unidos en el conflicto son fundamentales para comprender el desarrollo de la propaganda política y la elaboración de programas de radio dirigidos hacia América Latina. Para entender la relación de los EUA con América Latina, es necesario tener en cuenta que, con la participación estadounidense en la guerra, la política de la “buena vecindad” adquirió nuevas dimensiones. Es preciso considerar las especificidades de la política exterior en tiempos de guerra.

La percepción que las autoridades de la Office of War Information (OWI) y de la Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA) tenían de la relación entre esas agencias estatales y las estaciones de ondas cortas también sufrió transformaciones. Después de un periodo de discusión, y a pesar de la resistencia de la CBS, fue firmado un acuerdo a finales de octubre de 1942 entre el gobierno y las emisoras para un arrendamiento estatal de todas las emisoras de ondas cortas<sup>41</sup>.

.....  
41 La CBS venía preparando su red latinoamericana para iniciar las operaciones en 1942. Cuando el gobierno propuso el arrendamiento estatal de las transmisiones, William Paley, presidente de la CBS, consideró que esta iniciativa constituía una injerencia en un sector que debería tener participación únicamente privada. FEJES, 1986: 147

el gobierno se encargaría de la programación de todas las estaciones y determinaría el tiempo de operación y dirección de las transmisiones. La OWI ocuparía dos tercios del tiempo de transmisión (de 1.00hs a 16.00hs) y la OCIAA, un tercio (de 16hs hasta la medianoche). La programación efectiva de ondas cortas sería elaborada por contrato y el gobierno tendría el derecho de aprobar todos los scripts antes de la transmisión (FEJES, 1986: 149)

Este arrendamiento de las emisoras de ondas cortas representó una transformación integral en las características de la radiodifusión de los EEUU. Tradicionalmente controladas por la iniciativa privada, las estaciones de radio, al menos las de ondas cortas, pasaron al dominio estatal. Este cambio sólo puede ser comprendido si tenemos en cuenta la entrada de los EEUU en la guerra. De esta manera, el contenido de las emisiones pasó a ser definido por las necesidades del esfuerzo de guerra. Si desde el inicio de las transmisiones de ondas cortas hubo una alianza espontánea entre las redes norteamericanas y el proyecto de solidaridad hemisférica del gobierno de Roosevelt, a partir de noviembre de 1942 esta alianza en las emisiones fue sustituida por un proyecto explícito de propaganda política en el que la programación de las emisoras norteamericanas de ondas cortas era controlada por la OWI o por la OCIAA.<sup>42</sup>

Hacia finales de ese año, cuando la presencia de la OCIAA ya se había extendido por Latinoamérica, un informe reafirmó las funciones de la División de Radio:

1) informar a las otras repúblicas americanas lo que los Estados Unidos están haciendo para ganar la guerra; desarrollar una mejor comprensión entre los oyentes de radio en cada país de los asuntos y problemas de las otras repúblicas americanas así como sus problemas e intereses comunes; y 2) informar al

.....  
42 Inicialmente, a partir de este arrendamiento, eran dos redes transmitiendo para América Latina: la CBS y la NBC. Sin embargo, el 1 de julio de 1943, a pesar de nuevas protestas de William Paley, estas dos redes fueron fusionadas.

pueblo de los Estados Unidos de los asuntos y problemas en las otras Américas. La División de Radio planea intensificar su política de a) dar prioridad a las operaciones regionales. Esto es, para transmisiones locales en otras repúblicas americanas, método que proporciona la flexibilidad necesaria para atender emergencias; b) proporcionar adecuadamente programas originales de los Estados Unidos, tanto de ondas cortas como de point-to-point, c) proporcionar la compra de tiempo en estaciones locales de otras repúblicas.<sup>43</sup>

Por lo tanto, la División de Radio reforzaba la propuesta de una mayor integración con América Latina para informar a los países latinoamericanos sobre la acción de los EEUU en la guerra y, al mismo tiempo, proporcionar a los norteamericanos más conocimiento sobre sus vecinos. Sin embargo, en el caso de los programas transmitidos en América Latina, existía un filtro gubernamental para garantizar la difusión de un discurso oficial coherente con el proyecto de solidaridad hemisférica.

Para los Estados Unidos, la guerra en el territorio latinoamericano se llevaba a cabo en los campos económico y psicológico. Numerosos documentos oficiales destacan este aspecto. Para los representantes de la OCIAA, los países del Eje, especialmente Alemania, estaban al frente de los Estados Unidos en cuanto a propaganda política y era necesario contener esta superioridad alemana. Así, los medios de comunicación fueron considerados elementos de primera línea para enfrentar a Alemania en la guerra psicológica. Uno de los mejores ejemplos de esta hipótesis es un discurso del Director de la División de Radio, Don Francisco, el 10 de marzo de 1942, en la reunión con el Club de Empresarios de Exportación de Nueva York<sup>44</sup>:

.....  
43 NARA - RG229 - Box 512 - argas.

44 NARA - RG 229 - Box 964 - Records of the Radio Division. Misc, Reports an Issuances. Good Neighbors in Action. Las siguientes citas de Don Francisco forman parte de esta referencia documental.

Desde su inicio, dividimos las actividades del Coordinador en dos campos generales: económico y psicológico. El doble objetivo es motivar a los trabajadores para la solidaridad hemisférica – construir el respeto mutuo y la comprensión entre las Américas, así, las 21 repúblicas pueden estar mejor preparadas para enfrentar las emergencias de hoy y planear un resultado de larga extensión, para la estructura de posguerra (...) <sup>45</sup>

En un discurso sobre importancia de la guerra psicológica, Don Francisco defendía la organización de la propaganda política norteamericana en América Latina a través de las ondas de radio. Continuó:

Quiero hablarles por unos minutos sobre una exportación que es tan importante como las cosas que vendemos a través de los mares. Es algo menos tangible que sus mercaderías. Me refiero a la exportación de ideas - el transporte de noticias, información y verdad (...)

Nuestro fuego es el fuego de la verdad. Cuando el Eje intenta desesperadamente cambiar las opiniones de los hombres, pervertir todas las fuentes de consuelo espiritual, de credo, de información, nosotros diremos la verdad por todos los medios posibles. Nuestra fuerza psicológica intenta evitar adoctrinar mentes e interferir en la libertad de pensamiento, la libertad de expresión, la libertad de culto, la libertad de criticar.

.....  
 45 Esta visión dual de la guerra para América Latina no era exclusiva de la División de Radio. Otros organismos no vinculados directamente a la OCIAA tenían una opinión similar. Barclay Acheson, responsable de las ediciones internacionales de la *Readers's Digest* (*Revista Selecciones* en Brasil), afirmó, también en 1942: "En toda América Latina grandes grupos fueron efectivamente adoctrinados por la economía y la teoría social Nazi... Yo escribo esta carta, porque creo fuertemente que debemos trabajar juntos en estos dos frentes - The Reader's Digest en el frente ideológico y su compañía en el frente económico... cada dólar invertido en SELECCIONES compra municiones para ayudar a ganar la gran batalla de IDEAS en esta guerra que va de la mano con la batalla de armas". citado por JUNQUEIRA, 2000: 37.

Don Francisco utilizó la misma polarización entre los Estados Unidos y el Eje observado por Mary Junqueira en su estudio sobre la revista *Selecciones*.<sup>46</sup> En esta argumentación, los Estados Unidos representaban a la verdad. El mensaje transmitido por el Eje, caracterizado por la mentira, era utilizado para conquistar las mentes latinoamericanas. El discurso oficial del gobierno norteamericano afirmaba que la utilización de la radio por parte de los EEUU no tenía el mismo objetivo de manipulación que las transmisiones alemanas. Sin embargo, a partir de noviembre de 1942, la División de Radio filtraba la programación de las emisoras norteamericanas para América Latina. Por lo tanto, la libertad de pensamiento y de expresión defendidas por Don Francisco, al menos en este periodo crítico de la guerra, no existían en tanto fueron sustituidas por la propaganda política.<sup>47</sup> Es común que en un momento crítico como ese haya un control estatal de los medios de comunicación, sin embargo, es necesario resaltar la intención de diferenciar el

.....

46 “Al tratar a los alemanes y a los japoneses como anticristianos, se instala una barrera inquebrantable basada en formas binarias y opuestas: Estados Unidos - Cristiano, Bien, Libertad; Nazismo/japoneses - Anticristiano, Mal, Esclavitud” JUNQUEIRA, 2000: 156

47 Resulta interesante el modo en que esta visión de que la radio podría transmitir tanto la verdad como la mentira ya estaba presente en los análisis realizados inclusive antes de la eclosión de la guerra. En 1935, Raymond Gram Swing, editor de *The Nation*, afirmaba: “lo que sé es que tenemos en la radio un tipo especial de instrumento social, que yo diría que es más poderoso, más íntimo y más prometedor que cualquier otro instrumento social desde el desarrollo de la imprenta. La radio es definitivamente un instrumento de masas y parece que puede tornarse, de todas las invenciones modernas, en la que mayor cohesión social produce. Será reconocida como algo beneficioso y al mismo tiempo peligroso. Nos alarmamos con el uso que se le dio a la radio en Alemania, Austria, Italia y Rusia. Y si tenemos juicio, también nos alarmaremos con el poder que ha dado y puede dar a determinados individuos en este país (EEUU) (...) Un medio que sirve del mismo modo para la diseminación de la perversión y de la mentira” Citado por GURGUEIRA, 1995: 7.)

control estadounidense del control hecho por Alemania, como si el filtro norteamericano se justificara porque, como decía Don Francisco, era la verdad que estaba siendo difundida. Pero ¿Cuál sería esa verdad? América Latina debía adaptarse a los modelos establecidos por los Estados Unidos. No había una tercera vía: se elegía entre la verdad norteamericana o la mentira alemana. Según Don Francisco, el mayor problema para los EEUU era que la mentira alemana estaba más difundida que la verdad norteamericana porque el gobierno de Hitler había percibido la importancia de la radio en la propaganda política antes que el gobierno norteamericano. Continuó en su discurso:

El rearmamento psicológico alemán comenzó mucho antes que el paso de ganso nazi entrase en acción. Los nazis fueron los primeros en articular propaganda con operaciones militares. El modelo de guerra total del Tercer Reich es una habilidosa mezcla de hombres, máquinas e ideas - de bombas incendiarias y explosivas arrojadas desde el cielo y bombas para las mentes emitidas por las poderosas transmisiones de radio. La guerra psicológica es tan ofensiva como los aviones bombarderos Stuka. Estamos atrasados en la conducción de nuestras fuerzas psicológicas y en su inclusión en el arsenal de la democracia. Pero deben ser instaladas, y hoy estamos luchando ferozmente.

Según Hannah Arendt, el desarrollo de la propaganda política nazi era deudora de la propaganda comercial norteamericana, en tanto fue a través de la observación de los métodos de la publicidad que los nazis crearon su arsenal propagandístico (1978). Por otro lado, Don Francisco asumía que había un desfase en cuanto a propaganda entre los Estados Unidos y los alemanes. Resulta pertinente preguntarse por qué solamente en este momento el gobierno norteamericano se interesó por la importancia política de la radio. El informe de Don Francisco data de marzo de 1942, algunos meses después del ataque a Pearl Harbor, que ocurrió en diciembre de 1941. De esta manera, solamente con la entrada de los Estados Unidos en la guerra, la OCIAA, representando oficialmente al gobierno norteamericano, asumió, de hecho, la relevancia de la propaganda política.

Fueron muchos los programas de radio producidos por la División de Radio, durante la existencia de la OCIAA. A pesar de haber compuesto un todo heterogéneo, teniendo en cuenta que el tiempo de permanencia en el aire fue diferente para cada programa y que sus contenidos dependieron de la situación de conflicto, es posible señalar algunas características generales de esa programación. Los programas tenían como principal función resaltar las cualidades de la democracia norteamericana y su modo de vida, buscando crear una relación íntima entre los norteamericanos y los latinoamericanos y reforzar la solidaridad hemisférica. Entre los diferentes programas producidos, pueden ser citados: *Nosotros venceremos la guerra*, *Eje amenaza la libertad*, *Ideales de las Américas*, *Nosotros venceremos la paz*, *La marcha del tiempo*, *Radioteatro de América*, *Las ideas no se matan*, *En dirección a un mundo mejor*, *Hit Parade*, *Contraespionaje*, *Los Estados Unidos y la industria en guerra*, *Arsenales de la libertad*, *Programas de libertad*, *Canto de América*, *El verdadero enemigo*, *El misterioso*, *Para los amantes de la música*, *La música en los Estados Unidos*, *Hola amigos*, *Opera Metropolitan*, *De Hollywood en la guerra*, *Historias de América*, *La orquesta sinfónica de la NBC*, *El ideal de Lidia Morales*, *Recortes*, *Sinfonías de los Estados Unidos*, *Música del nuevo mundo*, *Orquesta filarmónica de Nueva York*, *Música refinada*.<sup>48</sup>

.....  
 48 NARA - RG 229 - Box 963 - Records of the Department of Information. Radio Division. "Resume of operations of the Radio Division" ( E- 80)

Los programas de música variaban de estilo. Algunos no tenían un contenido político explícito<sup>49</sup>; otros, además de música, incluían algún comentario pro-EEUU y/o anti Eje o trataban aspectos más generales de la cultura norteamericana. Entre esos programas, pueden ser citados algunos cuyas sinopsis aparecen en la documentación consultada.<sup>50</sup>

- *Programas de Libertad* - presentaba música vocal y orquestal de diferentes regiones de los Estados Unidos e incluía comentarios anti Eje hechos por alguna figura conocida por el gran público.
- *Para los amantes de música* - era un programa de música clásica y de entrevistas, en español y portugués, con compositores y artistas de los Estados Unidos;
- *La música en los Estados Unidos* - presentaba un retrato del pueblo, costumbres y música norteamericanos;
- *Metropolitan Opera* - reproducía óperas grabadas en el Metropolitan;

.....  
 49 Herbert Cerwin, director de la División de Informaciones de México, manifestó en relación a los programas de este estilo: “¿No podríamos en las grabaciones de Glenn Miller hablar un poco sobre la historia de cómo se inició la música y cómo, debido a que los Estados Unidos son una democracia, existen oportunidades para que todos se superen? (...) Se podría demostrar fácilmente que los Estados Unidos se están convirtiendo en el centro cultural del mundo. Los mejores músicos, compositores y orquestas están ahora en Estados Unidos. En otras palabras, la cultura del futuro ya no está en Europa, sino en las Américas. A menos que incluyamos mensajes de este tipo no veo mucha ventaja en transmitir estas grabaciones excepto para propósitos de entretenimiento. Considero que la propaganda en las grabaciones no tiene que ser grande (...), podría ser corta (...) y con un mensaje sutil en cada anuncio, al menos al principio y al final del programa” Citado por GARZA, 1989: 146)

50 NARA - RG 229 - Box 963 - Records of the Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E – 80)

- *La Orquesta Sinfónica de la NBC* - era un programa con presentaciones hechas por la Orquesta de la NBC.

Las dramatizaciones, a pesar de sus estilos variados, tenían un contenido de propaganda política más explícito. Algunas mostraban el esfuerzo de los Estados Unidos para ganar la guerra; otras retrataban a los nazis, obviamente de forma negativa y, finalmente, algunas mostraban el peligro de infiltración del Eje en América Latina. Además de estas dramatizaciones, se produjeron otras que aparentemente tenían un menor grado de propaganda política, pero que difundían el estilo de vida norte-americano.<sup>51</sup>

- *Los Estados Unidos y la Industria en guerra* - era una dramatización de los logros de la industria bélica norteamericana;
- *El Verdadero Enemigo* - eran dramatizaciones que retrataban la supuesta naturaleza salvaje y brutal del enemigo en sus planes de subyugar al mundo;
- *El Misterio* - era un drama que describía y exponía la infiltración de la ideología nazi en América Latina;
- *Cuentos de América* - eran dramatizaciones de historias escritas por conocidos autores norteamericanos;
- *El ideal de Lidia Morales* - era la dramatización de una muchacha latinoamericana en los Estados Unidos.

.....  
51 NARA - RG 229 - Box 963 - Records of the Department of Information. Radio Division. "Resume of Operations of the Radio Division" (E-80)

Además de estos programas, existían programas de noticias (casi siempre referentes a la guerra), informativos culturales y programas producidos con los artistas de Hollywood.<sup>52</sup>

- *Arsenales de la Libertad* - presentaba escenas reales de las fábricas de productos bélicos y entrevistas con trabajadoras;
- *Canto de América* - era una serie de programas que presentaba traducciones al español o al portugués de programas de Walt Whitman;
- *Saludos Amigos* - era un programa de variedades, hablado en español, que presentaba un conocido anfitrión de los Estados Unidos;
- *Desde Hollywood en Guerra* - era un programa con orquestas, artistas de cine, cantores y una pequeña dramatización sobre la historia de los soldados que estaban en guerra.

