

A Política da Boa Vizinhança e o Bom Vizinho: Zé Carioca e o Caminho do Brasil Para a Guerra¹

Lucas Silva de OLIVEIRA²

Mestrando³

Universidade Estadual e Maringá, Maringá, PR

Resumo

Do período de intervenções militares e econômicas na América Latina conhecido como política do “Big Stick”, os Estados Unidos procuraram aproximar-se dos demais países do continente americano em um movimento de reação à influência que países do Eixo, em especial a Alemanha Nazista, exerciam nos diferentes governos do continente. Assim, através da “Política da Boa Vizinhança”, a diplomacia estadunidense buscou fomentar um sentimento pan-americano na região. Por meio de um órgão especial para a difusão dos ideais estadunidenses, o produtor Walt Disney concebeu filmes utilizados para propaganda, entre eles o famoso *Alô Amigos*. Neste filme, o personagem Zé Carioca acompanha o Pato Donald por sua viagem ao Rio de Janeiro, mostrando os exotismos e cordialidades do país, como forma de apresentá-lo ao mundo.

Palavras-chave

História das Mídias Audiovisuais; Boa-Vizinhança; Segunda Guerra Mundial; Zé Carioca; Estado-Novo;

Introdução

Do período de intervenções militares na América Latina conhecido como “política do Big Stick”, a postura da diplomacia estadunidense em relação ao continente americano passou a ser de aproximação, buscando criar uma identidade pan-americana. Como recurso para tal política, o *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* foi criado com a função de estimular uma aproximação com os países latino-americanos e mostrou-se um órgão extremamente importante para a criação e difusão de propaganda que tivesse a finalidade de disseminar os ideais necessários para fomentar um sentimento de unidade no continente e afastar da esfera de influência do Eixo os países do continente americano que tivessem simpatias ao fascismo.

¹ Trabalho apresentado no GT História das Mídias Audiovisuais, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

² Mestrando do programa de Pós-Graduação em História, na linha de História Política pela Universidade Estadual de Maringá (UEM): lucassuem@gmail.com.

³ Trabalho solicitado pelo professor Dr. Francisco Ferraz em sua disciplina Seminário de História Política II, do Programa de Pós-Graduação em História da UEM, semestre de 2020.1. Entregue em: 09 de Setembro de 2020.

Nesse sentido, uma das características pensadas para que esse objetivo fosse alcançado foi de mostrar os países do continente para o mundo. O Brasil, um *player* importante nos planos dos Estados Unidos para o esforço de guerra, teve sua imagem promovida pela Política de Boa Vizinhança como uma civilização exótica e cordial, através da criação do personagem Zé Carioca em filmes como *Alô Amigos* e *Você já foi à Bahia?*. Nesse trabalho, procuramos mostrar que a participação de Walt Disney foi muito importante para colocar o Brasil ao lado dos Aliados através de uma pesada produção propagandística. Suas produções culturais têm o papel de apresentar o Brasil ao mundo, utilizando da fauna e flora, o comportamento estereotipado de um sujeito brasileiro malandro expresso na figura do personagem Zé Carioca, amigo de Pato Donald.

Da Doutrina Monroe à Política da Boa Vizinhança

No início do século XIX, no contexto das independências da maior parte das colônias ibéricas no continente americano, os Estados Unidos da América apresentavam-se como defensores de um continente livre das intervenções das potências europeias. Assim, o caráter defensivo dos estadunidenses resultou no que foi chamado de “Doutrina Monroe”, com seu famoso *slogan* “América para os americanos”. Para Rodrigues (2018), “a Doutrina Monroe estabeleceu como princípio a conhecida fórmula de ‘América para os americanos’, o que realmente significa para os (norte) americanos, porque servia a seus interesses” (RODRIGUES, 2018, p. 24-25). Contudo, durante boa parte do século XIX e início do século XX, o modo como as potências mundiais da época – com exceção dos EUA, todas na Europa – lidavam com sua política externa poderia ser caracterizada como “agressiva”.

