UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ – REITORIA DE GRADUAÇÃO E ASSUNTOS ESTUDANTIS
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

LAURA GARCIA CASSONI

O PAPEL DO SOFT POWER DA DISNEY NA DISSEMINAÇÃO DA CULTURA NORTE-AMERICANA NO BRASIL DURANTE A 2ª GUERRA MUNDIAL

Sorocaba
2024

LAURA GARCIA CASSONI

O PAPEL DO SOFT POWER DA DISNEY NA DISSEMINAÇÃO DA CULTURA NORTE-AMERICANA NO BRASIL DURANTE A 2ª GUERRA MUNDIAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma de graduação em Relações Internacionais, da Universidade de Sorocaba.

ORIENTADOR: **Profa. Dra. Maria Luísa Telarolli de Almeida Leite**

Sorocaba/SP

2024

LAURA GARCIA CASSONI

O PAPEL DO SOFT POWER DA DISNEY NA DISSEMINAÇÃO DA CULTURA NORTE-AMERICANA NO BRASIL DURANTE A 2ª GUERRA MUNDIAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma de graduação em Relações Internacionais, da Universidade de Sorocaba.

ORIENTADOR: **Profa. Dra. Maria Luísa Telarolli de Almeida Leite**

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Luísa Telarolli de Almeida Leite

Universidade de Sorocaba

Prof. Dr. Fabricio Padilha Pereira da Silva

Universidade de Sorocaba

Prof. Dr. Walter Cruz Swensson Junior

Universidade de Sorocaba

Aos meus pais, Wilson e Eliane, que sempre me apoiaram e foram minha base durante toda minha vida, me incentivando e dando suporte em todos os momentos.

Ao meu noivo, Lucas, por sempre estar ao meu lado e por todo carinho e paciência.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela força e proteção em cada etapa desta caminhada.

Aos professores do curso, pela dedicação e paciência durante todo o período.

Aos amigos de sala por tornarem esta jornada mais leve e divertida. Os momentos que vivemos juntos ficarão em minha memória como uma das melhores partes desta experiência.

"Se você pode sonhar, você pode realizar."

(Walt Disney)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o papel do soft power exercido pela Walt Disney Company na disseminação da cultura norte-americana no Brasil durante a Segunda Guerra Mundial. A pesquisa adota a teoria construtivista das Relações Internacionais para compreender como as produções culturais da Disney foram utilizadas como ferramenta diplomática no fortalecimento da hegemonia dos Estados Unidos no contexto da política de "Boa Vizinhança". Além disso, explora o conceito de indústria cultural para discutir a os estereótipos da cultura brasileira no filme “Alô, Amigos” (1942), destacando como essas representações serviram aos interesses políticos norte-americanos. Os resultados indicam que o filme atuou como um veículo estratégico de propaganda, promovendo narrativas de amizade e solidariedade entre Brasil e Estados Unidos, enquanto reforçava dinâmicas de poder desiguais. Apesar de sua eficácia como ferramenta diplomática, o filme perpetua uma visão estereotipada da cultura brasileira, priorizando elementos que atendiam aos objetivos norte-americanos. Assim, a pesquisa conclui que o soft power da Disney é um instrumento poderoso na diplomacia cultural americana, capaz de moldar percepções e fortalecer a presença dos Estados Unidos no imaginário coletivo global.

Palavras-chave: Soft Power; Disney; Industria Cultural; Hegemonia Norte-Americana.

LISTA DE SIGLAS

EUA - Estados Unidos da América

ONU - Organização das Nações Unidas

LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 - Der Fuehrer’s Face (1943)

Ilustração 2 - Cartaz do filme Saludos Amigos da Disney de 1942

Ilustração 3. Pôster Saludos Amigos

Ilustração 4 – Capa do DVD Alô Amigos da edição brasileira

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 12
CAPÍTULO 1. TEORIA CONSTRUTIVISTA, SOFT POWER E A INDÚSTRIA CULTURAL 14
1.1 Introdução ao Construtivismo nas Relações Internacionais 14
1.2 Soft Power 18
1.2.1 Diferenças entre Soft Power e Hard Power 19
1.3 Introdução à Indústria Cultural e sua inserção no cenário brasileiro 21
CAPÍTULO 2. CONTEXTO HISTÓRICO E A ASCENSÃO DOS ESTADOS UNIDOS 26
2.1 Segunda Guerra mundial 26
2.2 O avanço dos Estados Unidos durante a Segunda Guerra 31
2.2.1 Estados Unidos e a Política da Boa Vizinhança 35
CAPÍTULO 3. O CASO DISNEY 42
3.1. Análise do filme Alô Amigos (1942) 47
CONCLUSÃO 53
REFERÊNCIAS 55

INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca analisar as influências do soft power da empresa Walt Disney Company na disseminação da cultura norte-americana do Brasil durante o período da Segunda Guerra Mundial.

A disseminação cultural é uma ferramenta poderosa no fortalecimento de relações internacionais, especialmente em períodos de instabilidade global. Durante a Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos utilizaram o entretenimento como uma forma de exercer influência e consolidar alianças estratégicas. Nesse contexto, a Walt Disney Company desempenhou um papel central na projeção do que Joseph Nye define como soft power, ou seja, a capacidade de influenciar outros por meio de atração e persuasão, ao invés de coerção. Este trabalho tem como objetivo analisar como a Disney, por meio de suas obras, principalmente do filme “Alô Amigos” (1942) contribuiu para a disseminação da cultura norte-americana no Brasil durante esse período, estabelecendo uma relação simbólica que ia além do entretenimento. Nesse sentido, a produção cultural é compreendida como um mecanismo de construção de narrativas e fortalecimento de laços diplomáticos.

Ademais, este estudo também busca analisar a hegemonia dos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial, que se manifestou não apenas no campo militar e econômico, mas também na esfera cultural e política. A política de "Boa Vizinhança" e iniciativas como a produção de “Alô, Amigos” foram partes de um esforço coordenado para consolidar a influência norte-americana no hemisfério ocidental, buscando acabar com a possibilidade de alianças entre os países da América latina com as potências do Eixo. Assim, a hegemonia norte-americana foi exercida de diversas formas, tanto pela força bruta quanto pela diplomacia cultural, buscando promover os valores e interesses americanos de forma suave.

A análise da influência da Disney será realizada sob a perspectiva da teoria construtivista, que enfatiza o papel das ideias, normas e valores na formação de identidades e interesses dos Estados. O método de pesquisa usado será o qualitativo,

pois vai basear-se em conceitos, análise de mídia e revisão da literatura, tendo como base dados verbais e visuais.

Além disso, este estudo também utiliza o conceito de indústria cultural, conforme teorizado por Adorno e Horkheimer, para explorar como a Disney opera como uma mercadoria cultural, simplificando e estereotipando aspectos de diversas cultura, inclusive a brasileira para atender às necessidades do mercado e aos objetivos políticos norte-americanos. Essa abordagem permite uma reflexão crítica sobre como a narrativa criada pela Disney em “Alô Amigos” idealiza o Brasil e reduz a complexidade de sua cultura àquilo que é conveniente para o contexto geopolítico da época.

