



**O primeiro filme antinazista no Brasil:** uma análise comparada da divulgação de *Tempestades d'alma* na imprensa carioca

Liliane Costa Andrade\*  
Dilton Cândido Santos Maynard\*\*

ANDRADE, L. C.; MAYNARD, D. C. S. **O primeiro filme antinazista no Brasil:** uma análise comparada da divulgação de *tempestades d'alma* na imprensa carioca. *História Social*, v. 19 n. 27/28, 2024, pp. 446-474.  
<https://doi.org/10.53000/hs.v19i27/28.5307>

---

**Resumo:** Considerando a relação entre imprensa e cinema durante a II Guerra Mundial (1939-1945), este artigo analisa comparativamente a divulgação de *Tempestades d'Alma*, o primeiro filme de propaganda antinazista exibido no Brasil, na imprensa do Rio de Janeiro. Para tanto, utilizamos os periódicos *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã* e *A Noite*, sobretudo as edições publicadas dias antes da estreia do filme, bem como aquelas divulgadas nas duas primeiras semanas de exibição, a fim de melhor compreender as expectativas e as primeiras reações em torno do longa-metragem. Diante do esforço de combate ao Terceiro Reich no contexto brasileiro, cinema e imprensa atuaram juntos na oposição ao regime liderado por Adolf Hitler.

**Palavras-chave:** II Guerra Mundial. Imprensa e Cinema. *Tempestades d'Alma*.

---

\* Doutorado em andamento em História Comparada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGHC/UFRJ). Professora da Secretaria de Educação do Estado da Bahia.

\*\* Doutor em História pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professor do Departamento de História e do Mestrado Profissional em Ensino de História da Universidade Federal de Sergipe (DHI/PROFHISTÓRIA/UFS), e do Programa de Pós-graduação em História Comparada da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGHC/UFRJ).



## **The first anti-nazi film in Brazil:**

a comparative analysis of the divulgation of *Tempestades d'alma* in  
the press of Rio de Janeiro

Liliane Costa Andrade  
Dilton Cândido Santos Maynard

---

**Abstract:** Based on the relationship between press and cinema during World War II (1939-1945), this article comparatively analyzes the dissemination of *The Mortal Storm*, the first anti-Nazi propaganda film shown in Brazil, in the press of Rio de Janeiro, more specifically in *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã* and *A Noite*. To do this, we used editions published days before the film's premiere, as well as those released in the first two weeks of screening, in order to better understand expectations and the first reactions caused by the feature film. Faced with the war effort that was necessary to combat the Third Reich, in the Brazilian context, cinema and the press worked together to disseminate propaganda against the regime led by Adolf Hitler.

**Keywords:** World War II. Press and Cinema. *The Mortal Storm*.

## 1. Introdução

Pouco antes do início da II Guerra Mundial (1939-1945)<sup>3</sup>, a *Warner Brothers* inaugurou uma nova categoria de filmes que ficaram conhecidos como “antinazistas”. Como o próprio nome sugere, essas produções tinham o principal objetivo de apresentar uma leitura negativa em relação às ideias e práticas do regime liderado por Adolf Hitler, que governava a Alemanha desde 1933<sup>4</sup>. Através dos filmes antinazistas, a indústria cinematográfica reforçou o trabalho de mobilização em favor dos Aliados, levando a um público diversificado imagens, sons e movimentos para seduzir e formar opiniões.

Neste artigo, analisamos como os jornais cariocas *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã* e *A Noite* difundiram informações sobre *Tempestades d'Alma*<sup>5</sup>, o primeiro filme do gênero exibido no Brasil, observando a sua divulgação como parte do esforço de mobilização para guerra no Brasil e nas Américas. Para isso, utilizamos as edições desses periódicos publicadas entre os anos de 1942 – que marcou o início da exibição dos filmes antinazistas no Brasil – e 1945 – ano em que a II Guerra Mundial chegou ao fim. Priorizamos as publicações realizadas poucos dias antes da estreia do filme e aquelas efetuadas nas duas primeiras semanas de exibição, que foram as mais pertinentes no oferecimento de informações para a realização da análise fundamentada na metodologia comparativa<sup>6</sup>.

---

<sup>3</sup> O conflito teve em setembro de 1939, após a invasão das tropas nazistas ao território polonês. Para saber mais, ver: EVANS, Richard. Bestas em forma humana. In: EVANS, Richard. **O Terceiro Reich em Guerra**. 3.ed. Tradução: Lúcia Brito e Solange Pinheiro. São Paulo: Planeta, 2016, p. 21-135.

<sup>4</sup> A primeira produção cinematográfica desse tipo se chamou *Confissões de Um Espião Nazista*. Cf. CONFESSIONS OF A NAZI SPY. Direção de Anatole Litvak. Produção de Hal B. Wallis; Jack L. Warner; Robert Lord. Estados Unidos: Warner Brothers, 1939. 1 DVD (104 min.) son, preto e branco.

<sup>5</sup> THE MORTAL STORM. Direção e produção de Frank Borzage. Estados Unidos: Metro-Goldwyn-Mayer, 1940. 1 DVD (100 min.), son, preto e branco.

<sup>6</sup> Para a operacionalização da análise, foram utilizadas as seguintes edições: *Jornal do Brasil* (edições 00052 a 00073, publicadas entre os dias 04 e 28 de março de 1942); *Correio da Manhã* (edições 14527 a 14543, publicadas entre os dias 13 de março e 01 de abril de 1942); e *A Noite* (edições 10799 a

Embora o cerne da investigação esteja nos exemplares de 1942, as demais edições serviram para nos oferecer um panorama acerca do alcance do filme em relação às salas de cinema do Rio de Janeiro<sup>7</sup>.

Ao propormos um olhar comparativo, acompanhamos a proposta defendida por Marc Bloch (1886-1944), para quem abordagem comparada em História resulta em “escolher, em um ou vários meios sociais diferentes, dois ou vários fenômenos que pertencem à primeira vista, apresentar certas analogias, descrever as curvas de sua evolução, encontrar diferenças e semelhanças e, na medida do possível, explicar umas às outras”<sup>8</sup>. No entanto, conforme observa José D’Assunção Barros, é estratégico delimitar que o ato de comparar, sobretudo documentos, algo comum em qualquer investigação histórica, é prática recorrente entre os historiadores<sup>9</sup>. Assim sendo, ressaltamos que, na história comparada, o foco está nos fenômenos, nos problemas, de forma especial nas dessemelhanças<sup>10</sup>.

A partir da comparação é possível, conforme ressaltado por Peter Burke, observar o que está faltando, o que está presente, buscando entender a importância de uma ausência específica<sup>11</sup>. Amparando a mesma concepção, Jurgen Kocka destaca como a abordagem comparativa permite

---

10827, publicadas entre os dias 05 de março e 02 de abril de 1942).

<sup>7</sup> A partir da análise da divulgação de *Tempestades d’Alma* nos jornais cariocas realizadas entre 1942 e 1945, concluímos que o filme foi exibido em 36 cinemas do Rio de Janeiro, localizados tanto no centro como nos bairros. São eles: Metro Passeio, Metro Tijuca, Metro Copacabana, Odeon, Império, Eldorado, Madureira, Ideal, Politeama, Pirajá, Modelo, Avenida, Para Todos, São Cristóvão, Centenário, Floriano, Americano, Coliseu, Moderno, Rio Branco, Fluminense, Piedade, Meyer, Guarani, Lapa, Natal, Catumbi, Nacional, Visa Isabel, Santa Helena, Paraíso, Santa Helena, D. Pedro, Cine O.K, Lux e Irajá. O maior volume de exibições concentrou-se em 1942. Entendemos que, além de deixar de ser uma novidade a partir de 1943, *Tempestades d’Alma* passou a concorrer com outros filmes antinazistas que chegavam ao país.