Seguindo o mesmo *modus operandi* dos europeus na busca de objetivos nacionais, os Estados Unidos alcançaram seus objetivos no exterior através de intervenções armadas em regiões do planeta que fossem de interesse para o Estado americano. Áreas como o Pacífico, América do Sul, América Central e Caribe, tornaram-se importantes pelo menos desde a guerra Hispano-Americana em 1898. Segundo Bandeira (2009), esse método de política externa, ficou mais agressiva com Theodore Roosevelt (1901-1909) com um corolário, “mediante o qual racionalizou o direito de intervir em outros Estados latino-americanos, sobretudo na América Central e no Caribe” (Apud RODRIGUES, 2018, p. 26) e que ganhou mais notoriedade. Assim, Bonafé (2015) segue:

“Não é verdade que os Estados Unidos sentem qualquer fome de terra. (...) Tudo o que este país deseja é ver os países vizinhos estáveis, ordeiros e prósperos. Qualquer país cujo povo se conduza bem pode contar com nossa

amizade sincera. (...) [Mas] Irregularidades crônicas, ou uma incapacidade que resulte num afrouxamento geral dos laços da sociedade civilizada, podem em última instância exigir, na América como em outro lugar, intervenção por alguma nação civilizada, e *no Hemisfério Ocidental a adesão dos Estados Unidos à Doutrina Monroe pode forçar os Estados Unidos*, ainda que com relutância, em casos flagrantes de tais irregularidades ou incapacidade, *ao exercício de um poder de polícia internacional*” [Tradução livre e grifos do autor] (BONAFÉ, 2015).

Para o autor, a maneira como Roosevelt pensava a ressignificação da Doutrina Monroe buscava legitimar as intervenções militares dos Estados Unidos para garantir a ordem e estabilidade de uma região, de modo que essas intervenções passaram a ser vistas como “defensivas e preventivas, já que não visavam à aquisição de territórios” (BONAFÉ, 2015). Afirmando-se como potência hegemônica na região, os Estados Unidos rivalizavam com a predominância britânica, em especial no continente americano enquanto os europeus focavam seus esforços imperialistas na África e Ásia. Como mencionado, as intervenções estadunidenses visavam garantir essa hegemonia, assim como seus interesses como potência. Ainda segundo o autor:

Roosevelt explicou tais métodos em política externa como inspirados nospreceitos de um provérbio africano: *“Speak softly and carry a big stick; you will go far”* (“Fale macio com um grande porrete na mão”). Essa frase, como mostra Aron, deu origem à expressão *Big Stick Policy* (“Política do Grande Porrete”) para caracterizar a versão norte-americana da “diplomacia das canhoneiras”, que vigorou entre 1898 e 1934 (BONAFÉ, 2015).

Como resultado, até ser abandonada em 1934, Doutrina Monroe usou da diplomacia da canhoneira para alçar governantes ou grupos políticos que os Estados Unidos poderiam contar para favorecerem seus interesses, assim como combater movimentos revolucionários ou nacionalistas que ameaçassem sua influência. Já no século XX, no plano internacional a década de 1930 foi marcada por um intenso processo de transformação políticas e econômicas. Após a queda da Bolsa de Nova York e o início da Grande Depressão, o mundo mergulhou em uma crise econômica sem precedentes e foi reconhecido, também, como um período de disputas ideológicas que rivalizavam entre si pela influência política e econômica de mercados consumidores. Com a ascensão da Alemanha Nazista como potência na Europa e sua rápida saída da crise, o fascismo passou a ser visto como um modelo político de ordem e estabilidade, enquanto o liberalismo associado à Inglaterra e os Estados Unidos era visto como um sistema conturbado e suscetível a crises políticas e econômicas.

A saber, a crise de 1929 provocou profundos efeitos econômicos no mundo, assim como nos Estados Unidos que, devido ao impacto da crise, necessitou de uma reformulação no plano externo sobre suas ações de domínio sobre os países da América Latina. O controle

de um mercado consumidor destinatário dos produtos industrializados estadunidenses era fundamental para Washington e os EUA viam nos países latino americanos um escoador para seu mercado exportador. No início da década de 1930, a chamada Doutrina Monroe estava em declínio e era má vista por parte dos outros países do continente, que consideravam as abordagens dos Estados Unidos agressivas.

Todavia, foi no governo de Franklin Delano Roosevelt (1933-1945) que o modelo de política externa estadunidense foi reformulado, de modo a torná-la menos agressiva e desfazer as más impressões deixadas pela maneira imperialista como os Estados Unidos interviam em seus vizinhos no início do século XX. Segundo Andreza da Silva Galdioli (2008), o objetivo da política da Boa Vizinhança seria para dar uma roupagem pan-americanista no continente, de modo a fomentar a luta contra a influência nazifascista na América do Sul, cujos os objetivos como descreveu Isaias Moraes (2010) foram “recuperar a economia estadunidense e dos demais países latino-americanos após a crise de 1929 e combater o crescente antiamericanismo na região” (MORAIS, 2010, p. 36).