Muchos de los programas de radio tuvieron la participación de artistas de Hollywood. Para la División de Radio la popularidad de estos artistas podía ser utilizada como factor positivo en la difusión de la verdad norteamericana y como un arma poderosa para contraponerse a la propaganda alemana. Con este objetivo, fue creada una filial de la División de Radio en Hollywood. Al momento de su creación, un informe de la OCIAAA enumeró cinco razones para justificar su apertura: a) Hollywood ofrece un glamour que el Eje no posee; b) combatir los programas de variedades alemanes que son inferiores a todo lo que Hollywood puede ofrecer; c) la popularidad de las estrellas de Hollywood podría aumentar la audiencia de los programas de radio; d) promover la solidaridad hemisférica; e) dar a los 20 países latinoamericanos una mejor comprensión

.....  
52 NARA - RG 229 - Box 963 - Records of the Department of Information. Radio Division. "Resume of Operations of the Radio Division" (E-80)a

de Hollywood.<sup>53</sup> Al mismo tiempo, artistas latinoamericanos conocidos en Hollywood participaron del proyecto como forma de difundir los ideales de la solidaridad hemisférica.

Por otro lado, la División de Radio de la OCIAA consideraba que era fundamental tener en cuenta las peculiaridades de la audiencia de América Latina y realizó extensas investigaciones para conocer los gustos latinoamericanos y la audiencia de los programas emitidos para revertir la situación inicial de la División de Radio, en la que ni siquiera se conocía el número de aparatos de radio existentes en la región. Estos estudios eran desarrollados por la propia Office o por institutos contratadas como el IBOPE, la J. Walter Thompson Co., la General Motors, la Private Concern, la Grant Advertising Agency, entre otras. Las investigaciones variaban de estilo: chequeo a través de las llamadas telefónicas y las cartas enviadas, encuestas telefónicas, investigación directa por correo, cupones en el diario, entrevistas personales con hombres de negocios, trabajadores y mujeres. La información era fundamental para que los profesionales de radio en los EEUU pudiesen desarrollar programas apropiados a los hábitos del público latinoamericano. A decir verdad, desde el inicio de sus actividades la Office estimuló el relevamiento de información en los países de América Latina no sólo sobre la audiencia de los programas radiofónicos, sino también sobre otras características de la realidad latinoamericana. El interés por recoger datos también debe ser entendido como una forma de conocer posibles mercados para los productos norteamericanos que, por lo general, eran publicitados en las emisoras locales. Inclusive antes de la entrada de los Estados Unidos en la guerra. Un documento, del 30 de julio de 1941, que determinó el cambio de nombre de la Office a OCIAA, anunciaba esta preocupación por las investigaciones de la siguiente manera:

.....  
53 NARA - RG 229 - Box 274 - 3. Information. Radio Talent/  
Screen and Radio Stars. RA 1150 (1)

En nombre de la OCIAA, las agencias de la Asociación Americana de Publicidad están haciendo detallados estudios de mercado e investigaciones en los otros veinte países americanos definiendo, en general, la población, los ingresos de los consumidores, los hábitos de compra (...) para proveer a los ciudadanos de los Estados Unidos de informaciones confiables que promoverán y fortalecerán las relaciones comerciales entre los ciudadanos de las Américas. La Asociación Americana de Publicidad también está haciendo detallados estudios e investigaciones de lugares disponibles y de medios publicitarios, incluyendo prensa, revistas, radio, cine (...) en las otras repúblicas.<sup>54</sup>

Al mismo tiempo en que la División de Radio realizaba relevamientos sistemáticos para conocer mejor a la audiencia latinoamericana, los anuncios de la programación aparecieron en periódicos y revistas divulgando el programa, su horario de transmisión y la emisora. Una publicidad de 1946, después de finalizada la guerra, es muy representativa para la comprensión del discurso de la solidaridad hemisférica y el papel de la radio en la política de la buena vecindad. Según el anuncio, la radio, por medio de un arco iris sonoro, unía los pueblos de América. Aunque no eran vecinos de hecho, la radio posibilitaba que estos países compartieran las mismas referencias culturales y los mismos valores. El anuncio reafirmaba el discurso de solidaridad hemisférica construido por el gobierno de Franklin Delano Roosevelt y la radio era una herramienta fundamental en la proliferación de este mensaje.

Un arco iris sonoro

Cruzando el espacio como un arco iris sonoro, el milagro de la Radio une a las naciones y los pueblos de las Américas.

Otrora, las montañas, los océanos y las selvas vírgenes separaban los países como murallas de silencio. Hoy, nos saludamos como si fuésemos vecinos de puerta. Por la Radio sabemos cómo viven los que nos rodean, lo que hacen y lo que sienten. A través de las ondas cortas, ustedes también

entran en íntimo contacto con nosotros. Participamos así de las mismas esperanzas, de las mismas conquistas y de una misma cultura, de que nacen, fuertes y duraderas, la simpatía y la amistad.<sup>55</sup>

En otro anuncio sin fecha, se presentaba el guión de un programa, dirigido al público femenino, en el que dos jóvenes de América del Sur conocían el estilo de vida norteamericano. Un programa que se proponía, según el anuncio, ser ameno y que trataba de temas aparentemente sin referencias políticas (exposiciones de moda, salones de belleza, vida universitaria, lugares de interés histórico), también abordaba otros temas, como por ejemplo, la obra femenina en las fuerzas armadas. Los EEUU eran mostrados como modelo a seguir por sus vecinos:

“Diálogos Femeninos” presenta....

La Vida de la Mujer en los Estados Unidos

Escuche las amenas impresiones de viaje de dos jóvenes sudamericanas que visitan los Estados Unidos, en el programa de radio “Diálogos Femeninos”.<sup>56</sup>

De manera coherente con el proyecto de producción de programas para el mercado latinoamericano, la OCIAA, a pesar de que no controlaba el contenido de los programas emitidos en el territorio norteamericano, incentivó la producción de programas sobre América Latina para que fuesen transmitidos en los Estados Unidos. Los representantes de la División de Radio consideraban importante que los norteamericanos conocieran mejor a sus vecinos del sur. Según un informe de la OCIAA, de 01 de marzo de 1942, que

.....  
55 NARA - RG 229 - Box 963 - Records of the Department of Information - Radio Division - “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80)

56 NARA - RG 229 - Box 963 - Records of the Department of Information Radio Division - “Resume of Operations of Radio Division” (E-80)

presenta esta preocupación de divulgar informaciones sobre América Latina en los Estados Unidos,

cada semana la Office envía un guión de material informativo sobre uno de los otros países americanos a 850 estaciones de ondas medias de lo Estados Unidos. Un boletín semanal adicional permite que transmitan programas especiales sobre feriados nacionales, fechas especiales y cumpleaños de famosos sudamericanos. 5000 emisoras norteamericanas estarán recibiendo brevemente (...) músicas latinoamericanas seleccionadas.<sup>57</sup>

Durante el periodo de 01/07/1941 a 15/06/1942 fueron producidos alrededor de 117 programas para 850 estaciones de radio en los Estados Unidos: 23 boletines bajo el título “Panamericana” para 166 estaciones de radio; 16 guiones bajo el título “Visiting Our Americas” para 121 estaciones; 13 programas bajo el título “South American Way” para 300 estaciones; 52 guiones semanales y boletines para 6000 radios; “Let’s be Neighbors” - serie de música latinoamericana; 13 programas distribuidos a 690 estaciones de radio comercial y 30 de universidades; “Marcha del Tiempo”, “Estamos en Guerra”, “Epopéya de los Estados Unidos”, Tributo a los héroes”, “Programas producidos por la NBC para América Latina, fueron lanzados par 60 estaciones locales de lengua española en los Estados Unidos.

Cuando fue posible, la División de Radio invitó artistas y técnicos latinoamericanos a conocer las emisoras norteamericanas para posibilitar la producción de programas en América Latina con la misma calidad de los programas que los Estados Unidos exportaban.

A partir de esta producción de programas de la División de Radio, es pertinente preguntarse por el impacto de

la propaganda política radial de los EEUU en los países latinoamericanos. Según Fejes, no es posible afirmar que esta División haya conseguido de hecho “contener la propaganda del Eje o movilizar la opinión pública a favor de los EEUU”. Sin embargo, la OCIAA ayudó a impulsar el desarrollo de la radiodifusión en América Latina, estableciendo un modelo de radiodifusión sonora que fue seguido por muchos países (FEJES, 1986: 158 - 9)<sup>58</sup>

Para finalizar, puede afirmarse que en el proyecto radiofónico del gobierno de Franklin Delano Roosevelt hubo una estrecha relación entre la propaganda política estatal y los intereses económicos privados, tanto de los empresarios de la radiodifusión como de aquellos que anunciaban en las emisoras. Era importante para las estaciones tener recursos provenientes de la publicidad para la realización de su programación. De esta manera, la OCIAA incentivó las empresas norteamericanas para que patrocinaran programas transmitidos en la América Latina como una forma de difundir sus productos y ampliar su mercado consumidor, a pesar de que en aquel período de conflicto mundial no hubiese de hecho productos para el consumo de ese mercado, en la medida en que la producción estaba casi toda orientada al esfuerzo de la guerra. Así, muchos comerciales anunciaban que en el período de guerra determinado producto no estaría disponible para el consumo, pero después de la guerra su producción se regularizaría. En el informe de actividades de la OCIAA del 21 de abril de 1943, esta preocupación de garantizar un mercado para el período de posguerra ya era defendida de manera explícita. Según ese informe:

A principios de 1942, la OCIAA desarrolló un programa designado especialmente para organizar la cooperación

.....  
58 Garza, concordando con Fejes, afirma: “La estructura actual de la radio en América Latina puede encontrar su origen en esta (...) intervención de la Oficina de Rockefeller” (1989: 141)

de empresas de los Estados Unidos para la difusión de informaciones sobre la unidad hemisférica y para el avance del esfuerzo de guerra de las Naciones Unidas. Los publicitarios fueron estimulados a mantener y hasta aumentar sus volúmenes de dólar de propaganda, a pesar de que el aumento de las dificultades de navegación habían reducido sus distribuciones y volumen de ventas. También se les pedía que incorporasen, en sus anuncios, material informativo apoyando el esfuerzo de guerra. Estas sugerencias encontraron una respuesta muy favorable, y desde entonces la Office ha ayudado a cientos de publicitarios. Entre estas cooperaciones están la industria del cine, que planea triplicar sus anuncios este año comparado con el último; productos norteamericanos (pasta de dientes Kolynos y Bisodol); Bristol-Myerd (pasta de dientes Ipana y Sal Hepática); Miles Laboratories (Alka-Seltzer); Sterling Products (productos farmaceuticos); Stanco (Flit); Standard Brands (Royal Baking Powder y Fleischmann's Yeast); Standard Oil of New York (combustible y aceite de motor).<sup>59</sup>

De esta manera, a pesar de la dificultad de medición es posible afirmar que los intereses económicos de las empresas norteamericanas en América Latina, en la posguerra, estaban protegidos por las ondas de radio.

.....  
59 NARA - RG 229 - Box 513 - General Records. Activities of the Office of the Coordinator of Inter - American Affairs in the Other American Republics.)

---

Borges de Sousa, Marquilandés (2004):

***Radio y propaganda política.***

***Brasil y México bajo la mira norteamericana  
durante la segunda guerra.***

São Paulo: Annablume-Fapesp.

Traducción del portugués para ReHiMe: Selene Román.

---

# Capítulo III.

**Las relaciones entre México  
y Estados Unidos durante la  
Segunda Guerra Mundial:  
el papel de la radiodifusión sonora.  
(Fragmento)**



## **El imperio de Emilio Azcárraga y la división de radio.**

Como vimos, con el estallido de la guerra el interés norteamericano por América Latina revelado desde el inicio del gobierno de Roosevelt aumentó considerablemente. México, por su localización e importancia económica en América Latina, era un país estratégico para los intereses de los Estados Unidos. Así, la OCIAA tuvo una presencia determinante en el territorio mexicano. Al igual que en otros países de América Latina, la División de Radio de México tenía la función de llevar adelante la propaganda anti-Eje y, naturalmente, favorable a los Aliados. Según Garza, desde 1934, antes de la creación de la OCIAAA, el gobierno norteamericano se preocupó por la presencia de radios alemanas que interferían en las transmisiones de las radios norteamericanas.<sup>60</sup> Del mismo modo, antes de la creación de la Office, se instaló en México el Inter-Allied Propaganda Committee, organismo franco-británico, que buscó oponerse a la propaganda nazi. Su actuación se desarrolló especialmente en la prensa escrita y la radiodifusión sonora. En esta última área, las

.....  
60 “En México, por ejemplo, los nacional-socialistas emitían en los años de 1937-1938 25 programas destinados al arte alemán y a su música tanto popular como clásica. Difundían se a través de la XEB, ondas cortas, en una hora muy apropiada: domingos de las 20.30 a las 21.00” GARZA, 1989: 121. En la página 123 el autor hace referencia a otras emisoras que transmitían programas alemanes.

principales emisoras de la Ciudad de México divulgaron programas elaborados por este Comité (NIBLO, 2001: 324-5).

En relación a la OCIAA, el Comité de Coordinación para México estuvo dirigido por James R. Woodul, gerente general de la American Smelting Company. En los subcomités participaron ejecutivos de empresas norteamericanas de productos electrónicos, de agencias de publicidad y de empresas que anunciaban en México: Coca-cola, Colgate Palmolive y Sydney Ross - Sterling Drugs. La División de Radio de México estaba bajo la dirección del especialista en relaciones públicas Herbert Cerwin que formaba parte del Comité de Radio junto a: Sydney Mason de la Colgate Palmolive Peet S. A., David Echols de la Grant Advertising S. A., J. J. Dupuis de la RCA Victor Distributors, A. Churchill de la Sydney Ross Company, N.C. Ranney (Canadiense) de la Cía. Coca Cola de México y, finalmente, Ray Adams de la Cía. Telefónica y Telegráfica Mexicana.<sup>61</sup> Además de este Comité central en la Ciudad de México, existían representantes en los otros 21 Comités Regionales esparcidos por las principales ciudades del país.<sup>62</sup>

Para poder instalarse en México, la División de Radio debió tener en cuenta la estructura radiofónica ya

.....  
61 La dirección de la División de Radio cambió a lo largo de su actuación en México. En dos documentos encontrados en los archivos de la OCIAA aparece como jefe de esta División E. M. Bruton, de la e la Cía. Manufacturera de Cigarros El Águila S. A. Ver NARA - RG 229 - Box 513 - General Records. Activities of the Office of the Cordinator of Inter-American Affairs in the Other American Republics y Box 964 - Records of the Radio Division. Misc. Reports and Issuances. Coordination Committees.

62 Los comités regionales de la OCIAA estaban instalados en Agua Prieta, Sonoro; ciudad Juárez, Chihuahua; Guadalajara, Jalisco; Matamoros, Sinaloa; Mérida, Yucatán; Mexicali, Baja California; Monterrey, Nuevo León; Nogales, Sonora; Nuevo Laredo, Tamaulipas; Oaxaca, Oaxaca; Pachuca, Hidalgo; Piedras negras, Coahuila; Puebla, Puebla; Tampico, Tamaulipas; Tapachula, Chiapas; Villa Hermosa, Tabasco; Chihuahua, Chihuahua; Torreón, Coahuila; San Luis Potosí, San Luis Potosí.

existente desde la década de 1930. Como en este sector no había divergencias profundas entre la iniciativa privada y el gobierno mexicano, el contacto de Cerwin, director de la División, casi no tuvo la necesidad de pasar por el filtro de las estructuras gubernamentales y, por eso, se produjo de manera directa con las emisoras comerciales. Por lo tanto, los proyectos de la OCIAAA para la radiodifusión sonora mexicana fueron tratados, la mayoría de las veces, con Emilio Azcárraga y sus asesores.<sup>63</sup>

Como en toda América Latina, la primera dificultad que enfrentaron las emisoras de ondas cortas norteamericanas, era alcanzar a la audiencia mexicana. La recepción a este tipo de transmisión no tenía buena calidad, eran pocos los aparatos de radio en México que tenían la capacidad de sintonizarlas y, principalmente, los oyentes mexicanos daban preferencia a programas hablados en español, que trataban temas vinculados a la realidad local y que divulgaban la música mexicana.