Assim, ao investigar o papel da Disney como importante ator da disseminação cultural e política, este trabalho busca contribuir para a compreensão de como as produções culturais podem moldar percepções, reforçar alianças e projetar poder em cenários internacionais.

CAPÍTULO 1. TEORIA CONSTRUTIVISTA, SOFT POWER E A INDÚSTRIA CULTURAL

1.1 Introdução ao Construtivismo nas Relações Internacionais

O Construtivismo é uma das principais teorias que se destacam no campo das Relações Internacionais, surgindo como uma alternativa às abordagens mais tradicionais, como o Realismo e o Liberalismo, e é conhecida como a terceira geração de debates em R.I. Essa corrente de sedimenta no contexto pós-Guerra Fria e parte do princípio de que a realidade internacional é socialmente construída, ou seja, as ações dos Estados e outros atores internacionais são moldadas por normas, ideias, valores e identidades, e não apenas por interesses materiais ou pelo poder militar e econômico (ADLER, 1999).

A teoria construtivista, que surgiu com a publicação do livro de Nicholas Onuf "*World of Our Making: Rules and Rule in Social Theory and International Relations*" em 1989, e com o artigo publicado por Alexander Wendt "*Anarchy is what states make of it: the social construction of power politics*" em 1992. O objetivo das duas obras era o mesmo, o de destacar a premissa básica do construtivismo, e conforme definido no livro "Teoria das relações internacionais: Correntes e Debates" de João Pontes Nogueira e Nizar Messari (2005, p. 162) como:

> (...) destacar que vivemos em um mundo que construímos, no qual somos os principais protagonistas, e que é produto de nossas escolhas. Este mundo em permanente construção é construído pelo que os construtivistas chamam de agentes. Vale dizer: não se trata de um mundo que nos é imposto, que é premeditado, e que não podemos modificar. Podemos mudá-lo, transformá- lo, ainda que dentro de certos limites. Em outras palavras, o mundo é socialmente construído.

De modo geral, o construtivismo reflete uma lógica transformadora das ideias e das relações, que são construídas e reconstruídas de maneira conjunta. A relevância está nos processos e nos meios utilizados para esse fim. Ou seja, o construtivismo conecta as interações entre agentes e estruturas a um processo dinâmico que molda a essência das Relações Internacionais. Além disso, outras premissas da teoria que também merecem destaque são: os pensamentos pois as

ideias e os valores têm mais influência do que as estruturas materiais existentes; os consensos coletivos servem como canais pelos quais fluem os relacionamentos no âmbito internacional; e, por fim, a formação das ideias e dos ideais é fundamental para a construção dos interesses, das identidades e da consciência compartilhada entre os agentes internacionais (ADLER, 1999).

Diferentemente do Realismo, que vê os Estados como atores racionais e preocupados principalmente com sua sobrevivência em um sistema internacional anárquico, ou do Liberalismo, que enxerga a cooperação como uma maneira de superar a anarquia, o Construtivismo coloca a ênfase na importância das construções sociais. Segundo os construtivistas, os atores internacionais, como Estados, organizações, empresas transnacionais, entre outros agem de acordo com normas e crenças partilhadas, que determinam a maneira como veem a si mesmos e os outros (ADLER, 1999).

Dessa forma, para o Construtivismo, o poder não é apenas uma questão de capacidade militar ou econômica, mas também de capacidade de influenciar as percepções, identidades e valores.No texto “O construtivismo no estudo das Relações Internacionais” de Emanuel ADLER(1999), a teoria é definida como “Construtivismo é a perspectiva segundo a qual o modo pelo qual o mundo material forma a, e é formado pela, ação e interação humana depende de interpretações normativas e epistêmicas dinâmicas do mundo material. ” (ADLER,1999, p. 205).

A teoria construtivista destaca que até mesmo as nossas instituições mais duradouras são fruto de entendimentos coletivos. Elas são estruturas que, em algum momento, surgiram a partir da consciência humana e foram reificadas. Com o tempo, esses entendimentos foram disseminados e solidificados, até que se tornaram percebidos como inevitáveis. Além disso, os construtivistas acreditam que a capacidade humana de refletir e aprender exerce grande influência na maneira como indivíduos e atores sociais interpretam o mundo material e organizam mentalmente a realidade que vivenciam e compreendem. Dessa forma, esses entendimentos coletivos fornecem às pessoas explicações sobre por que as coisas são do jeito que são, e também orienta sobre como elas devem utilizar seus recursos e poder (ADLER, 1999).

O valor e a relevância do construtivismo para o estudo das relações internacionais

estão ligados à sua ênfase no papel central do conhecimento compartilhado entre as pessoas (conhecimento intersubjetivo) e nas implicações que isso traz, tanto para a metodologia quanto para a forma de entender o conhecimento. Os construtivistas veem as relações internacionais, em grande parte, como sendo formadas por fatos sociais, que existem apenas porque os seres humanos concordam com sua existência. Ao mesmo tempo, os construtivistas são "realistas ontológicos", ou seja, acreditam não só na existência do mundo material, mas também que esse mundo impõe limitações e reage às nossas ações sobre ele (Knorr,1993). Dessa forma, o construtivismo busca criar uma ponte entre as filosofias da ciência social, que costumam ser divididas entre as abordagens mais positivistas/materialistas e as idealistas/interpretativistas.

O construtivismo, ao contrário do realismo ou do liberalismo, não é uma teoria política propriamente dita. Na verdade, ele é uma teoria social que serve de base para as teorias construtivistas sobre temas da política internacional, como por exemplo guerra, cooperação e a formação de comunidades internacionais. O construtivismo tem a capacidade de esclarecer aspectos importantes da política internacional que antes eram difíceis de entender, além de trazer implicações práticas fundamentais para o desenvolvimento de teorias internacionais e para a condução de pesquisas empíricas (ADLER, 1999).

A teoria construtivista questiona apenas as bases ontológicas[1] e epistemológicas[2] do realismo e do liberalismo, sem ser, por princípio, contrário a essas correntes. Ele não adota uma postura pessimista ou otimista por natureza. Por isso, o construtivismo oferece a primeira oportunidade concreta de criar uma teoria mais integrada das relações internacionais desde os trabalhos de E. H. Carr, cuja obra ocupou um importante espaço intermediário entre o absolutismo e o relativismo, como destacado por Howe 1994, e estabeleceu seus fundamentos logo antes da Segunda Guerra Mundial. Se for possível demonstrar que os entendimentos normativos e coletivos têm efeitos reais sobre o mundo físico e social, ficará mais fácil argumentar que a compreensão da política mundial e o

[1] Ontologia trata da natureza do ser, questionando o que existe e quais categorias formam a realidade.

