Ecossistema Ânima Educação
Universidade Anhembi Morumbi
Bacharelado em Relações Internacionais - Campus Paulista
Trabalho de Conclusão de Curso

BEATRIZ MENEGHESSO SILVEIRA – RA: 125111376447
PAULA DA SILVA FERREIRA – RA: 125111359602
VINÍCIUS PARAFATTI MENDES – RA: 125111374876

ZÉ CARIOCA E A MALANDRAGEM QUE CONQUISTOU O BRASIL: UMA ANÁLISE A PARTIR DO FILME “VOCÊ JÁ FOI À BAHIA?”

São Paulo
2023

Beatriz Meneghesso Silveira
Paula da Silva Ferreira
Vinícius Parafatti Mendes

ZÉ CARIOCA E A MALANDRAGEM QUE CONQUISTOU O BRASIL: UMA ANÁLISE A PARTIR DO FILME “VOCÊ JÁ FOI À BAHIA?”

Relatório final, apresentado à Universidade Anhembi Morumbi, como parte das exigências para a obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientadores: Profº. Me. João E. dos Santos Filho & Profª. Dra. Carolina C. Loucão Preto.

São Paulo
2023

"If you can dream it, you can do it. Always remember that this whole thing started with a dream and a mouse."

Walt Disney

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, por nos dar sabedoria e força para concluir este trabalho.

Às nossas famílias por todo o apoio fornecido durante esta jornada.

Agradecemos ao nosso orientador, Profº. Me. João Estevam, pelos conselhos e amizade.

Aos nossos avaliadores, Profº. Dr. Iberê Barros e Prof. Dr. Bernardo Queiroz pelos conselhos e orientações.

RESUMO

A Política da Boa Vizinhança foi essencial para a aproximação dos Estados Unidos com a América Latina durante a Segunda Guerra Mundial, e em especial, com o Brasil. O principal objetivo deste trabalho é demonstrar, a partir da análise do filme "Você já foi à Bahia?", detalhes de como os EUA utilizaram aspectos específicos da cultura brasileira para tentar unir as duas culturas. É proposta a utilização da teoria da hegemonia cultural de Antônio Gramsci como ponto central da análise do tema. Deste modo, pode-se dizer que a política usada pelos Estados Unidos foi bem sucedida em associar as culturas brasileira e estadunidense a uma certa união durante o período estudado.

Palavras-chave: Política da Boa Vizinhança; OCIAA; Zé Carioca; Walt Disney; Cultura.

ABSTRACT

The Good Neighbor Policy was essential for bringing the United States closer to Latin America during the Second World War, and in particular, to Brazil. The main objective of this work is to demonstrate, based on the analysis of the film “The Three Caballeros”, details of how the USA used specific aspects of Brazilian culture to try to unite the two cultures. It is proposed to use Antônio Gramsci's theory of cultural hegemony as a central point for analyzing the topic. In this way, it can be said that the policy used by the United States was successful in associating Brazilian and American cultures with a certain union during the period studied.

Keywords: Good Neighbor Policy; OCIAA; Joe Carioca; Walt Disney; Culture.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO..... 9

PANORAMA HISTÓRICO..... 11

A CRIAÇÃO DO OFFICE FOR INTER-AMERICAN AFFAIRS..... 13

A chegada da OCIAA no Brasil..... 16

Motion Picture Division/relação com cinema.....17

A política externa americana e a Disney.....19

ANÁLISE DO FILME “VOCÊ JÁ FOI À BAHIA?”..... 23

CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 32

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....34

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Organograma da OCIAA.....15
Figura 2: Getúlio Vargas conversa com Walt Disney no Palácio do Catete, Rio de Janeiro. 21
Figura 3: Mensagem inicial à transmissão da animação “Você já foi à Bahia?” no streaming “Disney+”.....24
Figura 4: Pôster do filme “The Three Caballeros”, nos Estados Unidos.....25
Figura 5: Poster do filme “Você já foi à Bahia?”, no Brasil.....25
Figura 6: Carta de presentes que chega ao Pato Donald em seu aniversário..... 25
Figura 7: Donald recebe o presente de Zé Carioca: Um Livro chamado Brasil.....26
Figura 8: Introdução do personagem Zé Carioca no universo do filme..... 26
Figuras 9 e 10: Zé Carioca fala da culinária baiana para Donald.....27
Figura 11: Zé Carioca se veste como “Carmen Miranda” e canta para Donald.....27
Figura 12: Zé Carioca fala para Donald que “Se fores a Bahia, meu amigo, não voltará de lá” ……...28
Figura 13: Zé Carioca e Donald pegam um trem rumo a Bahia..... 28
Figura 14: Donald e Zé Carioca se apresentam para Aurora Miranda..... 29
Figura 15: Poster estreando “Aurora Miranda” no filme “Você já foi à Bahia?”.....29
Figura 16: os sambistas entram em cena para dançar e galantear Aurora Miranda..... 30
Figura 17: Zé Carioca chama os outros sambistas de “Malandro”..... 30
Figura 18: Pato Donald samba com Aurora Miranda.....30
Figura 19: Zé Carioca samba com Aurora Miranda..... 30
Figura 20: Pato Donald deitado na lua, apaixonado com a Bahia após sair de lá.....31

INTRODUÇÃO

O cinema pode ser considerado uma forma de propagação de cultura, pois é criado a partir do pensamento e vivência de seu inventor, e alcança audiências que nem sempre possuem o mesmo tipo de ponderação, e é imprescindível entender que isso faz parte da sociedade.

> Para Gramsci, a cultura, [...] pode e deve ser compreendida estruturalmente; contudo, é necessário sempre ter presente que homens, grupos e classes sociais se movimentam nessas estruturas, lutando pelos seus projetos, pelas suas ambições, determinando uma dinâmica social permanente e imprevisível nos seus resultados. (VIEIRA, 1999, p. 62)

A Segunda Guerra é um período importante dentro desta linha de reflexão, pois diversas produções audiovisuais que são famosas atualmente foram criadas nesse ínterim, demonstrando um imenso poder temporal da mesma na fixação social.

Os Estados Unidos pós Primeira Guerra ainda passavam por dificuldades, principalmente devido ao Crash da Bolsa de Valores de Nova York, e o Plano New Deal estava em curso para tentar frear a desaceleração da economia e ainda diminuir o impacto da Grande Depressão no país. Durante a presidência de Franklin Delano Roosevelt, o objetivo também era buscar novos mercados, tendo em vista que a Europa estava prestes a entrar em guerra.

Assim, surgiu a ideia da Política da Boa Vizinhança estadunidense, uma medida drástica para aproximar os países latino-americanos dos Estados Unidos e conseguir aliados caso a guerra se expandisse. Roosevelt ancorou essa atitude em outra pessoa: Nelson Rockefeller, um empresário petrolífero que tinha curiosidades sobre a América Latina e visitou o continente em suas filiais empresariais.

A OCIAA (Office for Inter-American Affairs) foi o resultado dessa visita. Uma divisão das relações inter-americanas focada exclusivamente em assuntos “regionais”, uma união entre Norte e Sul. Entretanto, seus efeitos perduraram, e com o apoio da elite norte-americana em Walt Disney, e brasileira em Getúlio Vargas (não inicialmente, porém um acordo para investir nas empresas nacionais acabou fechando a parceria), o órgão se tornou um símbolo da promoção do “*American way of life*” no Brasil, o paradigma era o *American Way of Life*. Os meios, os mais

diversos possíveis. (TOTA, 2014). Destarte, esta foi uma política de soft power que agiu de forma eficiente em influenciar a sociedade brasileira.

Fazendo uso de pesquisa científica, é notável a presença de certos detalhes que favorecem a ação de avizinhamento americano, e assim, reunir evidências que corroborem com o estudo sugerido.

Para a apresentação dos resultados, o objetivo deste artigo visa mostrar como os Estados Unidos apresentou seu modo de vida e cultura, em uma tentativa de expor sua imagem na América Latina, através do cinema, relacionando com o conceito de hegemonia cultural, e tendo como objeto dessa pesquisa a OCIAA e os filmes financiados pela instituição, especialmente a produção “Você já foi à Bahia?”. Esta análise será feita através da apresentação dos aspectos que rodeiam a criação e estrutura do *bureau*, focando na divisão de cinema, averiguando a influência do governo norte americano nessa tentativa de proeminência cultural no Brasil durante o período.