La OCIAA, como mencionamos, buscó aumentar la potencia de las emisoras de ondas cotas y, al mismo tiempo, hacer un rastreo de la recepción de esas emisoras. De esta manera, el 3 de agosto de 1942, fue autorizado un proyecto

parte del plan general de la División de Radio para mejorar la recepción de las emisoras transmisoras de ondas cortas de los Estados Unidos en las otras Américas a través de la aplicación de datos para señalar la intensidad de campo de las operaciones de los transmisores de los Estados Unidos.<sup>64</sup>

Entre los nueve puntos elegidos para monitorear, uno de ellos estaría en la Ciudad de México.

.....  
63 Un buen ejemplo de las buenas relaciones entre iniciativa privada y gobierno es el hecho de que después de que se extinguió el DAPP, “La Hora Nacional”, que era producido por este órgano estatal, pasó a ser producido por la XEW.

64 NARA – RG 229 – Box 964 – Records of the Radio Division. Misc. Reports and Issuances, Green sheets for Monitoring Projects )

Por otro lado, la División de Radio optó por difundir sus programas directamente en las emisoras mexicanas afiliadas a las estaciones norteamericanas. Para eso, los programas eran producidos en los Estados Unidos y, principalmente, en México. Estos programas debieron adaptarse a la audiencia mexicana y a la estructura radiofónica ya existente. La XEQ se afilió a la CBSm formando parte de la “Cadena de las Américas”, y la XEW, de la NBC, conformando la “Cadena Panamericana” (GARZA, 1989; 129, FEJES, 1986: 129).

Además, las emisoras norteamericanas garantizaron la difusión de sus programas en otras ciudades de México gracias a que la XEQ y la XEW tenían retransmisoras distribuidas por todo el país.

Los publicistas norteamericanos encontraron en la estructura creada por el Radio Programas de México (presidido por Emilio Azcárraga) el sistema más eficaz para llevar a través de discos sus bombas de ideología comprimida. Ninguna nación en América Latina tenía una red radiofónica comparable a la de México, que contaba con 29 estaciones ligadas a la NBC, mientras que Brasil, el siguiente país en importancia, sumaba 12 y Argentina sólo siete. (GARZA, 1989: 143)

Como mencionamos, la aproximación de la CBS y de la NBC con emisoras de América Latina se había iniciado antes de la creación del OCIAA. La División de Radio se encargó de la coordinación de estos proyectos y el filtrado de programas para América Latina y, a partir de 1942, según lo que vimos en el capítulo anterior, el control total de la producción de programas de las emisoras norteamericanas de ondas cortas.

Otro problema enfrentado por la División de Radio fue el hecho de que buena parte de la programación de las principales emisoras mexicanas ya estaba lista. Por lo tanto, era necesario buscar lagunas en la programación para ubicar los programas del OCIAA. Hayes cita un fragmento de una carta de 1942 de José Milmo, gerente asistente de la XEW, dirigida a John Royal de la NBC,

que demuestra que toda la grilla de programación estaba ya completa: “todo el horario de la noche tiene anunciantes y muchos ( ) tienen sus cantores, directores y talentos exclusivos de sus programas con salarios mensuales” (2000: 108). Además, si la División de Radio quería alcanzar un gran público era necesario transmitir sus programas en las estaciones de mayor audiencia. El predominio de las emisoras de Azcárraga le dio un gran poder en las negociaciones con el OCIAA y con las emisoras norteamericanas para determinar el horario de los programas a ser transmitidos y, a su vez, conseguir inversiones para el desarrollo tecnológico de sus emisoras.

La programación cambió bastante durante las actividades de la División de Radio, fueron muchos los programas y también los periodos en que cada uno fue producido y permaneció en el aire. En cuanto a los estilos de los programas difundidos en México, pero producidos bajo la coordinación del OCIAA, esquemáticamente, pueden ser divididos así: programas de noticias, informativos, dramáticos y educativos.

Los programas de noticias, como era de esperar, claramente trataban de la guerra o de episodios vinculados al conflicto mundial. Entre la documentación consultada fueron encontradas algunas informaciones acerca de estos programas:

- *El Mundo Desde México* - inicialmente, cuando entrenó el 1 de julio de 1943, este programa tenía el nombre de “Interpretación de México de la Guerra”. Escrito y presentado por Félix. F Palavicini, era el principal programa de la OCIAA en México. El nombre fue modificado para que pudiese abarcar otros asuntos además de la guerra. El programa tenía una gran audiencia en América Central, superando muchos programas locales y alcanzando cerca de 1.000.000 de oyentes. Salía al aire de lunes a sábado por la XEW de la Ciudad de México y su red, una

cadena de 43 estaciones en el interior del país.<sup>65</sup>

- *La Lucha por La Libertad* - escrito y presentado por el abogado Benito Xavier Verdía, era transmitido en las principales estaciones de la Ciudad de México, de Chihuahua, Torreón, Tampico, Mérida y Monterrey, desde el 1 de Julio de 1943. El interés de los oyentes era estimulado por la oferta de mapas del área del Pacífico. Cerca de 300 cartas eran recibidas diariamente.<sup>66</sup>
- *Noon News Wire* - estrenó el 1 de diciembre de 1943, era transmitido por la red de la RPM. El programa, que condensaba un resumen de noticias escrito por el Comité del OCIAA en México, era muy popular entre personas de negocios en varias ciudades en que era transmitido.<sup>67</sup>
- *Noticias de las 13:15* - presentaba noticias diariamente reunidas de la UO, AP y diarios locales. El programa era presentado por las XEFO, XWDP, XEW, XEQ y otras 45 estaciones. Tanto Associated Press como United Press participaron activamente de los proyectos fomentados por el OCIAA. En un informe del 5 de diciembre de 1941, durante el inicio de las actividades de la Office, estas agencias de noticias asumían ese compromiso.

.....  
65 NARA – RG 229 – Box 936 – OIAA – Records of Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80)

66 NARA – RG 229 – Box 936 – OIAA – Records of Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80)

67 NARA – RG 229 – Box 936 – OIAA – Records of Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80)

## El informe afirmaba que

durante los últimos seis meses, la Associated Press y la United Press han cooperado espléndidamente en el plan, sugerido por la División de Radio de la OCIAA, que fue diseñado para estimular la venta de los nuevos servicios de la Asociación de Prensa de los Estados Unidos para los anuncios norteamericanos en las estaciones de radio latinoamericanas.<sup>68</sup>

- *Comentario a las Principales Noticias del Día* - programa de comentarios y noticias producido y presentado bajo la dirección y supervisión del Comité de Coordinación en México. Era presentado todos los días por las XEFO, XEDP, XEW, XEQ y otras 45 estaciones.<sup>69</sup>
- *News-Commentary* - programa presentado por Félix Palavicini, incluía noticias de la AP y era transmitido por la XEB y XEOY, desde el 16 de noviembre de 1942.<sup>70</sup>

Además de los programas de noticias, los informativos abordaban aspectos de la cultura mexicana, pero también hacían referencia a la cultura norteamericana.

- *La Verdad Es* - programa de preguntas y respuestas sobre las relaciones entre EUA y México. Estrenó

.....  
68 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Information. Radio/Programs Other than OCIAA.

69 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Radio/Local Committee Programs.

70 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Radio/Local Committee Programs.

el 23 de agosto de 1943 y era transmitido de lunes a viernes por las principales estaciones de la Ciudad de México y por la red de emisoras de la RPM. El programa estaba dirigido por Manuel Bernal. El gran interés de los oyentes era evidenciado por las 201 cartas recibidas mensualmente. Las relaciones interamericanas eran tratadas de forma variada: industria, arte y política.<sup>71</sup>

- *Programa Cultural de la Biblioteca Benjamín Franklin* -consistía en entrevistas con mexicanos importantes en el campo del arte, la literatura y la ciencia. La presentadora, Verna Carleton de Millan, era una escritora norteamericana casada con un médico mexicano. Estrenó el 17 de abril de 1945, era transmitido de martes a viernes por la XEB de la Ciudad de México y contaba con el apoyo del Ministerio de Educación de México.<sup>72</sup>
- *Pensamiento Vivo de México* - programa presentado por López Méndez, tenía como invitados a compositores y periodistas. Cada invitado hablaba 8 minutos sobre su especialidad. Estrenó en 14 de julio de 1945 bajo el título “Pensamientos de México” y era transmitido los sábados por la RPM y XEW de la Ciudad de México, reemplazando el sábado a la noche el programa de Palavicini.<sup>73</sup>

.....  
71 NARA – RG229 – Box 963 – OIAA- Records of Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80)

72 NARA – RG229 – Box 963 – OIAA- Records of Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80)

73 NARA – RG 229 – Box 963 – OIAA- Records of Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80)

- *Charlas Femeninas por Carmen de Alba* - el programa abordaba una serie de asuntos femeninos: ayuda doméstica, moda, primeros auxilios, etc. Era transmitido por XEFO, XEDP, XEW, XEQ y otras 45 estaciones.<sup>74</sup>

Finalmente, además de estos programas, también se produjeron dramatizaciones y programas educativos:

- *Amigos de México*-se estrenó con el título “Amigos de América” el 1 de julio de 1944, pero desde que cambió de nombre y contenido, incluyendo la historia de americanos prominentes que de alguna forma contribuyeron a la historia de México, la audiencia aumentó considerablemente. El programa “Franklin Delano Roosevelt”, el 7 de diciembre, se trató sobre de la popularidad del presidente en América Latina y, particularmente, en México. Salía al aire en las principales estaciones de radio de la Ciudad de México y en las emisoras de la RPM.<sup>75</sup>
- *English Lessons*-estrenó en mayo de 1945 en cooperación con la Biblioteca Benjamín Franklin. Era transmitido por la XEQ de la Ciudad de México.<sup>76</sup>

.....  
74 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Radio/Local Committee Programs. Otros programas también tenían como tema el universo femenino, como: “Women’s Magazine of the Air” y “Women in Defense”. Ambos eran transmitidos por una red de 32 estaciones mexicanas.

75 NARA – RG 229 – Box 963 – OIAA- Records of Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80)

76 NARA – RG 229 – Box 963 – OIAA- Records of Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80)

No siempre los programas hechos por la OCIAA fueron proyectos que partían de su equipo. Hubieron casos en los que las emisoras mexicanas buscaban a los representantes de la Office para producir juntos determinados programas. Un caso que puede ser destacado es el de la Cadena Radio Continental.

Emisora perteneciente a la Corporación Mexicana de Radio S. A., la Cadena Radio Continental era un proyecto ambicioso que se proponía transmitir para todo México y otros países a través de una red telefónica. Además, pretendía que su programación estuviese conformada no sólo por programas producidos en la capital e irradiados para el interior, sino también que la producción del interior fuese difundida en la capital. El informe producido por la Cadena Radio Continental afirmaba que

nuestro deseo es contribuir, con nuestro esfuerzo y con nuestros medios, en la obra de la unificación nacional, de concordancia y comprensión mutua entre los mexicanos; y extender este ideal entre los pueblos de América. El vehículo más rápido, más accesible por su emotividad de mayor asimilación para la masa, es la radio. Los pueblos se comprenden y se conocen mejor a través de una canción o de otra manifestación artística”<sup>77</sup>

Para implementar este proyecto de unificación nacional, la Cadena Radio Continental tenía una estructura montada en todo el país.

Entre los programas propuestos por la Cadena Radio Continental estaba “Your American Hour”, que era transmitido en inglés, de lunes a sábado de las 19 a 20 horas y tenía como público objetivo a los norteamericanos. Según la emisora, una investigación demostró que los norteamericanos preferían escuchar

.....  
77 NARA – RG 229 – Box 266 – Records of the Radio Division.  
Misc. Reports and Issuances. Cooperación Mexicana de Radio S.A.

noticias y música popular. De esta manera, “Your American Hour” fue dividido en diversos programas: “The World, Tonight” sobre noticias; “Musical Hits of the Moment”, “Memories of Musical Moments” y “Parade of Musical Personalities” sobre música.<sup>7878</sup>

Otro programa propuesto por la Cadena Radio Continental que podía tener el apoyo del OCIAA era “El Mundo Al Día”. Hablado en español y presentado por Alonso Sordo Noriega, que tenía vínculos directos con Londres y Washington, presentaba noticias como su tema principal.<sup>79</sup>

Finalmente, el informe de la Cooperación Mexicana de Radio S. A. anunció un tercer programa: “Una Biografía Célebre Cada Semana”, producido por Paulino Romero A., jefe de redacción de la revista de radio “Oiga!”. Como el propio nombre sugiere, contaría cada semana la vida de un personaje ilustre de la historia tanto norteamericana como latinoamericana.<sup>80</sup>

Sin embargo, este proyecto de la red mexicana no se llevó adelante. Según Hayes, la NBC no estableció un acuerdo con la Cadena Radio Continental debido a la presión contraria de Azcárraga. Así, la autoridad e influencia del principal empresario mexicano de la radiodifusión sonora fueron reafirmadas (HAYES, 222: 110).

.....  
78 NARA – RG 229 – Box 966 – Records of the Radio Division- Misc. Reports and Issuances. Cooperación Mexicana de Radio S.A.

79 NARA – RG 229 – Box 966 – Records of the Radio Division- Misc. Reports and Issuances. Cooperación Mexicana de Radio S.A.

80 NARA – RG 229 – Box 966 – Records of the Radio Division- Misc. Reports and Issuances. Cooperación Mexicana de Radio S.A.

Durante el año 1943, el Comité de Coordinación para México realizó una extensa investigación en la Ciudad de México y en otras siete ciudades (Puebla, Guadalajara, San Luis Potosí, Monterrey, Chihuahua, Torreón, Morelia), para descubrir cuál era la audiencia de los principales programas transmitidos en el territorio mexicano y, por lo tanto, de los programas producidos por la OCIAAA. Los dos informes producidos por esas investigaciones incluyeron la siguiente información:

Esta investigación es propiedad del CIAAA. No puede ser usada con propósitos comerciales y su uso está restringido a los propósitos del gobierno de los Estados Unidos. No puede ser reproducida en parte o completamente sin permiso de la CIAA.<sup>781</sup>

Resulta interesante pensar que la investigación elaborada por la División de Radio no podría ser usada con propósitos comerciales pero, como mencionamos, la División estaba totalmente dirigida por representantes de empresas norteamericanas. En estas investigaciones también aparecía la observación de que para llegar a datos confiables era necesaria la utilización de procedimientos científicos. Los mismos procedimientos utilizados en la primera investigación, hecha en la Ciudad de México - investigadores entrenados en sondeos de audiencia, con aparatos de radio portátiles y entrevistas por teléfono -, fueron repetidos con algunas modificaciones en la segunda investigación y en estudios realizados las otras siete ciudades. Este relevamiento de información presentaba datos minuciosos sobre cada ciudad: localización, año

.....  
81 NARA – RG 229 – Box 965 – Coordination Committee for México – Radio Division

de su fundación, principales industrias o actividades agrícolas, población, porcentaje con acceso a luz eléctrica, número de hogares que poseían radio, cantidad aproximada de aparatos de radio existentes en la ciudad, hábitos de la población (horario de despertar y dormir), horarios de comercios, periódicos y de las emisoras locales (incluyendo la frecuencia y potencia de cada una), porcentaje de audiencia de cada emisora y de los horarios más escuchados.<sup>82</sup>

En la ciudad de México, la primera investigación se realizó entre el 8 de marzo y el 11 de abril de 1943 sobre 44.185 aparatos de radio. La segunda se llevó adelante entre el 12 y el 25 de julio; 16 a 22 de agosto; 30 de agosto a 12 de septiembre con 35.083 aparatos de radio.

El informe concluyó que los oyentes del Distrito Federal preferían programas de variedad, con música propia y spots de comedia.

Respecto de la comparación de audiencias entre los programas emitidos por las afiliadas de la CBS y de la NBC, el informe afirmó que la emisora vinculada a esta última, la radio XEW, tenía una audiencia mucho mayor que la XEQ, afiliada de la CBS.

Finalmente, el estudio sobre la Ciudad de México presentó una interesante observación. El programa *Hit Parade*, que transmitía música norteamericana, tenía bajísima audiencia. El informe se preguntaba si esa bajísima audiencia era una consecuencia del nombre del programa en inglés, y en ese caso proponía que cambiase

.....  
82 Durante la existencia de la OCIAA, fueron frecuentes las investigaciones que buscaban desentrañar las principales características de los países latinoamericanos. Como ejemplo puede ser consultado el informe producido por la División de Investigación del Office, en junio de 1943, en el que se presentaron las condiciones políticas, geográficas, sociales y económicas de los 20 países donde la agencia Rockefeller actuaba. Ver NARA – RG 229 – Box 513 – General Records. Activities of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs in the Other American Republics.

por algún término similar en español, o si era debido al hecho de que sólo a los jóvenes les gustaba la música norteamericana.

