A Política de Boa Vizinhança
e a influência cultural estadunidense na América Latina

Guilherme Augusto do Nascimento e Silva
Jonatas Pinto Lima
Estudantes do curso de História
Departamento de Artes e Humanidades - UFV

Resumo

O objetivo do presente artigo é analisar a força da influência cultural dos Estados Unidos da América nos países latino-americanos, tendo como ponto central a Política de Boa Vizinhança, criada por F. D. Roosevelt na primeira metade da década de 1930. Iniciamos nosso estudo a partir da criação do Office of the Coordinatior of Inter-American Affairs (OCIAA) - posteriormente denominado Office of Inter-American Affairs (OIAA) - em agosto de 1940. Focaremos-nos na influência exercida por este órgão na produção e exibição cinematográficas dos países latino-americanos, além de analisar outros aspectos da influência cultural estadunidense nestes países, como na difusão radiofônica, música, literatura e fotografia.

Palavras-chave: Política de Boa Vizinhança; Influência cultural; América Latina; Estados Unidos da América.

Os Eua usavam a produção artística como forma de influência

"A cooperação e a amizade geram táticas mais
eficientes do que ameaças e intervenção armada." (DIVINE, 1992, p. 590)

I – Introdução

O objetivo do presente trabalho é analisar a força da influência cultural dos Estados Unidos da América nos países latino-americanos, tendo como ponto central a Política de Boa Vizinhança, criada por F. D. Roosevelt na primeira metade da década de 1930. Iremos iniciar nossa análise a partir da criação do Office of the Coordinatior of Inter-American Affairs (OCIAA) - posteriormente denominado Office of Inter-American Affairs (OIAA) - em agosto de 1940, órgão utilizado, pelo governo dos Estados Unidos, com a intenção de implantar o modo de vida estadunidense na América Latina como um meio de diminuir a influência dos países do Eixo neste mesmo continente, além de visar à consolidação do domínio político e benefícios econômicos.

Focaremos nossa análise na influência exercida por este órgão na produção e exibição cinematográficas dos países latino-americanos, além de avaliar outros aspectos da invasão cultural estadunidense nestes países, como na difusão radiofônica, música, literatura e fotografia. Frisando sempre que tal penetração modificou os meios de se fazer arte em toda a América Latina, ao mesmo tempo em que reinventou os valores sociais e simbólicos das populações nestes países. (CATANI, 1997, p. 309).

Não devemos esquecer que as elites dos países latino-americanos apoiaram esta penetração cultural, para através desta satisfazerem seus interesses, os quais estavam, na maioria das vezes, diretamente ligados aos Estados Unidos.

II – A Política de Boa Vizinhança

Após o *crash* da bolsa de Nova York em 1929 e o início da Grande Depressão, os Estados Unidos, passando por vários problemas internos, precisavam mudar suas táticas de domínio na América Latina. A Doutrina Monroe e o seu corolário (AYERBE, 2004) foram repudiados no início da década de 1930, por serem considerados agressivos e prejudiciais para a imagem do país na comunidade internacional. Ao ser eleito presidente dos Estados Unidos em 1932, Franklin D. Roosevelt cria a política de Boa Vizinhança, que tem por preceito, a não intervenção militar como modo de impor o domínio sobre o continente, mas sim criar formas

mais sutis e eficazes de atingir seus objetivos nos países latino-americanos, melhorando as relações diplomáticas com os mesmos.

> F. D. Roosevelt lançou as bases da chamada Política de Boa Vizinhança, que, entre outras coisas, retirou os *marines* dos países centro-americanos que sofriam intervenção, estreitou laços diplomáticos com os países sul-americanos e inseriu organismos multilaterais de negociação na pauta externa americana. (FERES, 1999, pp. 185-186)

Esta política estava fixada no princípio do pan-americanismo, na perspectiva de uma América como a terra da liberdade, com a idéia de uma comunidade americana de nações, provocando a criação de uma "solidariedade" continental. "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) Esta política dos EUA consistia em influenciar culturalmente os países latino-americanos, exportando o modo de vida estadunidense.

> 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, p. 49)

Os EUA utilizariam este novo modo de vida para obter maiores benefícios econômicos e aumentar sua influência política. Além do plano cultural,

> [...] havia o declarado interesse, por parte do Departamento de Estado dos EUA, em consolidar a presença norte-americana na América Latina através de acordos comerciais, planos de cooperação internacional e, por fim, de alianças políticas que garantissem a hegemonia dos Estados Unidos na região. (MAUAD, 2005, p. 45)

Surge desta maneira, não um imperialismo em seus moldes tradicionais, mas um imperialismo cultural (WINKS, 1972, p. 270).