Deste modo, se torna relevante um estudo do momento proposto, visto que a criação cinematográfica da época possui vários detalhes passíveis de análise que podem contribuir para a compreensão da influência norte-americana no Brasil.

PANORAMA HISTÓRICO

Para entender o que foi essa aproximação dos Estados Unidos com o Brasil e qual foi a necessidade dessa aproximação, é preciso observar o momento histórico que se passava (dentro do período analisado) na política estadunidense e o que se passava em território Brasileiro, seja pela política do próprio Brasil, ou dos EUA. Para tal, esta análise utilizará a teoria de *Antonio Gramsci,* autor que trouxe para a análise de Relações Internacionais, a teoria da hegemonia, onde, Hegemonia é o conjunto das funções de domínio e direção exercido por uma classe social dominante, no decurso de um período, sobre outra classe social e até sobre o conjunto das classes da sociedade. (MOCHCOVITCH, 1992, p. 20-21 apud DANTAS, 2015, p. 17).

Esta teoria é, em suma, um meio de impor o seu poder para que alguém com menos poder possa te servir e/ou fazer o que deseja. Deste modo, pode ser também um jeito que os Estados mais desenvolvidos têm de fazer com que os Estados emergentes tenham de lhe servir. Seria possível ver isso dentro do governo dos Estados Unidos antes, durante e após o Crash da Bolsa de Valores de 1929. A política externa do governo dos EUA já era notoriamente intervencionista desde o conceito do *"Big Stick"* (1858 – 1919) de Theodore Roosevelt, porém esta política intervencionista mais explícita só foi vista com outros olhos quase no período da Segunda Guerra. Na virada da década para os anos 30, mesmo com a troca de governo de Herbert Hoover para Franklin D. Roosevelt, o governo teria optado por outra direção, visto que o ex-presidente Hoover não teve sucesso em controlar a crise econômica, e o governo de Roosevelt começou a apresentar alguns avanços.

Já olhando para o Brasil durante a virada da década, tem-se a entrada do presidente Getúlio Vargas no governo com a revolução de 1930. Nas eleições deste mesmo ano, Vargas foi derrotado por Júlio Prestes, porém um levante militar, apoiado pela "Aliança Liberal" – chapa da qual Getúlio concorreu - fez com que Vargas fosse nomeado o presidente provisório do Brasil, ainda em 1930.

O período Vargas foi um dos momentos em que o Brasil conseguiu trazer mais desenvolvimento para o âmbito nacional. Seu primeiro mandato, foi marcado em vários aspectos, com a criação do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio;

Ministério da Educação e Saúde Pública, Conselho Nacional do Café, entre outros muitos benefícios para o desenvolvimento do Estado Brasileiro. Contudo, seu segundo governo foi marcado por uma característica ainda mais forte: a construção e consolidação de uma indústria nacional. Este governo trouxe o BNDE, a Criação da Eletrobrás, Plano Nacional do Carvão e Eletrificação e afins.

Pode-se dizer com isso que Vargas foi um presidente que apoiou com máximo esforço o desenvolvimento nacional, dando a entender que ele não precisava da presença e da intervenção imposta pelos Estados Unidos. Isso poderia mostrar para o governo norte-americano que um dos seus aliados mais chave para a imposição da sua hegemonia dentro do continente demonstrava claro interesse ao desenvolvimento nacional, dando a entender que uma possível "independência econômica e industrial" estaria por vir se continuasse desse jeito.

Com todo o desenvolvimento que o então presidente Vargas trouxe para o seu país, é possível dizer que seria complicado para qualquer ação dos EUA de tentar intervir em alguma política, seria ainda mais difícil. Um dos maiores interesses, não só de Rockefeller, mas do governo americano, era o petróleo que era contido dentro do território Brasileiro. Este projeto de industrialização brasileira pode ter esta costumeira chegada intervencionista por parte dos EUA para trazer as empresas para o território do Brasil, principalmente quando tratado referente ao petróleo, como diz o autor Tota:

> “o nacionalismo que marcou a época já tinha preocupações estratégicas perfeitamente cabíveis nos projetos de industrialização do país. Em abril de 1938, cinco meses depois da instalação do Estado Novo, foi criado o Conselho Nacional do Petróleo, que regulamentou a exploração do subsolo. No artigo 3º, nacionalizou a indústria e o refino do óleo importado ou de produção nacional e fixava que as empresas só poderiam ser dirigidas por brasileiros natos.” (TOTA, 2014)

Para que o governo dos Estados Unidos tentasse qualquer tipo de aproximação, surge para Rockefeller uma oportunidade de trazer a visão de “amigo americano” para o povo Brasileiro.

A CRIAÇÃO DO OFFICE FOR INTER-AMERICAN AFFAIRS

Durante a Segunda Guerra, os Estados Unidos tentavam se estabilizar, visto que a Europa passava por um momento turbulento, e o país havia recentemente atravessado a Crise de 1929 (graças ao New Deal), após a quebra da bolsa de valores de Nova York.

Inicialmente, era necessário focar em questões internas antes de começar um processo de alinhamento com outros países, e nesse pensamento, a América Latina.

"A ideia de uma política externa conciliatória com a América Latina foi resgatada com a ascensão dos *new dealers* na gestão do democrata Franklin Delano Roosevelt." (MORAES E SILVA, 2023). O presidente Franklin D. Roosevelt foi o responsável por introduzir o conceito da Política da Boa Vizinhança, uma maneira de conseguir aliados fora do contexto europeu e também novos mercados para investir.

> "[...] a nova política de Roosevelt, baseada nos preceitos da boa vizinhança, evitava a retaliação caso os homens de negócios americanos se considerassem prejudicados em alguma transação comercial. Os Estados Unidos olhavam com apreensão a crescente possibilidade de guerra na Europa e por isso queriam contar com o apoio do Brasil." (TOTA, 2014).

Um dos principais fatores que também determinaram a escolha da América Latina como foco estratégico de aproximação da crescente potência norte-americana deu-se em Nelson Rockefeller.

Nelson Aldrich Rockefeller foi um empresário e filantropo muito famoso norte-americano que, herdeiro de um magnata do petróleo, conservou a fortuna de sua família e a expandiu consideravelmente, movimentando a economia dos Estados Unidos, e firmando um monopólio no ramo petrolífero com um escoamento de empresas da família para outros países, em que incluía o Brasil.

A formação da aproximação norte-americana em solo brasileiro iniciou com a primeira visita de Rockefeller ao continente latino em 1937.

> "Sua visita aconteceu no momento da expansão do nacionalismo, aqui e na Europa. Alguns países europeus procuravam recuperar a condição que tinham antes da Primeira Guerra, provocando fortes tensões políticas e sociais. Foi esse clima tenso que instigou 'o jovem e idealista Nelson Rockefeller [...] a investir na ideia de uma aproximação entre os Estados Unidos e a América Latina'." (TOTA, 2014).

Assim, indo desde a Venezuela até o Brasil, averiguou a situação de suas companhias da Standard Oil[1] e outras empresas da família Rockefeller. Percebeu que as condições eram diferentes das que imaginava, e

> "Demonstrou que era preciso mudar profundamente as relações entre o capital e o trabalho. 'Precisamos reconhecer as responsabilidades sociais de uma grande corporação, e ela deve usar o potencial de seus bens para atender aos interesses da população. Se não fizermos assim, eles tomarão de nossas mãos o que nos pertence.'" (TOTA, 2014).

Paralelamente, no Brasil, Getúlio Vargas havia recentemente instaurado o Estado Novo, garantindo plenos poderes para governar, e com a censura e falta do Congresso para mediar as decisões do presidente, a opinião brasileira ia em direção oposta à uma aproximação estadunidense.

Nelson estudou politicamente o Brasil, observou como vivia a sociedade da época (apesar de se relacionar com a elite, ainda visitava e questionava a classe trabalhadora de suas fábricas) e levou suas primeiras impressões a Roosevelt, que, após debates, concordou na possibilidade de uma parceria americana mais assídua, criando assim, a ideia do Office for Inter-American Affairs, que facilitaria a relação entre os dois países.

"Tudo isso contou para que Roosevelt, com a Europa já em guerra, escolhesse Nelson Rockefeller para dirigir uma repartição especial de relacionamento com a América Latina." (TOTA, 2014).