A partir de esta investigación es posible afirmar que los programas producidos bajo la coordinación de la División de Radio representaban sólo una parte de los programas escuchados en la Ciudad de México y que no existía un monopolio del OCIAA. Si tenemos en cuenta las investigaciones hechas en las otras ciudades, se verifica que esto puede ser aplicado para esas regiones también.

En relación al análisis realizado en las otras siete ciudades de México, es posible destacar algunas informaciones generales. La investigación duró entre una y dos semanas, dependiendo de la ciudad, e incluyó 31.255 aparatos de radio. La conclusión a la que se llegó era que la emisora XEW de la Ciudad de México, afiliada a la NBC, poseía una audiencia mayor que las dos radios locales juntas y el informe proponía que los programas transmitidos por la XEW no fuesen retransmitidos por las emisoras locales una semana después porque, si ya habían sido oídos anteriormente, eso no ocurriría nuevamente. Otra conclusión señalada en el informe fue que la audiencia dependía más de la emisora que lo transmitía y del horario en que era transmitido que del programa en sí. Finalmente, el estudio destacaba la importancia de la investigación en la medida en que, a través de lectura cuidadosa, posibilitaría una mayor comprensión de los hábitos de los oyentes mexicanos que probablemente eran similares a los de otras naciones latinoamericanas.

La investigación realizada en Puebla entre el 14 y el 20 de abril señaló que la emisora más popular era la XEW, de la Ciudad de México. La XEQ de la ciudad de México, retransmisora de la CBS, tenía una recepción muy pobre. En Guadalajara, que poseía 10 estaciones, la investigación fue llevada a cabo entre el 29 de abril

y el 12 de mayo. La XEW, de la Ciudad de México, también era la emisora más popular. La investigación en San Luis Potosí fue hecha entre el 23 y el 29 de mayo. En esta ciudad, a diferencia de las anteriores, la emisora con mayor audiencia era una estación local que transmitía programas producidos por el OCIAA; XECZ, con un tercio de la audiencia. La XEW ocupaba el segundo lugar. La XEQ era tan débil que no podía escucharse en San Luis Potosí. En Monterrey, la estación con mayor audiencia también era una emisora local: XEFB, transmisora de programas producidos por el OCIAA. La investigación en Chihuahua fue realizada entre el 16 y el 22 de junio y señaló que la principal audiencia en esta ciudad era de la XEM, siendo la XEW apenas la tercera emisora en audiencia. Como en Monterrey y Chihuahua, la investigación realizada en Torreón, realizada entre el 24 y el 30 de junio, señaló que las estaciones locales tenían gran audiencia porque tenían fuerte recepción. Las dos principales radios eran XEBP y XEDN, afiliada a la XEW, de la Ciudad de México. Por fin, en Morelia la investigación fue realizada entre el 13 y el 19 de mayo y no presentó muchas novedades. La principal estación era la XEW.

Cuando se analizan estos datos, se percibe que los programas del OCIAAA representaban una pequeña parte de la programación de las emisoras de estas ciudades mexicanas en la medida en que estas estaciones ya poseían sus grillas completas cuando la Office se instaló en México. Por otro lado, de manera general, las emisoras tenían algunos programas bajo el auspicio de la División de Radio. Además, los propios programas mexicanos seguían la misma línea de los programas norteamericanos respecto de la difusión del discurso favorable a los Aliados.

Además de toda la producción del OCIAA en América Latina para garantizar la victoria en la propaganda política, existió también una preocupación por producir programas para los Estados Unidos con contenidos vinculados a

los países latinoamericanos. Uno de los programas más ilustrativos se llamaba *Visiting Our Americas*. En cada emisión de 30 minutos, describía una ciudad importante de América Latina y resaltaba sus cualidades naturales, su historia y su supuesta lucha por la democracia. En el programa sobre la Ciudad de México describía los puntos turísticos de la ciudad y destacaba su pasado azteca y la colonización española. Además, la Ciudad de México era caracterizada como bonita y agradable. El programa finalizaba con la afirmación de que

México no es sólo una tierra de gran encanto, de minas y campos ricos, de personas amigables y corteses, es una nación unida en la causa sagrada de la libertad y de los derechos humanos.<sup>83</sup>

Otro programa que buscó difundir América Latina en los Estados Unidos era *The Americas Speak*, una producción del Rotary International y de la Mutual Broadcasting System, transmitido para los EUA, Canadá y, por ondas cortas, para América Latina. A pesar de que no era producido por la División de Radio del OCIAA, seguía el mismo abordaje de los programas auspiciados por la agencia de Rockefeller. El primer programa de la serie trató sobre México y contó con la participación del vicepresidente norteamericano, Henry A. Wallace, hablando de Washington y el Ministro del Interior de México, Miguel Alemán, hablando sobre la Ciudad de México. Según el guión del programa, la transmisión de 20 minutos sobre México estaría dedicada a la presentación de música típica mexicana y a la difusión de las personas, la vida, las costumbres, la historia, la geografía y el arte mexicanos.<sup>84</sup>

83 NARA – RG 229 – Box 268 – Information. Radio/Programs Other than OCIAA (Printed Matter)

84 El documento que anunciaba este programa especial sobre México incluía la información sobre cuáles eran los otros países y sus respectivas capitales, retratados en la secuencia: Cuba, Ecuador, Guatemala,

De esta manera, la División de Radio buscó divulgar noticias de los EUA en México y viceversa aunque, obviamente, el número de programas norteamericanos en el territorio mexicano era mucho mayor. Además, mientras Estados Unidos era presentado como un país industrializado y el líder en los campos de batalla, México era mostrado en esta guerra como un coadyuvante que tenía el papel de proveedor de materia prima.

Aunque es imposible medir su impacto, el uso de la radiodifusión sonora en la propaganda política norteamericana en México no puede ser despreciado. Si a lo largo de la guerra la población mexicana asumió una actitud de apoyo a la causa de los aliados, eso fue posible porque se articuló una serie de factores, como la difusión de informaciones por medio de la prensa escrita, del cine y de la radiodifusión sonora. Por otro lado, resulta inadecuado considerar sólo la propaganda política norteamericana como una imposición a las emisoras mexicanas. Emilio Azcárraga dirigió una programación absolutamente pro-aliados, en sintonía con la política externa del gobierno del presidente Ávila Camacho. Es decir, si en las ondas de radio mexicanas el mensaje que se difundía coincidía con la solidaridad hemisférica pregonada por la política de buena vecindad de Roosevelt, esta difusión no se realizó sólo por la presión estadounidense, sino también por una elección mexicana, inclusive en programas producidos localmente sin la participación del Office.

Finalmente, concuerdo con Joy Elizabeth Hayes cuando afirma que, debido a la estructura radiofónica ya existente en México, en la que la División de Radio tuvo que buscar lagunas en la gran programación para

---

Brasil, Chile, Colombia, Venezuela, Argentina, Uruguay y Perú. Ver NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Information. Radio/Program Other than OCIAA (Printed Matter)

ubicar sus programas, y las características específicas de la programación de las emisoras mexicanas, en las que el contenido de los programas era esencialmente nacional, la actuación del OCIAA, a pesar de toda la propaganda en torno de un discurso de solidaridad hemisférica bajo el liderazgo de Estados Unidos, sirvió, por sobre todo, para reforzar la relación entre identidad nacional y el mercado de radiodifusión mexicano (2000). Además, en el periodo de la guerra las emisoras mexicanas, en contacto con las empresas norteamericanas a través de la compra de equipamientos para las estaciones o la adquisición de un mayor número de auspiciantes para los programas transmitidos, pudieron invertir más en el sector, lo cual posibilitó el fortalecimiento de la amplia estructura radiofónica ya existente en el país.

---

Borges de Sousa, Marquilandés (2004):

***Radio y propaganda política.***

***Brasil y México bajo la mira norteamericana  
durante la segunda guerra.***

São Paulo: Annablume-Fapesp.

Traducción del portugués para ReHiMe: Selene Román.

---

# Capítulo IV.

**Radio y propaganda norteamericana  
en Brasil durante la Segunda Guerra.**

(Fragmento)



## **La radio durante el Estado Novo**

Durante el Estado Novo, la idea original de Roquette-Pinto de utilizar las ondas de radio para el desarrollo de la cultura y la educación había sido suplantada por el interés comercial que despertaba la radiodifusión sonora. Mientras tanto, por otro lado, en este periodo en el que imperaba el gobierno autoritario el Departamento de Prensa y Propaganda (DIP) defendía que la radio fuese utilizada especialmente para el proyecto de propaganda política del régimen.

Este Departamento, creado en 1939, no era la primera experiencia de propaganda política del gobierno de Vargas. En 1934, había sido instituido el Departamento de Propaganda y Difusión Cultural (DPCP) que fue transformado en 1935 en el Departamento Nacional de Propaganda, ambos subordinados al Ministerio de Justicia. El DIP, que aparentaba ser una simple continuación de estos organismos estatales existentes, poseía algunas especificidades. La primera: por actuar durante el gobierno autoritario, tenía un importante papel en la propaganda ideológica del régimen. Aunque era bien conocida esta información, no se puede olvidar que la estructura propagandística nazi dirigida por Goebbels fue una referencia importante en la

configuración de la propaganda varguista.<sup>85</sup> La segunda: el DIP estaba subordinado directamente a la Presidencia de la República y no al Ministerio de Justicia. El decreto que lo creó, en 1939, anunciaba sus funciones:

centralizar, coordinar, orientar y supervisar la propaganda nacional interna o externa y servir permanentemente como elemento auxiliar de información de los ministerios y entidades públicas y privadas, en lo que respecta a propaganda nacional (...) aplicar la censura al teatro, cine, funciones recreativas y deportivas de cualquier tipo, radiodifusión, literatura social y política, prensa, cuando a éstas fueran conminadas las penalidades previstas por la ley ( ) organizar y dirigir el programa de radiodifusión oficial del gobierno ( ).<sup>86</sup>

Cuando el Estado Novo fue instaurado en 1937, la radio comercial estaba ya estructurada, al menos en los principales centros urbanos, y eso posibilitó que este vehículo de comunicación de masa pudiese seguir un camino propio hacia finales de los años de 1930 y principios de la década de 1940, sin que hubiese un total control estatal en su programación. Capelato, en su trabajo comparativo sobre la propaganda política en el varguismo y el peronismo, afirma que, aunque el Departamento de Propaganda Alemán haya sido una referencia importante para la construcción de la estructura propagandística del Estado Novo, en Brasil la radio no fue utilizada en la propaganda ideológica del régimen con la misma intensidad que en Alemania

.....  
85 Gurgueira cita una carta, fechada el 22 de septiembre de 1934, de Luiz Simões Lopes, oficial de Gabinete de la Secretaría de la Presidencia de la República, que relata la fuerte impresión que tuvo cuando conoció la experiencia del Departamento de Propaganda Alemán (1995; 105) Por lo tanto, los conocimientos que los ideólogos del Estado Nuevo tenían sobre la experiencia nazi eran anteriores al golpe de 1937 y pudieron ser puestos en práctica, por ejemplo, con la creación del DIP.

(1998: 76, 78 - 9). Lenharo, después de afirmar, en la primera edición de su libro, que la radio había sido utilizada sistemáticamente en la propaganda oficial del Estado Novo, minimizó esta afirmación en el epílogo a la segunda edición. Afirmó:

He avanzado en los estudios de comunicación de masa lo suficiente para percibir que el cuadro era más complejo de lo que imaginaba. La radio, por ejemplo, la radio brasileira estaba implantada bajo la estructura de broadcasting, y su abanico de intereses iba mucho más allá de aquellos deseados por la dictadura” (LENHARO, 1989: 207-8).

Posiblemente, la mejor representación de las características de la radiodifusión sonora en Brasil en los años del Estado Novo, al menos a partir de 1940, fue la Radio Nacional de Rio de Janeiro. Si en la década de 1930 la Radio Mayrink Veiga era la principal emisora brasileira, en la década posterior este puesto fue ocupado por la Radio Nacional, estación con una trayectoria única en la historia de la radiodifusión sonora brasileira. Creada en 1936 por el grupo que controlaba el diario “A Noite”, en 1940 fue estatizada debido a la falta de pago de la deuda de sus propietarios, que tenían al Estado como garante. El decreto 2073, del 8 de marzo de 1940, que, entre otras disposiciones, pasó la emisora al control del gobierno federal, afirmaba:

Art. 1º. - Quedan incorporados al patrimonio de la Unión:

- a) Toda la red ferroviaria de propiedad de la compañía Estrada de Ferro São Paulo – Rio Grande o a ella arrendada
- b) Todo el patrimonio de las sociedades A Noite, Rio Editora y Radio Nacional.
- c) Las tierras situadas en los estados de Paraná y Santa Catarina, pertenecientes a la referida Compañía Estrada de Ferro Sao Paulo - Rio Grande.<sup>87</sup>

A pesar de haber pasado a estar bajo el control del gobierno, la Radio Nacional no perdió su carácter comercial, manteniendo y aumentando el número de anunciantes. Una de las razones que contribuyó a que se transformase en la principal emisora de los años de 1940 fue la contratación de muchos artistas que hasta entonces se presentaban en la Mayrink Veiga. Además, el 31 de diciembre de 1942, la Radio Nacional amplió sus transmisiones e inauguró su servicio de ondas cortas. La emisora estatal había comprado cinco antenas RCA Victor que posibilitaban transmisiones para Europa, Estados Unidos y Asia. En aquel momento, la estación brasilera era una de las cinco más potentes del mundo (CABRAL, 1196: 82). Por lo tanto, en el Brasil de inicios de los años 1940, existían tanto emisoras privadas como públicas. El gobierno autoritario establecido podría hacer un amplio control de la programación emitida. Sin embargo, este control no era rígido, restringiéndose principalmente a cuestiones de orden moral, y tampoco resulta apropiado pensar que la radio se haya transformado en el principal artefacto de la propaganda varguista. Paradójicamente, a partir de 1940 la principal emisora del país era pública aunque mantenía una estructura comercial. Desde una perspectiva comparativa, la radiodifusión sonora en México del mismo periodo, a pesar de las diferencias políticas y del hecho de que las principales estaciones mexicanas eran privadas, es posible llegar a la conclusión de que las características generales de las programaciones de las radios en ambos países eran muy similares.

Además, respecto de los programas de Radio Nacional, además de hacer referencia al elenco contratado junto a Radio Mayrink Veiga, es importante que se destaque el famoso noticiero Reporter Esso, que tuvo su primera edición el 28 de agosto de 1941. El programa era “producido por la agencia de noticias United Press, redactado en la agencia de publicidad McCann-Erickson y auspiciado por la empresa de petróleo Esso Standard Oil” (MOREIRA, 1999: 57). Claro producto del periodo

de la política de la buena vecindad, el Reporter Esso representa simbólicamente las transformaciones que la radiodifusión sonora en Brasil estaba viviendo en aquellos años. La producción del programa reunía una agencia de noticias, una agencia de publicidad y un auspiciante, todos ellos norteamericanos. Ese programa demuestra que, si la radio comercial ya existía en Brasil desde el inicio de la década de 1930, fue en la década de 1940 que la presencia extranjera en la programación nacional, especialmente norteamericana, creció. Este aumento, que se manifestó inclusive con la producción de programas como aquellos producidos por la División de Radio del OCIAA comentados anteriormente, también se caracterizó por la permanencia estadounidense en la programación radiofónica brasilera en la fase posterior a la guerra, principalmente a través de la venta de equipamientos, tanto los necesarios para la estructura de una emisora como los propios aparatos comprados por los oyentes, y de la propaganda hecha en la programación de las estaciones brasileras.

Sin embargo, este crecimiento de la radiodifusión sonora brasilera (en 1944, eran 106 emisoras operando el territorio nacional) no puede ser pensado como un abandono total de este sector por parte del Estado porque son muchos los documentos que comprueban la acción del Departamento de Prensa y Propaganda. El informe anual de 1941 de las actividades del DIP, en su sección destinada a la División de Radio, afirmaba:

“La División de Radio continúa la aplicación de la censura de las letras y textos irradiados en Rio de Janeiro. En el año 1941, aprobó 3.971 programas, 487 piezas radiofónicas y 1.448 “sketches”.