<sup>8</sup> BLOCH, Marc. Para uma História Comparada das Sociedades Europeias. In: BLOCH, Marc. **História e Historiadores**. Lisboa: Teorema, 1998, p. 120-121.

<sup>9</sup> BARROS, José. História Comparada. Um novo modo de ver e fazer a História. **Revista de História Comparada**, v.1, n.1, jun.2007, p. 1-30.

<sup>10</sup> MAYNARD, Dilton C. S.; SÁ, Katty. História Comparada e Tempo Presente. In: MAYNARD, Dilton C. S.; SÁ, Katty (Orgs.). **História Comparada e Tempo Presente**. Recife: EDUPE, 2021, p. 5-14.

<sup>11</sup> BURKE, Peter. Métodos e modelos: comparação. In: BURKE, Peter. **História e teoria social**. São Paulo: Editora UNESP, 2002. p. 39-46.

o esclarecimento de questões e problemas que poderiam ser perdidos ou negligenciados, assim como ajuda a elucidar os perfis de casos singulares<sup>12</sup>. Nesse sentido, o método comparativo contribui para que possamos entender, a partir das semelhanças, diferenças e influências, a relação de três periódicos publicados na mesma cidade e no mesmo período com a propaganda antinazista veiculada a partir de um filme estadunidense.

Compreendemos aqui a narrativa fílmica como produtora de um discurso sobre a história, mas também como um registro de um determinado contexto. Entendemos que o filme deve sempre nos interessar não apenas por aquilo que testemunha, mas também pela sociedade que autoriza a sua produção<sup>13</sup>. Consideramos a força do cinema e de suas produções, não apenas como expedientes da propaganda como lembrou Nelson Jahr Garcia<sup>14</sup>, mas também como elementos construtores de uma visão de mundo, orientadora de comportamentos, reforçadora de convicções e ideologias, como observou Douglas Kellner<sup>15</sup>.

Apesar das diferenças nos enredos, os filmes antinazistas estadunidenses seguiam um certo padrão na propagação da imagem dos nazistas e do nazismo. A abordagem variava de acordo com o gênero e com o enredo da película, mas de um modo geral os personagens nazistas eram retratados a partir de um conjunto de características como a violência e a covardia; o autoritarismo e a intolerância; a incompetência e o despreparo; a ignorância e a idolatria; entre outras. Como ressaltado por Andreza Maynard, as produções antinazistas inovavam por apresentarem os alemães

---

<sup>12</sup> KOCKA, Jürgen. Comparação e Além. História e Teoria. **Studies in the Philosophy of History**, v. 42, n. 1, fev. 2003. Tradução: Maria Elisa da Cunha Bustamante.

<sup>13</sup> BODNAR, John. Saving Private Ryan and Postwar Memory in America. **The American History Review**. Oxford, v. 116, n. 3, 2001, p. 85-98. CARRETERO, Pilar Amador. El Cine como documento social: una propuesta de análisis. **Ayer. Revista de História Contemporânea**. Valencia, 1996, p. 113-145.

<sup>14</sup> GARCIA, Nelson Jahr. **Propaganda: ideologia e manipulação**. RocketEdition – eBooksBrasil, 1999. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/manipulacao.html>>. Acesso em 26/08/2021.

<sup>15</sup> KELLNER, Douglas. Cultura da mídia, política e ideologia: de Reagan e Rambo. In. KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Tradução: Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: EDUSC, 2001. p.75-122.

que faziam parte do Partido Nacional Socialista de forma pejorativa, a partir de um conjunto de características físicas, comportamentais e psicológicas, oferecendo nos cinemas uma leitura a respeito das particularidades desse universo político<sup>16</sup>.

Somado a isso, os principais ideais propagados pelo “*Fubrer*”, como o de superioridade da raça ariana, a simbologia e as instituições que compunham o Terceiro Reich, como a suástica e a Gestapo, respectivamente, eram exploradas na composição desses filmes. Por um lado, essas produções buscavam influenciar a opinião dos espectadores contra o nazismo e, por outro, ambicionavam a lucratividade proporcionada por filmes que abordavam um tema pertinente do ponto de vista mercadológico, considerando o contexto em que foram produzidos.

Segundo Ben Urwand, por muito tempo Hollywood colaborou com o regime nazista, temendo a perda do lucrativo mercado alemão. Todavia, com o início do conflito e a mudança no cenário europeu diante dos embates, os estúdios mudaram sua prioridade e entenderam que criticar o nazismo era mais oportuno<sup>17</sup>. Foi nesse contexto que a *Metro-Goldwyn-Mayer* (MGM), uma das últimas a romper com a Alemanha, lançou *Tempestades d’Alma*, seu primeiro filme antinazista, em 1940.

Dirigido pelo estadunidense Frank Borzage (1894-1962), o longa foi inspirado em um romance homônimo escrito por Phyllis Bottome (1884-1963) e publicado em 1938<sup>18</sup>. A trama, que se passa em 1933 em uma pequena cidade universitária localizada nos alpes ao sul da Alemanha, conta a história da família de Viktor Roth (Frank Morgan), um prestigiado professor universitário que passa a ser perseguido pelos nazistas devido ao seu posicionamento em favor do conhecimento científico e contrário à ideia de raça superior difundida por Hitler. Aos poucos, a família feliz

<sup>16</sup> MAYNARD, Andreza S. C. O Filme *Confissões de um espião nazista* e o Antinazismo nas Telas Aracajuanas. In: MAYNARD, Dilton C. S.; MAYNARD, Andreza S. C. (Orgs.). **Leituras da Segunda Guerra Mundial em Sergipe**. São Cristóvão: Editora UFS, 2013, p. 130.

<sup>17</sup> URWAND, Ben. **O pacto entre Hollywood e o Nazismo**: como o cinema americano colaborou com a Alemanha de Hitler. Tradução: Luis Reyes Gil. São Paulo: LeYa, 2019, p. 236.

<sup>18</sup> BOTTOME, Phyllis. **The Mortal Storm**. Boston: Little, Brown and Company, 1938.

apresentada no início da película é destruída devido à influência nefasta do nazismo. A dramaticidade do enredo atinge seu ápice na parte final, marcada pelas mortes trágicas tanto de Roth como da sua filha Freya (Margareth Sullavan).

De acordo com David Bordwell, os roteiros dos filmes hollywoodianos seguem uma fórmula que se inicia com um estágio de equilíbrio, a luta e a eliminação do elemento perturbador<sup>19</sup>. Contrariando essa lógica, *Tempestades d'Alma* não termina com a derrota do elemento perturbador e o consequente final feliz. O impacto causado pela produção reverberou na sua recepção:

Quando *Tempestades d'Alma* foi lançado, em 14 de junho de 1940, era sem dúvida o primeiro filme antinazista verdadeiramente significativo. Os papéis principais eram de Jimmy Stewart e Margareth Sullavan, ele era de fato ambientado na Alemanha e atacava os nazistas por sua perseguição a um grupo minoritário<sup>20</sup>.

Até *Tempestades d'Alma*, apenas *Confissões de Um Espião Nazista* e *Quatro Filhos*<sup>21</sup> haviam sido produzidos e lançados por estúdios hollywoodianos. Contudo, coube à película de Borzage o primeiro bom resultado perante o público. Conforme destacado por Urwand:

Segundo uma enquete com trezentas pessoas, realizada duas semanas após o lançamento do filme, as impressões mais fortes deixadas pelo filme foram desempenho dos atores (62%)... mudanças devidas a Hitler (65%)... propaganda (46%)... beleza dos cenários (45%). A perseguição aos judeus impressionou apenas 7% das pessoas<sup>22</sup>.

---

<sup>19</sup> BORDWELL, David. O cinema clássico hollywoodiano: normas e princípios narrativos. In: RAMOS, Fernão Pessoa (Org). **Teoria contemporânea do cinema**. Vol. 2. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005, p. 279.