A oficialização da criação da nova agência aconteceu em 16 de agosto de 1940, e Nelson Rockefeller foi nomeado como Coordenador das Relações Comerciais e Culturais entre as Repúblicas Americanas. "Sob seu comando, o órgão esmerou-se em conquistar o subcontinente através do mercado e, principalmente, por meio de corações e mentes." (TOTA, 2014).

É possível notar aqui, que esta aproximação por meio da política da boa vizinhança, com adição a criação da OCIAA, um exemplo da teoria da hegemonia cultural de Gramsci:

> "Desse modo, Gramsci aponta que a questão da hegemonia não deve ser entendida como uma questão de subordinação ao grupo hegemônico; pelo contrário, ela pressupõe que se leve em conta os interesses dos grupos sobre os quais a hegemonia será exercida, que estabeleça uma relação de compromisso e que faça sacrifícios de ordem econômico-corporativa (VIEIRA, 1999, p. 78)".

---

[1] Derivado da Standard Oil Company, aqui no Brasil ficou conhecida como "Esso" (por conta da pronúncia das duas palavras), uma companhia de petróleo fundada pelo avô de Nelson Rockefeller. Hoje em dia utiliza-se a nomenclatura "ExxonMobil".

Abaixo será apresentado um organograma da OCIAA de 1942;

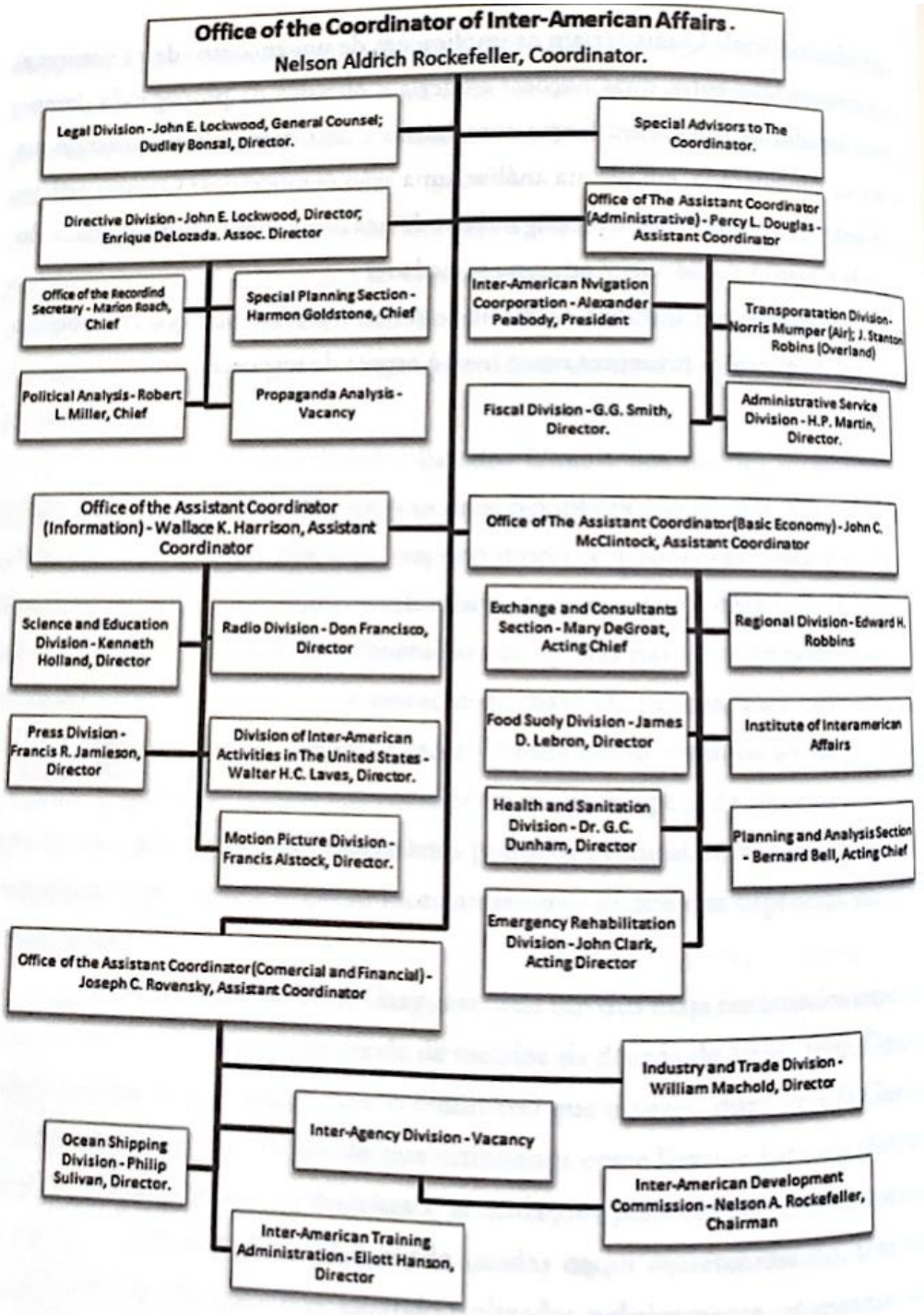

Figura 1: Fonte: VALIM, Alexandre Busko. "O triunfo da persuasão: Brasil, Estados Unidos e o Cinema da Política de Boa-Vizinhança durante a II Guerra Mundial". Pg. 52

A chegada da OCIAA no Brasil

Dentro da estrutura criada pelo Office of the Coordinator of Inter-American Affairs, o Brasil era considerado um alvo importante dessa organização, devido às circunstâncias da Segunda Guerra Mundial. Além de ser o maior país da América do Sul, o território brasileiro tem diversas vantagens estratégicas, como sua extensa faixa litorânea e a abundância de recursos naturais essenciais, que faz com que o país assuma um papel estratégico no apoio aos esforços de guerra.

> "Outro ponto exposto por Valim em seu livro era de que o Brasil era um país com muitos imigrantes recentes da Itália, Alemanha e Japão, e além de ser alvo da propaganda Nazista, o Brasil tinha um chefe de Estado que manifestava abertamente seu desdém pela democracia e o liberalismo". (VALIM, 2017)

Os Estados Unidos nutriam preocupações quanto aos efeitos que influências estrangeiras, não alinhadas com os interesses americanos, poderiam exercer na região. A perda de um aliado estratégico como o Brasil poderia representar um risco significativo para a segurança do território do norte americano. A administração de Getúlio Vargas representava um desafio para os interesses americanos, devido ao crescente nacionalismo que ele promovia, o qual tinha um impacto na capacidade de influência dos Estados Unidos na região. Portanto, em uma tentativa de conquistar a opinião pública, o Office estabeleceu sua presença no Brasil em 1941 com o objetivo de promover o "American Way of Life" junto ao público brasileiro e a unidade recebeu o nome de Brazilian Division.

Estabelecer o Office no Brasil não foi uma tarefa fácil,

> "Do ponto de vista dos representantes estadunidenses, o nacionalismo da época gerava obstáculos e complicações de todo o tipo, começando com os artigos da Constituição do Estado Novo que proibiam o uso de dinheiro por estrangeiros residentes no Brasil para fins de propaganda política – justamente a missão do Office. (VALIM, 2017).

Para driblar esses obstáculos, principalmente os de questão orçamentária, o Office optou por violar a legislação brasileira e, nesse esforço, contou com o apoio da Embaixada dos Estados Unidos no Brasil e da American Chambers of Commerce (AMCHAM) para auxiliar na gestão financeira. Em 1942, Nelson Rockefeller anunciou a transformação da Brazilian Division em Foreign Office, conferindo-lhe status de autoridade diplomática, a partir dessa mudança, a divisão

agora tinha independência financeira em relação à AMCHAM e as atividades no Brasil foram facilitadas pelo novo status.

Vale destacar que, segundo afirmação de Alexandre Valim em seu livro, a Brazilian Division era considerada a mais importante subsidiária na América do Sul e no total foi composta por 13 regionais, que eram responsáveis por disseminar os materiais elaborados pelo Office por todas as regiões do Brasil. A sede ficava no Rio de Janeiro, mas também havia escritórios em São Paulo, Belo Horizonte, Salvador, Belém, Curitiba, Porto Alegre, Natal, Fortaleza, Recife, Florianópolis, Vitória e Manaus.