Fueron prohibidos 44 programas y efectuados numerosos cortes en textos que se encontraban en desacuerdo con la orientación del DIP, que intenta imprimir a la radio una orientación moralizadora y útil. (..). Inició, entonces, la División de Radio la distribución de crónicas a las estaciones

del interior, que, por falta de recursos, no pueden tener servicio propio de redacción. Tales crónicas, redactadas en estilo que no se alinearía con programas ostensivamente oficiales, son leídas sin indicación de su procedencia y como material propio de las estaciones por las cuales son irradiadas. Por lo tanto, se estableció la división de la emisora en sectores, de forma que el mismo material pueda ser mandado al mismo tiempo a más de una emisora y emitido como asunto exclusivo ( ). Distribuidas, en el año 1941, por 68 emisoras, las crónicas completaron, en total, 5.848 emisiones, con una duración media de 4 minutos cada una, o, en otro cálculo, más de 380 horas de emisiones y, por lo tanto, más de una hora diaria, que, fuera de la *Hora de Brasil*, se dedica a la propaganda del gobierno del régimen.<sup>88</sup>

En relación al programa “Hora de Brasil”, es necesario recordar que no fue una creación del régimen estadonovista, sino que había sido creado el 22 de julio por el Departamento de Propaganda y Difusión Cultural. Sin embargo, en 1937, el programa

“adquirió un carácter compulsorio, debiendo ser obligatoriamente transmitido en red nacional de radio, todos los días hábiles, de las 18hs45min a las 19hs30min, en ondas medias y cortas” (HAUSSEN, 2001: 40 - 1).

Por lo tanto, para la implementación satisfactoria de los proyectos del Office en Brasil fue necesario dialogar con esta estructura ya existente que tenía características muy particulares, en comparación, por ejemplo, con México. En otras palabras, si la División de Radio tenía un mismo plan para todos los países de América Latina, tuvo que ser repensado y rediseñado a medida que se encontraba con las realidades específicas de cada nación.

En el caso de Brasil, simultáneamente al régimen autoritario amparado por una elaborada propaganda política inspirada, de algún modo, en los modelos nazi-

fascistas, el gobierno de Vargas permitió la difusión de programas que formaban parte de la propaganda política norteamericana de contraposición al Eje.

A continuación, veremos cómo la División de Radio actuó en Brasil dentro de estos límites existentes.



## **La actuación de la división de radio en Brasil**

La División de Radio en Brasil, como en el caso de México, estaba distribuida por todo el país y tenía en sus cargos directivos a representantes de diversas empresas norteamericanas.<sup>89</sup> El Comité de Radio en Brasil era dirigido por Earl C. Givens de la General Electric S.A., G. F. Hufsmith de la Light and Power Co. Y Gordon Kern de la International Telephone and Telegraph Corp.<sup>90</sup> En Brasil las grandes redes norteamericanas, CBS y NBC, también pasaron a tener emisoras afiliadas entre las radios brasileras como por ejemplo la Radio Nacional, afiliada de la CBS.

La División de Radio, además de difundir y, en un segundo momento, producir programas norteamericanos en el territorio brasiler, también intentaba obtener informaciones sobre el desarrollo de las emisoras de los países del Eje en Brasil. Esta preocupación del gobierno estadounidense por la presencia nazi en el territorio brasiler

.....  
89 Existían comités regionales del OCIAA en São Paulo, Salvador, Recife, Fortaleza, Belém, Belo Horizonte, Manaus, Curitiba, Florianópolis y Porto Alegre.

90 Como en el caso de México, el comité directivo de esta división se modificó a lo largo de sus actividades. J. F. Callery, de la Cia. Nacional de Cemento Portland, también formó parte de este grupo. Ver NARA – RG 229 – Box 964 – Records of the Radio Division. Misc. Reports and Issuances. Coordination Committees.)

puede ser percibida en la documentación consultada en la que aparecen varias referencias a la población de origen alemán, italiano y japonés que vivía en Brasil. Un informe del Office, de junio de 1943, hizo un relevamiento de este contingente poblacional y afirmó:

Hay aproximadamente 150.000 alemanes, más de 1.055.000 ciudadanos de ascendencia alemana, viviendo principalmente en el sur y sureste. Cerca de un millón de italianos, más 3.400.000 ciudadanos de ascendencia italiana, están concentrados a lo largo de todo el sureste, especialmente en el estado de São Paulo. Unos 300.000 japoneses viven en Brasil, principalmente en el estado de São Paulo.<sup>91</sup>

Dos documentos distintos, fechados en 1942, sirven como ejemplo de las informaciones que obtenía el OCIAA, articulado con autoridades brasileras, sobre las transmisiones provenientes de los países del Eje. Uno de ellos se refería a las transmisiones irregulares que partían desde Berlín.<sup>92</sup> El otro, más detallado, abordaba las transmisiones japonesas provenientes de Tokio. Estas transmisiones, descubiertas y denunciadas por el Mayor França, Superintendente de Policía Política de São Paulo, eran emitidas en portugués y japonés. Según el informe, además de la peligrosa propaganda, estas transmisiones enviaban instrucciones para supuestos agentes japoneses en Brasil.<sup>93</sup>

.....  
91 NARA – RG 229 – Box 513 – General Records. Activities of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs in the Other American Republics.)

92 NARA – RG 229 – Box 2698 – 3. –Information. Radio/Foreign Broadcast. Según TOTA, “Con un objetivo más ideológico (no pretendían resultados materiales inmediatos, como los americanos), las radios alemanas e italianas tenían programaciones específicas para Brasil. Las señales emitidas por Berlín y Roma eran mucho más potentes que las emitidas por los Estados Unidos” TOTA, 2000: 53)

93 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Information. Radio/ Foreign Broadcast.

Tanto para tener un total control de las emisiones de ondas cortas destinadas a América Latina, como para conocer el contenido de los programas producidos por los países del Eje y para informarse cómo era la recepción de los programas de las estaciones estadounidenses, el Office invirtió frecuentemente en equipamientos que medían la señal de estas transmisiones. En el año 1943, dos proyectos fueron aprobados con este objetivo: uno determinaba el establecimiento de equipamientos para la medición de señal hecha en Rio de Janeiro y en Recife; el otro era sólo para Rio de Janeiro. Este último afirmaba que “el objetivo de este proyecto es proveer a la División de Radio informaciones con respecto a la recepción de las señales de los Estados Unidos, de Inglaterra y del Eje en las otras repúblicas americanas”.<sup>94</sup>

De la misma manera que en el caso de México, hubo un gran número de programas difundidos en Brasil. Los estilos y los contenidos eran muy similares en los dos países, siendo algunos comunes para todas las naciones latinoamericanas. Los noticieros resaltaban la imagen de la solidaridad hemisférica entre los países del continente americano. Eran producidos en Brasil y en los Estados Unidos.

- *Comentario Del Dr. Pati* – programa de noticias hablado en portugués dirigido a la comunidad italiana en Brasil. Tenía un fuerte punto de vista interamericano. Producido desde marzo de 1943, salía al aire los martes y jueves en la Radio Record - PRB-5 de São Paulo y tres veces por semana por la Radio Record – PRB-9;<sup>95</sup>

94 NARA – RG 229 – Box 964 – Records of the Radio Division. Misc. Reports and Issuances. Green sheets for Monitoring Projects.

95 (nota 120: NARA – RG229 – Box 963 – OIAA. Records of the Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80))

- *Brazilian News Broadcast* – programa de noticias producido por Julio Barata y otros tres periodistas brasileros: Raymondo Magalhães, Origines Lessa y Pompeu de Souza. Era enviado de Nueva York por point-to-point y retransmitido por las estaciones gubernamentales en Brasil y 89 estaciones locales. Salía al aire a por la noche del lunes y sábado;<sup>96</sup>
- *News for the Americas* con Drew Parson y Robert S. Allen – programa de noticias presentado desde Washington hablado en inglés y transmitido los domingos por la NBC: notas internas sobre la Casa Blanca; internacionales, principalmente sobre la guerra; sobre América Latina (resaltando la política de buena vecindad) y publicidades de turismo en Rio de Janeiro. En uno de los programas, la política de la buena vecindad fue presentada así: “Este intercambio es un símbolo de la relación de buen vecino entre Estados Unidos y Brasil, un intercambio amigable y lucrativo - automóviles americanos por café brasiler. Un producto de calidad cambiado por un producto de calidad. De la misma manera que la ingeniosidad americana ha producido los mejores autos motorizados del mundo por el precio más barato, la ingeniosidad brasiler ha producido el mejor café del mundo por el precio más barato”;<sup>97</sup>
- *Daily Brazilian Review* – programa de comentarios políticos, mesa redonda, revisión y comentarios de las noticias de la semana. Producido por los mismos periodistas del programa *Brazilian News Broadcast* era enviado desde Nueva York por point-to-point para

.....  
96 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Radio/Local Committee Programs)

97 Arquivo Historico de Itamarati (AHÍ) – MDB 48/4/10-29/04/1941.1

Brasil y retransmitido por ocho estaciones de radio local. Salía al aire, a la noche, de lunes a sábado.<sup>98</sup>

Además de estos programas de noticias, había también dramas, programas de música y educativos.

- *Lo que va por el mundo* – programa hablado en portugués que se estrenó el 29 de marzo de 1945, abordaba hechos recientes presentados en forma dramatizada. Durante los nueve primeros días que estuvo en el aire, el programa recibió cerca de 3.100 cartas de oyentes que querían ganar el mapa del Pacífico que ofrecían. Transmitido de lunes a viernes, el programa era emitido por la Radio Tupi y Radio Nacional en Rio de Janeiro, Radio Difusora en São Paulo y Radio Sociedade de Bahía;<sup>99</sup>
- *English lessons in Brazil* – este programa ofrecía premios para las mejores respuestas en inglés a los problemas propuestos. Cerca de 900 cartas eran recibidas mensualmente. El programa era auspiciado por el Instituto Brasil-Estados Unidos. Salía al aire los martes, jueves y sábados por la Radio Club;<sup>100</sup>
- *Sacred Music* – programa de música sacra que salía al aire los martes, jueves y sábados por la PRD2, desde el 22 de septiembre de 1942;<sup>101</sup>

.....  
98 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Radio/Local Committee Programs.

99 NARA – RG 229 – Box 963 – OIAA. Records of the Department of Information. Radio Division. “Resume of Operation of the Radio Division” E-80)

100 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Radio/Local Committee Programs

101 NARA – RG 268 – 3. Radio/Local Committee Programs

Existieron otros programas cuyas sinopsis no fueron encontradas en la documentación consultada, sin embargo, en estos casos, es necesario destacar algunas características de las emisoras transmisoras de tales programas. Como puede percibir a continuación, eran difundidos en diferentes regiones del país,<sup>102</sup>

- *Discos da Vitória* -transmitido seis veces por semana en dos estaciones de Rio de Janeiro; seis veces por semana en cinco estaciones de São Paulo; una vez por semana en una estación de Bahia y en Rio Grande do Norte.
- *Conciertos de Jazz* – transmitidos ocho veces por semana en dos estaciones de Rio de Janeiro; una vez por semana en una estación de São Paulo; Bahia, Pernambuco y Santa Catarina; dos veces por semana en dos estaciones de Paraná.
- *Symphonic Orchestra* – transmitido ocho veces por semana en una estación de Rio de Janeiro; cuatro veces por semana en tres estaciones de São Paulo; dos veces por semana en dos estaciones de Paraná; dos veces por semana en una estación de Santa Catarina.
- *Hit Parade* – transmitido dos veces por semana en dos estaciones de Rio de Janeiro, en São Paulo y en Paraná; una vez por semana en una estación de Bahia, Santa Catarina y Rio Grande do Sul.
- *Radioteatro* – transmitido una vez por semana en una estación de Rio de Janeiro.
- *Lira Panamericana* – transmitido siete veces por semana en una estación en Rio de Janeiro y en Minas

.....  
102 NARA – RG 229 – Box 963 – OIAA. Records of the Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80))

Gerais; una vez por semana en una estación en Bahia y en Pará; dos veces por semana en dos estaciones en Paraná y en Santa Catarina.

- *Muzak Series* – transmitido 16 veces por semana en tres estaciones de São Paulo.
- *Vamos a Aprender Inglés* - transmitido dos veces por semana en una estación de São Paulo y de Espírito Santo; cuatro veces por semana en dos estaciones de Paraná; nueve veces por semana en cuatro estaciones de Santa Catarina; cinco veces por semana en tres estaciones de Rio Grande do Sul.
- *Hola Amigos* – transmitido una vez por semana en una estación de Bahia.
- *Música de los Hombres Libres* - transmitido una vez por semana en una estación de Bahia.
- *Metropolitan Opera* – transmitido una vez por semana en una estación de Santa Catarina.

Si en México fueron realizadas investigaciones para conocer la audiencia de los programas producidos por el OCIAA, otra preocupación de la División de Radio en Brasil era difundir en la prensa escrita los programas transmitidos por las emisoras brasileras. La importancia de esta difusión puede ser evidenciada por la siguiente información. El 29 de mayo de 1943, D. E. Goodrich, director del Comitê da Bahia, envió una carta al Comité Central de Rio de Janeiro solicitando que el programa “A Marcha da Guerra”, que ya estaba siendo publicitado en tres diarios de Belém, dos de Ceará, tres de Belo Horizonte, tres de Recife, tres de Porto Alegre y uno de Bahia, fuese anunciado también en cinco diarios de Bahia: Estado de Bahia, Diário de Notícias, O Imperial, Diário da Bahia e A Tarde.<sup>103</sup>

La publicidad de los programas del OCIAA en los diarios y revistas brasileros intentaba, muchas veces, no sólo difundir el horario, el día y la emisora, sino también el mensaje norteamericano de solidaridad hemisférica. Un informe de las actividades del Office del año 1942, publicado el 21 de abril de 1943, anunció el presupuesto destinado a la propaganda de los programas radiofónicos en las revistas y los diarios. Este informe presentó el valor específico para cada país. Para los anuncios de los programas producidos localmente los países que recibieron la mayor inversión fueron Argentina (\$25,000), Brasil (\$22,500), Chile (\$10,000), Colombia (\$10,000) y México (\$10,000). Las publicidades de los programas de ondas cortas, de programas transcritos, retransmitidos y programas de eventos especiales recibieron las mayores cuotas en los siguientes países: Argentina (\$40,000), Brasil (\$40,000), Chile (\$10,000), Colombia (\$10,000), México (\$25,000) y Venezuela (\$10,000).<sup>104</sup>

En Brasil, en un anuncio de 1945, cuando la Guerra ya estaba llegando a su final, la preocupación estaba focalizada en el futuro. La publicidad no difundía un programa específico sino que se refería a las estaciones estadounidenses de ondas cortas de una forma general. Según el anuncio, solamente la información haría posible la construcción de un mundo mejor. Las emisoras norteamericanas serían las responsables de proveer estas informaciones a América Latina y, en particular, a Brasil. De esta manera, el mundo conocido por los brasileros debería pasar por el filtro norteamericano. La única verdad sería la verdad norteamericana.

---

Radio. El anuncio había sido producido por la agencia de publicidad J. Walter Thompson

104 NARA – RG 229 – Box 513 – General Records. Activities of the Office for the Coordinator of Inter-American Affairs in the Other American Republics.

“Prever para Proveer!

El mundo de mañana será mejor si cada uno de nosotros contribuye con su parte - y para eso todos tenemos que estar bien informados- tenemos que saber bien hoy para obrar mejor mañana.

No puede haber una paz estable si no hay una comprensión mutua entre todos los pueblos - y, para que nos comprendamos mutuamente, tenemos que estar en día con los acontecimientos vertiginosos de nuestros días.

Las emisoras de los Estados Unidos, por la maravilla de las ondas cortas, mantienen a sus oyentes a la par de los más recientes acontecimientos, gracias a los servicios de reporteros y periodistas que se encuentran en diferentes puntos del globo, transmitiendo noticias recogidas en el lugar.

Las emisoras de los Estados Unidos también presentan innumerables programas de ondas cortas-musicales, dramáticos y especiales- todos de gran interés y variedad.<sup>105</sup>

Por otro lado, es necesario destacar que este anuncio, entre otros, era publicado en la revista *Selecciones*. Mary Junqueira, en su trabajo *Ao Sul do Rio Grande*, mostró que, a pesar de que *Selecciones* no estaba subordinada al Office, durante la Segunda Guerra Mundial, esta revista fue importante en la difusión de una imagen positiva de los Estados Unidos en Brasil consonante con el mensaje transmitido por las divisiones del OCIAA. De esta manera, no hubo asociación más adecuada: *Selecciones* y emisoras de radio de los EUA, donde la primera divulgaba los programas norteamericanos irradiados en Brasil.