[2] Epistemologia estuda a origem e os limites do conhecimento, indagando o que é conhecer e como sabemos que algo é verdadeiro.

avanço do estudo dessa área dependem da construção de uma síntese sócio cognitiva que abranja as dimensões material, subjetiva e intersubjetiva da realidade.

Os construtivistas acreditam que as "ideias" também possuem características estruturais. Basicamente, ideias — entendidas como o conhecimento coletivo incorporado nas práticas sociais — atuam como um meio e um impulsionador da ação social. Elas definem os limites do que é possível ou impossível de se compreender e realizar. Ao mesmo tempo, as práticas baseadas nesse conhecimento são fruto da interação entre indivíduos que agem intencionalmente, guiados por suas ideias, crenças, julgamentos e interpretações pessoais. Assim, o principal objetivo do construtivismo é oferecer explicações teóricas e empíricas sobre as instituições

sociais e a mudança social, analisando o efeito combinado das ações dos indivíduos e das estruturas sociais.

Nesse contexto, a Disney pode ser vista como uma força que se alinha com a teoria construtivista, especialmente no que diz respeito à forma como a cultura popular molda identidades e percepções globais, influenciando as interações entre Estados. A Disney, como uma das empresas mais influentes culturalmente dos EUA, trabalha com o desejo e os sonhos da população e desempenha um papel fundamental na construção de narrativas que transmitem ideologias, valores e normas que influenciam as relações internacionais de maneiras sutis, mas poderosas. Como por exemplo, a disseminação global dos valores norte-americanos através das produções da Disney durante a Segunda Guerra Mundial contribuiu para a formação de uma imagem idealizada dos Estados Unidos. “As pessoas encantadas comportam-se como os animais selvagens que ouvem Orfeu tocar”. (ADORNO,1947, p.63).

Como dito anteriormente, no que diz respeito à ontologia e à epistemologia, os construtivistas se posicionam no meio de dois cruzamentos: um entre o materialismo e o idealismo, e outro entre a ação individual e a estrutura social. Há ainda outro fator que faz com que os construtivistas estejam no meio termo, que é sua noção de intersubjetividade. Como citado por Hollis e Smith em ADLER,(1999, p. 210) esse entendimento pode ser definido como:

> Para esclarecer essa noção, devemos iniciar com a interpretação, ou Verstehen. A noção de Verstehen de Max Weber situou o problema da explicação das ações sociais em um quadro interpretativista, o que nos leva a "especificar que há um significado tanto no 'comportamento dos outros' como no 'julgamento' que o indivíduo que atua faz desse comportamento. Isso nos leva diretamente ao tema hermenêutico central de que a ação deve ser sempre entendida de dentro" (Hollis e Smith, 1990, p. Apud ADLER, 1999, p.210)

Portanto, podemos concluir que a teoria construtivista foi a resposta para diversos teóricos dentro das relações internacionais, pois através dela pudemos ter uma abordagem mais ampla em relação as perspectivas tradicionais, e reconhecer que a realidade é construída socialmente e sujeito a mudanças. Desta forma, podemos dizer que a teoria é um equilíbrio de percepções e conceitos. “O construtivismo pode possuir a chave para o desenvolvimento de teorias dinâmicas sobre a transformação dos atores internacionais, padrões institucionalizados, novas identidades e interesses políticos e sistemas de governo. ” (ADLER, 1999, p. 239).

1.2 Soft Power

O conceito de "soft power" foi introduzido por Joseph Nye, cientista político e professor na Universidade de Harvard. Sua popularização veio no livro de 2004, ‘*Soft Power: The Means to success in world politics*, ou, em tradução livre, ‘Poder Suave: Os meios para o sucesso na política mundial'. Nye(2004) apresentou essa ideia como uma forma de poder que difere da tradicional imposição militar ou econômica, enfatizando uma abordagem mais sutil e persuasiva para alcançar resultados na arena internacional.

Para entender o conceito de soft power, é essencial compreender o que Nye (2004) entende por "poder". Para ele, poder é a habilidade de influenciar o comportamento dos outros para obter os resultados desejados. Tradicionalmente, essa influência é exercida por meio de três mecanismos: coerção (uso de força ou sanções), pagamento (recompensas financeiras ou outras formas de incentivo) e atração.

É a partir dessa última abordagem, a atração, que Nye (2004) desenvolve a noção de soft power. Segundo ele, em vez de impor sua vontade por meio da força

(hard power), uma nação pode conquistar resultados desejados na política internacional ao tornar- se atraente e influente por suas ideias, valores e cultura. Em outras palavras, os outros países são persuadidos a seguir ou imitar, não por coerção, mas por admiração ou aspiração.

Joseph Nye (2004, p. 10, tradução nossa) define soft power como:

> O que é soft power? É a capacidade de conseguir o que deseja por meio da atração, em vez de coerção ou pagamentos. Surge da atratividade da cultura, dos ideais políticos e das políticas de um país. Quando nossas políticas são vistas como legítimas aos olhos dos outros, nosso soft power é aprimorado.[3]

Portanto, este poder que surge da capacidade de uma nação de se mostrar atraente e influente de maneira que outros países ou atores globais queiram segui-la ou cooperar voluntariamente com ela, é compreendida como soft power.

As principais fontes de soft power, segundo Nye (2004), são: a cultura, quando ela é atraente para outros países e povos; os valores políticos como a democracia, os direitos humanos e as liberdades civis, que podem inspirar e atrair outros países; e as políticas externas quando são vistas como legítimas e morais pela comunidade internacional. Através dessas fontes, um país pode moldar as preferências e percepções de outros, sem recorrer ao uso da força ou incentivos materiais. A ideia é que países invistam em produtos culturais com o enfoque em sua exportação para atração de turismo, dominação cultural ou mesmo estreitamento de laços, sem a necessidade de estabelecer alianças com fins puramente econômicos e militares.

1.2.1 Diferenças entre Soft Power e Hard Power

O soft power contrasta diretamente com o conceito de hard power, que envolve o uso de meios coercitivos como o poder militar ou o econômico. O hard

[3] "What is soft power? It is the ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments. It arises from the attractiveness of a country's culture, political ideals, and policies. When our policies are seen as legitimate in the eyes of others, our soft power is enhanced."(NYE,2004,p.10)

power é a estratégia mais comum nas relações internacionais, e depende da capacidade de uma nação em pressionar, ameaçar ou oferecer recompensas tangíveis para influenciar outros países. Desta forma, os países conquistam seus interesses a partir de ameaças militares e sanções econômicas(NYE,2004).

Já o soft power é mais indireto e intangível. Ele depende da capacidade de atrair, convencer e incorporar, baseando-se em como as ideias, culturas, instituições e políticas de um país são percebidas globalmente. Em vez de forçar outros a agir dedeterminada forma, o soft power os leva a querer seguir um exemplo ou se alinhar com a visão de mundo que esse país apresenta, por isso é chamado de poder suave. Apesar de serem opostas, as duas estratégias são usadas de forma combinada, nenhum país irá depender apenas de suas produções culturais para
conseguir seus objetivos estratégicos no âmbito internacional (NYE,2004).