A expansão da Brazilian Division evidencia a magnitude do esforço empreendido pelos Estados Unidos para manter um controle estratégico na América Latina durante o período estudado. Através da abrangência geográfica, a divisão demonstra o empenho em atingir diferentes pontos do território brasileiro, visando a disseminação dos materiais produzidos pelo Office, e a presença em várias cidades do Brasil, incluindo importantes centros urbanos, reflete a importância atribuída à região e a sua necessidade de fortalecer a influência americana nessa área.

Motion Picture Division/relação com cinema

Ao longo do século XX, o cinema ultrapassa o patamar de entretenimento, e se torna um instrumento de disseminação dos valores americanos, efetivamente estabelecendo-se como uma poderosa ferramenta de influência na política externa dos Estados Unidos. Essa forma de arte acaba desempenhando um papel importante na projeção e promoção dos princípios e identidade dos EUA em escala global, consolidando-se como um meio eficaz de comunicar e influenciar audiências estrangeiras. O cinema não apenas ajudou a moldar a percepção internacional dos Estados Unidos, mas também desempenhou um papel ativo na promoção de sua cultura e ideais democráticos, conhecido como o American Way of Life.

> "Como parte de sua estratégia de utilizar meios audiovisuais para fins educativos, a OCIAA estabeleceu a Motion Picture Division (MPD) dentro de sua Divisão de Comunicação. O setor cinematográfico do OCIAA possuía dois escritórios, um em Washington, responsável pelas diretrizes políticas e pelas relações públicas da MPD com as demais agências governamentais, e outro, em Nova Iorque, que sustentava três seções executivas importantes: a de produção e adaptação, a de cinejornais e a de

> distribuição. A MPD mantinha, ademais, uma representação fixa em Los Angeles. Essa era encarregada, entre outros afazeres, de aconselhar os produtores cinematográficos sobre os temas relacionados à América Latina, de informar o OCIAA sobre as atividades dos estúdios e de promover o uso de artistas latino-americanos em produções hollywoodianas.”(MORAES, 2015)

O esforço dedicado à promoção de artistas latino-americanos nas produções hollywoodianas representa uma estratégia perspicaz para estabelecer uma conexão através dos laços culturais, ajudando a criar oportunidades de influência na região e contribuir para o fortalecimento das relações interamericanas. Este exemplo ilustra a relevância do MDP na formulação de estratégias eficazes para promover os interesses do OCIAA de maneira mais sutil na América Latina, por meio da influência exercida por meio dos aparatos culturais.

> “As principais atribuições da divisão de cinema eram: servir de elo entre o OCIAA e as indústrias cinematográficas, promover a produção interna de filmes (curtas e longas), de cinejornais sobre os EUA e as “outras Américas”, distribuir as películas para os países da região e combater o cinema produzido pelo Eixo, por meio de seus aglomerados cinematográficos como a ITAfilm – subsidiada pelo Ministério da Cultura Popular italiano, habitualmente chamado pelo termo "Minculpop", e a Universum Film Aktien Gesellschaft – Ufa, braço cinematográfico do Ministério Nacional para Esclarecimento do Povo e Propaganda Nazista “(TOTA, 2000)

A preocupação dos americanos em relação à sua imagem perante os latino-americanos estava intrinsecamente ligada ao contexto histórico da época. À medida que o mundo enfrentava a Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos se encontravam em uma posição em que não podiam se dar ao luxo de permitir que os ideais propagados pelos países do Eixo conquistassem seus vizinhos latino-americanos. Diante das ameaças de influência que pairavam sobre a região, a MPD desempenhou um papel fundamental na produção cinematográfica destinada à América Latina. Essas produções exigiam uma meticulosa preparação em relação ao conteúdo apresentado, com o propósito de fortalecer os laços interamericanos e criar uma empatia em relação aos EUA, com o objetivo de manter um controle ideológico e político na região, assegurando a supremacia americana.

> “Dentre todas as áreas desenvolvidas no Brasil durante a II Guerra Mundial a de maior orçamento administrativo era a do cinema. Se a seção de rádio e imprensa juntas, tinham um orçamento de aproximadamente USD$50.000 (outubro de 1942 – outubro de 1943), apenas a área de cinema para o mesmo período tinha um orçamento para seu gerenciamento de pouco mais de USD$ 100.000” (VALIM, 2017).

Conforme destacado na citação, é evidente o considerável investimento do Office na área cinematográfica, esse compromisso se fundamenta em dois motivos

interligados que contribuem para ressaltar a importância do cinema como uma poderosa ferramenta de propaganda não apenas no Brasil, mas em toda a América Latina. O primeiro motivo está relacionado a capacidade de alcance, o cinema consegue atingir um grande público a cada sessão exibida, e o segundo motivo está ligado com a própria forma de exibição, por ser um entretenimento visual, a mensagem retratada consegue atingir diferentes públicos, afinal o cinema não se restringia apenas a elite, mas conseguia alcançar também a população mais pobre, que consequentemente acabava sendo analfabeta. Atingir esse público que era analfabeto era de suma importância, uma vez que, de acordo com o censo de 1940 realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o Brasil apresentava uma taxa de analfabetismo de 61,20% entre a população com cinco anos ou mais de idade, e no grupo de pessoas com dez anos ou mais, esse índice era de 56,70%. Isso significa que mais da metade da população brasileira naquela época era analfabeta, portanto, o cinema se tornava uma ferramenta essencial para a disseminação de informações e ideais devido a seus caráter visual, desempenhando um papel crucial na comunicação com os brasileiros.

A política externa americana e a Disney

Conforme mencionado anteriormente, o cinema emergiu como um meio de comunicação de grande relevância na promoção dos interesses políticos dos Estados Unidos na América Latina, no contexto da Política de Boa Vizinhança. Além de seu papel como forma de entretenimento, o cinema desempenhou um papel fundamental na disseminação de princípios, valores sociais e políticos representativos do American Way of Life para uma vasta audiência latino-americana, muitos dos quais eram analfabetos. Isso resultou no reconhecimento generalizado do cinema como uma poderosa ferramenta de propaganda, o que aflorou os interesses de parceria do governo americano junto aos estúdios hollywoodianos.

Em 1941, com a criação da Brazilian Division, a OCIAA decidi então se aliar aos grandes estúdios estadunidenses para a criação de um programa de

distribuição de filmes na América Latina, a princípio para a exibição de cinejornais, e era uma situação ganha – ganha para ambos os lados,

> "os estúdios concordaram em facilitar a exibição dos filmes em 16MM produzidos pelo office em suas salas comerciais com a contrapartida de. O Office auxiliar no transporte de filmes, equipamentos e materiais para toda a América Latina"(VALIM)

No entanto, entre os acordos firmados para a 'boa vizinhança' realizados em 1941, os firmados entre o Office e Walt Disney mostraram-se nos anos seguintes de fundamental importância para a disseminação da propaganda por meio do cinema no Brasil. Segundo as negociações, Disney realizaria uma série de animações sobre as relações hemisféricas que resultaram em uma viagem do produtor ao Brasil e produções amplamente aclamadas pelo público brasileiro como Saludos Amigos (1942), South of Border With Disney (1943), e The Three Caballeros (1945) '(VALIM, 2017)

A fim de contextualizar, é importante ressaltar que desde 1939, a Disney vinha estabelecendo estreitas relações com o governo de Roosevelt, resultando em uma colaboração que gerou mais de 1.200 cartazes, pôsteres, ilustrações, logomarcas e mascotes, bem como desenhos animados que serviam como veículos de divulgação dos esforços de guerra dos Estados Unidos (MORAES; CORREIO 2021). Empresários do meio cinematográfico, como Walt Disney, eram vistos como uma espécie de árbitros culturais. No entanto, se muitas vezes eles contribuiram para moldar os debates sobre os temas relacionados a comportamentos, identidades e sociabilidades, naquele momento, o governo exerceu forte influência sobre esses árbitros. Esse foi um dos principais fatores que tornaram muitos dos desenhos animados produzidos entre 1941 e 1944 essencialmente diferentes dos produzidos antes do conflito mundial e, também, dos que foram produzidos posteriormente. (VALIM, 2017)

Apesar da discussão realizada até o momento, é importante ressaltar que o relacionamento da Disney com o governo americano não constituiu o único impulsionador dessa parceria estratégica. "Foi nas páginas da revista infantil O Tico-Tico, em 1930, que as tiras estreladas por Mickey, e realizadas por Floyd Gottfredson, começaram a ser publicadas no Brasil. No começo, o personagem

recebeu o nome de Ratinho Curioso, mas logo passou a usar a denominação original. (IWERKS; KENENWORTH, 2001). Em decorrência da publicação de quadrinhos, a Disney consolidou seu reconhecimento entre os brasileiros, ampliando significativamente seu sucesso no país com o lançamento de "Branca de Neve e os Sete Anões", o primeiro filme de Walt Disney, que chegou ao Brasil com versão dublada em 1938, após sua estreia nos EUA em 1937.