.....  
105 NARA – RG 229 – Box 963 – Records of the Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (E-80)

De la misma manera que en *Selecciones*, los programas norteamericanos no tenían un discurso de oposición sólo a Alemania, sino también a Japón. Mary Junqueira afirma que

“Según *Selecciones*, Alemania era un Estado exclusivamente militarista, inflexible, con pretensiones de “esclavizar” el mundo. Estas eran características que definían el enemigo nazi al lado del “mal” y a los norteamericanos como salvadores del mundo del lado del “bien”. El enemigo japonés fue descrito de forma aún más dura” (2000:151).

En los anuncios de los programas norteamericanos, Japón también era presentado de manera negativa, como traidores cuya “verdadera” cara era revelada. De acuerdo con este abordaje, los estados Unidos, los “poseedores de la verdad”, revelaban la “mentira japonesa” a América Latina. A continuación, dos de estos anuncios:

“El Imperio de la Traición!

¿Quieren saber la verdadera significación del espíritu agresivo de Japón? ¿De la brutalidad de sus conquistas? ¿De su poder militar y económico?

Escuchen la nueva serie de programas de John Goette, escritor y periodista famoso mundialmente, todos los martes, de las 19,45 las 20,00 horas, hora de Rio. John Goette fue corresponsal de prensa junto a los ejércitos de China y Japón, y sirvió, en las mismas funciones, junto a los fusileros navales de los Estados Unidos en China. Capturado por los japoneses, regresó a los Estados Unidos en un intercambio de prisioneros, por el vapor Gripsholm”<sup>106</sup>

Japón Revelado!

.....  
106 NARA – RG 229 – Box 963 – Records of the Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (e-80)

Solamente ahora comienza a ser conocida, en sus detalles impresionantes, la historia de la traición nipona

Traición organizada, agresión brutal e implacable. Es lo que nos cuenta, en su programa “Japón Revelado”, (todos los sábados de 19 a 19.15 horas, hora de Rio) el periodista Hallet Abend, que fue, durante 15 años, corresponsal de The New York Times en Extremo Oriente.<sup>107</sup>

Como mencionamos en el capítulo anterior, al mismo tiempo en que el OCIAA coordinaba toda la programación radiofónica (filtrándola o, a partir de 1942, produciéndola) para los países latinoamericanos, existía la preocupación por tener una producción sobre América Latina para el público estadounidense. Grosso modo, los programas sobre Brasil tenían siempre el mismo enfoque, es decir, se resaltaban las cualidades naturales del país. Algunos programas eran producidos en el propio territorio norteamericano, otros eran producidos en Brasil y enviados, posteriormente, a EUA. Un buen ejemplo de este tipo de programa - los producidos en Brasil - fue el dirigido por Orson Welles<sup>108</sup> y transmitido por la CBS: *Hello, Americans*.

.....  
107 NARA – RG 229 – Box 963 – Records of the Department of Information. Radio Division. “Resume of Operations of the Radio Division” (e-80)

108 Mary Junqueira cuenta el angustioso paso de Welles por Brasil: “la idea era que Welles filmase el Carnaval Brasileiro. Pero cuando llegó, el director se interesó por el origen de la samba y la trayectoria de tres balseiros que partieron de Ceará para hacer reivindicaciones a Getúlio Vargas. Estos temas desagradaron tanto a Vargas como a los Estudios RKO, con los que Welles estaba relacionado. El Film “It’s All True” debería haber estado constituido por tres partes: la primera dedicada a México, la segunda sobre el Carnaval de Rio de Janeiro, la tercera contaba la trayectoria de los balseiros cearenses. Sin embargo, el film no llegó a ser editado dadas las incompatibilidades entre la RKO y Welles” (2000: 162 -3) Aunque no realizaba su film, Welles hizo algunos programas para las emisoras norteamericanas dentro del contexto de la política de la buena vecindad. Tota menciona el programa dirigido por Welles el 18 de abril de 1942, transmitido a partir del Cassino da Urca a través de Blue Network de la NBC, hecho en homenaje al cumpleaños del presidente Getulio Vargas. TOTA, 2000: 89-94)

En el programa *Brazil*, del 15 de noviembre de 1942, transmitido directamente desde Rio de Janeiro, Orson Welles explicaba al oyente norteamericano que la rumba no era la música típica de América del Sur, sino del Caribe y que la samba, esta sí era originaria de Brasil. También esclarecía que los habitantes de Rio de Janeiro eran llamados cariocas. Este mismo programa, contó con la participación especial de Carmen Miranda, que habló de la música brasilera, hizo que Orson Welles cantase un poco con ella y le presentó los instrumentos utilizados para tocar samba. Finalmente, el programa de Orson Welles presentó las riquezas naturales de Brasil.<sup>109</sup>

Otro programa que buscaba difundir informaciones sobre América Latina, éste producido en los Estados Unidos, era *Visiting Our Americas*. La edición dedicada al Brasil, específicamente a la ciudad de Santos, destacó que este país había sido en el continente americano uno de los primeros países en romper con el Eje y, por lo tanto, estaba del lado de los Aliados. De esta manera, Santos era mostrada como una ciudad portuaria importante, porque desde allí partían no solo el café, sino productos fundamentales para los EUA que estaban en guerra. Independientemente de si el programa era producido en Brasil o en Estados Unidos, la visión de buena vecindad seguía siempre una visión binaria: el papel de América Latina era ser proveedora de productos primarios para abastecer las necesidades norteamericanas en tiempo de guerra.<sup>110</sup> Así, cuanto más el país tenía para ofrecer, mejor vecino sería.

.....  
109 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Information. Radio/Program  
Other than OCIAA (Printed Matter)

110 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Information. Radio/Program  
Other than OCIAA (Printed Matter)

*The Americas Speak*, también citado en el capítulo anterior sobre México, era producido por el Rotary International y por la Mutual Network y transmitido en los Estados Unidos, Canadá y toda América Latina. El programa dedicado a Brasil, según su guión, buscaba generar una mejor comprensión del país, su pueblo, sus costumbres y música. Participaron del programa, de Rio de Janeiro, Oswaldo Aranha, Ministro de Relaciones Exteriores de Brasil, y Jefferson Caffery, Embajador de los Estados Unidos en Brasil. De Chicago participaron Egidio da Camara Souza, Cónsul de Brasil y Vincent Pelletier, comentarista de *The Americas Speak*.<sup>111</sup>

Finalmente, el programa *The United Peoples*, producido exactamente después de la reunión de los ministros de relaciones exteriores a principios de 1942, en Rio de Janeiro, se dedicó a Brasil en su edición del 4 de marzo. Su texto resaltó que, a pesar de sus fuertes relaciones económicas con Alemania, el Brasil tuvo coraje de romper con el Eje. Además, destacó las industrias brasileras y, principalmente, las riquezas naturales que Brasil poseía. El presentador afirmó: “muchos de estos son materiales estratégicos que ahora están siendo movilizados para la victoria de United Peoples contra los enemigos de la libertad, independencia, democracia y seguridad”.<sup>112</sup> A partir de allí enumeraba una cantidad enorme de productos que Brasil poseía y que podía ser útil para el esfuerzo de la guerra.

.....  
111 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Information. Radio/Program Other than OCIAA (Printed Matter)

112 NARA – RG 229 – Box 268 – 3. Information. Radio/Program Other than OCIAA (off “The United Peoples”)

Cuando se hace un relevamiento del contenido de algunos programas producidos por la División de Radio o, en algunas ocasiones, por grupos radiofónicos estadounidenses que tenían un discurso sintonizado con el mensaje difundido por la política externa norteamericana, es posible percibir que el foco dado variaba según el público oyente al que estaban destinados. Si los programas eran producidos para ser difundidos para el público norteamericano, la línea que los orientaba era el énfasis dado a las riquezas naturales que el territorio brasilero poseía. Como no podía ser de otra manera en este momento, estas riquezas eran vistas como la colaboración de Brasil en el esfuerzo de guerra de los Aliados. Sin embargo, la principal función de la División de Radio no era producir programas sobre América Latina para el público estadounidense, sino exactamente lo contrario.

En relación a esto último, algunos programas difundidos en las emisoras brasileras habían sido producidos bajo la orientación de la División de Radio y otros eran transmitidos por ondas cortas. Mientras en los Estados Unidos, difundían las riquezas naturales de Brasil, en Brasil se resaltaba principalmente el papel crucial que los EUA estaban ejerciendo en el escenario de los conflictos. Como vimos, el contenido de estos programas invariablemente buscaba difundir informaciones acerca de la cultura estadounidense y noticias sobre la guerra. Aparentemente, la divulgación de estos programas y la importancia que la radiodifusión sonora tenía en este periodo, podría haber generado en Brasil un proceso de americanización. Sin embargo, sin un análisis en mayor profundidad, se corre el riesgo de afirmar que la dependencia económica y, sobretudo, cultural podría ser explicada simplemente por el poderío norteamericano y por la supuesta debilidad congénita de Brasil, como si no existiese en las relaciones internacionales, además de las diferencias obvias de poder entre los dos lados, la posibilidad de dialogo y resistencia.

Concretamente, se puede afirmar que hay una dificultad de evaluar el impacto de la programación producida por la División de Radio en las ideas anti-Eje y pro-aliados de la población brasilera. Y eso se explica por varias razones. En primer lugar, el hecho de que la población sea bombardeada con informaciones de esta naturaleza no sólo por medio de las emisoras de radio sino también por diarios y películas. Además, cuando la División de Radio se instaló en Brasil tuvo que establecer contacto con una estructura radiofónica comercial ya existente y con un régimen autoritario establecido. Así, es necesario destacar que, como en el caso de México, en las principales emisoras, la grilla de programación estaba casi completa y, por eso, para que sus programas pudieran ser difundidos por las estaciones brasileras fue necesario que los norteamericanos se adaptaran a la realidad vigente. Se puede concluir, entonces, que los programas del OCIAA eran apenas una pequeña porción de la programación escuchada por los brasileros. Sin embargo, es siempre importante recordar que muchos programas producidos por las emisoras nacionales también tenían un discurso coherente con el mensaje pro-aliados defendido por la propaganda política estadounidense. Además, como ya destacamos, en el Estado Novo, la radio fue un artefacto esencial en la propaganda política del régimen y, en algunos casos, el DIP intervenía en la programación por medio de la censura o programas pre producidos. Cuando el propio gobierno de Vargas se declaró contra el Eje, fue natural que hubiese una voluntad política en el país de que las informaciones favorables a los aliados fuesen difundidas de todas las maneras posibles, inclusive por las ondas de radio.

Finalmente, ese análisis, en ningún momento descarta la importancia de la actuación de la División de Radio en Brasil. Esta acción formó parte de un proyecto mayor en el que diferentes medios se unieron para propagar el mensaje de solidaridad hemisférica y de la oposición al nazifascismo. Si no es posible medir el real impacto de

sus programas en el imaginario de la población brasilera, al menos se puede decir, como en otros países, que, al finalizar la guerra, la estructura radiofónica existente, gracias, entre otras razones, al contacto con los profesionales de la radiodifusión sonora norteamericana, se había expandido. Si desde la década de 1930, la radio en Brasil estuvo muy cercana al modelo de radiodifusión de los Estados Unidos, el periodo de la Segunda Guerra Mundial fue el momento ideal para que este formato fuese consolidado.

# Conclusiones

Si desde el inicio de su mandato, Franklin Delano Roosevelt propuso una política externa diferenciada para América Latina, fue la eclosión del conflicto mundial que llevó a su gobierno a tomar medidas más concretas de aproximación con esta región, como atestigua la creación del Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA). La dimensión del trabajo desarrollado por el Office es difícil de medir, sin embargo, es claro que nunca hubo, hasta aquel momento en los Estados Unidos, un proyecto dirigido a los países latinoamericanos de tal magnitud.

Al investigar cómo los Estados Unidos consideraban a América Latina durante la Segunda Guerra Mundial, lo más perceptible, al menos al principio, es que para los estadounidenses los países latinoamericanos componían un único bloque. Sin embargo, el contacto con realidades distintas al sur de río Grande hizo que, muchas veces, el gobierno de los Estados Unidos repensase esta concepción, lo cual puede ser percibido en esta investigación sobre el uso que el gobierno de Franklin Delano Roosevelt hizo de la radio en su propaganda política destinada a América Latina.

Además, si era posible imaginar una relación unilateral entre las dos áreas geopolíticas, a partir de los Estados Unidos, la investigación muestra que este contacto no fue unidireccional en la medida en que los representantes del gobierno norteamericano tuvieron que dialogar con las especificidades de las sociedades, tanto en Brasil como en México. Esto obviamente no descarta el hecho de que el gobierno de Roosevelt haya pensado en un proyecto de intervención y control de los países latinoamericanos por medio de la propaganda política. El objetivo de este trabajo no era analizar la recepción a los proyectos estadounidenses. Sin embargo, aún así fue posible presentar factores que generaron una redefinición del proyecto original pensado en Washington. Así, tales factores fueron elementos fundantes de una resistencia que posibilitó, en esta relación con el poderoso vecino del norte, que Brasil y México no tuviese simplemente una actitud receptiva pasiva.

La comparación entre México y Brasil, en lo que respecta a la difusión sonora, puede ser pensada en diferentes niveles. Como se vio, el principio de las actividades radiofónicas en los dos países ocurrió en la década de 1920 y ganó un mayor desarrollo en la década posterior. Así, cuando el OCIAA fue creado en 1940 y la División de Radio inició su actuación, ya había en ambos países un sector de radiodifusión bien estructurado. Aunque la programación de los dos países era muy similar, compuesta de programas de auditorio, novelas, música, noticieros, la situación política específica de cada país generó una concepción particular sobre la radiodifusión sonora. En México, el empresario Emilio Azcárraga controlaba las principales emisoras de radio de la Ciudad de México y, por si fuera poco, poseía una red de estaciones que garantizaba alcanzar al público oyente en diferentes regiones del país. En Brasil, durante el Estado Novo, se vivió una situación marcada por la presencia de un gobierno autoritario. Así, a pesar de que las emisoras eran, en su mayoría, comerciales, el Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) tenía

el poder de controlar su programación. Sin embargo, este control no fue total. Además, la principal estación brasilera en el período de existencia del OCIAA, la Radio Nacional de Rio de Janeiro, era una antigua emisora particular que fue acaparada por el gobierno de Vargas, pero que no perdió su carácter comercial. A pesar de estas diferencias, las características encontradas entre la División de Radio en Brasil y en México eran muy similares en la medida en que poseían una gran parte de la programación propia consolidada y, por eso, para que la Office pudiese ubicar sus propios programas en estas emisoras, fue necesario un contacto menos impositivo y más dialógico.

Además de esta dificultad común, debe recordarse que, inicialmente, el uso de la radiodifusión sonora para difundir los valores norteamericanos ocurrió únicamente por transmisiones de ondas cortas. Los problemas enfrentados por las emisoras norteamericanas en este momento eran variados, desde la débil potencia de sus transmisores hasta el hecho de que el público oyente latinoamericano no poseía aparatos de radio que sintonizaban esta franja específica. Para superar esta situación, las redes estadounidenses se afiliaron a las principales emisoras latinoamericanas, inclusive en Brasil y México, y, con la creación del OCIAA, la División de Radio invirtió en la mejora de las transmisiones oriundas de los Estados Unidos vía ondas cortas. Es necesario destacar el hecho de que, si en el inicio de sus operaciones, esta División tenía apenas la función de coordinar las emisiones para el público latinoamericano, a partir de 1942, pasó a controlar toda la producción de los programas estadounidenses, asumiendo, de esta forma, el carácter de propaganda política.

En lo que concierne a la comparación de los programas que fueron enviados a Brasil y México, una vez más lo que se notó fue una coincidencia de propósitos. De modo general, tanto el formato como

el contenido de los programas eran muy similares. En algunos casos, obviamente, los programas referían directamente a la realidad local. Sin embargo, excepto por algunas adaptaciones, como la diferencia de lengua española y portuguesa, lo que se vio fue un proyecto global para América Latina que, cuando fue necesario, dialogaba con las características de los públicos brasilero y mexicano. Siguieron también la misma línea, los programas producidos para los Estados Unidos sobre los dos países. Ambos fueron presentados al público estadounidense como los proveedores de materia prima para el esfuerzo de guerra dirigido por el gobierno de Roosevelt.