Com o fim da Primeira Guerra Mundial e o declínio da hegemonia inglesa no continente americano, a presença estadunidense na balança de pagamentos brasileira torna-o ainda mais importante para a política externa do Brasil. Contudo, a partir da década de 1930 até a declaração de guerra contra o Eixo na década seguinte, a política externa brasileira foi marcada por um alto poder de barganha. Nesse período, o Brasil era governado por Getúlio Vargas, que havia chegado ao poder no início da mesma década e nutria relações comerciais e diplomáticas tanto com os Estados Unidos, como também com a Alemanha Nazista através do sistema compensado, fenômeno rotulado por Gerson Moura (1991) como *equidistância pragmática*. Segundo McCann e Ferraz (2011):

“[...] Lá o Brasil poderia ampliar suas exportações e comprar produtos manufaturados sem gastar divisas. O sistema de marcos compensados (*Askis*) permitiu aos alemães oferecerem preços mais baixos do que seus concorrentes americanos e, de fato, os preços eram mais favoráveis do que aqueles listados em *Reichmarks* (moeda alemã)” (MCCANN, FERRAZ, 2011, p. 106).

Durante muito tempo Vargas mostrou-se como um antiliberal. Especialmente após seu regime instaurado em 1937, flertava muito com os países do Eixo e o golpe do Estado Novo quebrou com a ideia de reabertura democrática que ocorreria após o período autoritário da assembleia constituinte. Por essa aproximação entre Brasil e Alemanha, os EUA reconheciam cada vez mais a necessidade de reforçarem um sentimento pan-americanista na

região e assegurar a integridade e comprometimento do continente com os interesses americanos.

Getúlio estimulava as aproximações tanto com os EUA quanto com a Alemanha. Entretanto, ele evitava comprometer-se, enquanto, aparentemente, avaliava as vantagens que poderia obter. Agindo dessa forma, ele buscava atender simultaneamente aos setores e aos grupos que gostariam de uma relação próxima aos estadunidenses e aos que buscavam uma parceria, mas estreita com a Alemanha (MORAES, 2008, p. 23).

Foi com a eclosão da Segunda Guerra Mundial que os Estados Unidos sentiram a necessidade de estreitar os laços com os países latino-americanos, mas principalmente, garantir que o comércio de matérias-primas brasileiro para a indústria de guerra estivesse comprometido com seus interesses. As sucessivas vitórias da Alemanha na Europa ocidental foi motivo de preocupação por parte dos Estados Unidos durante os primeiros anos da guerra. Com a rápida capitulação da França, considerada uma das principais forças de defesa do continente frente ao “terror nazista”, fez Washington ver sua neutralidade ameaçada no futuro breve. Embora neutro, Roosevelt apoiava a Inglaterra no conflito e via com pesar que sem ajuda, os britânicos cairiam e a Alemanha triunfaria na Europa. Desse modo, consideravam um ataque ao continente americano uma possibilidade real, ameaçando a integridade de sua influência na América.

O comércio de bens essenciais para a indústria de guerra tornou-se, segundo Francisco Ferraz (2005), “o centro da atenção das relações diplomáticas que Alemanha e Estados Unidos travavam com o Brasil” (FERRAZ, 2005, p. 11). Vargas, por sua vez, via nessa competição a chance do país se tornar industrializado, tendo como pilar de sua política exterior a construção de uma siderúrgica e o fornecimento de armas e equipamentos para as tropas brasileiras.

Com a desconfiança do governo norte-americano em fornecer armas aos militares brasileiros – estes simpatizantes do Eixo – o governo brasileiro passou a dar acenos maiores à Alemanha. Tal situação se colocou em xeque quando Vargas no dia 11 de junho de 1940, abordo do cruzador *Minas Gerais*, proferiu seu discurso em que dizia que o futuro pertencia aos Estados fortes, livres do liberalismo estéril (FERRAZ, 2005, p. 12), o pronunciamento foi visto como um apoio ao Eixo.

Autoridades norte-americanas entenderam que o preço a pagar pelo apoio definitivo do Brasil não era tão alto assim: alguns milhões de dólares em financiamento para a construção de uma usina siderúrgica e envio de armas direcionadas para a defesa de um ponto estratégico que lhes interessava diretamente. Para uma nação que já enviava centenas de milhões de dólares em material bélico e produtos de consumo para seus aliados na Europa, o

acordo valia a pena, pelas vantagens estratégicas que lhe adviriam (FERRAZ, 2005, p. 12).