III – A Influência Cultural Estadunidense

Através da ação do OCIAA, os EUA procuraram estimular um intercâmbio cultural com os países latino-americanos, de modo a impor a ideologia e a cultura estadunidenses, criando um sentimento de "solidariedade" continental na América. Este órgão governamental atuava em vários âmbitos, contendo diversas divisões, sendo estas: comunicações, relações culturais, saúde e comercial/financeira, além de suas respectivas subdivisões. A ação ideológica do OCIAA visava à incorporação dos países latino-americanos ao discurso político estadunidense de liberdade e democracia, pois este país observava no restante do continente a possibilidade de proliferação de práticas políticas de tendências fascistas. Ressaltamos também, que no discurso estadunidense, estava imbuída a doutrina do destino manifesto[1],

> [...] que concebe a América do Norte como o local da perfeição e que compreende a sua intervenção, em outras regiões do mundo, como a tentativa de estender tal perfeição. Os pilares desse sonho de perfectibilidade seriam a Democracia e a Liberdade introduzidas pela homogeneização cultural, como mais um produto a ser consumido (MAUAD, 2005, p. 46)

O OCIAA, através de acordos com instituições culturais estadunidenses, inicia um programa de intercâmbio cultural com os países latino-americanos, concedendo bolsas de estudos a artistas, promovendo exposições de arte e festivais de música latino-americanas em lugares como o Museu de Arte Moderna de Nova York (MAUAD, 2005, p. 48). Durante esse processo ocorre a vinda do escultor estadunidense Jo Davidson à América Latina para esculpir os bustos de inúmeros presidentes de países do continente. Também Walt Disney, patrocinado por este programa, cria o personagem Zé Carioca, amigo brasileiro do Pato Donald, representando as relações de boa vizinhança entre Brasil e EUA. Gerson Moura, em *Tio Sam chega ao Brasil*, diz:

O imperialismo estadunidense abrangia todas as faixas etárias.

[1]Sobre a Doutrina do Destino Manifesto e a política moral estadunidense ver, DONOGHUE, D. Os verdadeiros sentimentos da América, p. 216-32; e CHACE, J. Sonhos de perfectibilidade: a excepcionalidade americana e a busca de uma política externa moral, p. 233-44; In: DONOGHUE, D. et al.; *A América em teoria*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

Zé Carioca criado para representar a política da Boa Vizinhança

Zé Carioca é falador, esperto e fã de Donald; sente um imenso prazer em conhecer o representante de Tio Sam e logo o convida para conhecer as belezas e os encantos do Brasil. Brasileiramente, faz-se intimo de Donald – quando este lhe estende a mão, Zé Carioca lhe dá um grande abraço -, que aceita o oferecimento e sai para conhecer o Brasil (MOURA, 1988, p. 78).

No mesmo contexto, Érico Veríssimo é convidado a ministrar um curso de literatura brasileira na Universidade de Berkeley, Califórnia. Segundo Ronaldo Machado, Veríssimo, ao ministrar este curso, evidenciou a pluralidade da cultura brasileira, apoiando o diálogo interamericano, mas sem se render aos interesses de hegemonia cultural e econômica estadunidense. Veríssimo defendeu uma troca cultural benéfica a ambas as partes, sem que houvesse imposição por parte dos EUA. Apesar de convidado oficial do Departamento de Estado estadunidense, ele criticou a visão estereotipada do Brasil existente nos EUA – criada e difundida principalmente por Hollywood – "naquilo que camuflava os interesses estratégicos de dominação, reivindicando uma negociação mais justa, por assim dizer, no conjunto das relações entre EUA e Brasil" (MACHADO, 2004, p. 3). Neste curso, o autor, ao afirmar a literatura brasileira como meio de construção da identidade nacional, visava mostrar que o Brasil tinha muito a oferecer no diálogo pan-americano, "equilibrando o materialismo ianque com o caráter mais humano do brasileiro" (MACHADO, 2004, p. 2)

Rádio

O rádio tinha grande importância para a população da América Latina, já que a partir da década de 1920, foi cada vez maior o número de pessoas que este meio de comunicação veio a alcançar. O rádio, como *mass media*, se consolidou nos anos 1930-40. Assim, os EUA, viram neste meio de comunicação grande oportunidade de disseminarem sua ideologia, com a "intenção de conquistar a opinião pública, influenciá-la, e, se possível, manipulá-la" (KLOCKNER, 2001, p. 4).