Finalmente, en esta comparación, se buscó mostrar cuál fue el impacto del proyecto desarrollado por la División de Radio en las estructuras radiofónicas brasilera y mexicana y cuál fue su relevancia en la propaganda política norteamericana en estos dos países. En relación al primer punto, se puede afirmar que las estructuras ya existentes fueron beneficiadas con el contacto con las emisoras estadounidenses y con las empresas que controlaban la producción de equipamientos para la radiodifusión sonora. Esto sucedió porque muchas emisoras mexicanas y brasileras pudieron protagonizar un mayor desarrollo tecnológico que posibilitó una consolidación del sector en ambos países. Vale resaltar también que este contacto con las redes norteamericanas fortaleció en Brasil y en México una estructura radiofónica que tenía como modelo el ya existente en los Estados Unidos: la radio comercial.

En relación a la importancia de la División de Radio en el proyecto de propaganda política del gobierno de Roosevelt durante la Segunda Guerra Mundial, se presenta una seria dificultad para medirla. Las razones son varias y, en este caso, aunque existieran diferencias entre la realidad brasilera y la mexicana, nuevamente las semejanzas en los dos países son muchas. En primer lugar, a pesar de que Brasil haya estado gobernado por un

gobierno autoritario, había, por parte de Vargas, voluntad política de divulgar un mensaje favorable a los Aliados no sólo en los programas del OCIAA, sino en el propio discurso oficial, característica también presente en el gobierno de Ávila Camacho. Además, los medios de comunicación de una forma general también transmitían espontáneamente informaciones favorables a los Aliados. Finalmente, se debe destacar el hecho de que el proyecto de propaganda política dirigido por el OCIAA incluía otros instrumentos además de la radiodifusión sonora. Así, es posible afirmar que la actuación de la División de Radio, aunque importante, fue sólo un componente más de este extenso plan norteamericano.

Marquiliandes Borges de Sousa (2004): *Radio y propaganda política. Brasil y México bajo la mira norteamericana durante la segunda guerra*. São Paulo: Annablume-Fapesp. Traducción del portugués para ReHiMe: Selene Román.

## FONTES

### NATIONAL ARCHIVES AND RECORD ADMINISTRATION (NARA) - COLLEGE PARK/ MARYLAND - EUA

Record Group 229.

Box 268 - 3. Information - Radio/Foreign Broadcasts

Box 268 - 3. Information - Radio/Rotary International

Box 268 - 3. Information - Radio/Programs, Other than CIAA off  
"The United People"

Box 268 - 3. Information - Radio/Government

Box 268 - 3. Information - Radio/Local Committee Programs

Box 268 - 3. Information - Radio/Program Other than OCIAA  
(Printed Matter)

Box 268 - 3. Information - Radio/Programs Other than OCIAA

Box 274 - 3. United Nations Speak 2

Box 274 - 3. Information - Radio/Local Committee - Programs  
United Nations Speak

Box 274 - 3. Information - Radio/Talent/Radio Talent and  
Technicians from the O. A. R. - B- RA. 5078

Box 274 - 3. Information - Radio Talent/Screen and Radio Stars  
- RA 1150 (2)

Box 274 - 3. Information - Radio Talent/Screen na Radio Stars -  
RA 1150 (1).

Box 513 - General Records - Activities of the Office of the  
Coordinator of Inter-American Affairs in the Other American  
Republics

Box 518 - General Records alphabetical - Project Authorizations  
- Distribution of News Material by the Coordination for Brazil

Box 532 - General Records Alphabetical - Project Authorizations  
- Publication of History of CIAA as Part of Historical Reports  
on War Administration - World War II

Box 942 - Records of the Department of Information - Motion  
Picture Division - Project Files (E - 77) - BAC 1528 to MP  
1017 - Museum of Modern Art

- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - Leason Office with Motion Picture - Industry - M. P. 1010 - ND Car - 51 DEM cia - 158
- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - Leason Office with Motion Picture Industry - MP 1010 - NDCar - DEM cia - 158
- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - Projection Equipment for the Exhibition of 16mm. - Motion Pictures in the Other American Republics
- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - The purchase and operation of two station wagons for the Coordination Committee for Brazil
- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - Pathe News Inc.
- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - Production f Prologue for Presidente Ávila Camacho's short subject Motion Pictures
- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - Production of War and Education Motion Pictures
- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - Special Inter-american - Newsreel Production
- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - Production of One-Reel - Picture Depicting Defense - Measures on the Mexican - West Coast.
- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - Non-theatrical film distribution in the Other American Republics
- Box 942 - Records of the Department of Information - Motion Picture Division - Production of the One-Reel Picture - Depicting Defense Measures on the Mexican West Coast
- Box 943 - Purchase of Motion Picture Duplicating - Film and Printing
- Box 943 - Peruvian Film by Herbert E. Knapp
- Box 943 - "North American Printers" - 2 Reel Kodachrone M. P. Relating Life and Painting in the U.S.
- Box 943 - Production of 16 mm Motion Pictures on USA War Effort
- Box 943 - "North American Painters" - 2 - Reel Kodachrome MP Relating Life and Paiting in the U.S.
- Box 943 - Dana Lamb Expedition - Though Southern Mexico
- Box 943 - Purchase of Reels, Containers and Fiber Cases
- Box 943 - Purchase of Reels, Containers and Fiber Cases - MP 1112
- Box 943 - Funds to complete Contract with Museum of Modern Art

- Box 943 - Purchase of Rights: Anson Bond Short Subject - Motion Picture "Watch Our Army Grow"
- Box 943 - Willard Pictures, Inc
- Box 944 - Three Descriptive Films by Julien Bryan on the Other American Republics
- Box 944 - Three Films on Washington, D. C.
- Box 944 - Evander Childs High School - Film by Willard Pictures
- Box 944 - Augmenting Staff of Division of Cultural Relations - Department of State
- Box 944 - Stokowski Concert in Hollywood Bowl
- Box 944 - Two I-Reel Films of Cuba by Paul Thomas and John Green
- Box 944 - 16 mm newsreels for Distribution in the Other American Republics
- Box 944 - Who is your neighbor
- Box 944 - Community Control of Venereal Disease - Health Film for the General Public
- Box 944 - Three Documentary Films on Mexico
- Box 944 - Renewal of Contract for Processing Films
- Box 945 - Motion Pictures on Mexican - Effort Military
- Box 945 - Motion Picture Technicians to Mexico
- Box 946 - Newsreel and Short Subject - Production in Brazil
- Box 947 - Report on the Walt Disney - South American Field Survey - Part I (Itinerary)
- Box 948 - Technicolor Film for Brazil
- Box 948 - Brazil - Rubber PIX
- Box 948 - Film on the Migration of Brazilian - Workman to the Amazon Basin
- Box 948 - Trip of D. Israel Souto to the United States
- Box 948 - Technicolor Training for Brazil
- Box 949 - Projectors for Brazilian - Ministry of War
- Box 949 - 35 mm Projectors for Brazil
- Box 951 - Cooperation with Disney on Literary Program
- Box 953 - Coordination Committee Motion Picture Activities - Brazil
- Box 953 - Purchase of 35 mm - Prints of Footage on Brazil
- Box 953 - Brazilian Military Effort
- Box 955 - Coordination Committee Motion Picture Activities - Mexico (Extended)
- Box 956 - Foreign Versions of "Through the Lands of the Américas with Disney"
- Box 957 - Production of 16 mm films in Brazil
- Box 957 - Survey of Raw Stock Requirements of Argentina, Brazil and Chile
- Box 957 - Prod. Y K mm Film in Brazil

- Box 958 - Disney trip to Mexico
- Box 959 - Walt Disney field Survey and short subjects on the  
Other American Republics
- Box 959 - Gracias Amigos 4041
- Box 959 - Walt Disney Production Film Unit
- Box 961 e 962 - Records of the Motion Picture - Division Records  
the Motion Picture Society of the Americas
- Box 963 - Records of the Department of Information - Radio  
Division - "Resume of Operations of the Radio Division"(E -  
80)
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Reports - field Inspec. Mexico
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Reports Monthly Report to Comm (February)
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Monthly Reports to Coordination - Comm.
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Coordination Committees
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Methods of Measurign Audience - Reaction to  
Programs
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Reports - Monthly Report to Comm (June)
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Summary of US Radio Situation - April 16, 1941
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Reports - Monthly Report to Comm. (January)
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Speeches Don Francisco - Jan 13, 1942.
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Green sheets for Monitoring Projects
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Speeches Don Francisco - March 10, 1942
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Report of Radio Div. to State Departament - May  
20, 1942
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Good Neighbors in Action
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Summary of Radio Program Cooperation in the  
U.S. - June 1942
- Box 964 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Misc. Material for Monitoring Projects
- Box 965 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and  
Issuances - Coordination Committee for Mexico - Radio Division

- Box 966 - Records of the Radio Division - Misc. Reports and Issuances - Cooperacion Mexicana de Radio S.A.
- Box 973 - Records of the Radio Division - San Francisco Office - General Records - Francisco, Don
- Box 974 - Records of the Radio Division - San Francisco Office - General Records - Office of War Information
- Box 974 - Records of the Radio Division - San Francisco Office - General Records - Nelson A. Rockefeller
- Box 974 - Records of the Radio Division - San Francisco Office - General Records - State Department
- Box 976 - Records of the Radio Division - San Francisco Office - General Records - Nelson A. Rockefeller - Washington
- Box 980 - Records of the Radio Division - San Francisco Office - General Records - Censorship
- Box 1271 - Weekly Reports of Activities n ° 01
- Box 1272 - Weekly Reports of Activities n ° 4
- Box 1273 - Project Reviero (Braz. Division)
- Box 1277 - Regional Activities - Belém Press
- Box 1278 - Regional Activities - Fortaleza Press
- Box 1279 - Regional Activities - Recife Press
- Box 1279 - Regional Activities - Natal Press n ° 1
- Box 1280 - Regional Activities - Bahia Press
- Box 1281 - Regional Activities - Belo Horizonte Press
- Box 1281 - Regional Activities - Bahia Press n ° 2
- Box 1281 - Regional Activities - Bahia Radio
- Box 1282 - Regional Activities - Florianópolis Press
- Box 1282 - Regional Activities - Porto Alegre Press
- Box 1284 - Short Subject - Orson Welles
- Box 1295 - Applications for Censorship
- Box 1306 - Inter-Americana - Boletim Econômico
- Box 1310 - Brazilian Cultural Agreements U.S.
- Box 1317 - Journalists Scholarships
- Box 1460 - BN to BZ
- Box 1461 - diário de Notícias (New Bedford, Mass)
- Box 1462 - Em Guardiã (Comments and Suggestions)
- Box 1462 - Em Guardiã (correspondence)
- Box 1463 - Brazilian Journalists Party - 6/03/43 - 7/17/43
- Box 1465 - MA to MM
- Box 1466 - Pessoa, Alfredo
- Box 1467 - Nazi Activities in the Other American Republics
- Box 1467 - Portinari Murals (Story, etc)
- Box 1468 - President Roosevelt
- Box 1468 - Reader's Digest
- Box 1469 - Summary CIAA Activities

**CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE  
HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DO BRASIL  
(CPDOC) - RIO DE JANEIRO**

- Coleção de Documentos Avulsos (CDA) - Inter-American Affairs (IAA) - reúne documentos selecionados por pesquisadores do CPDOC no National Archives and Administration Records (NARA)

**ARQUIVO NACIONAL - RIO DE JANEIRO**

- documentos dispersos sobre o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e as relações Brasil e Estados Unidos.

**ARQUIVO ITAMARATI - RIO DE JANEIRO**

- Missões Diplomáticas Brasileiras (MDB) - Washington - Ofícios

## BIBLIOGRAFIA

- AGUILAR CAMÍN, Héctor; MEYER, Lorenzo. À Sombra da Revolução Mexicana: História Mexicana Contemporânea, 1910-1989. São Paulo: Edusp, 2000.
- ALMEIDA, Jaime. "Introdução". In \_\_\_\_\_ (org.), Caminhos da História da América no Brasil: Tendências e contornos de um campo historiográfico. Brasília: ANPHLAC, 1998.
- AMPUDIA, Ricardo. México en los informes presidenciales de los Estados Unidos de América. México: Fondo de Cultura Económica, 1996.
- ANDA y RAMOS, Francisco. La Radio: El Despertar del Gigante. México, D. F.: Editorial Trillas, 1997.
- ANDRADE, Manuel Correia. O Brasil e a América Latina. São Paulo: Ed. Contexto, 1989.
- ARENDT, Hannah. O Sistema Totalitário. Lisboa: Dom Quixote, 1978.
- AZEVEDO, Cecília. Em Nome da "América": os corpos de paz no Brasil (1961-1981). Tese (Doutorado em História Social) - Departamento de História/FFLCH, Universidade de São Paulo, 1999.
- BANDEIRA, Moniz. Presença dos Estados Unidos no Brasil: dois séculos de história, 2a. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.
- BARBOZA FILHO, Rubem. Espaço e história nos EUA e no Brasil. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, Ed. FGV, 2001, n.º 27, p. 236-240.
- BEDIN, Gilmar Antonio et al. Paradigmas das Relações Internacionais. Ijuí: Ed. Unijuí, 2000.
- BELLI, Zenilda Poci Banks Leite. Radionovela: Análise comparativa na radiodifusão na década de 40 através de registros de audiência em São Paulo. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - ECA, Universidade de São Paulo, 1980.

- BERG, Jerome S.. *On the Short Waves, 1923-1945*. Jefferson: McFarland & Company, Inc., 1999.
- BERGER, Mark T. *Under Northern Eyes: Latin American Studies and US Hegemony in the Américas 1898-1990*. Indianápolis: Indiana University Press, 1995.
- BERGMEIER, Horst J. P.; LOTZ, Rainer E.. *Hitler's Airwaves: The Inside Story of Nazi Radio Broadcasting and Propaganda Swing*. New Haven: Yale University Press, 1997.
- BLOCH, Marc. *Pour une histoire comparée des sociétés européennes*. In: *Mélanges Historiques*. t.I, Paris: S.E.V.P.E.N., 1963.
- BURBAGE, R.; CAZEMANJOU, J.; KASPI, A.. *Os Meios de Comunicação nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1973.
- CABRAL, Sérgio. *A MPB na Era do Rádio*. São Paulo: Ed. Moderna, 1996.
- CAMARGO, Jimmy Garcia. *La Radio por Dentro y por Fuera*. Quito: Ediciones Ciespal, 1980
- CAPELATO, Maria Helena Rolim. *O 'gigante brasileiro' na América Latina: ser ou não ser latino-americano*. In: MOTA, Carlos Guilherme (org), *Viagem Incompleta: A Experiência Brasileira (1500-2000). A grande transação*. São Paulo: Ed. Senac/SESC-SP, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Multidões em Cena: Propaganda Política no Vargasismo e no Peronismo*. Campinas: Papyrus/FAPESP, 1998.
- CARNEIRO, Maria Luiza Tucci. *O Anti-Semitismo na Era Vargas (1930-1945)*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1988.
- CARVALHAL, Tânia Franco. *Literatura comparada: a estratégia interdisciplinar*. *Revista Brasileira de Literatura Comparada*. Niterói, UFF/Abralic/Instituto de Letras, 1991, v.1.
- CASE, Rafael. *Programa Case: O Rádio Começou Aqui*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- CERVO, Amado Luiz; BUENO, Clodoaldo. *A Política Externa Brasileira. 1822-1985*. São Paulo: Ed. Ática, 1986.
- \_\_\_\_\_. *História da Política Exterior do Brasil*. Brasília: Ed. UnB/IBRI, 2002.
- COATSWORTH, John H.; RICO, Carlos (coords.). *Imágenes de México en Estados Unidos*. México: Fondo de Cultura Económica, 1989.
- COBBS, Elizabeth Anne. *The Rich Neighbor Policy: Rockefeller and Kaizer in Brazil*. New Haven: Yale University Press, 1992.
- COLBY, Gerard; DENNETT, Charlotte. *Seja Feita a Vossa Vontade: A conquista da Amazônia: Nelson Rockefeller e o Evangelismo na Idade do Petróleo*. Rio de Janeiro/São Paulo: Ed. Record, 1998.