Com as sombras da guerra se aproximando, Washington colocou a Política de Boa Vizinhança em prática na qual estava baseada no pan-americanismo, uma perspectiva que via a América como a terra da liberdade. Até o início da guerra, a política externa estadunidense era pautada pelo isolacionismo e neutralidade em relação aos assuntos europeus e os EUA voltavam-se para o continente americano. Contudo, a iniciativa americana para a região da América Latina ganha uma sistematicidade que antes não tinha, como por exemplo a adesão do multimilionário Nelson Rockefeller e a criação do *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA). Para Machado (2004), “esses anos de 1933 a 1945 representaram para a América Latina, em todas as esferas das relações continentais, sua inserção passiva na ‘política de boa vizinhança’” (MACHADO, 2004, p. 1). Como o objetivo era influenciar os países latino-americanos culturalmente,

Foi neste contexto que os brasileiros aprenderam a substituir os sucos de frutas tropicais onipresentes à mesa por uma bebida de gosto estranho e artificial chamada Coca-Cola. Começaram também a trocar sorvetes feitos em pequenas sorveterias por um sucedâneo industrial chamado Kibon, produzido por uma companhia que se deslocara às pressas da Ásia, por efeito da guerra. Aprenderam a mascar uma goma elástica chamada *chiclets* e incorporaram novas palavras que foram integradas à sua língua escrita. Passaram a ouvir o *fox-trot*, o *jazz*, e o *boogie-woogie*, entre outros ritmos, e assistiam agora a muito mais filmes produzidos em Hollywood. Passaram a voar nas asas da PanAmerican, deixando para traz os “aeroplanos” da Lati e da Condor. (MAUAD, 2005 p. 49).

Dessa maneira, através da exportação de sua cultura e modo de vida, traduzido pelo famoso slogan *american way of life*, os EUA procuraram obter maiores vantagens econômicas, consolidar sua influência na região e, como reforçou Tota (2000), garantir o desenvolvimento econômico e social da América Latina para diminuir a influência econômica do Eixo. Para isso, “os Estados Unidos deveriam adequar sua política aos nascentes movimentos nacionalistas, em vez de combater-los” (TOTA, 2000, p. 48). Iniciou-se, então, o que foi chamado de “imperialismo cultural”. Com sede no Rio de Janeiro, a função do OCIAA era de promover

medidas para estimular a recuperação das economias da América Latina e produzir programas de educação, cultura e propaganda que disseminassem os valores norte-americanos de maneira a garantir não apenas a proeminência política, econômica e militar dos Estados Unidos, mas também a cultural (FERRAZ, p. 20).

Para Washington, a melhor maneira de penetrar os ideais americanos no continente era através da propaganda. Entre os meios utilizados para a difusão cultural pelo OCIAA

estava o rádio, as mídias impressas como as revistas e jornais e o cinema. Desde sua criação, o cinema em especial, veio ganhando espaço na sociedade ocidental como forma de expressão artística, com grandes produções vindas de Hollywood e na Alemanha dos anos 1920 e início de 1930. Contudo, foi justamente na Alemanha que seu uso para fins propagandísticos foi usado com mais afinco, uma vez que o Ministro da Propaganda do Reich Joseph Goebbels fez um amplo uso do cinema para espalhar os ideais nazistas pela Alemanha, como pode ser visto no filme “Triunfo da Vontade”, de Leni Reifstahl em 1935.

O Cinema e a União Do Continente

A figura mais proeminente do OCIAA, com certeza, foi o produtor Walt Disney. No início da década de 1940, Nelson Rockefeller sugeriu uma viagem à América do Sul como parte de uma aproximação, cabendo a Walt Disney o papel de criar personagens que representassem os povos do continente americano. Desse modo, foram criados três personagens: o Pato Donald (Donald Duck, em inglês), um *mariner* estadunidense; Panchito, um galo vermelho mexicano e que teria o papel de representar outros países hispânicos; e o Zé Carioca (Joe Carioca, em inglês), um papagaio que representaria o povo brasileiro.