O pacote cultural-ideológico dos EUA trouxe à América Latina um novo meio de se fazer rádio jornalismo, através de *O Repórter Esso*, que era transmitido a inúmeros países

latino-americanos[2]. Este noticiário era caracterizado pela aparência de objetividade, imparcialidade e exatidão, texto sucinto, direto e vibrante, pontualidade, noção do tempo exato de cada notícia; contrapondo-se aos longos jornais falados da época. Assim, este noticiário influenciou no modo de se fazer rádio jornalismo, implantando inúmeras técnicas antes não utilizadas na América Latina.

> O controle [das notícias] era quase completo, pois a United Press [empresa responsável pela produção do noticiário], na origem, definia qual a "informação" passível de ser divulgada, enquanto a autocensura dos produtores e editores se encarregava de bloquear as notícias de caráter 'duvidoso'. As regras impostas no Manual de Produção do *Repórter Esso* não eram imparciais como pareciam, atuando como uma camisa-de-força capaz de evitar que informações opostas aos interesses da empresa fossem difundidas. (KLOCKNER, 2001, p. 15)

Além desta influencia na área profissional, o *Repórter Esso* ainda influiu nas disputas políticas, ideológicas e culturais no continente neste período. Difundiu os ideais dos Aliados contra o nazi-facismo, por meio de sua ligação com o OCCIA, fazendo despertar o sentimento de defesa da pátria, condenado a ação do Eixo e apoiando a liberdade. O noticiário utilizava-se de artifícios retóricos para manipular as notícias e conquistar a opinião pública, colocando adjetivos valorativos para os feitos dos Aliados e depreciativos para os inimigos.

O exemplo do Brasil é significativo para compreendermos a magnitude da capacidade de formação da opinião pública por parte deste noticiário. No momento em que o presidente Vargas decidiu apoiar os Aliados na Guerra, no ano de 1942, "não houve surpresa da população, pois havia uma espécie de consenso na opinião pública de que esta era a melhor decisão." (KLOCKNER, 2001, p. 15)

O Repórter Esso, como está implícito em todos os meios de penetração cultural estadunidense, também contribuiu para a difusão do *american way of life* e da ideologia capitalista nos países em que atuava. Seus comerciais incentivavam a compra de diversos bens, estimulando a "americanização" do continente. "E junto com a síntese noticiosa, chegaram os chicletes, a Coca-Cola, as revistas em quadrinhos e uma série de hábitos americanos." (KLOCKNER, 2001, p. 15).

Música

---

[2] Argentina, Brasil, Costa Rica, Cuba, Nicarágua, Panamá, República Dominicana, Porto Rico, Venezuela, Colômbia, Peru, Chile e Uruguai. (KLOCKNER, 2001, p. 5)

A música é uma produção cultural que foi fortemente influenciada pelos EUA, provocando uma desnacionalização, tanto das letras, quanto dos ritmos nos países latino-americanos. Nota-se grande influência da Política de Boa Vizinhança na produção musical dos países latino-americanos, principalmente a partir da década de 1940.

Tal influência era exercida mais no que diz respeito ao acesso ao mercado fonográfico. Os meios de produção e distribuição musical eram, no Brasil, controlados pelo Estado através da ação do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), associado ao OCIAA. Só tendo espaço, em tal mercado, músicas "sofisticadas", harmônica e linguisticamente, atendendo assim, a uma "demanda global". Esta música tinha influência dos arranjos de jazz; a temática lírica se tornando ufanista, não contando mais com gírias e perdendo o caráter regionalista, incorporando temáticas impostas ideologicamente (VICENTE, 2006)

O DIP, em acordo com o OCIAA, agiu para fomentar uma interação cultural entre os EUA e Brasil, divulgando este último através da música, sendo esta um "importante instrumento de divulgação cultural e turística do país, e tendo peso na construção de uma imagem do Brasil no exterior." (VICENTE, 2006, p. 8)

Ocorreu no Brasil, assim, um processo de internacionalização do samba, que saiu do "morro" para ser consumido pelas elites. Tal influência foi marcante, e teve implicações em variados movimentos posteriores na música brasileira, como a Tropicália e a Bossa Nova.