<sup>20</sup> URWAND, Ben. **O pacto entre Hollywood e o Nazismo**: como o cinema americano colaborou com a Alemanha de Hitler. p. 243.

<sup>21</sup> FOUR SONS. Direção de Archie Mayo. Produção de Darryl F. Zanuck. Estados Unidos: 20th Century-Fox, 1940. 1 DVD, (88 min.), son, preto e branco.

<sup>22</sup> URWAND, Ben. **O pacto entre Hollywood e o Nazismo**: como o cinema americano colaborou

Apesar do desempenho favorável, não bastava ao filme da MGM impressionar apenas o público dos Estados Unidos. Os espectadores de cinema de outros países, entre eles os brasileiros, também precisavam consumir aquele produto.

Além da sua posição estratégica diante da guerra, com uma parte do seu território voltado ao Oceano Atlântico, o Brasil representava um dos principais mercados consumidores dos filmes estadunidenses, como constatado pela revista *Cinearte* em 1939: “Com seus 1.250 cinemas equipados e sua população de língua portuguesa, de 40 milhões de habitantes o Brasil continua o melhor mercado para o film americano [...]”<sup>23</sup>. Todavia, nos anos iniciais da II Guerra a posição oficialmente neutra adotada pelo país, que vivia sob a ditadura do Estado Novo (1937-1945), impediu a projeção das produções antinazistas de Hollywood. Apenas no início de 1941, após o rompimento das relações diplomáticas com os países do Eixo (Alemanha, Itália e Japão)<sup>24</sup>, é que o governo brasileiro, através do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP)<sup>25</sup>, autorizou a exibição das películas no país.

E coube às salas de cinema do Rio de Janeiro, então capital do Brasil, o pioneirismo na veiculação dos filmes antinazistas estadunidenses. Apesar de não ter sido o primeiro a ser lançado, o fato de a MGM possuir seus

---

com a Alemanha de Hitler. p. 243.

<sup>23</sup> BIBLIOTECA DIGITAL DAS ARTES DO ESPETÁCULO. *Cinearte*. Rio de Janeiro, 15 set., p. 7. Disponível em: <http://bjks-opac.museus.gov.br/>. Acesso em: 01/08/2024.

<sup>24</sup> A decisão do governo brasileiro ocorreu em detrimento do ataque japonês à base naval estadunidense de Pearl Harbor, ocorrida em 7 de dezembro de 1941. Para saber mais, ver: ARGUELHES, Delmo de Oliveira. A conferência dos chanceleres americanos de 1942 e o envolvimento brasileiro na Segunda Guerra Mundial. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (Orgs.). **O Brasil e a Segunda Guerra Mundial**. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010, p. 115-146.

<sup>25</sup> Comandado pelo jornalista sergipano Lourival Fontes (1889-1967), o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) foi um órgão do Estado Novo responsável por coordenar e orientar a propaganda interna e externa, através da censura exercida aos meios de comunicação em massa. Para saber mais, ver: VELLOSO, Mônica Pimenta. Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo. **Revista de Sociologia e Política**. Paraná, n. 9, p. 57-74, 1997.



próprios cinemas no Rio de Janeiro, através da empresa Metro-Goldwyn-Mayer do Brasil LTDA, fez com que *Tempestades d'Alma* fosse o primeiro filme antinazista a ser projetado para o público brasileiro. De acordo com Alice Gonzaga, ao se instalar no Rio de Janeiro em 1926, a empresa adotou uma medida que impactou diretamente o circuito exibidor da cidade, isto é, a de que os cinemas que se comprometessem a exibir suas produções, não poderia recorrer a outras marcas, um passo que prenunciou a abertura de salas de exibição pelas distribuidoras americanas<sup>26</sup>.

As primeiras sessões de *Tempestades d'Alma* ocorreram no cinema Metro Passeio, localizado na Rua do Passeio, nº 62 – Centro, conforme as divulgações realizadas pela imprensa<sup>27</sup>. Mas possuir suas próprias salas de exibição não bastava para a Metro. Era preciso que houvesse uma divulgação eficiente da película em outros meios de comunicação a fim de atrair o público às sessões. Discorrendo sobre a História Social do cinema, Alexandre Busko Valim enfatiza a importância de se investigar outros meios de comunicação que ajudaram o filme a estabelecer uma certa hegemonia ou domínio cultural de instituições e valores em detrimento de outros, afinal, “Esses veículos fornecem informações valiosas sobre atitudes e tendências

---

<sup>26</sup> Sobre o funcionamento das salas de cinema do Rio de Janeiro do período da II Guerra Mundial, ver: GONZAGA, Alice. **Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Funarte Record, 1996, p. 138.

<sup>27</sup> Dois dias antes da estreia, o *Jornal do Brasil* divulgou um texto com o seguinte título: “Será já Segunda-Feira, depois de amanhã, a sensacional estréia de *Tempestades d'alma*, no Metro-Passeio.” Cf. FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital: Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 14 mar. 1942, p. 9. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 08/01/2025. No mesmo dia, o *Correio da Manhã* também fez uma publicação divulgando a estreia do filme, em formato de cartaz. Dentre as informações contidas, estavam o nome e o número do cinema Metro-Passeio, as frases “Perfeito arc ondicionado para o seu bem-estar”, “2ª feira o 1º filme anti-nazista nas telas do Brasil!” e “Um poderoso drama de amor!”. Ademais, o cartaz trazia os nomes dos protagonistas Margaret Sullivan, James Stewart, Robert Young e Frank Morgan, a indicação de idade (proibido até 14 anos), a imagem de um casal se beijando, o título do filme em inglês e em português, e o aviso sobre a exibição do filme em outros cinemas do Distrito Federal. Cf. FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital: Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 14 mar. 1942, p. 7. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 08/01/2022.

difundidas, até porque os públicos escolhem os filmes pelas representações em revistas, televisão, jornais, conversas e outros contatos sociais”<sup>28</sup>.

Concordando com Valim, direcionamos nossa análise a partir do seguinte questionamento: quais as proximidades e dessemelhanças entre os periódicos cariocas *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã* e *A Noite* no trabalho de divulgação do filme antinazista *Tempestades d’Alma* junto ao público brasileiro?

Para isso, buscamos contextualizar cada jornal em suas relações com os empresários do ramo cinematográfico, bem como consideramos igualmente a situação política e da imprensa vivenciada no país naquele momento histórico. Por meio do DIP, o Estado Novo buscou controlar os periódicos, de maneira que suas publicações estivessem alinhadas aos ideais e posicionamentos do governo. Conforme Marialva Barbosa “O Estado ganha cada vez mais a exclusividade da divulgação – seja por coerção, seja por alinhamento político e, portanto, por concordância com as ações da sociedade política”<sup>29</sup>. Nesse contexto, entendemos que o novo posicionamento do governo brasileiro em relação à II Guerra, em relação aos filmes antinazistas, conseqüentemente, seus interesses em meio ao conflito mundial, exerceu influência direta sobre a imprensa e na forma como ela lidou com a propaganda antinazista veiculada nas películas.

## **2. “Finalmente permitida a apresentação do filme contra o nazismo”<sup>30</sup>**

Com essa entusiasmada manchete, em 09 de março de 1942, o *Jornal do Brasil*<sup>31</sup> anunciava a decisão do Gabinete de Censura para que o filme

<sup>28</sup> VALIM, Alexandre Busko. História e Cinema. In: CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo (Org.). **Novos Domínios da História**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, p. 287.

<sup>29</sup> BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa: Brasil – 1900-2000**, Rio de Janeiro, Maud X, 2007, p. 108.

<sup>30</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 04 mar. 1942, p. 9. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 04/08/2024.

<sup>31</sup> Entre 1942 e 1945, o *Jornal do Brasil* era formado pela seguinte equipe: Ernesto Pereira Carneiro (Diretor Presidente); José Pires do Rio (Diretor-Tesoureiro); e João A. MacDowell (Diretor-Secretário).