Como parte da divisão de Cinema do órgão estadunidense, Disney foi responsável por diversas produções feitas especialmente para serem reproduzidas na América-Latina e nos EUA, na intenção de criar laços entre os países latino-americanos e estimular o pan-americanismo no continente. Em 1942, as produções Disney trazem ao Brasil o filme *Fantasia*, lançada em uma sessão de gala com a presença do presidente Vargas (CINEARTE, 1942, p. 4) e, no ano seguinte, foi lançado a animação *Saludos, Amigos*, conhecida em português como *Alô amigos!*. Além dos filmes, o personagem de Zé Carioca também estrelou sua própria tira de jornal em meados do fim da década de 1940 até 1950, de modo que foi encerrada. Segundo Sérgio Roberto Massagli (2018), o universo de Zé Carioca conta com:

O melhor amigo de Zé Carioca é um corvo chamado Nestor, que parece ter o mesmo relacionamento que Pateta tem com Mickey (companheirismo), embora Zé tire o máximo proveito da credulidade de Nestor. Outros amigos incluem um sujeito de pele escura chamado Pedrão, e um pato chamado Afonsinho. Zé, como o Pato Donald, também tem dois sobrinhos chamados Zico e Zeca. O seu rival para as afeições de Aurora, sua paquera, é um galo chamado Zé Galo. Outro dos seus adversários típicos é o pai de Aurora, Roca Vaz, porque ele desaprova o afeto de José por sua filha (MASSAGLI, 2018, p. 4-5).

O filme inicia apresentando a equipe de desenhistas, músicos e roteiristas que estão embarcando para uma viagem à América Latina. A obra é dividida em quatro seguimentos:

a equipe faz uma viagem ao Peru, em que o Pato Donald conhece o Lago Titicaca e a cultura andina; após isso, o narrador nos leva para as montanhas do Chile, os pampas argentinos e finalmente ao Brasil, onde é apresentado o personagem de Walt Disney que representaria o povo brasileiro, o papagaio Zé Carioca. Na intenção de mostrar a América Latina para o mundo, o filme *Alô Amigos!* leva o Pato Donald à lugares exóticos até então “desconhecidos” pela grande maioria do público estadunidense, do qual o filme era alvo.



Figura 1: a introdução de Zé Carioca.

No que diz respeito ao Brasil, o filme procura dar ênfase nas belezas naturais da fauna e flora brasileiras, intercalando com cenas da cultura local do Rio de Janeiro, como o popular Carnaval e as belas paisagens da cidade. Segundo Tatiana de Carvalho Castro (2017), a ideia central de Walt Disney foi associar a canção *Aquarela do Brasil*, dentre as inúmeras figuras símbolo do país, a um papagaio (CASTRO, 2017, p. 4). Como símbolo máximo dessa tentativa de aproximação cultural, Walt Disney apresenta o personagem Zé Carioca, uma ave típica da fauna brasileira e possui características antropomórficas “que traz consigo os estereótipos do sujeito malandro” (CASTRO, 2017, p. 4).

O mais interessante acerca desse filme é a maneira como foi escolhida as características do personagem Zé Carioca, um estereótipo exótico do malandro. Segundo a

historiadora Lilia Schwarcz (1994), “o malandro parece personificar com perfeição a velha fábula das três raças, numa versão mais recente e exaltadora” (SCHWARCZ, 1994, p. 9). Para a autora, as características do personagem procuram mostrar a insistência de vincular a identidade nacional brasileira a “uma espécie de mestiçagem peculiar, uma mestiçagem que de racial e detratora se faz moral e nacional” (SCHWARCZ, 1994, p. 3). Desse modo,

É essa mesma mestiçagem que se re-significa em "malandragem" no início do século e se converte em ícone nacional na figura preguiçosa de Macunaíma, de Mário de Andrade, ou então na personagem do Zé Carioca, criada por Walt Disney em 1942 para o filme *Alô amigos*. Nessa ocasião, Zé Carioca introduzia Pato Donald nas terras brasileiras, bebendo cachaça e dançando samba junto com o mais famoso e teimoso pato de Disney. Tamanho foi o sucesso do simpático papagaio brasileiro que três anos depois a mesma personagem voltava às telas, desta vez como estrela principal do exótico desenho *Você já foi à Bahia?*, que apresentava ao público norte-americano "as belezas dessa terra alegre de Cármen Miranda". Com efeito, era o próprio olhar que vinha de fora que reconhecia nesse "malandro simpático" uma espécie de síntese local, ou ao menos uma boa imagem a ser exportada (SCHWARCZ, 1994, p. 3).