O governo dos Estados Unidos reconheceu a notável popularidade da Disney e identificou uma valiosa oportunidade de empregar o estúdio não apenas como meio de apoio aos esforços de guerra, mas também como um veículo eficaz para promover a Política de Boa Vizinhança, em colaboração com a OCIAA. Em 1941, Walt Disney desembarcou no Brasil, mais precisamente no Rio de Janeiro, para promover o filme "Fantasia", lançado em 1940, contudo, essa visita foi além das aparências, representando, na realidade, uma missão diplomática de convite do governo norte-americano, alinhada com os princípios da Política de Boa Vizinhança. Ao longo de sua estadia de 23 dias, Disney não apenas promoveu o filme, mas também teve a distinta oportunidade de se encontrar com o presidente Getúlio Vargas, estreitando a relação entre os dois países.

Figura 2: Getúlio Vargas conversa com Walt Disney no Palácio do Catete, no Rio de Janeiro (Foto: ARQUIVO NACIONAL via BBC)

Walt Disney chegou ao Brasil acompanhado por um grupo de desenhistas e animadores, transformando essa visita em uma fonte de inspiração para narrativas e personagens inovadores. Durante a estada, a equipe explorou o zoológico e museus locais em busca de elementos autênticos que pudessem enriquecer suas criações, essa pesquisa resultou na concepção de Zé Carioca, o papagaio carismático que se tornou uma encarnação vibrante do encanto pelo samba e da vivacidade da cultura brasileira, refletindo com os elementos encontrados no Rio de Janeiro. Em 1942, Zé Carioca fez sua primeira aparição no filme "Alô Amigos", introduzindo de maneira cativante um pedaço da rica cultura local a outro ilustre personagem da Disney, o Pato Donald. Nesse encontro cinematográfico, Zé Carioca compartilha com Donald não apenas a animação colorida do Rio de Janeiro, mas também as nuances culturais que fazem da cidade um lugar único. A presença de ambos os personagens não se limita a um único filme, o Pato Donald, assim como Zé Carioca, estrela em outro filme animado da Disney intitulado "Você já foi à Bahia?", e essa continuidade nas aparições destes personagens estabelece uma conexão narrativa.

A produção de animações feitas pela Disney, conforme mencionadas anteriormente, visam destacar a fraternidade entre as nações americanas. Essas animações não apenas reproduziam de forma estereotipada a cultura latino-americana em seus filmes, mas tinham como objetivo demonstrar que os norte-americanos não viam conflitos culturais ou de valores entre essas diferentes culturas latino americanos, o foco estava em mostrar que, na realidade, havia uma forte relação de camaradagem entre os personagens, transmitindo a mensagem de que essa camaradagem se estendia para além das telas, refletindo um esforço dos Estados Unidos para aprimorar a imagem dos norte-americanos no Brasil.

As produções e materiais criados pelos estúdios Disney cativaram o público, tornando-se extremamente populares. No livro O Triunfo da Persuasão de Alexandre Valim, o pesquisador teve acesso a relatórios do Brazilian Division, foi relatado que a produção de Saludos Amigos (1942), Alô Amigos em português, recebeu uma onda de aplausos ao final do filme, destacando a popularidade da animação frente ao público brasileiro.

Com o que foi exibido nessa seção, é possível constatar que a parceria entre o governo dos Estados Unidos e os estúdios Disney refletem uma estratégia promissora de hegemonia cultural, que conquistou e moldou a visão do público por meio da arte. Através do cinema, os Estados Unidos buscaram melhorar sua imagem e influenciar positivamente a percepção dos latino-americanos em relação aos norte-americanos. O sucesso desse empreendimento ressalta o impacto do cinema como um veículo capaz de moldar a opinião pública e fortalecer as relações internacionais, além de sublinhar a importância dos players, que são líderes do setor do entretenimento, na construção de narrativas culturais e políticas.

ANÁLISE DO FILME "*VOCÊ JÁ FOI À BAHIA?*"

Nessa seção será feita uma análise de um trecho do filme "Você já foi à Bahia?" (dirigido por Norm Ferguson, Clyde Geronimi, Jack Kinney e Bill Roberts), é um filme de animação da Disney lançado em 1944 e que se encontra disponível no serviço de streaming Disney +. Para esta análise, este artigo irá focar apenas no segmento *Bahia*, parte do filme da qual se retrata mais sobre o Brasil, durante 16 minutos do filme, dos minutos 22:15 até 38:28 (Tempo tirado conforme a própria plataforma de streaming do Disney +). O filme é uma combinação de animação e live-action e faz parte da série de filmes estrelados pelo Pato Donald, que recebe presentes da América do Sul em seu aniversário. Ao explorar os presentes ele conhece mais sobre os países de origem deles, incluindo o Brasil, onde a Bahia é mencionada como parte da viagem.

Antes mesmo do início do filme, dentro da plataforma de streaming, é exibida a seguinte mensagem:

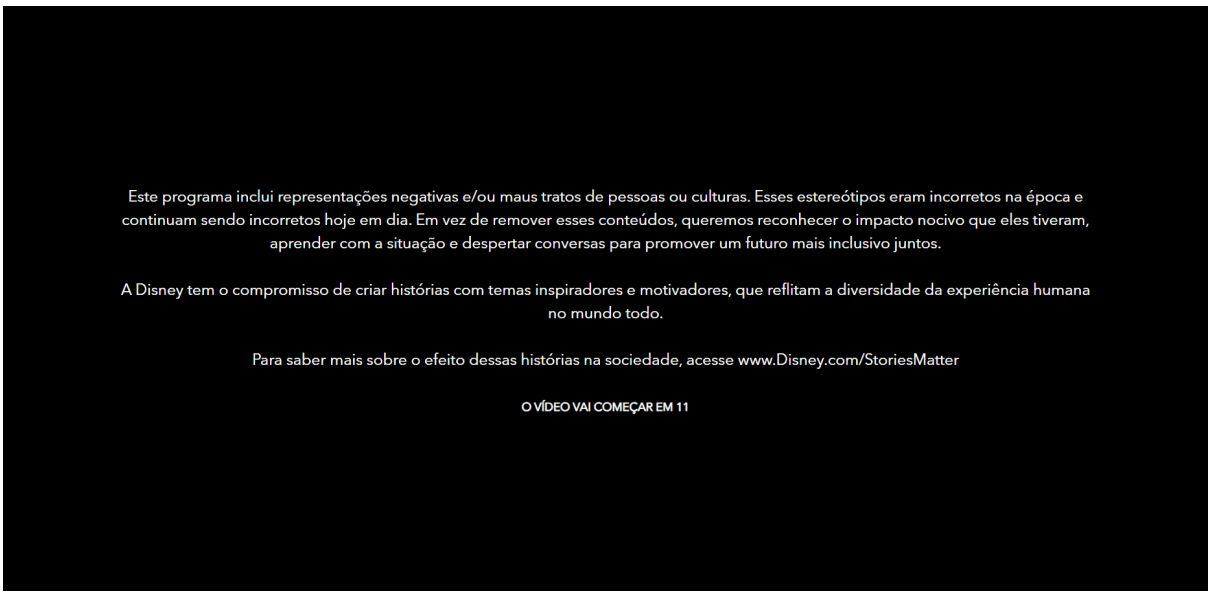

Figura 3: Mensagem inicial à transmissão da animação "Você já foi à Bahia?" no streaming "Disney+"

Ela pode mostrar o quanto a produtora pensou nos estereótipos que chamariam a atenção do público, podendo usar isto como uma parte de sua aproximação, tentando trazer o sentimento de se sentir em casa quando assiste ao filme.

Para começar com o longa-metragem, o nome do filme original é "The Three Caballeros", devido a participação dos 3 personagens animados criados pela Disney: Pato Donald, Panchito e Zé Carioca. Porém o filme foi traduzido no Brasil para "Você já foi à Bahia?". Um dos motivos pode ter sido justamente o samba que tem este nome, *"Você já foi à Bahia?"*, composto e cantado por *Dorival Caymmi.* Esta mudança de nome pode se dever ao estudo de aproximação da OCIAA, e que facilitaria uma identificação para o brasileiro dentro de um filme estadunidense.