*Tempestades d'Alma* pudesse ser exibido nos cinemas brasileiros. De acordo com o impresso, a decisão do governo brasileiro em liberar o filme iria satisfazer a curiosidade do público em torno da severa crítica à política nazista. Até março de 1942, novos longas-metragens antinazistas já haviam sido lançados por Hollywood. Considerando que os filmes estadunidenses eram os mais consumidos pelos espectadores brasileiros, há de se cogitar que, de fato, havia curiosidade por parte dessas pessoas em assistir a essas películas. Por outro lado, não se pode perder de vista a necessidade do jornal em criar um clima de expectativa nesse período que antecedeu as primeiras sessões, com o intuito de atrair o maior número possível de público ao Metro Passeio.

Não por acaso, já no dia seguinte, o mesmo *Jornal do Brasil* fez nova publicação acerca do filme, informando que, talvez, ele fosse exibido antes do dia 19 de março, como havia sido programado:

Interpretado por Margareth Sullavan, James Stewart, Robert Young, Frank Morgan e Irene Rich, o impressionante filme *que já está polarizando a atenção da população carioca, através do noticiário da imprensa*, teve a carinhosa e magnífica direção de Frank Borzage, indiscutivelmente uma legítima glória do cinema contemporâneo<sup>32</sup> (grifo nosso).

É válido observar como nessa nova divulgação, além de informar sobre a possível alteração na data de estreia, o periódico ressalta o trabalho realizado pela imprensa e a relação disso com a obtenção da atenção do público para o filme. Como destacado por Tânia Regina de Luca, “a ênfase em certos temas, a linguagem e a natureza do conteúdo tampouco se dissociam do público que o jornal ou revista pretendem atingir”<sup>33</sup>. Intencionalmente, o *Jornal do Brasil* demarca a atuação da imprensa não apenas no ato de divulgar,

---

<sup>32</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: Jornal do Brasil. Rio de Janeiro, 10 mar. 1942, p. 9. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 04/08/2024.

<sup>33</sup> LUCAS, Tania Regina de. Fontes impressas: história dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi, (Org). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2010, p. 140.

mas no processo de convencimento dos espectadores no que se refere à decisão de ir ao cinema para assistir ao filme.

Dando continuidade ao seu trabalho de despertar ainda mais a curiosidade dos brasileiros e promover o desejo pela película, o *Jornal do Brasil* seguiu recorrendo a diferentes estratégias. Uma delas foi apresentar de forma sintetizada a trama; outra, foi salientar um possível tom realista da obra: “[...] o novo e sensacional filme que a Metro-Goldyn-Mayer vai apresentar por estes dias, tem as características de uma oportuna reportagem de guerra, tão grande é o realismo de suas sequências e a atualidade que o cerca”<sup>34</sup>.

Apesar do apelo do periódico, é válido ressaltar que, embora aborde um fenômeno que se desenrolava no próprio contexto em que a obra cinematográfica estava sendo realizada (o perigo do nazismo), o filme da MGM, assim como todo e qualquer filme, é um produto feito de escolhas que não são isentas de intencionalidades. Segundo Marc Ferro, ao se analisar um filme é preciso observar as relações do filme com aquilo que não é filme, ou seja, o autor, a produção, o público, a crítica, o regime de governo. Apenas dessa forma é possível compreender a obra, mas também a realidade que ela representa<sup>35</sup>.

No caso de *Tempestades d'Alma*, estamos nos referindo a um filme produzido por um estúdio dos Estados Unidos, que durante a II Guerra lutou contra a Alemanha nazista. Ademais, criticar o nazismo tornou-se, como já mencionado, um tema atraente para Hollywood. Desse modo, por mais que se inspirasse em acontecimentos reais, não se pode afirmar que a obra era um retrato total da realidade.

O periódico, contudo, parecia mais preocupado em influenciar o público e convencê-lo a assistir ao filme e, para isso, apelava para uma possível realidade dos fatos retratados na trama, e não por acaso.

---

<sup>34</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: Jornal do Brasil. Rio de Janeiro, 11 mar. 1942, p. 9. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 04/08/2024.

<sup>35</sup> FERRO, Marc. **Cinema e História**. Tradução Flávia Nascimento. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2010, p. 87.

Conforme ressaltado por Heloísa Cruz e Maria do Rosário Peixoto, os jornais e as revistas atuam, entre outras coisas, na articulação, divulgação e disseminação de projetos e ideais, assim como na formação da visão imediata de realidade e de mundo<sup>36</sup>. Nesse sentido, difundir a visão antinazista a fim de criar uma visão negativa entre os brasileiros acerca do Terceiro Reich era um dos principais objetivos desse e de outros impressos do período.

Desse modo, para engajar o processo de convencimento do público em relação ao filme estadunidense, além desses textos entusiasmados, o *Jornal do Brasil* recorria a um modelo mais técnico: os cartazes. Compostos por informações como título do filme; indicação de idade; nome e endereço do cinema; horários das sessões; além de frases de efeito como “Um forte drama de Amor nas sombras dos campos de concentração nazista” e “Um libelo anti-nazista num grande romance de amor!”, essa ferramenta de divulgação era pertinente, pois além de reunir informações centrais para o público, possuía um apelo visual. Como ressaltado por Luca, ao se trabalhar com meios de comunicação em massa, dentre eles os jornais, um dos pontos de atenção deve estar nas suas relações com o mercado:

Jornais, revistas, rádios e televisões são empresas e, portanto, também buscam lucros. De outra parte, negociam um produto muito especial, capaz de formar opiniões, (des)estimular comportamentos, atitudes e ações políticas. Elas não se limitam a apresentar o que aconteceu, mas selecionam, estruturam e narram, de uma determinada forma, aquilo que elegem como fato digno de chegar até o público<sup>37</sup>.

Desse modo, não se pode negligenciar o fato que esses jornais mantinham laços comerciais não apenas com os leitores, mas também

---

<sup>36</sup> CRUZ, Heloísa de Faria; PEIXOTO, Maria do Rosário. **Na oficina do historiador**: conversas sobre história e imprensa. *Projeto História*, São Paulo, n. 35, 2007, p. 259.

<sup>37</sup> MARTINS, Ana Luíza; LUCA, Tania Regina de. **Imprensa e Cidade**. São Paulo: Editora UNESP, 2006, p. 11.

com os proprietários das salas de cinema, visando entre outras coisas a lucratividade com a publicação dos anúncios de cunho cinematográfico: “[...] não é à toa que se afirma que o jornal é vendido duas vezes: uma para os que anunciam nele e outra para o leitor”<sup>38</sup>. No caso de *Tempestades d’Alma*, o anunciante em questão era a Metro-Goldwyn-Mayer do Brasil LTDA, proprietária de um dos principais cinemas do Rio de Janeiro e do Brasil, o que conseqüentemente nos ajuda a entender o empenho e a aplicação de uma diversidade maior de ferramentas de divulgação por parte do *Jornal do Brasil*.

Ainda no que tange aos cartazes, referências à estrutura das salas de cinema também eram comuns nesse material de divulgação. No caso do Metro Passeio, havia uma ênfase ao fato do cinema possuir aparelho de ar condicionado, bem como uma nota informando que o filme não seria exibido em outros cinemas do Rio de Janeiro em não menos de 60 dias após passar nos cinemas Metro<sup>39</sup>.