A *Aquarela do Brasil*, música de Ary Barroso e tema escolhido para o filme, pinta o país como um país exótico com as belezas naturais estonteantes, criando a necessidade de um “samba exaltação” (CASTRO, 2017). No filme, Zé Carioca é um personagem muito receptivo, amável e amigável, transparecendo toda a “cordialidade brasileira” para Donald, que logo fica encantado com a receptividade de seu novo amigo que quer mostrá-lo a todas as maravilhas da cidade do Rio de Janeiro.

Assim como a música, o personagem Zé Carioca não foi somente uma maneira de vender uma visão exótica do Brasil ao mundo, mas sim “uma representação nacional de todo o sincretismo brasileiro para a construção de uma nova identidade, mais moderna, com uma cultura própria e de um país que estava em guerra” (CASTRO, 2017, p. 6). Desse modo, o personagem de Zé Carioca tornou-se um estereótipo palatável para o público estadunidense, assistindo um filme que buscava retratar uma visão exótica de um aliado importante para o esforço de guerra dos Estados Unidos.

Para Sérgio Roberto Massagli (2018), a maneira como as produções Disney atentaram-se no retrato dos personagens em seus filmes voltados para propaganda na América-Latina, foi decisiva para criação de um estereótipo amplamente difundido pelo mundo após a guerra. Nesse sentido, Rodrigo Cavalcante aponta para o fato de que “dali em diante, a imagem do brasileiro se firmava como a de uma espécie de *bom vivant* tropical, cheio de ginga, que não se adaptava a empregos formais e viva de ‘bicos’” (Apud MASSAGLI, 2018, p. 5). Assim, Zé Carioca ser concebido dentro do estereótipo de

malandro, corroborado por uma interpretação de mestiçagem entre as populações brasileiras, formou um dos símbolos que retratariam nossa identidade nacional.

Como lembrou o autor, é interessante observar para o fato de que Walt Disney retrata Zé Carioca cantando o samba-exaltação de Ary Barroso. Para o autor, essa representação trata-se de uma incongruência, visto que o contexto político não foi levado em conta e só pode ser entendido com um olhar atento para o período. O regime político do Estado Novo, através do DIP (Departamento de Informação e Propaganda), “visava sujeitar as massas ao lema fascista da “disciplina e do trabalho” e tentou controlar a representação do heroísmo dentro da vida marginal, de modo que “recomendou” ao malandro regenerar-se” (MASSAGLI, 2018, p. 14), o que resultou em um estímulo do regime na produção de músicas de cunho ufanista que exaltassem as qualidades da nação. Assim, segundo o autor:

Na mão oposta, ignorando a “recomendação” oficial, estava Noel Rosa escrevendo sambas que evocavam a pobreza social a que pertencia o “rapaz folgado” e a “moça operária”. Noel Rosa recusou a denominação “malandro” por causa de seu significado depreciativo e, contra a proposta oficial de conversão, propôs ao invés de “malandro” (“uma palavra derrotista que só serve pra tirar todo o valor do sambista”) a denominação de “rapaz folgado”. Portanto, o malandro, naquele momento, não estava para cantar sambas do tipo samba-exaltação, do qual “Aquarela do Brasil”, composto por Ary Barroso, é o mais típico representante (MASSAGLI, 2018, p. 14).

O sucesso de *Alô Amigos!* fez com que Disney desse continuidade com o projeto de outro filme, chamado *The Three Caballeros* ou *Você já foi à Bahia?*. Contando com uma nova tecnologia, a chamada *Live-action*, que mistura pessoas reais e animados, o novo filme da Walt Disney trouxe de volta o personagem de Pato Donald e Zé Carioca em uma aventura pela América-Latina. Em *Você já foi à Bahia?*, Donald recebe um projetor de filmes de presente de seus amigos latino-americanos, no qual ele assiste alguns filmes sobre o que o narrador diz serem os “parentes” distantes de Donald: aves típicas de outros países do continente americano. Sobre o Brasil, Donald é levado por Zé Carioca para conhecer os pontos turísticos e a cultura local de Salvador.

Donald se apaixona pela cantora Aurora Miranda, na qual performa a canção “Os Quindins de Iaiá”. Tatiana de Carvalho Castro (2017) aponta para a maneira como o OCIAA procurou retratar a cultura brasileira, já que a aparição de Miranda “é questionadora a respeito da imagem em que o Brasil quer mostrar ao exterior, um povo envolvido na cultura popular, todavia branca” (CASTRO, 2017, p. 7). Desse modo, o OCIAA procurava levar aos EUA a imagem de um povo semelhante. Assim como em *Alô Amigos!*, em que Donald visitava

muitos países, em *Você já foi à Bahia?* traz um novo personagem: o mexicano Panchito, uma ave dócil e tipicamente americana, apresenta seu país aos outros personagens.