- CORSI, Francisco Luiz. Estado Novo: política externa e projeto nacional. São Paulo: Ed. Unesp, 1999.
- CRIPA, Ival de Assis. O Vento das Reformas: Lázaro Cárdenas e a Revolução Mexicana. Dissertação (Mestrado em História Social) - Departamento de História/FFLCH, Universidade de São Paulo, 2000.
- D'ARAUJO, Maria Celina (org.). As Instituições Brasileiras da Era Vargas. Rio de Janeiro: Eduerj/Ed. FGV, 1999.
- \_\_\_\_\_. O Estado Novo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.
- DIEHL, Paula. Propaganda e Persuasão na Alemanha Nazista. São Paulo: Annablume, 1996.
- DOZER, D. M.. Are we good neighbors? Three Decades of Inter-American Relations, 1930-1960. Flórida: Gainesville, 1959.
- DUROSELLE, Jean-Baptiste. Política Exterior de los Estados Unidos 1913-1945. Cidade de México:Fondo de Cultura Económica, 1965.
- \_\_\_\_\_. Todo Império Perecerá: Teoria das Relações Internacionais. São Paulo/Brasília: Imprensa Oficial/Ed. UnB, 2000.
- FEDERICO, Maria Elvira B.. O Sistema Brasileiro de Radiodifusão. Estrutura e Funcionamento de uma Empresa. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - ECA, Universidade de São Paulo, 1979.
- FEJES, Fred, Imperialism, Media, and the Good Neighbor: New Deal Foreign Policy and United States Shortwave Broadcasting to Latin América. New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1986.
- FERNÁNDEZ, Claudia; PAXMAN, Andrew. El Tigre: Emilio Azcárraga y su império Televisa. México, D. F.: Hoja Casa Editorial/Editorial Grijaldo, 2000.
- FERRARETO, Luiz Artur. Rádio. O Veículo, a História e a Técnica. Porto Alegre:Editora Sagra Luzzatto, 2000.
- FERREIRA, Jorge (org.). O Populismo e sua História. Debate e crítica. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- FOSTER, Eugene S.. Understanding Broadcasting. Reading: Addison-Wesley Publishing Company, 1978.
- FRANQUET, Rosa; MARTI, Josep Maria. La Radio: De la Telegrafia sin Hilos a los Satélites (Cronologia 1780-1984). Barcelona: Editorial Mitre, 1985.
- GAMBINI, Roberto. O Duplo Jogo de Getúlio Vargas. São Paulo: Símbolo, 1977.
- GARCIA, Nelson Jahr. Estado Novo, ideologia e propaganda política. São Paulo: Edições Loyola, 1982.

- GARCIA, Tânia da Costa. O "It Verde e Amarelo" de Carmem Miranda (1930-1945). Tese (Doutorado em História Social) - Departamento de História/FFCLH, Universidade de São Paulo, 2001.
- GARZA, José Luis Ortiz . La Guerra de las Ondas. México: Planeta, 1992.
- \_\_\_\_\_. México en Guerra: La historia secreta de los negocios entre los empresarios mexicanos de la comunicación, los nazis y E.U.A. México: Planeta, 1989.
- GILLY, Adolfo. El Cardenismo: una Utopia Mexicana. México: Cal y Arena, 1994.
- GOLDFEDER, Miriam. Por trás das Ondas da Rádio Nacional. São Paulo: Paz e Terra, 1981.
- GOMES, Angela Maria de Castro. A Invenção do Trabalhismo. Rio de Janeiro: Vértice/IUPERJ, 1988.
- \_\_\_\_\_. (org.). Capanema: o Ministro e seu Ministério. Bragança Paulista/Rio de Janeiro: Univ. São Francisco/FGV Editora.
- GOULART, Silvana. Sob a Verdade Oficial: Ideologia, Propaganda e Censura no Estado Novo. São Paulo: Marco Zero/CNPQ, 1990.
- GREEN, David. The Containment of Latin America: a History of the Myths and realities of the Good Neighbor Policy. Chicago: Quadrangle Books, 1971.
- GURGUEIRA, Fernando. Integração Nacional pelas Ondas: o rádio no Estado Novo. Dissertação ( Mestrado em História Social) - Departamento de História/FFLCH, Universidade de São Paulo, 1995.
- HAUSSEN, Doris Fagundes. Rádio e Política: tempos de Vargas e Perón. Porto Alegre: Edipucrs/Famecos, 2001.
- HAYES, Joy Elizabeth. Radio Nation: Communication, Popular Culture, and Nationalism in Mexico. 1920-1950. Tucson: The University of Arizona Press, 2000.
- HEAD, Sidney W.; STERLING, Christopher, H. Broadcasting in América: A Survey of Electronic Media. Boston: Houghton Mifflin Company, 1987.
- HERZ, Mônica; SILVA, Alexandra de Mello e. A Política Cultural Norte-Americana durante a Segunda Guerra Mundial. Rio de Janeiro, 1987 (mimeo).
- HILTON, Stanley E.. A Guerra Secreta de Hitler no Brasil: a espionagem e a contra-espionagem aliadas no Brasil, 1939-1945. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1983.
- HOGAN, Michael J. (org.). America in the World. The Historiography of American Foreign Relations since 1941. Cambridge: Cambridge University Press, 1995.

- JUNQUEIRA, Mary Anne. Estados Unidos: A consolidação da nação. São Paulo: Ed. Contexto, 2001.
- \_\_\_\_\_. Ao Sul do Rio Grande. Imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970). Bragança Paulista: EDUSF, 2000.
- KNIGHT, Alan. The rise and fall of Cardenismo, c. 1930-c.1946. In: Leslie Bethell (org.). Mexico since independence. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
- LEITE, Sidney Ferreira. O Filme que não Passou: Estados Unidos e Brasil na Política da Boa Vizinhança - A Diplomacia através do Cinema. Tese (Doutorado em História Social) - Departamento de História/ FFLCH, Universidade de São Paulo, 1998.
- LENHARO, Alcir. Sacralização da Política. Campinas: Papyrus, 1986.
- LOPES, Saint-Clair da Cunha. Radiodifusão Hoje. Rio de Janeiro: Editora Temário, 1970.
- MAC CANN JR., Frank D. The Brazilian American Alliance, 1937-1945. Princeton: Princeton University Press, 1973.
- MADRID, André Casquel. Aspectos da Teleradiodifusão Brasileira. Tese (Doutorado em Comunicação) - ECA, Universidade de São Paulo, 1972.
- MANCISIDOR, Alberto Diaz. La Empresa de Radio en USA. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 1984.
- MARKS III, Frederick W.. Wind Over Sand: The Diplomacy of Franklin Roosevelt. Athens: The University of Geórgia Press, 1988.
- MENEGUELLO, Cristina. Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50. Campinas: Ed. Unicamp, 1996.
- MILLER, Michael Nelson. Red, White, and Green: The Maturing of Mexicanidad 1940-1946. El Paso: Texas Western Press, 1998.
- MORAIS, Rogério. Seis Décadas de Técnicas e Criatividade do Rádio Brasileiro (Antes e depois da TV). Fortaleza: Sincor, 1996.
- MOREIRA, Sonia Regina. O Rádio Chega ao Século XXI. Evolução das Tecnologias e das Leis nos EUA e no Brasil. Tese (Doutorado em Comunicação) - ECA, Universidade de São Paulo, 1999.
- MOURA, Gerson. Estados Unidos e América Latina. São Paulo: Contexto, 1990.
- \_\_\_\_\_. Autonomia na Dependência: A Política Externa Brasileira de 1935 a 1942. São Paulo: Nova Fronteira, 1980.

- MOURA, Gerson. História de uma História: Rumos da Historiografia Norte-americana no Século XX. São Paulo: Edusp, 1995.
- \_\_\_\_\_. Sucessos e Ilusões: Relações Internacionais do Brasil durante e após a Segunda Guerra Mundial. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1991.
- \_\_\_\_\_. Tio Sam chega ao Brasil: A penetração cultural americana. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- MURCE, Renato. Bastidores do Rádio: Fragmentos do Rádio de Ontem e de Hoje. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1976.
- NIBLO, Stephen R.. Mexico in the 1940s: Modernity, Politics, and Corruption. Delaware: S.R. Books, 2001.
- \_\_\_\_\_. War, Diplomacy and Development: The United States and Mexico. 1938-1954. Delaware: S.R.Books, 1995.
- OLIVEIRA, Lúcia Lippi. Americanos. Representações da identidade nacional no Brasil e nos EUA. Belo Horizonte: Ed. UFMG. 2000.
- OLIVEIRA, Lúcia Lippi; VELLOSO, Mônica Pimenta; GOMES, Ângela Maria Castro. Estado Novo. Ideologia e poder. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.
- PAZ, Maria Emilia. Strategy, Security, and Spies. Mexico and the U.S. as Allies in World War II. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 1997.
- PEREIRA, João Baptista Borges. Cor, Profissão e Mobilidade. O negro e o rádio de São Paulo. São Paulo: Edusp, 2001.
- PIKE, Fredrick B.. FDR's Good Neighbor Policy. Sixty Years of Generally Gentle Chaos. Austin: University of Texas Press, 1995.
- \_\_\_\_\_. The United States and Latin América. Myths and Stereotypes of Civilization and Nature. Austin: University of Texas Press, 1992.
- PINHEIRO, Leticia. A Entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial. Revista USP, São Paulo, jun/ago, 1995, n ° 26, p. 108-119.
- \_\_\_\_\_. As Relações Culturais Brasil-Estados Unidos 1940-1946. Rio de Janeiro, 1985 (mimeo).
- PRADO, Maria Lígia Coelho. "Davi e Golias: as relações entre Brasil e Estados Unidos no século XX". In: MOTA, Carlos Guilherme (org), Viagem Incompleta: A Experiência Brasileira (1500-2000). A grande transação. São Paulo: Ed. Senac/SESC-SP, 2000.
- \_\_\_\_\_. À Guisa de Introdução: Pesquisa sobre História da América Latina no Brasil. Revista Eletrônica da Anphlac, 2000, n ° Zero.

- PRADO, Maria Lígia Coelho. A história distanciada, Folha de São Paulo, São Paulo, 05/04/1998, Caderno Mais.
- \_\_\_\_\_. América Latina no século XIX: Tramas, Telas e Textos. São Paulo/Bauru: Edusp/Edusc, 1999.
- \_\_\_\_\_. Ser ou não ser um bom vizinho. América Latina e Estados Unidos durante a guerra. Revista USP, São Paulo, jun/ago 1995, n.º 26, p. 52-61..
- PRATT, Julius W.. A History of United States Foreign Policy. New Jersey:Prentice-Hall, Inc, 1965.
- REICH, Cary. The Life of Nelson A. Rockefeller: Worlds to conquer. 1908-1958. New York: Doubleday, 1996.
- RENOUVIN, Pierre & DUROSELLE, Jean-Baptiste. Introdução à História das Relações Internacionais. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.
- RODRIGUES, Gilberto Marcos Antonio. O que são Relações Internacionais. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- RODRIGUES, José Honório; SEITENFUS, Ricardo A. S.. Uma História Diplomática do Brasil. 1531-1945. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.
- ROMAIS, Célio. O que é Rádio em Ondas Curtas. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ROMO, Cristina. Ondas, Canales y mensajes: Um perfil da la Radio en México. Guadalajara: Iteso, 1991.
- ROSEMBERG, Emily. Spreading the American Dream: American Economic and Cultural Expansion, 1890-1945. New York: Hill and Wang, 1982.
- ROUT JR, Leslie B.; BRATZEL, John F.. The Shadow War. German Espionage and United States Counterespionage in Latin America during World War II. Maryland: University Publications of América, 1986.
- ROWLAND, Donald W.. History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. Washington: Government Printing Office, 1947.
- SAMPAIO, Mario Ferraz. História do Rádio e da Televisão no Brasil e no Mundo. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.
- SARAIVA, José Flávio Sombra (org.). Relações Internacionais. Dois séculos de história. Entre a preponderância européia e a emergência americano-soviética (1815-1947). Vol. I. Brasília: Funag/IBRI, 2001.
- SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, Sonia Virginia. Rádio Nacional, o Brasil em sintonia. Rio de Janeiro: Martins Fontes/Funarte, 1984.
- SCHOULTZ, Lars. Estados Unidos: poder e submissão: Uma História da Política Norte-Americana em relação à América Latina. Bauru: Edusc, 2000.

- SCHULER, Friedrich Engelbert. Mexico between Hitler and Roosevelt: Mexican Foreign Relations in the Age of Lazaro Cardenas, 1934-1940. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1998.
- SCHUMACHER, Maria Esther (comp.). Mitos en las relaciones México-Estados Unidos. México: Fondo de Cultura Económica, 1994.
- SCHWARTZMAN, Simon (org). Estado Novo, um auto-retrato (Arquivo Gustavo Capanema). Brasília: Ed. Unb, 1983.
- SCHWARTZMAN, Simon et al. Tempos de Capanema. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- SCHWOCH, James. The American Radio Industry and Its Latin American Activities, 1900-1939. Chicago: University of Illinois Press, 1990.
- SEITENFUS, Ricardo. A Entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial. Porto Alegre:Edipucrs, 2000.
- SHULMAN, Holly Cowan. The Voice of América. Propaganda and Democracy, 1941-1945. Madison: The University of Wisconsin Press, 1990.
- SILVA, José Luiz Werneck da. (org.) O Feixe e o Prisma: Uma revisão do Estado Novo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.
- SMITH, Robert Freeman. "Estados Unidos y la Revolución Mexicana, 1921-1950". In: SCHUMACHER, Maria Esther (org). Mitos en las relaciones México-Estados Unidos. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica/Secretaría de Relaciones Exteriores, 1994.
- SOUZA, José Inácio de Melo. Ação e Imaginário de uma ditadura; controle, coerção e propaganda política nos meios de comunicação durante o Estado Novo. Dissertação (Mestrado em Comunicação) -. ECA, Universidade de São Paulo, 1990.
- TAVARES, Reynaldo C.. Histórias que o Rádio não contou: Do Galena ao Digital, Desvendando a Radiodifusão no Brasil e no Mundo. São Paulo: Negócio Editora, 1997.
- TEIXEIRA, Gilberto Lopes. Antiimperialismo e Nacionalismo. A Polêmica dos anos 20 na Visão de Haya de La Torre e Julio Antonio Mella. Tese (Doutorado em História Social) - Departamento de História/FFLCH, Universidade de São Paulo, 2001.
- TOTA, Antonio Pedro. A Locomotiva no Ar: Rádio e Modernidade em São Paulo. 1924-1934. São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura/PW, 1990.
- \_\_\_\_\_. O Imperialismo Sedutor: A Americanização do Brasil na Época da Segunda Guerra. São Paulo:Companhia das Letras, 2000.

- TRILLO, Maurício Tenório. Caminhando para a 'desestadunização' da história dos Estados Unidos: um diálogo. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, 2001, n ° 27, p. 9-30.
- VAZQUEZ, Josefina Zoraida; MEYER, Lorenzo. México frente a Estados Unidos (un ensayo histórico 1776-1988). México: Fondo de Cultura Económica, 1989.
- \_\_\_\_\_. *The United States and Mexico*. Chicago: The University of Chicago Press, 1985.
- ZACATECAS, Bertha. *Vidas en el Aire. Pioneros de la radio en México*. Mexico D.F.: Ed. Diana, 1996.

Este livro foi impresso em sistema digital  
e offset com arquivos fornecidos pela Editora, por



Fone: (11) 3812-2817  
[linearb@linearb.com.br](mailto:linearb@linearb.com.br)  
[www.linearb.com.br](http://www.linearb.com.br)

## **SOBRE O AUTOR**

### **Marquilandes Borges de Sousa**

graduou-se em História pela Universidade de São Paulo, onde também obteve o título de mestre em 2002. É professor de História em curso pré-vestibular e ensino superior e coordenador da revista *Desvendando a História* (Editora Escala Educacional). Atualmente desenvolve sua tese de doutoramento sobre as relações entre Estados Unidos e América do Sul na primeira metade do século XIX no Departamento de História, FFLCH-USP.

**N**este livro, Marquilandes Borges de Sousa analisa um tema particularmente desafiador. Aborda por um ângulo diferente – o da radiodifusão – as relações entre a América Latina e os Estados Unidos durante o período crucial da Segunda Guerra Mundial. Mostra com precisão a transformação do rádio em elemento de propaganda ideológica para tentar adequar a América Latina aos fins da política externa dos Estados Unidos, consubstanciada na idéia de “defesa hemisférica”. Desvenda os bastidores da implantação desse projeto no que se refere à indústria radiofônica, indicando que suas principais diretrizes permaneceram mesmo depois de terminado o conflito internacional. [...]

Um dos muitos méritos do trabalho de Marquilandes é seu cuidado em não apresentar frases de efeito, com jargões e lugares comuns. Sua análise é sutil mas, nem por isso, menos crítica. Demonstra que o governo dos Estados Unidos promoveu uma deliberada política externa baseada na propaganda política, pela qual os valores norte-americanos foram enaltecidos e sobreestimados. A América Latina entrava como parceira na confraternização continental, cabendo a ela apenas um papel subordinado e de coadjuvante.

da apresentação de

MARIA LIGIA COELHO PRADO



Traducción del portugués para **ReHiMe**  
**Selene Román**