Além do Metro Passeio, a Empresa Metro-Goldwyn-Mayer do Brasil LTDA possuía outros dois cinemas localizados na capital federal: o Metro Tijuca e o Metro Copacabana. Assim como ocorria com outros filmes, *Tempestades d’Alma* foi exibido primeiro do Metro Passeio, durante 17 dias, e seguiu para projeção simultânea nas outras salas de cinema da Metro, permanecendo em cartaz até o dia 09 de abril. De acordo com a regra de exclusividade da Metro, após o dia 09 de abril o filme deveria permanecer 60 dias sem ser exibido por nenhum outro cinema do Rio de Janeiro. Todavia, com *Tempestades d’Alma* houve uma exceção:

Um fato expressivo e inédito dá-se hoje na Cinelandia: o retorno de *Tempestades d’Alma* num cinema da Companhia Brasileira de Cinemas: o Odeon. De fato, este notável filme anti-nazista estrelado por Margaret Sullavan e James Stewart, retorna à exibição antes dos 60 dias prometidos pela Metro,

---

<sup>38</sup> *Ibid.*, p. 11.

<sup>39</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: Jornal do Brasil. Rio de Janeiro, 17 mar. 1942, p. 9. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 04/08/2024.

para qualquer cinema estranho ao seu circuito. Explica-se esta exceção, entretanto, pela oportunidade do filme que é um dos mais corajosos libelos contra o quinta-colunismo e os estúpidos pre-conceitos de raça<sup>40</sup>.

Trata-se aqui de mais um indício do sucesso da película entre o público do Rio de Janeiro e da importância que ela representava no contexto da II Guerra, a partir do esforço em se criar uma imagem negativa do nazismo. Esse bom desempenho era realçado em textos como o que o *Jornal do Brasil* publicou uma semana após a estreia do filme;

Jamais no “Metro-Passeio”, se viu tal consagração! É certo que por ali passaram filmes de sucesso imenso, filmes “records”, de agrado enorme, de consagração intensa, mas nenhum, até hoje, obtivera a consagração cheia de entusiasmos (quantas vezes o público aplaude o filme durante sua projeção!) de “Tempestades dalma”, que de 16 a 22, Domingo, marcou a semana mais sensacional, a semana “record” de toda a gloriosa história do “Metro-Passeio”. Sucesso de bilheteria, que vale também por um “record” de consagração de multidões cheias de entusiasmo, um entusiasmo que desmente a fama de “frio” que tem o nosso público. “Tempestade dalma”, o primeiro filme anti-nazista nas telas do Brasil, um glorioso romance de amor que é ao mesmo tempo um vigoroso drama que retrata o calvário dos que são atirados ao horror dos campos de concentração pelo delírio dos deshumanos senhores da swastica, é bem uma realização de que sempre se orgulhará a metro-Goldyn-Mayer<sup>41</sup>.

Apesar de se assemelhar com divulgações anteriores, especialmente no que diz respeito ao uso de atributos positivos da produção, esse texto apresenta indícios da recepção de *Tempestades d’Alma*, que conforme as

---

<sup>40</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: Jornal do Brasil. Rio de Janeiro, 16 mar. 1942, p. 9. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 04/08/2024.

<sup>41</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: Jornal do Brasil. Rio de Janeiro, 24 mar. 1942, p. 12. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 04/08/2024.

informações fornecidas pelo impresso, foi proveitoso tanto do ponto de vista mercadológico, por ter marcado *records* de público no cinema Metro Passeio, como do ponto de vista propagandístico, já que o público reagiu de forma entusiasmada ao enredo antinazista.

O trabalho de divulgação realizado pela imprensa provavelmente contribuiu para que o Metro Passeio conseguisse atrair uma parte desse grande público. Mas esse mérito não recaiu apenas sobre o *Jornal do Brasil*. Outro periódico relevante da imprensa carioca do período também agiu a fim de divulgar e propagandear a película da MGM.

### 3. “2ª feira o 1º filme anti-nazista nas telas do Brasil!”<sup>42</sup>

Diferente do *Jornal do Brasil*, o *Correio da Manhã* não enfatizou a estreia de *Tempestades d’Alma*, limitando-se a publicar uma nota informando sobre a realização de uma sessão especial do filme, direcionada ao corpo diplomático e à imprensa<sup>43</sup>, além de dois cartazes, nos dias 14 e 15 de março de 1942, respectivamente, contendo informações sobre a data de estreia, frases e imagens em referência ao enredo, nomes dos (as) artistas que compunham o elenco, indicação de idade, horários das sessões, endereço e dados sobre a estrutura do cinema Metro Passeio. No caso dos cartazes, é possível observar uma semelhança entre os dois periódicos, o que nos leva a supor que a indicação do que deveria constar nessa ferramenta de divulgação partia da própria empresa proprietária do cinema.

Isso, contudo, não anula a independência dos jornais em suas decisões editoriais. Ao compararmos os dois impressos quanto à divulgação de *Tempestades d’Alma*, é possível perceber que, em ambos, as informações relativas aos cinemas estavam localizadas do meio para o fim das edições. De acordo com Cruz e Peixoto, as capas e primeiras páginas das edições

---

<sup>42</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 14 mar. 1942, p. 7. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 04/08/2024.

<sup>43</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 13 mar. 1942, p. 9. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 05/08/2024.



indicam ênfase em determinados temas e questões<sup>44</sup>. Concordando com as autoras, entendemos que a temática dos cinemas possuía uma relevância secundária, ainda mais se levarmos em consideração que esta dividia espaço com outros assuntos relacionados à vida social e cultural da cidade. Ou seja, por mais que houvesse relações empresariais entre os periódicos e os cinemas, a programação destes não era o assunto privilegiado das edições, que geralmente destacavam as principais notícias sobre a guerra.

Contudo, quando observamos a recorrência de temas relativos aos cinemas, é possível afirmar que as salas de exibição estavam entre os principais anunciantes dos periódicos. Isso nos indica que, além dos interesses empresariais que cercavam os dois lados dessa relação, os proprietários de cinema reconheciam a importância dos jornais na divulgação dos seus produtos.

No caso do *Correio da Manhã*, além das publicações dos cartazes acerca das exibições de *Tempestades d'Alma*, houve a divulgação de um cartaz reunindo as principais opiniões dos críticos de cinema sobre o longa-metragem, publicadas em outros jornais: “Um filme que se assiste com grande entusiasmo. O público aceitou-o integralmente recebendo com palmas as tiradas antinazistas” (*A Noite*); “Tempestade D’Alma corresponde plenamente a expectativa e até em alguns pontos a supera” (*O Globo*)<sup>45</sup>. Os diferentes posicionamentos sobre *Tempestades d'Alma*, emitidos por críticos dos periódicos analisados, demonstram uma concordância sobre o desempenho do filme, especialmente entre o público.

Em relação ao *Jornal do Brasil*, o método comparativo nos permite observar como o *Correio da Manhã* adotou um tom mais tímido no que diz respeito à divulgação de *Tempestades d'Alma*. Diante disso, trabalhamos com duas hipóteses para explicar a postura do jornal: o investimento dos donos de cinemas em anunciar seu produto foi maior no *Jornal do Brasil*

---

<sup>44</sup> CRUZ, Heloisa de Faria; PEIXOTO, Maria do Rosário. Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa. p. 262.

<sup>45</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: Correio da Manhã. Rio de Janeiro, 28 mar. 1942, p. 7. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 05/08/2024.

e menor no *Correio da Manhã*; ou, o *Correio da Manhã* possuía uma linha editorial mais comedida em relação à propaganda antinazista difundida no cinema. Contudo, é pertinente ressaltar que, desde 1940, o periódico mudou seu posicionamento em relação ao envolvimento do Brasil na Guerra, adotando uma postura favorável aos Aliados:

Nessa fase, o jornal declarava também que “o primeiro dever de uma nação distante é a neutralidade. Após 1940, porém, o *Correio da Manhã* mudou de posição, alegando que “nosso país não podia continuar alheio aos anseios democráticos da época”. O jornal acompanhava as decisões do governo em relação à política externa, pontuando sua opinião de acordo com as oscilações que o próprio governo exibia diante da questão<sup>46</sup>.