É formado então os “três cavaleiros” os Estados Unidos, Brasil e México simbolicamente representando a união interamericana alegada pela boa vizinhança e assim consolidando o poder imperialista estadunidense sob a cultura dos outros dois países (CASTRO, 2017, p. 7).

Interessante notar o título dado ao filme: *The Three Caballeros*, ou “Os três Cavaleiros”. A junção de palavras em duas línguas procura dar um sinal de união, o que na prática seria expresso na união do continente, colocando o inglês dos Estados Unidos (simbolizado pelo artigo “The” e a palavra “three”), enquanto o espanhol compõe o resto do título (simbolizado pela palavra “Caballeros”). Cabe-se lembrar, apesar de o espanhol e o português serem línguas distintas, a primeira era vista como uma língua falada de maneira homogênea pelos países abaixo do Rio Grande, o que ressalta uma visão estereotipada de que todos os latino-americanos são iguais e falam o mesmo idioma.

Não obstante, Marla Barbosa (2016) aponta para a necessidade analisar de forma crítica a escolha de Donald como um personagem presente nas produções de Walt Disney para a América Latina e os filmes de propaganda antinazista, como no filme *Der Fuehrer's Face* (1942), em que Donald tem um pesadelo enquanto dorme e sonha que está na Alemanha de Hitler. Segundo a autora, “o fato de ser um personagem atrapalhado e inocente, cria, nos vídeos anti-nazistas, a imagem de uma população (alemã) que necessita de ajuda de fora”, enquanto que entre os vídeos diplomáticos, “a imagem de um povo (americano) curioso e amante da cultura latina” (COSTA, 2016, p. 6).

Após o ataque a base estadunidense em Pearl Harbor no Havaí e as declarações de guerra da Alemanha e do Japão contra os EUA, a guerra chegou ao continente. Segundo Ferraz (2005), a diplomacia brasileira teve uma participação ativa para fazer com que os países latino-americanos rompessem relações com as potências do Eixo, contrariando os avisos da Alemanha para retaliações. Com o apoio do Brasil aos Aliados, os navios brasileiros tornaram-se alvos, de modo que entre fevereiro e agosto de 1942, doze navios mercantes de bandeira brasileira foram afundados por submarinos alemães (FERRAZ, 2005).

Com o afundamento de diversos navios, a opinião pública passou a reagir com revolta nas principais cidades do país. Em 22 de agosto de 1942, o Brasil estado de beligerância contra Alemanha e Itália e, no dia 31, estado de guerra. No final do ano de 1942, os Aliados discutiram a necessidade do envio de tropas brasileiras para o conflito. Após a conferência de Casablanca em 1943, Roosevelt encontrou-se com Vargas em Natal, onde foi acordado o envio de combatentes para a Europa. Com o ceticismo da opinião pública frente as dificuldades logísticas do envio de tropas brasileiras para à guerra, surgiu então a expressão que afirmava que seria “mais fácil uma cobra fumar do que o Brasil enviar tropas para a guerra”. Assim, a FEB (Força Expedicionária Brasileira) utilizou como símbolo (não oficial) uma cobra com um cachimbo, incluindo uma versão amplamente utilizada em propagandas em estilo *cartoon* feito por Walt Disney.



Figura 2: a charge de Walt Disney no estilo *cartoon* retrata a cobra fumando⁴.

Considerações Finais

Como parte de uma política pensada para estimular o sentimento de unidade no continente, o cinema foi um importante meio difusor dos ideais norte-americanos na América-Latina. O personagem Zé Carioca, como mostrado, configurou-se não só como uma estratégia de vender uma imagem exótica de um país na periferia do mundo capitalista, mas também o mostrar como a representação nacional de um povo ainda desconhecido dos

⁴ “Na edição do dia 22 de fevereiro de 1945, o tabloide trouxe uma gravura estilizada do lema da FEB (“A cobra está fumando”), elaborada e assinada por Walt Disney”. Disponível em: < <https://homensdeguerra.com.br> > . Acesso em: 07 de Junho de 2021.

cidadãos dos EUA, disseminando para o mundo uma visão estereotipada de um povo cordial, mas que é visto por sua aversão ao trabalho.