Na prática, muitos países utilizam o soft power para ampliar sua influência internacional, como por exemplo os Estados Unidos. Por décadas, o "American way of life", seus valores democráticos e sua cultura popular, disseminada por meio de filmes, músicas e esportes, exerceram grande atração sobre outros países. Os EUA exportaram não apenas produtos culturais, mas também valores como liberdade e democracia, que foram amplamente aceitos e imitados em outras regiões do mundo. Analisando a influência dos filmes, podemos observar que eles traziam a oposição dos heróis norte-americanos contra os vilões russos/ afegãos/ árabes. Estas produções continham um viés político, influenciando a visão de apoio aos Estados Unidos na Guerra Fria e na guerra do Vietnã, por exemplo. “O público na maioria das nações continuou a admirar os Estados Unidos por sua tecnologia, música, filmes e televisão.” (NYE, 2004, p. 14, tradução nossa). [4]

No caso específico do Brasil e de outros países da América Latina, a Disney foi um instrumento essencial de soft power durante a Segunda Guerra, ajudando a moldar as percepções sobre os Estados Unidos como uma nação amigável, moderna

[4] “The publics in most nations continued to admire the United States for its technology, music, movies, and television.”(NYE, 2004, p. 14)

e culturalmente avançada. A introdução de personagens como Zé Carioca em Alô Amigos (1942) não apenas serviu como uma forma de diplomacia cultural, mas também ajudou a criar uma narrativa de proximidade e solidariedade entre os países latino-americanos e os EUA. Segundo a teoria construtivista, essa construção de uma identidade coletiva favorável aos EUA pode impactar a política externa e as relações bilaterais de maneiras significativas.

Portanto, o soft power conforme definido por Joseph Nye(2004), representou uma forma inovadora de pensar sobre poder e influência nas relações internacionais. Enquanto o hard power baseia-se na coerção e no controle material, o soft power depende da atração e da persuasão. No cenário global, onde a força militar e as sanções econômicas podem ter efeitos limitados, o soft power oferece uma abordagem mais sutil, porém poderosa, para moldar o comportamento de outros atores internacionais. Através do uso estratégico de sua cultura, valores políticos e políticas externas, as nações podem aumentar sua influência global sem recorrer ao uso direto da força. Contudo, para ser efetivo, o soft power deve ser sustentado por ações e políticas que reflitam os valores que um país deseja projetar, tornando-se uma ferramenta poderosa e complexa.

Nesse sentido, torna-se fundamental abordar o meio de produção cultural que se relaciona diretamente ao espraiamento do soft power e será de grande valia para a compreensão do objeto dessa pesquisa, a industria cultural.

1.3 Introdução à Indústria Cultural e sua inserção no cenário brasileiro

A indústria cultural é um conceito que se refere à produção e disseminação de bens culturais em larga escala, frequentemente associada à comercialização e à massificação da cultura. “(...) [quando] a produção cultural atende a um tipo de demanda conhecida (gosto público), estrutura-se a Indústria Cultural” (MENDES, 2006, p. 12).

É uma nova concepção de se fazer arte e cultura, utilizando-se técnicas do sistema capitalista. Este conceito surgiu na Escola de Frankfurt, um instituto de pesquisas de cunho social inaugurado em 1924, criado por cientistas sociais que buscavam debater diferentes questões da sociedade. A expressão Industria Cultural

foi utilizada originalmente em um dos capítulos do livro “Dialética do esclarecimento”, escrito em 1947 pelos sociólogos alemães Theodor W. Adorno e Max Horkheimer.

A publicação visava esclarecer um efeito característico do capitalismo presente nas sociedades industriais do século XIX, alertando para os riscos da comercialização da cultura pois, segundo eles, a indústria cultural transformava a arte em mercadoria com a criação de um mercado consumidor de bens culturais. Além disso, os autores defendem que a indústria cultural passa a ser um mecanismo de controle dos indivíduos, pois através dela é possível homogeneizar os gostos e interesses pessoais para que os produtos sejam consumidos sem uma reflexão a seu respeito, tornando a sociedade alienada(ADORNO; HORKHEIMER, 1947).

> De fato, o que o explica é o círculo da manipulação e da necessidade retroativa, no qual a unidade do sistema se torna cada vez mais coesa. O que não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade. A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesma. (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, p. 100).

As condições desse efeito estiveram relacionadas com as mudanças trabalhistas e a introdução da tecnologia nos meios de comunicação, no final do século
XIX. Quando a maior parte da população operária e trabalhadores passaram a ter tempo livre, aumentando a procura por atividades de lazer e entretenimento. Sobre este vínculo, Adorno (1954, p. 07) argumenta que:

> A dependência da mais poderosa sociedade radiofônica em relação à indústria elétrica, ou a do cinema aos bancos, define a esfera toda, cujos setores singulares são ainda, por sua vez, co-interessados e economicamente interdependentes. Tudo está tão estreitamente ligado que a concentração do espírito alcança um volume tal que lhe permite ultrapassar as fronteiras das várias firmas comerciais e setores técnicos. A unidade sem preconceitos da indústria cultural atesta a unidade em formação da política.

Em sua obra “A indústria cultural e a sociedade” (1954), Theodor Adorno volta a criticar a cultura de massa no contexto do capitalismo argumentando que, sob a

lógica do sistema capitalista, a cultura perde sua função crítica e emancipadora, transformando-se em um instrumento de controle social. As músicas, filmes e programas de televisão, ao serem moldados pelos interesses do mercado, perdem sua capacidade de desafiar o status quo e passam a servir apenas como formas de entretenimento destinadas a maximizar o lucro. Dessa forma, a cultura torna-se uma extensão do sistema econômico, onde a qualidade estética ou intelectual é subordinada ao valor de troca. Assim, as obras de arte vão deixando de expressar uma perspectiva crítica ou inovadoras e são transformadas em bens de consumo padronizados, que muitas vezes acaba restringindo a criatividade para atender as expectativas do mercado, seguindo uma forma pré-determinada que visa garantir o sucesso comercial.

O impacto psicológico da indústria cultural sobre os indivíduos também é explorado por Adorno, que defende que a cultura de massa serve como um instrumento de alienação, desviando a atenção das massas de problemas sociais e políticos fundamentais(ADORNO, 1954).

Ao invés de promover reflexão crítica, a indústria cultural oferece entretenimento superficial, o que segundo o autor “anestesia” a consciência crítica do indivíduo. Esse entretenimento massivo impede que as pessoas desenvolvam uma compreensão profunda de sua própria realidade social, reforçando, assim, as estruturas de poder existentes e tornando-se cada vez mais forte e concreto. Como no trecho a seguir, Adorno (2009, p. 07) defende que:

> Na realidade, é por causa desse círculo de manipulações e necessidades derivadas que a unidade do sistema torna-se cada vez mais impermeável. O que não se diz é que o ambiente em que a técnica adquire tanto poder sobre a sociedade encarna o próprio poder dos economicamente mais fortes sobre a mesma sociedade. A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação, é o caráter repressivo da sociedade que se auto-aliena.