Considerando o apoio do *Correio da Manhã* à causa aliada, antes mesmo da mudança de postura do governo brasileiro, a primeira hipótese explicativa para a diferença de engajamento entre o *Jornal do Brasil* e o *Correio da Manhã* nos parece fazer mais sentido, ainda mais se levarmos em consideração a divulgação de outras películas do gênero antinazista, onde é possível constatar que o tom adotado pelo jornal dirigido por Paulo Bittecourt<sup>47</sup> (1892-1963) foi o mesmo ao empregado em *Tempestades d'Alma*<sup>48</sup>.

Isso, contudo, não invalida a contribuição do *Correio da Manhã* naquele processo, embora seja possível considerar que ela se mostrou menos

---

<sup>46</sup> LEAL, Carlos Eduardo. *Correio da Manhã*. In: ABREU, Alzira Alves de; BELOCH, Israel; WELTMAN, Fernando Lattman; LAMARÃO, Sérgio Tadeu de Niemeyer (Orgs.). **Dicionário histórico-biográfico brasileiro pós-1930**. Rio de Janeiro, FGV/CPDOC, 2001. Disponível em: <https://www18.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo?busca=correio+da+manha%C3%A3&TipoUD=0&MacroTipoUD=0&MacroTipoUD=0&nItens=30>. Acesso em: 17/11/2024.

<sup>47</sup> Outros nomes que compunham a equipe editorial do *Correio da Manhã* nesse período eram Mario Alves (Diretor-Gerente) e Costa Rego (Redator-Chefe).

<sup>48</sup> Sobre a análise da divulgação de outros filmes antinazistas estadunidenses na imprensa carioca, ver: ANDRADE, Liliane Costa. **“Hollywood Declara Guerra”**: análise comparada da divulgação dos filmes antinazistas norte-americanos nos jornais do Rio de Janeiro e de Aracaju (1942-1945). 2021. 181 f. Dissertação (Mestrado em História Comparada). Programa de Pós-graduação em História Comparada, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: 2021.

significativa que a do seu concorrente. Um terceiro impresso que circulava no Rio de Janeiro no período e que também atuou na disseminação de informações sobre o primeiro filme antinazista no Brasil foi *A Noite*.

#### 4. “Tempestade d’alma – No Metro – Classe A”<sup>49</sup>

Uma das principais estratégias adotadas por *A Noite*<sup>50</sup> na divulgação dos filmes, e que diferencia o jornal dos demais aqui analisados, estava nas cotações utilizadas para julgar a qualidade de cada película, realizadas por cronistas de cinema. No dia 28/06/1942, o então profissional que assinava as crônicas do jornal – em substituição ao titular efetivo daquela seção, R. Magalhães Junior, que se encontrava nos EUA escrevendo reportagens e falando no rádio – publicou um texto no qual, entre outras coisas, explicava aos leitores o sistema aplicado para o julgamento dos filmes, que variava entre as seguintes classes: “Especial”, “A”, “B”, “C” e “D”. Tratava-se, segundo o cronista que assinava como F.A.B, de “uma forma inteligente de orientar o público, tanto quanto possível, no bom caminho da sétima arte”<sup>51</sup>. Ainda, era informado, de forma direta e didática, em que consistia o trabalho do cronista de cinema:

O cronista de cinema, ao nosso ver, tem que pensar no público para o qual escreve. E por isso mesmo precisa ser direto, simples, objetivo. Nada de divagações em torno de peculiaridades técnicas que escapam de resto ao entendimento dos não-iniciados nos mistérios cinematográficos. Do contrário, o cronista acaba falando sozinho. Se teimar, perderá todo o seu latim, com prejuízo do público que ficou afinal sem saber o que

---

<sup>49</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: A Noite. Rio de Janeiro, 218 mar. 1942, p. 5. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 03/08/2024.

<sup>50</sup> Integrando o patrimônio da União, a equipe editorial do jornal *A Noite* entre 1942 e 1945 era formada por André Carrazzoni (Diretor); Carvalho Netto (Redator-Chefe); e Octavio Lima (Gerente).

<sup>51</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: A Noite. Rio de Janeiro, 28 jun. 1942, p. 12. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 03/08/2024.

realmente lhe interessava, isto é, se a fita era ou não era boa. A função do cronista é, portanto, muito simples de ser definida, embora difícil de ser cumprida. Numa palavra. O cronista de cinema nunca deve esquecer a sua obrigação profissional de jornalista: noticiar, informar, comentar<sup>52</sup>.

Cumprindo o que foi colocado, rotineiramente o público de *A Noite* podia contar com as análises, seguidas de avaliações dos filmes que estavam sendo exibidos nos cinemas cariocas; e as produções antinazistas não escaparam a essa realidade. No caso de *Tempestades d'Alma*, a cotação recebida foi “Classe A”, que apesar de boa, não era a melhor possível. Na crônica escrita sobre o longa-metragem da MGM, além de apresentar um resumo da trama, enfatizando o papel desempenhado pelos protagonistas James Stewart, Margaret Sullavan e Frank Morgan, o cronista emite algumas declarações sobre a película:

*A gente sai do cinema com uma com uma raiva enorme de Hitler, da Gestapo, do nazismo... E por que? Porque a história é bonita e verdadeira, os personagens não são bonecos feitos sob medidas, e a direção de Frank Borzage muito correta, sem altos e baixos<sup>53</sup> (grifo nosso).*

Em seu texto, F.A.B dá a entender que *Tempestades d'Alma* conseguiu atingir um dos seus principais objetivos, isto é, despertar no público sentimentos de aversão em relação ao nazismo. Na crônica, Hitler e Gestapo são especialmente enfatizados. A polícia secreta do nazismo foi uma das instituições mais exploradas nas películas antinazistas do período, incluindo *Tempestades d'Alma*. Por outro lado, Adolf Hitler não aparece de forma direta em nenhuma das cenas que compõem o longa dirigido por Frank Borzage. Apesar disso, a menção ao “*Fuhrer*” por meio de palavras e

---

<sup>52</sup> *Ibid.*

<sup>53</sup> FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital: A Noite*. Rio de Janeiro, 18 mar. 1942, p. 5. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 03/08/2024.

de gestos como o “*Heil*/Hitler” demarcam a presença, mesmo que indireta, do principal responsável pelas ações dos personagens nazistas do filme.

Podemos considerar que a declaração do cronista de *A Noite*, que pouco disfarça o seu desprezo e certa raiva, não era algo já necessariamente compartilhado por outros espectadores. Esse aspecto demonstra como as opiniões pessoais do jornal, assim como ocorreu em outros periódicos, influenciam as suas colocações, e não por acaso. Segundo Nilson Lage, “As grandes e pequenas questões da ideologia estão presentes na linguagem jornalística, porque não se faz jornalismo fora da sociedade e do tempo histórico”<sup>54</sup>.

Nesse sentido, é preciso destacar que o referido periódico pertencia ao governo brasileiro desde 1940 quando, através do Decreto-Lei nº 2.703, foi encampado e integrado ao patrimônio da União. Nessa nova fase, “[...] o jornal viu-se tolhido por seu compromisso com o governo como órgão de informação e de opinião”<sup>55</sup>. Desse modo, entendemos que o fato de ser um periódico administrado pelo Estado Novo influenciou diretamente na forma como *A Noite* se posicionou em relação à propaganda antinazista disseminada pela película da MGM.

Apesar de marcadamente subjetiva, a colocação do jornalista de *A Noite* apresenta indícios da receptividade da obra cinematográfica entre o público, especialmente quando a comparamos com outras afirmativas, relativas às manifestações do público, divulgadas no *Jornal do Brasil* e no *Correio da Manhã*. Com isso, é possível supor que *Tempestades d’Alma* conseguiu provocar um sentimento contrário ao nazismo, ao menos em uma parte do público brasileiro.

Um outro ponto da crônica merecedor de atenção é a alegação de que a história é verdadeira. Novamente é possível notar como o filme da MGM é encarado como uma ferramenta que retrata a realidade, assim

---

<sup>54</sup> LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. São Paulo: Editora Ática, 1985, p. 42.