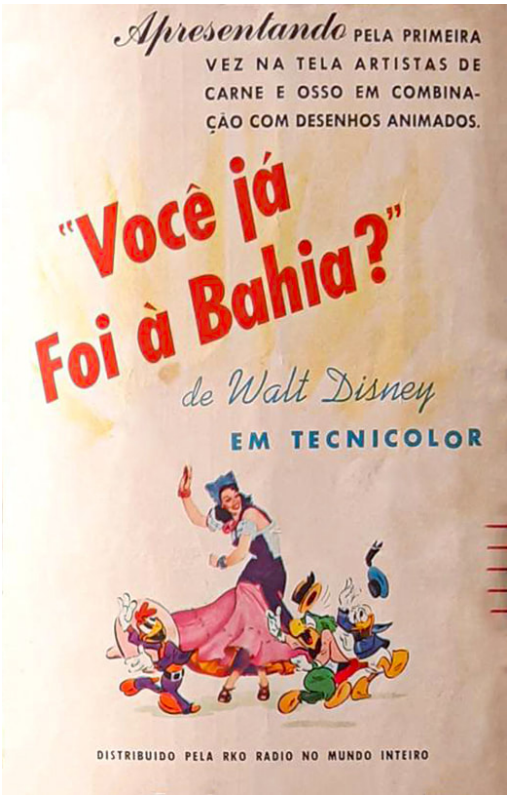

Figura 4 (esquerda): Pôster do filme "The Three Caballeros", nos Estados Unidos

Figura 5 (direita): Poster do filme "Você já foi à Bahia?", no Brasil

Observa-se também como a animação se esforça para estabelecer conexões entre o personagem estadunidense e os latino-americanos. Logo no início, quando o Pato Donald recebe seu presente com um bilhete que diz "From your friends from Latin America (Dos seus amigos da América Latina)":

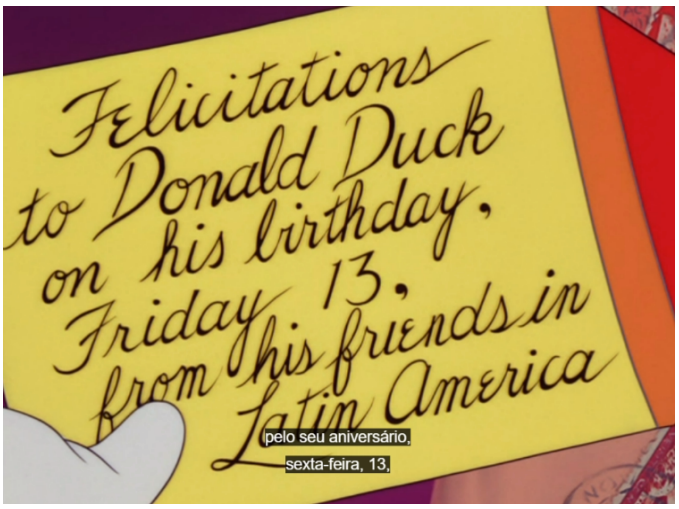

Figura 6: Carta de presentes que chega ao Pato Donald em seu aniversário

Nota-se que essa representação de amizade busca transcender a tela do cinema, demonstrando que o Brasil e os Estados Unidos são nações amigas para além do mundo animado. Como disse Nelson Rockefeller em um de seus discursos numa de suas várias visitas ao Brasil:

> *"Amigos e unidos, o Brasil e os Estados Unidos, depois de ganharem a guerra, hão de ganhar a paz. São grandes as suas responsabilidades, não só agora, mas depois da conflagração. Como já disse, o jornal e o rádio são as primeiras trincheiras. Portanto, vós sois também soldados da Liberdade e defensores da América. Nossa vitória comum também depende de vós." (TOTA, 2014)*

Aqui, entra em cena o protagonista, "Zé Carioca", para analisar o retrato do Brasil dentro do filme. A introdução deste personagem vem de um livro chamado "Brasil". Curiosamente, quando Donald pega o presente em sua mão, o livro está "dançando", no ritmo da música, que aparenta ser um samba. Quando o livro é aberto, vê-se que quem está tocando o samba é o personagem "Zé Carioca", onde se apresenta:

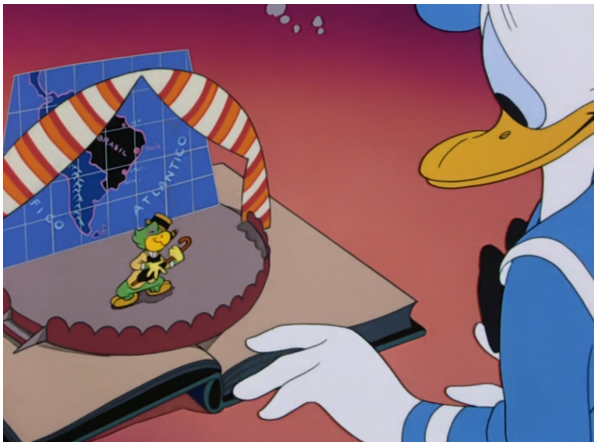

Figura 7 (esquerda): Donald recebe o presente de Zé Carioca: Um Livro chamado Brasil

Figura 8 (direita): Introdução do personagem Zé Carioca no universo do filme

Após sua introdução, Zé Carioca revela seu amor pela Bahia, e começa novamente a cantar, mas desta vez, a música é o que seria o próprio tema do filme: *"Você já foi à Bahia?"*, de *Caymmi.* Aqui são vistas algumas referências ao povo brasileiro, com a culinária nativa também citada no filme, a canção faz menção a pratos típicos da Bahia, como vatapá, e munguzá, demonstrando o esforço do filme em apresentar a cultura nacional e isso conquista o público brasileiro:

Figuras 9 (esquerda) e 10 (direita): Zé Carioca fala da culinária baiana para Donald

Nota-se que, quanto mais o personagem carioca fala sobre a Bahia, aparentemente, mais os olhos de Donald crescem, podendo demonstrar o interesse nesta nova cultura. Após esta mesma cena, o personagem Zé Carioca, continua o seu samba com uma "famosa performance": O personagem se veste como a notória "Carmen Miranda":

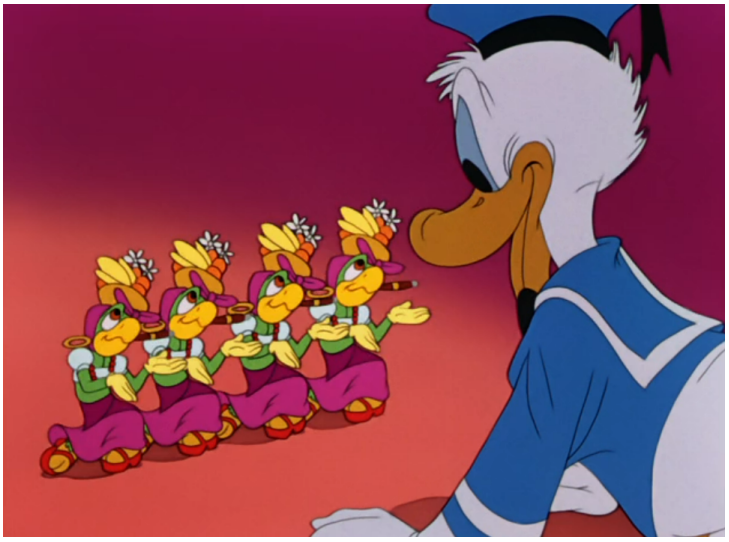

Figura 11: Zé Carioca se veste como "Carmen Miranda" e canta para Donald

Pode-se dizer que esta apresentação, deveria trazer um conforto ainda maior para o público do Brasil, visto que a cantora citada tinha uma grande fama no território nacional. Antes que a apresentação acabe, Zé Carioca fala para Donald a seguinte frase: *"Se fores à Bahia, meu amigo, não voltarás de lá",* Isso pode indicar um forte apego do personagem pelo local que fala. Porém, pode demonstrar também, por parte da produção, o quanto este lugar é bom, a ponto de não querer voltar para sua casa.