No contexto da globalização, a indústria cultural se torna um poderoso veículo de influência, especialmente quando se considera a capacidade de grandes corporações de moldar percepções e práticas culturais em diferentes partes do mundo. O fortalecimento do soft power dos Estados Unidos, por exemplo, pode ser atribuído às produções de Hollywood. Estúdios, roteiristas e produtores contribuíram

para esse poder ao lançarem e promoverem globalmente filmes que incorporam e disseminam os ideais e modelos da cultura norte-americana, expandindo assim a fama de invencível do país, ou seja, um importante mecanismo para consolidação do soft power norte-americano.

A consolidação da indústria cultural no Brasil ocorreu de maneira mais tardia, iniciando em 1930. Porém, somente na década de 1940 ela efetivamente se iniciou. A indústria do rádio e do cinema brasileiro estavam em busca de crescimento, porém ainda encontravam diversas dificuldades. Com isso, a influência externa no cinema começa a ser bastante presente, principalmente a dos EUA. “É ainda nas décadas de 40 e 50 que o cinema se torna de fato um bem de consumo, em particular com a presença dos filmes americanos, que no pós-guerra dominam o mercado cinematográfico” (ORTIZ, 1999, p. 41). Os norte-americanos até cerca de 1930 possuíam uma política de cinema focada em seu mercado doméstico, dado que os mercados cinematográficos no âmbito internacional não pareciam vantajosos e interessantes ao ponto de serem explorados. No entanto, a partir de meados de 1940, os Estados Unidos decidem iniciar uma política exportadora de filmes bastante severa, que afeta grandemente o Brasil, e por consequência o mercado cinematográfico brasileiro(ORTIZ, 1999). Desta forma, o Brasil se tornou alvo dos filmes americanos basicamente pela condição de crescimento de um provável mercado consumidor de filmes, mas também existem outros aspectos que influenciaram este evento, como afirma Ortiz (1999):

> Se tivermos em conta que a década de 40 se caracteriza ainda por uma aproximação entre Washington e a América Latina através de sua “política de boa vizinhança”, percebemos que o desenvolvimento do cinema se faz entre nós estreitamente vinculado às necessidades, políticas dos Estados Unidos, e econômicas das grandes distribuidoras de filmes no mercado mundial. (ORTIZ, 1999, p. 42)

Contudo, neste mesmo período surge no Brasil a tentativa de despertar a construção do cinema nacional, e a indústria cinematográfica brasileira dispara seus números de produções, pois de 1935 a 1949 apenas 9 filmes foram produzidos no Brasil, enquanto que de 1951 a 1955, produziram-se cerca de 27 filmes por ano em média, isto mostra o real interesse nacional de enfatizar suas obras locais. No

entanto, apesar de todo o esforço para se instalar uma indústria cinematográfica brasileira, houve claramente uma insuficiência dos filmes brasileiros de se colocarem em destaque no mercado. Isto se deu devido a diversos fatores, dentre eles a concorrência com o mercado de filmes americanos, e isso resultou, por exemplo, na falência de empresas do ramo neste período(ORTIZ, 1999).

Outro ponto interessante, também levantado por Ortiz (1999) é que, devido ao baixo poder aquisitivo da população brasileira, o acesso a televisores era bastante limitado, o que dificultava ainda mais a expansão desse setor no país. Além disso, havia obstáculos para investir na criação de redes e emissoras de TV no Brasil. O período em torno de 1940 é visto pelos economistas como uma fase de "industrialização restrita", na qual a expansão do capitalismo aconteceu apenas em alguns setores, sem abranger a sociedade como um todo. Em resumo, houve o início de uma estruturação da indústria cultural no Brasil, mas essa expansão foi limitada pelas condições precárias de uma sociedade em desenvolvimento. No entanto, esse momento representou o início de algo com grande potencial. Somente em 1960 a indústria cultural brasileira se fortaleceu, quando surgiu um mercado de bens culturais, impulsionado pelo regime militar. O governo reconheceu a importância dos meios de comunicação e investiu na ampliação das mídias. Com o avanço tecnológico, a indústria cultural se consolidou no país, criando empresas fortes que dominaram o cenário midiático. Essas empresas não só influenciam a cultura e os padrões culturais, mas também têm impacto em fatores políticos e econômicos (ORTIZ, 1999).

Portanto, podemos dizer que o soft power em conjunto com a indústria cultural, desempenha um papel importante na projeção de poder e influência no sistema internacional. Países que investem estrategicamente em seus produtos culturais não apenas exportam entretenimento, mas também valores, ideologias e estilos de vida. Essa "diplomacia cultural" tem a capacidade de moldar percepções internacionais, influenciar comportamentos e até impactar decisões políticas, sem a necessidade do uso de força ou coerção. Desta forma, a relação entre o soft power e a indústria cultural é essencial para entender os mecanismos sutis e eficazes de poder, que impactam as relações internacionais.

CAPÍTULO 2. CONTEXTO HISTÓRICO E A ASCENSÃO DOS ESTADOS UNIDOS

2.1 Segunda Guerra mundial

A Segunda Guerra Mundial, que foi considerado o maior conflito da história da humanidade e ocorreu entre 1939 e 1945, atingindo diversas regiões da Oceania, Ásia, África e Europa. O confronto envolveu os Aliados, bloco composto por Reino Unido, França, Estados Unidos e União Soviética em disputa contra o eixo, formado por Itália, Alemanha e Japão. A guerra resultou na morte de cerca de 60 milhões de pessoas, além de uma destruição material em grande escala.

> É quase desnecessário demonstrar que a Segunda Guerra Mundial foi global. Praticamente todos os Estados independentes do mundo se envolveram, quisessem ou não, embora as repúblicas da América Latina só participassem de forma mais nominal. As colônias das potências imperiais não tiveram escolha (HOBSBAWM, 1994, p. 31).

A principal causa do conflito foi o expansionismo da Alemanha nazista durante a década de 1930, e o evento que culminou no início da guerra foi a invasão da Polônia pelos alemães, em setembro de 1939. Para o historiador Eric Hobsbawm, Hitler foi o principal causador do início da segunda guerra. “Em termos mais simples, a pergunta sobre quem ou o que causou a Segunda Guerra Mundial pode ser respondida em duas palavras: Adolf Hitler” (HOBSBAWM, 1994, p.42). Parte do comportamento alemão na década de 1930 é computado à derrota sofrida pelo país na Primeira Guerra Mundial, a qual trouxe humilhação e uma profunda crise econômica para a Alemanha nos anos 1920, criando condições favoráveis para o surgimento de ideologias radicais da extrema-direita, como o nazismo. Portanto, não era esperado que a paz durasse, visto o cenário da época (HOBSBAWM, 1994).