<sup>55</sup> FERREIRA, Marieta de Moraes. *A Noite*. In: ABREU, Alzira Alves de; BELOCH, Israel; WELTMAN, Fernando Lattman; LAMARÃO, Sérgio Tadeu de Niemeyer (Orgs.). **Dicionário histórico-biográfico brasileiro pós-1930**. Rio de Janeiro, FGV/CPDOC, 2001. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/noite-a>. Acesso em: 17/11/2024.

como ocorreu com o *Jornal do Brasil*. Mas isso não foi uma exclusividade de *Tempestades d'Alma*; na divulgação de outros filmes antinazistas do período, os jornais tanto do Rio de Janeiro como de outras localidades também buscaram divulgar suas histórias como totalmente verdadeiras<sup>56</sup>. Nesse sentido, não podemos perder de vista o fato de que, àquela altura, o Brasil já estava diretamente envolvido no conflito mundial<sup>57</sup> e precisava engajar sua população no esforço de guerra que se fazia necessário para combater o nazismo. Nesse ponto, os filmes antinazistas eram ferramentas estratégicas, o que também nos ajuda a explicar o empenho dos jornais em suas divulgações.

Para além dessa crônica e cotação, *A Noite* divulgou *Tempestades d'Alma* na seção dedicada a informar a programação das dezenas de salas de cinema que funcionavam no Rio de Janeiro no período. Intitulada “Os films de hoje”, ela trazia as seguintes informações acerca do filme antinazista: nome do cinema em que seria exibido, nomes da obra e dos protagonistas e horários de exibição.

Já em relação aos cartazes, ao compararmos com o *Jornal do Brasil* e com o *Correio da Manhã* é possível notar que, em *A Noite*, o emprego desse recurso ocorreu com menor intensidade. Entre os dias 16 de março e 01 de abril de 1942, período em que o filme foi exibido no Metro Passeio, onde também ocorreu sua estreia, foram publicados 13 cartazes no *Jornal do Brasil*; 14 cartazes no *Correio da Manhã*; e apenas 3 cartazes em *A Noite*. A utilização da ferramenta não era tão comum nesse periódico, como era em seus concorrentes. De um modo geral, a estrutura editorial de *A Noite*, ao que tudo indica, apresentava um formato mais simples que a do *Jornal*

---

<sup>56</sup> Sobre isso ver: ANDRADE, Liliâne Costa. “**Hollywood Declara Guerra**”: análise comparada da divulgação dos filmes antinazistas norte-americanos nos jornais do Rio de Janeiro e de Aracaju (1942-1945). 2021.

<sup>57</sup> A entrada no Brasil na II Guerra Mundial após os torpedeamentos efetuados pelo submarino alemão U-507 a cinco embarcações brasileiras, na costa litorânea entre os estados da Bahia e de Sergipe, entre os dias 15 e 17 de agosto de 1942. Para saber mais, ver: MAYNARD, Dilton C. S. O Brasil sob ataque: Aracaju durante a Segunda Guerra Mundial. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (Orgs.). **O Brasil e a Segunda Guerra Mundial**. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010, p. 509-538.

do Brasil e a do *Correio da Manhã*, o que nos ajuda a entender a economia na publicação de cartazes<sup>58</sup>.

## 5. Considerações finais

Durante a II Guerra Mundial, as produções fílmicas atuaram como ferramentas estratégicas. Diferentes países envolvidos no conflito recorreram a esse meio de comunicação em massa para difundir (e defender) suas ideias e posicionamentos. Detentor da maior indústria cinematográfica do período, os Estados Unidos não economizaram esforços em empregar o cinema ao seu favor em meio ao conflito mundial.

Foi nesse contexto que surgiram os denominados filmes antinazistas, que tinham em comum a representação do Terceiro Reich como regime a ser combatido a todo custo. A primeira película do tipo foi lançada antes do início da guerra, mas o estado de beligerância entre Aliados e Eixo contribuiu para intensificar a confecção dessas obras, que só chegaram ao Brasil em 1942.

Coube a *Tempestades d'Alma*, produção da MGM o pioneirismo em difundir a propaganda antinazista para o público brasileiro que, naquele período, representava o principal mercado consumidor dos filmes hollywoodianos na parte sul do continente americano. Isso só foi possível quando, em janeiro de 1942, a ditadura do Estado Novo rompeu suas relações diplomáticas e comerciais com o Eixo.

---

<sup>58</sup> Entendemos que a maior simplicidade estrutural de *A Noite* em relação aos outros dois jornais está diretamente relacionada à fase vivida por este periódico. Em 1940 o jornal foi encampado e integrado ao patrimônio da União através do Decreto-Lei nº 2.703. No último estágio da sua história, *A Noite* enfrentou dificuldades administrativas, como o empreguismo e o desperdício de recursos. Além disso, teve seu custo elevado e sua receita diminuída, somado ao fato de ter se tornado um órgão de informação e opinião ligado ao governo, fatores que ocasionaram uma perda contínua de leitores. Cf.: FERREIRA, Marieta de Moraes. *A Noite*. In: ABREU, Alzira Alves de; BELOCH, Israel; WELTMAN, Fernando Lattman; LAMARÃO, Sérgio Tadeu de Niemeyer (Orgs.). **Dicionário histórico-biográfico brasileiro pós-1930**. Rio de Janeiro, FGV/CPDOC, 2001. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/noite-a>. Acesso em: 26/12/2024.

Todavia, para atingir seus objetivos políticos e mercadológicos, a MGM, proprietária de três cinemas na capital federal, o mais frequente local de estreia dos filmes antinazistas no Brasil, precisou contar com o trabalho desempenhado pela imprensa carioca. Periódicos como *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã* e *A Noite* foram alguns dos responsáveis pela divulgação diária de *Tempestades d'Alma*, especialmente nos momentos iniciais.

Antes mesmo de o filme ser exibido, os três jornais já informavam ao público sobre a sua estreia. De forma mais enfática, essa divulgação prévia foi protagonizada pelo *Jornal do Brasil* que, em seis edições antes da estreia, dedicou espaço para falar sobre a película através de cartazes e textos dedicados a despertar um clima de expectativa diante da produção fílmica. Já no *Correio da Manhã* e no *A Noite*, *Tempestades d'Alma* só foi mencionado, antes da sua estreia, em três e em duas edições, respectivamente.

Nos três periódicos, os textos e cartazes foram as duas estratégias mais empregadas nesse processo de disseminação da película. Além de apresentarem resumos sobre o enredo, os textos também emitiam opiniões positivas sobre a produção, enfatizavam a atuação dos artistas, especialmente os protagonistas, assim como traziam informações sobre a reação do público diante da película. No caso específico de *A noite*, houve também uma cotação em relação a *Tempestades d'Alma* (avaliado como sendo um filme de 'Classe A'), numa gradação que ficava abaixo apenas da "Classe Especial".

No que diz respeito aos cartazes, percebemos que o recurso também foi aplicado nos três periódicos, porém de forma mais enfática no *Jornal do Brasil* e no *Correio da Manhã*. Ainda realizaram divulgações mais simplificadas, que informavam o básico de informações necessárias, como nome do filme e do cinema de projeção, além dos horários das sessões.

Após esse primeiro momento, marcado pela estreia e primeiras exhibições, que ocorreram no Metro Passeio e, logo em seguida, no Metro Tijuca e no Metro Copacabana, *Tempestades d'Alma* continuou sendo exibido em outros cinemas do Rio de Janeiro. No caso da capital federal, os jornais executaram a mesma estratégia de divulgação pelos anos seguintes. Até



1945, ano que marcou o fim da II Guerra, a película seguiu sendo veiculada em cinemas da capital federal. Evidentemente, por se tratarem de cinemas menores e devido ao fato do filme já não ser mais uma novidade, essa divulgação era menos expressiva.