Figura 12: Zé Carioca fala para Donald que "Se fores a Bahia, meu amigo, não voltará de lá"

Após a apresentação, Donald questiona Zé ao saber se ele já tinha ido à Bahia. Surpreendentemente, ele nunca pisou lá. Com isso, ambos pegam um trem rumo à Bahia.

Figura 13: Zé Carioca e Donald pegam um trem rumo a Bahia

Contudo, a linha da qual o trem passa está rodeada de árvores e um grande matagal com rios e lagos. Isso pode representar a visão do próprio estúdio de produção, ou do governo (representado pela OCIAA) de como o Brasil era visto fora

de seu território: fauna e flora exuberantes, mas que não se tinha uma “civilização avançada”, como nos Estados Unidos.

Quando eles chegam na Bahia, eles ouvem a voz serena de uma moça cantando: *“Trago os Quindins de Iaiá, quem quer meus quindins comprar?”* Fazendo uma referência a mais uma comida típica da Bahia. Quando a dona da misteriosa voz aparece, vê-se que ela é na verdade a atriz e cantora “Aurora Miranda”, irmã de Carmen Miranda. No filme, ela é a vendedora dos Quindins de Iaiá:

Figura 14 (esquerda): Donald e Zé Carioca se apresentam para Aurora Miranda
Figura 15 (direita): Poster estreando “Aurora Miranda” no filme “Você já foi à Bahia?”

Após os personagens se apresentarem, tem-se uma grande apresentação no ritmo da música “Os Quindins de Iaiá”, de Ary Barroso, mas que no filme é cantado e protagonizado pela própria Aurora Miranda. Quando a música começa, alguns atores entram em cena, como se fossem sambistas, cantando a música junto com Aurora. Alguns inclusive são chamados de “malandros” pelo próprio personagem Zé Carioca:

Figura 16 (esquerda): os sambistas entram em cena para dançar e galantear Aurora Miranda
Figura 17 (direita): Zé Carioca chama os outros sambistas de "Malandro"

Essa aproximação das animações com as pessoas nativas, pode demonstrar o afeto ou gentileza do povo brasileiro, talvez transmitindo um estereótipo social - em outras palavras, um povo amigável. É possível observar isso quando o próprio Pato Donald entra no samba sem ter ao menos pisado na Bahia antes.

Após a cena, o samba continua a ser tocado e o próprio Donald chega a dançar com a Aurora, assim como Zé Carioca:

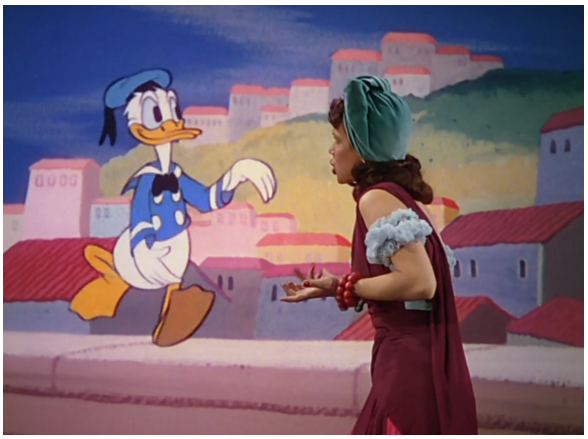

Figura 18 (esquerda): Pato Donald samba com Aurora Miranda
Figura 19 (direita): Zé Carioca samba com Aurora Miranda

Isso pode representar a aproximação, tanto dos povos quanto cultural, no que diz respeito à relação Estados Unidos e Brasil, como se ambos pudessem dançar juntos e se relacionarem, construindo uma amizade ainda mais fiel.

Após esta cena, o samba continua até que Aurora Miranda e os "malandros" partem rumo ao horizonte da Bahia, e o Livro se fecha. Quando ambos os

personagens saem do livro, Donald sai hipnotizado com o que viu, e Zé Carioca o questiona sobre sua opinião quanto à Bahia, e a resposta foi: “É linda, é maravilhosa! Romance! Luar! Mulheres lindas!” - e assim ele cai em uma lua pendurada com um olhar apaixonado pela Bahia:

Figura 20 : Pato Donald deitado na lua, apaixonado com a Bahia após sair de lá.

É possível analisar esta cena pensando que, esta paixão adquirida pelo protagonista Pato Donald, pode significar o quanto o povo estadunidense pode gostar do povo brasileiro e como se identificam como amigos. A facilidade com que Donald se encanta e se deixa levar pelos sons, cores, danças e paisagens da *Baía* (com a grafia ainda sem o “h”) também pode evidenciar a acolhida que os Estados Unidos encontraram em solo brasileiro, uma vez que o primeiro longa “Alô, Amigos” fez muito sucesso devido à produção “[...] em estreita colaboração com o Departamento de Estado para exibição não só no circuito comercial, mas também em universidades, escolas e instituições culturais dos países da América Latina.” (TOTA, 2014).

Por fim, a inicial dificuldade de Donald em se localizar, em pronunciar as palavras em português, em entender como é a estética brasileira, muda conforme o personagem de Zé Carioca explica a ele, uma aventura pelo Brasil do jeito que o presente dado a ele foi imaginado. E apesar do estereótipo criado, isso colaborou com o laço formado entre os dois países e com uma possível convergência de culturas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da discussão realizada, observa-se dizer que a influência dos Estados Unidos no Brasil pode ser estudada não apenas em relações econômicas, mas também em relações culturais. Essa perspectiva encontra respaldo nas ideias de Gramsci, onde este artigo tenta demonstrar (por meio de sua teoria) como a criação da OCIAA e a produção do longa-metragem “Você já foi à Bahia?” Podem fazer parte de um plano maior por parte do governo dos Estados Unidos, em sua aproximação com a América Latina. Neste conceito de hegemonia cultural, se destaca a importância de examinar o papel das influências culturais na configuração das relações de poder e na conformação das ideias dominantes em uma sociedade. A confluência de estilos sociais foi de extrema importância na formação de um vínculo entre os latino-americanos e os estadunidenses, desempenhando um papel fundamental não apenas na criação de laços, mas também na resistência a ideias antagônicas aos valores de uma nação. Isso evidencia que essa influência cultural não só pode ser empregada para neutralizar perspectivas adversas, mas também para estreitar conexões com potenciais aliados.

O relacionamento EUA x Brasil é um exemplo de como uma política bem estruturada, pode manter os países dialogando. Através de Nelson Rockefeller, a política da Boa Vizinhança foi bem-sucedida em aliar o Brasil aos interesses estadunidenses e ainda coletar mais informações sobre os países ao qual ela se aplicava. A estratégia empregada por Rockefeller, em colaboração com a OCIAA, ilustra como a aproximação dos Estados Unidos foi realizada de maneira cuidadosa, sutil, mas, ao mesmo tempo, decisiva para orientar a formulação de uma política externa mais alinhada aos interesses norte-americanos.

Vale destacar a parceria estratégica entre o governo norte-americano e os estúdios Disney como um capítulo intrigante dessa história. A criação da Brazilian Division e os acordos estabelecidos evidenciam não apenas uma ponte entre as nações, mas também uma engenhosidade de projeção cultural do *American Way of Life*. As produções da Disney citadas no presente artigo, demonstram a estratégia dos Estados Unidos de construir uma narrativa de camaradagem entre as nações americanas, através de narrativas e personagens, como o Zé Carioca, buscando mitigar a ideia de conflitos culturais. Isso demonstra a eficácia do cinema como instrumento de aproximação e influência cultural, sublinhando sua importância

desse meio de comunicação na construção de relações de hegemonia cultural entre países.

Foram apresentados neste artigo argumentos que tentam provar a ideia de como o cinema se revelou uma ferramenta eficaz para o estabelecimento de uma nova aproximação entre norte-americanos e brasileiros. O exemplo usado foi o filme de 1944, chamado “Você já foi à Bahia?”, uma produção da Disney com parceria e financiamento da própria OCIAA, onde vê-se a participação do notório personagem Zé Carioca, carinhosamente recebido pelo público brasileiro, e principalmente pelas crianças, por se tratar de uma animação. Aqui, foi possível fazer uma análise dos principais pontos de influência dentro do filme, que reforçam a identificação com o Brasil, a fim de promover uma aproximação com os Estados Unidos.

No que diz respeito à linguagem, o filme incorpora expressões e músicas em português, estabelecendo uma conexão com o público brasileiro, que se identifica com sua língua materna. Além disso, a presença predominante do samba, um gênero musical nativo do Brasil, fortalece essa identificação da população com o filme. A imagem da Bahia apresentada no filme é a de um paraíso tropical, com praias paradisíacas e exuberantes florestas.