O nazismo cresceu consideravelmente durante a República de Weimar (1919-1933), criticando fortemente os termos do Tratado de Versalhes[5], promovendo a

[5] O Tratado de Versalhes foi um acordo de paz assinado pelos países europeus, após o final da Primeira Guerra Mundial (1914-1918). Neste Tratado, a Alemanha assumiu a responsabilidade pelo conflito mundial, comprometendo-se a cumprir uma série de exigências políticas, econômicas e militares. Estas exigências foram impostas à Alemanha pelas nações vencedoras da Primeira Guerra, principalmente

militarização alemã e disseminando ideias antissemitas. Em 1933, os nazistas tomaram o poder na Alemanha e estabeleceram um governo totalitário, focado em recuperar a economia e reconstruir o exército alemão, que estava desestruturado após a Primeira Guerra. Com as forças militares restauradas, os alemães iniciaram sua expansão territorial. (HOBSBAWM, 1994).

> Todo partido na Alemanha, dos comunistas na extrema esquerda aos nacional socialistas de Hitler na extrema direita, combinavam-se na condenação do Tratado de Versalhes como injusto e inaceitável. Paradoxalmente, uma revolução alemã autêntica poderia ter produzido uma Alemanha menos explosiva no cenário internacional (HOBSBAWM, 1994, p. 42).

O expansionismo fazia parte da ideologia nazista e buscava expandir, além do seu território, sua influência política, econômica e militar. O nacionalismo alemão, o desejo de unificação do país e a busca por recursos naturais e mercados consumidores para o crescimento de suas indústrias foram as principais causas deste movimento. Em 1938 a Alemanha voltou-se primeiro contra a Áustria, uma nação historicamente de cultura e língua alemãs. Embora a unificação entre os dois países tenha sido impedida após a Primeira Guerra pelo Tratado de Versalhes, em março de 1938, esta anexação foi concretizada por meio de um plebiscito e expansão da Alemanha. (SBROCCO, 2011).

Depois da Áustria, a Alemanha dirigiu sua atenção para a Checoslováquia, exigindo o controle sobre a região dos Sudetos. Isso alarmou as potências europeias, que não concordavam com a situação, levando à Conferência de Munique, em 1938. Entretanto não conseguiram chegar a um consenso, e para resolver este impasse os ingleses e franceses, temendo uma nova guerra, cederam às exigências alemãs e permitiram a ocupação da Checoslováquia, na esperança de que Hitler respeitasse o compromisso de não fazer mais reivindicações territoriais. No entanto, Hitler não pretendia cumprir com este acordo, especialmente tendo em vista que o Reino Unido e a França não reagiriam militarmente a essa primeira investida, assim. “Hitler não

---

Inglaterra e França. Em 10 de janeiro de 1920, a recém-criada Liga das Nações ratificou o Tratado de Versalhes.

cumpriu o pacto, e, no mesmo mês, ocupou o restante da Tchecoslováquia. ” (Sbrocco, 2011).

Em 1939, a Alemanha voltou seus interesses para a Polônia, e devido ao aumento das tensões entre os dois países, britânicos e franceses firmaram acordos de defesa com a Polônia. Porém, ignorando esses acordos, Hitler ordenou a invasão da Polônia em 1º de setembro de 1939. Este ato de agressão foi considerado o estopim da Segunda Guerra Mundial, levando o Reino Unido e a França a declararem guerra à Alemanha dias depois. Em menos de um ano, França, Holanda, Noruega, Dinamarca, Bélgica e Luxemburgo já estavam sob domínio alemão (SBROCCO, 2011).

> Entre 1939 e 1945, a II Guerra Mundial produziu uma verdadeira revolução dentro do núcleo hierárquico das Grandes Potências. Foi uma guerra em dois movimentos, na verdade se pode inclusive falar na existência de duas guerras em uma só: a primeira, entre 1939 e 1941, envolveu somente os europeus e foi vencida pela Alemanha; e a segunda, entre 1941 e 1945, envolveu a Alemanha, o Japão e os Estados Unidos, e foi vencida pelos norte-americanos (FIORI, 2004, p.18)

Com isso, a Segunda Guerra Mundial estendeu-se por seis anos e atingiu um grau de mobilização conhecido pelos historiadores como guerra total. Segundo Fiori (2004), este período pode ser dividido em duas fases principais, que são:

A 1ª fase, compreendida entre1939 e1941 foi marcada pela supremacia das forças alemãs e japonesas. Os alemães, utilizando a tática da blitzkrieg[6], e conquistaram várias nações europeias. Enquanto isso, os japoneses iniciaram sua expansão pelo sudeste asiático, tomando colônias de britânicos, franceses e holandeses. Ao final desse período, o Japão lançou um ataque devastador contra os Estados Unidos em Pearl Harbor, base norte-americana no Havaí.

> Os EUA encararam essa extensão do poder do Eixo no Sudeste Asiático como intolerável, e aplicaram severa pressão econômica sobre o Japão, cujo comércio e abastecimentos dependiam inteiramente das comunicações marítimas. Foi esse conflito que levou à guerra entre os dois países. O ataque japonês a Pearl Harbor em 7 de dezembro de 1941 tornou a guerra mundial. (HOBSBAWM, 1994, p. 46,47).

[6] Em português guerra-relâmpago, foi uma tática de guerra utilizada pelo exército alemão durante a Segunda Guerra Mundial. Foi considerada inovadora na fase inicial da guerra e contribuiu largamente para as vitórias conquistadas pelos alemães. (NETO,2020)

Já a 2ª fase, compreendida entre 1942 e1943, marca a virada da Segunda Guerra. Os alemães sofreram uma derrota significativa na Batalha de Stalingrado, onde foram contidos pelos soviéticos, iniciando o declínio de seu poder militar. Da mesma forma, os japoneses foram derrotados na Batalha de Midway, perdendo grande parte de sua força, enquanto os norte-americanos começavam a vencer gradualmente no Pacífico. Este período também se caracteriza pela derrota final das potências do Eixo. Na Europa, os Aliados cercaram as forças alemãs e invadiram a Alemanha na virada de 1944 para 1945. No Pacífico, o Japão sofreu pesados bombardeios dos Estados Unidos, e, apesar do colapso interno, recusou-se a se render até ser atingido por duas bombas atômicas. “No Leste houve ainda menos sinais de racha na determinação do Japão de lutar até o fim, motivo pelo qual se lançaram armas nucleares sobre Hiroxima e Nagasaki, para assegurar uma rápida rendição japonesa” (HOBSBAWM, 1994, p.48). Com isso, a derrota do Eixo trouxe o fim da guerra em 1945, e como definido por Hobsbawm (1994) foi uma vitória total dos Aliados e com a rendição incondicional. Nenhum tipo de tratado de paz formal foi feito ou reconhecido. A guerra foi travada até o fim e sem pretensão de acordo de nenhum dos lados (HOBSBAWM, 1994). É importante destacar que a entrada definitiva na guerra pelos Estados Unidos e União Soviética, após as invasões a ataques aos seus territórios teve um efeito significativo para a vitória dos Aliados (HOBSBAWM, 1994).