Através da Política da Boa Vizinhança, os Estados Unidos conseguiram penetrar no continente o *American Way of Life*, no qual passou a ser um modelo a ser seguido pelas elites brasileiras daquele momento em diante. Desse modo, não somente foi possível colocar o gigante sul-americano fornecendo as matérias-primas necessárias para o “arsenal da democracia”, como garantir a hegemonia estadunidense no continente, utilizando do sentimento pan-americanista como um meio de unidade e do OCIAA um órgão que pudesse tornar tudo isso possível. Para além, o amplo uso do cinema assegurou ao Brasil a sua participação no conflito, sendo posteriormente criada uma força expedicionária que lutou no teatro europeu, da qual detém vitórias ainda muito presentes no imaginário brasileiro.

Referências Bibliográficas

BONAFÉ, Luigi. Corolário Roosevelt à Doutrina Monroe. In. Dicionário histórico – biográfico da Primeira República 1889-1930. FGV, editora CPDOC, 2015.

BORON, Atilio. América Latina en la geopolítica del imperialismo. Buenos Aires: Ediciones Luxemburg, 2013.

CASTRO, T. C. ‘Alô Amigos! e Você já foi à Bahia?’ O cinema estadunidense no Brasil durante a Segunda Guerra Mundial e a difusão política da ‘boa vizinhança’. In> XXXIII Semana de História UFJF, 2017, Juiz de Fora. REPRESENTAÇÕES ARTÍSTICAS BRASILEIRAS: SO SEGUNDO REINADO À ERA VARGAS, 2017.

CINEARTE. **Pergunta-me outra**. Rio de Janeiro, n. 556, a. 16, p. 11, fev. 1942. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>> . Acesso em: 31 Ago. 2020.

COSTA, Marla Barbosa.. A América Latina da Disney: O Imperialismo por meio do discurso. In: 19ª SEMOC - Semana de Mobilização Científica da UCSal: Natureza, Ciência e Sociedade, 2016, Salvador. 19ª SEMOC - Semana de Mobilização Científica da UCSal: Natureza, Ciência e Sociedade, 2016.

FERRAZ, Francisco César Alves. **Os brasileiros e a segunda guerra mundial**. Zahar, 2005.

GALDIOLI, Andreza da Silva. A cultura norte-americana como um instrumento do soft power dos Estados Unidos: o caso do Brasil durante a política de boa vizinhança. 2008. 147 f. Dissertação (mestrado) - UNESP/UNICAMP/PUC-SP, Programa San Tiago Dantas, 2008. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/96282>>. Acessado em: 29 de abril de 2021.

MOURA, G. Sucessos e Ilusões: relações internacionais do Brasil durante e após a Segunda Guerra Mundial. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.

MACHADO, Ronaldo. Entre o centro e a periferia: Érico Veríssimo nos Estados Unidos, 1944. VI Encontro do “Brazilianisten-Gruppe in der ADLAF, Berlim, 2004.

MAUAD, Ana Maria. Genevieve Naylor, fotógrafa: impressões de viagem (Brasil, 1941-1942). Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 25, nº 49, junho de 2005.

MASSAGLI, Sérgio Roberto. A falsa representação da identidade brasileira na construção do personagem Zé Carioca da Disney. LITERARTES, v. 1, p. 238-258, 2018.

MORAES, Isaias Albertin de. **A Política Externa de Boa Vizinhança dos Estados Unidos para América Latina no contexto da Segunda Guerra Mundial.** 2010. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/1110>>. Acesso em: 27 Ago. 2020.

MUNHOZ, Sidnei José; DA SILVA, Francisco Carlos Teixeira (Orgs.). **Relações Brasil-Estados Unidos: Séculos XX e XXI.** Maringá: EDUEM, 2011 (576 p.).

RODRIGUES, B. S. . De Monroe a Obama: a América Latina como zona geoestratégica dos Estados Unidos. OIKOS (RIO DE JANEIRO) , v. 17, p. 23-37, 2018.

Saludo Amigos. Direção: JACKSON, Wilfred et al. USA: Walt Disney Productions, 1942.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. Complexo de Zé carioca: sobre uma certa ordem da mestiçagem e da malandragem. **Anais..** Caxambu: Assoc Nac de Pos-Graduacao e Pesquisa em Ciencias Sociais, 1994.

The Three Caballeros. Direção: FERGUSON, Norman et al. USA: Walt Disney Productions, 1944.

TOTA, Antonio Pedro. **O Imperialismo Sedutor. A americanização do Brasil na época da Segunda Guerra.** São Paulo, Companhia das Letras, 2000.