Com isso, pode-se dizer que o cinema foi usado como uma “arma de aproximação”, por parte dos Estados Unidos. Este meio tornou-se uma arma estratégica, permitindo ao governo explorar não apenas o aspecto visual, mas também cenários, diálogos e até mesmo expressões regionais.

Em suma, o fato do avizinhamento dos Estados Unidos com o Brasil ter sido feito através de políticas de soft power, acabou contribuindo para uma vantagem norte-americana pois o Brasil passou a ver com outros olhos a potência continental, assim obtendo êxito na promoção do *“American Way of Life”* e em uma identidade americana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ANGRISANO, Leonardo. HOLLYWOOD-RAÍZES DA INFLUÊNCIA CULTURAL NA SOCIEDADE BRASILEIRA E BELO-HORIZONTINA DE 1930 À 1960 MONOGRAFIA DE BACHARELADO DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO Mariana 2005. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://lph.ichs.ufop.br/sites/default/files/lph/files/186_leonardo_angrisano_-_hollywood_-_raizes_da_influencia_cultural_na_sociedade.pdf?m=1525724398> . Acesso em: 10 out. 2023

BASTOS, L. C. D. R. A sedução das guerras nas telas do cinema: uma análise sobre Hollywood e a disseminação de mensagens ideológicas durante a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria., 2007. Disponível em https://repositorio.bc.ufg.br/items/fd9b5320-dd94-42db-a869-b181aeac59df/full . Acesso em 06 out. 2023

CORREIA, E. O grande “mocinho da história mundial”: construção da imagem estadunidense nas telas de cinema., 2020. Disponível em https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/fb5c13bf-b976-461a-a7bb-768d8b8b7fb1/full . Acesso em 12 out. 2023

DANTAS,C. Capítulo I. In: Gilberto Freyre e José Lins do Rego: diálogos do senhor da casa-grande com o menino de engenho [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2015. Substractum collection, pp. 27-51. Disponível em: https://books.scielo.org/id/y4x7f/pdf/dantas-9788578793296-03.pdf . Acesso em 02 out. 2023

DE OLIVEIRA, C. F. C. A propaganda nas entrelinhas: As particularidades do cinema hollywoodiano como instrumento de propaganda estadunidense durante a Segunda Guerra Mundial. [s.l: s.n.]. Disponível em: <http://www.encontro2014.sc.anpuh.org/resources/anais/31/1403998456_ARQUIVO_ApropagandanasentrelinhasAsparticularidadesdocinemahollywoodianocomoinstrumentodepropagandaestadunidenseduranteaSegundaGuerraMundial.pdf>. Acesso em 05 out. 2023

ELÍSIO, R.; SANTOS. Zé Carioca e a Cultura Brasileira. [s.l: s.n.]. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/132481846594195273615504292018847697 46.pdf>. Acesso em 12 out. 2023

FERREIRA, A. Associação Nacional de História -ANPUH XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA -2007 A produção Disney em época de Segunda Guerra Mundial: cinema, história e propaganda. [s.l: s.n.]. Disponível em: <http://www.encontro2016.sp.anpuh.org/resources/anais/anpuhnacional/S.24/ANPUH.S24.1241.pdf>. Acesso em 13 out. 2023

FERREIRA, T.; OLIVEIRA, M. T. F. DE. O CINEMA COMO INSTRUMENTO DO OFFICE OF THE COORDINATOR OF INTER-AMERICAN AFFAIRS PARA PROMOVER A POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA DURANTE A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL. REI - Revista de Estudos Internacionais, v. 13, n. 1, 2 ago.

2022. Disponível em https://revista.uepb.edu.br/REI/article/view/1373/1027 . Acesso em 20 set. 2023

FERRO, Marc. Cinema e história. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Paz e terra, 2010. 244 p. Disponível em https://ria.ufrn.br/handle/123456789/802 . Acesso em 06 set. 2023

GARCIA, Tânia da Costa. “Carmen Miranda E Os Good Neighbours.” *Diálogos*, vol. 7, no. 1, 2017, https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Dialogos/article/view/37913 . Acesso em 4 out. 2023.

GUEDERT, H. DE S. C. Hollywood e soft power: como os Estados Unidos se utilizaram do cinema para influenciar o mundo. 2020. Disponível em https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/45c9b9fc-b3be-4abe-bf71-bbc368b8631b/full . Acesso em 15 set. 2023

HALL, M. M.; SILVA, M. C. DA. Missão a Moscou: Hollywood e cinema de propaganda americano durante a segunda guerra mundial. Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas, v. 11, n. 98, p. 262–291, 24 maio 2010. Disponível em https://periodicos.ufsc.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/view/1984-8951.2010v11n98p262 . Acesso em 29 set. 2023

IWERKS, Leslie; KENENWORTH, John. The hand behind the mouse. New York: Disney Editions, 2001.

MASSAGLI, S. A falsa representação da identidade brasileira na construção do personagem Zé Carioca da Disney. Literartes, v. 1, n. 8, 31 out. 2018. Disponível em https://www.revistas.usp.br/literartes/article/view/139877 . Acesso em 20 out. 2023

MCCANN, F. D. Brazil and World War II The Forgotten Ally. What did you do in the war, Zé Carioca. Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe, v. 6, n. 2, 1 jan. 1995. Disponível em https://eial.tau.ac.il/index.php/eial/article/view/1193 . Acesso em 03 out. 2023

MELLO, André Vinícius Inacio Penna. O COORDENADOR NA TERRA DA GAROA: O FUNCIONAMENTO DO OFFICE OF THE COORDINATOR OF INTER-AMERICAN AFFAIRS EM SÃO PAULO. [s.l: s.n.]. Disponível em https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/191165/PHST0620-D.pdf?sequence=-1&isAllowed=y . Acesso em 02 out. 2023

MORAES, I. A.; SILVA CORREIO, M. F. . Pan-Americanismo e Cinema durante a Política Externa da boa Vizinhança (1933-1945) no Brasil: os embaixadores Disney, Orson Welles e Carmen Miranda. Revista de Estudos e Pesquisas sobre as Américas, [S. l.], v. 15, n. 3, p. 197–224, 2023. DOI: 10.21057/10.21057/repamv15n3.2021.33515. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/repam/article/view/33515 - Acesso em 6 nov. 2023

MORAES, Isaías A. “Política e Cinema na Era da Boa Vizinhança (1933-1945)”. História e Cultura, v. 4, n. 1, pp. 277-301, 2015. Disponível em: https://ojs.franca.unesp.br/index.php/historiaecultura/article/view/1487.

SILVA, J. G. D. O. A INFLUÊNCIA DO CINEMA NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS: O “OUTRO” SOB a ÓTICA DISNEY. Portal de Trabalhos Acadêmicos, v. 4, n. 2, 2017. Disponível emhttps://revistas.faculdadedamas.edu.br/index.php/academico/article/view/2238 . Acesso em 15 out. 2023

TOMAIM, C. D. S. Por que filmar a nossa guerra? A segunda guerra mundial no cinema brasileiro: Panorama histórico de 1940 a 2015. Esboços - Revista do Programa de Pós-Graduação em História da UFSC, v. 22, n. 34, p. 178, 1 ago. 2016.

TOTA, Antonio Pedro. O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil. 1. ed. [*S. l.*]: Companhia das Letras, 2014. 477 p.

TOTA, Antonio Pedro. O Imperialismo Sedutor: A Americanização do Brasil na Época da Segunda Guerra. 2. ed. [*S. l.*]: Companhia das Letras, 2020. 251 p.

VALIM, Alexandre Busko. “O triunfo da persuasão: Brasil, Estados Unidos e o Cinema da Política de Boa-Vizinhança durante a II Guerra Mundial”. 1. Ed. São Paulo: Alameda, 2017.

VIEIRA, C. E. Cultura e formação humana no pensamento de Antonio Gramsci. Educação e Pesquisa, v. 25, n. 1, p. 51–66, jun. 1999. Disponível em https://www.scielo.br/j/ep/a/Pnbfn3MVRVR4LvYyhjJwsRr/?lang=pt#:~:text=Para%20Gramsci%2C%20a%20cultura%2C%20materializada,uma%20dinâmica%20social%20permanente%20e . Acesso em 10 set. 2023