Diante disso, podemos concluir que diversos fatores estiveram envolvidos na divulgação de *Tempestades d'Alma*. Primeiramente é necessário destacar o papel dos jornais como veículos de informação, o que automaticamente tornava pertinente abordar a decisão do governo em autorizar a veiculação de filmes antinazistas no Brasil, após alguns anos de proibição, e divulgar sobre o primeiro filme do tipo a ser projetado no país. Mas além disso, os jornais também são empreendimentos e, como tal, precisam estabelecer relações comerciais para se manterem.

Uma dessas relações era executada com as empresas proprietárias dos cinemas, que precisavam anunciar seus produtos e viam na imprensa uma importante parceira. No caso de *Tempestades d'Alma*, concebemos que houve maior interesse por parte da Metro-Goldwyn-Mayer do Brasil LTDA em priorizar o *Jornal do Brasil* como difusor de informações sobre seu filme, seguido pelo *Correio da Manhã*. No caso de *A Noite*, é perceptível que o processo de divulgação do filme foi menos intenso. Nesse caso, para além das relações empresariais, é importante considerar que esse periódico possuía uma estrutura mais simples se comparado aos outros dois.

Ademais, não podemos deixar de ponderar que os jornais possuíam seus próprios posicionamentos em relação à II Guerra e ao nazismo, que influenciaram na disposição que cada um empregou ao divulgar a película antinazista. Possivelmente esse somatório de fatores resultou em um processo de divulgação relevante para que *Tempestades d'Alma* tivesse condições de atrair os espectadores brasileiros e, assim, apresentar-se como a primeira obra cinematográfica antinazista. Por fim, a partir do exemplo de *Tempestades d'Alma* é possível compreender como a imprensa carioca, devido ao fato de ser a primeira a ter contato com propaganda antinazista, ocupava papel nacionalmente preponderante na condução do processo de sedução do público aos ideais dos Aliados.

## Referências

ANDRADE, Liliane Costa. “*Hollywood Declara Guerra*”: análise comparada da divulgação dos filmes antinazistas norte-americanos nos jornais do Rio de Janeiro e de Aracaju (1942-1945). 2021. 181 f. Dissertação (Mestrado em História Comparada). Programa de Pós-graduação em História Comparada, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2021.

ARGUELHES, Delmo de Oliveira. A conferência dos chanceleres americanos de 1942 e o envolvimento brasileiro na Segunda Guerra Mundial. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (Orgs.). *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010, p. 115-146.

BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa: Brasil – 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARROS, José. História Comparada. Um novo modo de ver e fazer a História. *Revista de História Comparada*, v.1, n.1, jun.2007, p. 1-30.

BLOCH, Marc. Para uma História Comparada das Sociedades Europeias. In: BLOCH, Marc. *História e Historiadores*. Lisboa: Teorema, 1998, p. 119-150.

BODNAR, John. Saving Private Ryan and Postwar Memory in America. *The American History Review*. Oxford, v. 116, n. 3, 2001, p. 85-98.

BORDWELL, David. O cinema clássico hollywoodiano: normas e princípios narrativos. In: RAMOS, Fernão Pessoa (Org.). *Teoria contemporânea do cinema*. Vol. 2. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

BOTTOME, Phyllis. *The Mortal Storm*. Boston: Little, Brown and Company, 1938.

BURKE, Peter. Métodos e modelos: comparação. In: BURKE, Peter. *História e teoria social*. São Paulo: Editora UNESP, 2002, p. 39-46.

CARRETERO, Pilar Amador. El Cine como documento social: una propuesta de análisis. *Ayer. Revista de História Contemporânea*. Valencia, 1996, p. 113-145.

CRUZ, Heloisa de Faria; PEIXOTO, Maria do Rosário. *Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa. Projeto História*, São Paulo, n. 35, 2007.

EVANS, Richard. Bestas em forma humana. *In*: EVANS, Richard. *O Terceiro Reich em Guerra*. 3.ed. Tradução: Lúcia Brito e Solange Pinheiro. São Paulo: Planeta, 2016, p. 15-122.

FERREIRA, Marieta de Moraes. A Noite. *In*: ABREU, Alzira Alves de; BELOCH, Israel; WELTMAN, Fernando Lattman; LAMARÃO, Sérgio Tadeu de Niemeyer (Orgs.). *Dicionário histórico-biográfico brasileiro pós-1930*. Rio de Janeiro: FGV/CPDOC, 2001.

FERRO, Marc. *Cinema e História*. Tradução: Flávia Nascimento. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2010.

GARCIA, Nelson Jahr. *Propaganda: ideologia e manipulação*. RocketEdition – eBooksBrasil: Rio de Janeiro, 1999.

GONZAGA, Alice. *Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Funarte Record, 1996.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia, política e ideologia: de Reagan e Rambo. *In*: KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Tradução: Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: EDUSC, 2001, p. 75-122.

KOCKA, Jürgen. Comparação e Além. História e Teoria. *Studies in the Philosophy of History*, v. 42, n. 1, fev. 2003. Tradução: Maria Elisa da Cunha Bustamante.

LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Editora Ática, 1985.

LEAL, Carlos Eduardo. Correio da Manhã. *In*: ABREU, Alzira Alves de; BELOCH, Israel; WELTMAN, Fernando Lattman; LAMARÃO, Sérgio Tadeu de Niemeyer (Orgs.). *Dicionário histórico-biográfico brasileiro pós-1930*. Rio de Janeiro, FGV/CPDOC, 2001.

LUCA, Tania Regina de. Fontes impressas: história dos, nos e por meio dos periódicos. *In*: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). *Fontes Históricas*. São Paulo: Contexto, 2010.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. *Imprensa e Cidade*. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

MAYNARD, Andreza S. C. O Filme *Confissões de um espião nazista* e o Antinazismo nas Telas Aracajuanas. In: MAYNARD, Dilton C. S.; MAYNARD, Andreza S. C. (Orgs.). *Leituras da Segunda Guerra Mundial em Sergipe*. São Cristóvão: Editora UFS, 2013, p. 117-140.

MAYNARD, Dilton C. S. O Brasil sob ataque: Aracaju durante a Segunda Guerra Mundial. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo; FERRER, Jorge (Orgs.). *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2010, p. 509-538.

MAYNARD, Dilton C. S.; SÁ, Katty. História Comparada e Tempo Presente. In: MAYNARD, Dilton C. S.; SÁ, Katty (Orgs.). *História Comparada e Tempo Presente*. Recife: EDUPE, 2021, p. 5-14.

URWAND, Ben. *O pacto entre Hollywood e o Nazismo: como o cinema americano colaborou com a Alemanha de Hitler*. Tradução: Luis Reyes Gil. São Paulo: LeYa, 2019.

VALIM, Alexandre Busko. História e Cinema. In: CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo (Org.). *Novos Domínios da História*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, p. 283-300.

VELLOSO, Mônica Pimenta. Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo. *Revista de Sociologia e Política*. Paraná, n. 9, 1997, p. 57-74.

## Fontes

BIBLIOTECA DIGITAL DAS ARTES DO ESPETÁCULO. *Cinearte*. Rio de Janeiro, 15 set, 1939. Disponível em: <http://bjks-opac.museus.gov.br/>. Acesso em: 01/08/2024.

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital: A Noite*. Rio de Janeiro, 1942-1945. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 03/08/2024.

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital: Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 1942-1945. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 04/08/2024.

Liliane Costa Andrade e Dilton C. Santos Maynard

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). *Hemeroteca Digital*: Jornal do Brasil. Rio de Janeiro, 1942-1945. Disponível em: <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 05/08/2024.

THE MORTAL STORM. Direção e produção de Frank Borzage. Estados Unidos: Metro-Goldwyn-Mayer, 1940. 1 DVD (100 min.), son, preto e branco.

Recebido em: 06/08/2024

Aceito em: 09/01/2025