Houve também uma interação entre cinema e música, nos países da América Latina, com o advento do cinema sonoro. Nestes países, as trilhas sonoras e canções presentes nos filmes hollywoodianos influenciaram fortemente os compositores musicais, sendo uma referência permanente para suas composições, evidenciando grande influência do OCIAA e provocando a desnacionalização musical latino-americana. (VICENTE, 2006, p. 15)

Um exemplo da Política de Boa Vizinhança se refere ao poder do Governo estadunidense em arregimentar corporações ao seu programa de domínio continental, para promover também o *american way of life*. A Coca-Cola é uma destas empresas, que inicia uma propaganda maciça no Brasil, que entre outras ações, patrocina o programa "Um milhão de Melodias" na Rádio Nacional (VICENTE, 2006, p. 22). Seu objetivo era transmitir músicas brasileiras com as influências das harmonias do jazz, como já citado anteriormente.

Fotografia

A fotografia foi também um outro meio pensado para se criar este sentido de comunidade e integração entre as Américas. O OCIAA patrocinava fotógrafos estadunidenses

em viagens a países latino-americanos para tirarem fotos que criassem uma imagem positiva destes países, de progresso e desenvolvimento, e também um sentimento de homogeneidade, de países sem contradições.

Ana Maria Mauad analisa a atuação de Genevieve Naylor, contratada pelo OCIAA para fazer este tipo de trabalho fotográfico no Brasil. A autora afirma que, diferentemente dos desejos do OCIAA e também do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), Genevieve não seguiu o protocolo criando uma imagem estereotipada e simplista do Brasil. A fotógrafa procurou capturar a espontaneidade e a simplicidade do povo brasileiro, sem enquadrá-lo como exótico, conseguindo expor a heterogeneidade do país, evidenciando as contradições entre tradicional e moderno.

Percebemos, a partir deste exemplo, que o OCIAA não tinha total controle sobre a ação de seus empregados e que o esforço de se criar uma imagem estereotipada e homogenia dos países latino-americanos para o público estadunidense, nem sempre se efetivava.

Por sua vez, a fotografia obteve grande impacto nos países do continente americano, principalmente por conta da inserção de revistas estadunidenses no mercado editorial, como a *Life, Time e Seleções Reader's Digest,* que eram recheadas de fotografias dos EUA, que encantavam os leitores do restante do continente. Neste contexto, houve então uma difusão do *american way of life* através deste tipo de revista e suas fotografias. Estas revistas também ajudaram os outros objetivos da Política de Boa Vizinhança, como a neutralização da influência do Eixo na América Latina.

Cinema

O cinema foi uma das principais armas do OCIAA, e conseqüentemente do Governo estadunidense, para a divulgação e difusão de suas ideologias na América Latina, na tentativa de criar este "sentimento" pan-americanista. O OCIAA investiu grande parte de seus recursos na questão cinematográfica. Fez parcerias com estúdios de Hollywood e também um investimento paralelo na produção de filmes documentários.

O OCIAA investiu significativamente na produção de filmes documentários para a elaboração de uma imagem positiva dos países latino-americanos dentro dos EUA. O objetivo do órgão era tentar criar a solidariedade pan-americana na população estadunidense, "disponibilizando para audiências norte-americanas um crescente número de filmes voltados para a descrição dos costumes, estilo de vida, tradições, hábitos, educação, ciência e arte das demais Repúblicas Americanas".(MAUAD, 2005, p. 58)

Também ocorreu a situação inversa, ou seja, a distribuição de filmes documentários sobre os EUA nos países latino-americanos, que difundiam a imagem do país como um modelo a ser seguido. “Na avaliação do OCIAA, o grande investimento na produção de filmes estava vinculada à capacidade deste meio em atingir largas audiências, principalmente no caso da América Latina, onde boa parte do público alvo era analfabeto”. (MAUAD, 2005, p. 58) A Motion Picture Division (MPD) era a divisão encarregada deste trabalho no OCIAA. Esta divisão fazia o trabalho de dublagem dos filmes para o português e castelhano, além de cuidar da distribuição das películas nas repúblicas americanas. Também produziam Cine jornais, que apresentavam notícias principalmente sobre a participação dos Aliados na Segunda Guerra, e tinham a intenção de conquistar o apoio da opinião pública à causa Aliada. Houve um projeto amplo de distribuição dos filmes, que contava, por exemplo, com a disponibilização de uma frota de 200 caminhões para percorrer as cidades do interior dos países da América Latina, com o objetivo de atingir um público normalmente excluído deste tipo de mídia, ampliando a esfera de influência ideológica estadunidense.