As consequências da guerra foram várias, incluindo a queda de regimes totalitários, o surgimento dos Estados Unidos e da União Soviética como superpotências e a criação das Nações Unidas com o objetivo de promover a paz, a cooperação internacional e de se pensar em propostas de segurança coletiva. O conflito também expôs a importância da diplomacia na prevenção de futuras guerras. Uma nova ordem mundial se iniciava a partir daquele momento.

> Este segundo período da guerra, entre 1941 e 1945, foi também o tempo em que se negociaram as bases hierárquicas, funcionais e competitivas da nova ordem política mundial, que nasceria sob a forma simultânea e complementar, da Guerra Fria com a União Soviética, e da hegemonia econômica e militar dos Estados Unidos dentro do mundo capitalista. A derrota da França, da Alemanha e do Japão, e a transformação da União Soviética no novo inimigo e principal competidor dos Estados Unidos, deixaram nas mãos dos Estados Unidos e da Inglaterra o desenho desta nova ordem, vigente partir de 1947. (FIORI,2004, p.19)

No contexto Disney, com o cenário inicial da guerra, os Estúdios já sofriam impactos negativos, visto que o mercado europeu não estava dando o retorno financeiro desejado. Com a entrada dos estadunidenses na disputa, diversos animadores foram convocados pelas forças armadas e parte do estúdio foi ocupada como alojamento para uma base antiaérea. Além disso, o governo americano encomendou a produção de diversos curtas-metragens de animação que serviriam como treinamento e propaganda para os recrutas. Personagens clássicos como Pato Donald, Pateta, Os Três Porquinhos e os Sete Anões estrelaram alguns curtas de propaganda na guerra (TOTA,2000).

O mais famoso desses curtas é Der Fuehrer's Face (1943), ou "A face do Fuhrer" que trouxe uma crítica ácida ao nazismo. No curta, o personagem Pato Donald é doutrinado pela propaganda nazista, e surge na animação em uma Alemanha controlada por Adolf Hitler, onde é forçado a vestir o uniforme nazista, saudar o ditador e a trabalhar exaustivamente na produção de bombas. Porém, no final do curta, Donald acorda e percebe que tudo não passou de um pesadelo, soltando um grito de alívio o personagem diz "Como é bom ser um cidadão dos Estados Unidos da América". A obra termina com uma caricatura de Hitler sendo atingida por um tomate, formando a frase "The End" (Fim), reforçando a crítica ao regime (FERREIRA,2007).

No contexto da guerra, o curta era uma poderosa ferramenta de propaganda, destacando as diferenças entre a liberdade americana e a opressão nazista. O desenho foi o vencedor do Oscar de melhor curta de animação em 1943 e, em 1994, foi incluído pelo historiador Jerry Beck em sua lista dos 50 melhores desenhos animados.

Ilustração 1. Der Fuehrer's Face (1943)

Fonte: Generacionbeta, [2024]

2.2 O avanço dos Estados Unidos durante a Segunda Guerra

Os Estados Unidos emergiram da Segunda Guerra Mundial como a principal potência mundial, exercendo uma hegemonia que moldou a ordem internacional nas décadas seguintes. Essa posição de destaque se deve a uma combinação de fatores, entre eles sua força bélica, econômica, e seu poder político ligado à promoção de ideais como a democracia e a ordem liberal. (FIORI, 2004)

> Depois da II Guerra Mundial, durante a Guerra Fria com a União Soviética e sob a hegemonia dos Estados Unidos entre as demais Grandes Potências, a economia capitalista viveu sua "época de ouro" e o mundo experimentou uma gestão global baseada em regimes e instituições supranacionais, mesmo quando tuteladas pelos Estados Unidos. (FIORI, 2004, p.13).

No âmbito político, os Estados Unidos lideraram a ascensão de uma ordem liberal democrática que transformou a política global. Essa nova ordem foi baseada na promoção da democracia, dos direitos humanos e da economia de mercado, posicionando os EUA como defensores dos valores ocidentais em contraste com o bloco comunista liderado pela União Soviética. A Doutrina Truman, por exemplo, marcou a política de contenção americana, que visava limitar a influência comunista

em nível global, resultando em intervenções e apoio a aliados estratégicos em conflitos como a Guerra da Coreia e a Guerra do Vietnã. Segundo Fiori (2004, p. 20):

> (...) consagradas pela Doutrina Truman em 1947, como a nova estratégia global dos Estados Unidos: " (…) a política dos Estados Unidos será de apoio permanente aos povos livres que queiram resistir à dominação de minorias armadas ou de forças externas" (Kissinger, 1994, p. 453 apud Fiori, 2004, p.20).

O "American Way of Life", que é como uma ferramenta do soft power, se refere ao estilo de vida dos norte-americanos e ganhou forças neste período. Nele, são enfatizados valores como a liberdade individual, a prosperidade econômica e o consumo em massa juntamente com a busca pela felicidade. Desta forma, foi usado para projetar os valores ocidentais de democracia e capitalismo como superiores ao comunismo soviético. Essa influência cultural reforçou a liderança global dos EUA, mostrando o capitalismo como sinônimo de prosperidade e liberdade, e ajudando a expandir o bloco de nações alinhadas com os ideais americanos. Para Harvey (2014, p.42) a emulação de uma forma de viver promovida pelos Estados Unidos (como por exemplo o American Way of Life), sendo ela cultural, política ou financeira, "tem contribuído globalmente para o processo de acumulação interminável do capital". Desta forma, o autor conclui que a liberdade promovida pelo capitalismo, e inerente ao liberalismo, promove uma sociedade que deseja cada vez mais realizar os seus desejos que foram cultivados de uma imagem de sociedade ideal vista como um modelo a ser seguido e copiado.

> Era necessário empregar todos os meios para consolidar a imagem do modelo a ser seguido, isto é, os Estados Unidos deveriam ser um paradigma. Liberalismo e democracia. A fórmula ainda que inadequada aos países de formação ibero-americana precisava ser burilada para adaptar-se, na América Latina, a culturas de raízes diferentes. (TOTA, 2000, p.54)

No âmbito econômico, os EUA incentivaram o livre comércio e políticas de mercado aberto, com programas como o Plano Marshall [7]que ajudaram na reconstrução da Europa e solidificaram laços políticos e econômicos com o Ocidente.

> (...) o Plano Marshall, assim como todas as demais concessões feitas pelos Estados Unidos, com relação ao protecionismo dos europeus, em particular com relação à retomada dos velhos caminhos heterodoxos das economias alemã e japonesa". (FIORI, 2004, p. 29).

Neste contexto surge o sistema de Bretton Woods, que foi um conjunto de acordos internacionais estabelecidos em 1944, na cidade de Bretton Woods nos Estados Unidos, e contava com representantes de 44 países aliados, com o objetivo de criar um novo sistema monetário internacional e promover a cooperação econômica global após a Segunda Guerra Mundial. " (...) a nova ordem que nasceu finalmente dos Acordos de Bretton Woods foi uma obra exclusiva dos Estados Unidos e da Inglaterra. " (FIORI, 2004, p. 21).