A invasão maciça das produções de Hollywood, em grande parte financiada pelo OCIAA, transformou o modo de se fazer cinema nos países latino-americanos, inserindo novas temáticas e novas técnicas cinematográficas, influindo e conseqüentemente transformando o gosto do público. Ao criar uma indústria de cinema nestes países, foram suprimidas as produções propriamente nacionais, feitas de modo mais artesanal e com maior autonomia criativa. México e Argentina, anteriormente exportadores de filmes para os países de língua espanhola, sofreram um declínio de suas exportações com a entrada das produções estadunidenses neste mercado (CATANI, 1997, p. 310), ocorrendo, deste modo, uma deteriorização das produções, por ser criado um novo modelo produtivo, que estes países não conseguiram combater.

Os filmes Hollywoodianos financiados pela OCIAA e exportados para o restante da América, evitavam a exposição de instituições e costumes estadunidenses que pudessem ser malvistos pelos latino-americanos, como a discriminação racial e banimento, por exemplo, dos bandidos mexicanos, bastante comuns na cinematografia hollywoodiana de períodos anteriores. Estes filmes tinham caráter de disseminação político-ideológica, visando à dominação e controle do continente.

Aproximação das nações para com os Estados Unidos.

IV – Conclusão

Diante dos inúmeros aspectos sobre a ação cultural da Política de Boa Vizinhança tratados, fica claro a amplitude do programa de dominação do continente, que, de uma forma ou de outra, continuou sendo um prolongamento da Doutrina Monroe.

Percebemos que este programa obteve sucesso e conseguiu alcançar a maioria dos objetivos pretendidos, como a erradicação da influência nazi-fascista do continente e a implantação de hábitos estadunidenses nas mentes das populações latino-americanas. Mas, mesmo com este sucesso, não podemos afirmar que as características culturais nacionais foram prejudicadas completamente. O que ocorreu foi uma fusão entre as características nacionais e dos EUA, criando novas formas de expressão cultural.

Referências Bibliográficas

AYERBE, Luis Fernando. A Reinvenção da Doutrina Monroe: determinismo cultural e política externa de Estados Unidos pós 11-09. Disponível em http://www.santiagodantassp.locaweb.com.br/br/arquivos/nucleos/artigos/Ayerbe1.pdf.

CATANI, Afrânio Mendes e OROZ, Silvia. "Indústria cinematográfica na América Latina: Um Paradigma Modernidade. In: BESSONE, Tânia M. T. E QUEIROZ & Tereza Aline P.(orgs). *América Latina: Imagens, Imaginação e Imaginário.* São Paulo: EDUSP, 1997.

DIVINE, Robert A. *América – Passado e Presente.* Rio de Janeiro: Nórdica, 1992.

FERES JR., João. Resenha de "BENEATH THE UNITED STATES", DE LARS SCHOULTZ. *Revista de Sociologia e Política,* nº 13, Nov. 1999.

KLOCKNER, Luciano. O Repórter Esso e a Globalização: a produção de sentido no primeiro noticiário radiofônico mundial. *Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação.* Campo Grande-MS, set. 2001. São Paulo: INTERCOM, 2001. Disponível em: http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/4602.

MACHADO, Ronaldo. Entre o centro e a periferia: Érico Veríssimo nos Estados Unidos, 1944. *VI Encontro do "Brasilianisten-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.

MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil:* a penetração cultural americana. São Paulo: Brasiliense, 1988.

VICENTE, Eduardo. *A Música Popular sob o Estado Novo(1937-1945).* Relatório Final de Pesquisa de Iniciação Científica PIBIC/CNPq apresentado na Universidade de Campinas(UNICAMP) em Janeiro de 1994. São Paulo, março de 2006. Disponível em: http://www.multirio.rj.gov.br/seculo21/pdf/samba/estado_novo_ok.pdf.

WINKS, Robin W. "O imperialismo". In: WOODWARD, C. (org.). *Ensaios comparativos sobre a História Americana.* São Paulo: Cultrix, 1972.

Foto1: www.cantocidadao.org.br/imagens/palhacos.gif

Foto2: www.imigrantecristao.com/60/materias/disney.jpg

Foto3: www.petfriends.com.br/comunidade/zecarioca_4.gif

Foto4: www.terrabrasileira.net/.../influenc/xadrez.jpg