Neste sentido, visava estabilizar a economia mundial e facilitar o comércio internacional. Diversas decisões significativas foram tomadas em Bretton Woods, como por exemplo o padrão ouro-dólar, onde o dólar norte-americano foi lastreado pelo ouro e outras moedas foram atreladas ao dólar, desta forma tornando o dólar a principal moeda de reserva global e consolidando a posição dos Estados Unidos na economia mundial. Além disso, neste momento foram criadas duas instituições financeiras fundamentais, o Fundo Monetário Internacional (FMI), que foi responsável por fornecer empréstimos a países com dificuldades financeiras e promover a estabilidade cambial pós-guerra, e o Banco Mundial, que focava em financiar projetos de desenvolvimento em países em desenvolvimento. Segundo Fiori (2004, p. 32):

[7] O Plano Marshall foi uma ajuda financeira dos Estados Unidos para a reconstrução da Europa Ocidental logo após o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945. Os objetivos desse plano eram manter o domínio dos Estados Unidos sobre a Europa obtendo o apoio dos países beneficiados e evitar o avanço da influência soviética sobre o Ocidente. (JUDT,2007)

> Daqui para frente, haverá dois pesos e duas medidas: a “lei das selvas”, para os países “incapazes de assegurar seus próprios territórios nacionais”; e a “lei dos mercados”, para os demais países da periferia que aceitarem pacificamente o “imperialismo voluntário da economia global, gerido por um consórcio internacional de instituições financeiras como o FMI e o Banco Mundial”, segundo a definição de Richard Cooper, assessor internacional do governo inglês de Tony Blair. (Cooper, 1996)

Já no quesito de força militar, o papel dos Estados Unidos foi decisivo para a vitória dos Aliados. Inicialmente, o país adotou uma postura de neutralidade. O governo norte-americano, liderado por Franklin D. Roosevelt, procurou evitar o envolvimento direto no conflito, mas começou a apoiar o Reino Unido e outras nações aliadas por meio do envio de suprimentos militares e econômicos. Porém, esta neutralidade foi abandonada após o ataque japonês a Pearl Harbor em dezembro de 1941, o que levou os Estados Unidos a declarar guerra ao Japão no dia seguinte. Poucos dias depois, a Alemanha e a Itália, como aliados do Japão, declararam guerra aos Estados Unidos, envolvendo o país em combates no Pacífico e na Europa.

> (...) a transferência do poder anglo-saxônico para os Estados Unidos, que assumem a disputa com a Alemanha quase ao mesmo tempo em que entram em guerra com o Japão, em dezembro de 1941. Uma espécie de “ajuste de contas” entre as três “grandes potências tardias”, que nasceram para o jogo do poder mundial, quase um século antes, na década de 1860. Do ponto de vista dos Estados Unidos, representou a decisão de lutar simultaneamente pela hegemonia na Europa e no sudeste asiático, onde se posicionou de imediato ao lado da China, renunciando a todos os seus direitos extraterritoriais, e patrocinando a entrada chinesa no grupo dos “quatro grandes” (...). (FIORI, 2004, p.19)

Neste cenário, os Estados Unidos desempenharam um papel fundamental no planejamento e execução de operações militares. A superioridade industrial e logística dos Estados Unidos foi um fator essencial para o sucesso das forças aliadas. Além disso, o poder aéreo e as forças navais americanas ajudaram a proteger as rotas marítimas e conter os avanços dos inimigos. Não há explicação adequada para o posicionamento de Hitler de subestimar a capacidade de ação, para não falar no potencial econômico e tecnológico dos Estados Unidos, que julgava as democracias norte americanas incapazes de agir. (HOBSBAWM, 1994).

Além do impacto militar, o papel econômico dos Estados Unidos foi fundamental pois o país se tornou o principal fornecedor de armas, veículos, munições e outros recursos para os aliados por meio de sua vasta capacidade industrial. A economia americana se transformou durante a guerra, com milhões de pessoas empregadas na produção de bens de guerra e o desenvolvimento de novas tecnologias, além da criação da bomba atômica, que foi um marco na segunda guerra (MOURA,1986).

Ao final da guerra, os Estados Unidos emergiram não apenas como uma potência militar, mas também como a principal economia do mundo, moldando a ordem internacional a partir daquele momento. Seu papel nas negociações de paz e na criação de instituições internacionais, como a ONU, reforçou sua posição de liderança global. Para Hobsbawm(1994), a estratégia dos Estados Unidos de se concentrar em ganhar a guerra contra Alemanha em um primeiro momento e, posteriormente contra Japão, foi certeira pois a Alemanha nazista representava um perigo mais sério e global do que o Japão. (HOBSBAWM, 1994).

> As decisões de invadir a Rússia e declarar guerra aos EUA decidiram também o resultado da Segunda Guerra Mundial. Isso não pareceu imediatamente óbvio, pois o Eixo atingira o auge do seu sucesso em meados de 1942, e só perdeu inteiramente a iniciativa militar em 1943. (HOBSBAWM, 1994, p. 48).

2.2.1 Estados Unidos e a Política da Boa Vizinhança

A Política da Boa Vizinhança foi uma diretriz adotada pelos Estados Unidos no início dos anos 1930, durante o governo do presidente Franklin D. Roosevelt, e tornou-se particularmente relevante durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Essa política visava melhorar as relações diplomáticas e comerciais com os países da América Latina, evitando intervenções militares e promovendo uma cooperação mais próxima entre os hemisférios. As políticas da Boa Vizinhança tinham como principal foco países como a Cuba, a Venezuela, o México, a Argentina e o Brasil. Durante a guerra, a Política da Boa Vizinhança foi essencial para garantir o apoio latino-

americano e assegurar a estabilidade regional em um momento de extrema tensão global.

> [...] 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)

Antes da implementação da Política da Boa Vizinhança, as relações dos Estados Unidos com a América Latina eram marcadas por intervenções diretas e indiretas, principalmente através da chamada Doutrina Monroe (1823) que foi uma declaração política dos EUA destinada as grandes potencias da época, estabelecendo que o continente americano não estaria mais aberto à colonização europeia e que qualquer intervenção europeia nos assuntos das Américas seria vista como uma ameaça aos Estados Unidos. Porém, segundo FIORI (2004) esta abordagem não considerava as vontades políticas dos estados recém-criados na América espanhola e portuguesa.

> O objetivo principal de tal bravata era mostrar à Sagrada Aliança que os EUA estavam prontos para resistir a qualquer invectiva trans-oceânica. Interessante é notar que os novos países do sul são tratados pela doutrina Monroe como puros objetos e não como interlocutores. Com o passar do tempo, a sedimentação ideológica promovida por muitas gerações de políticos americanos, de Quincy Adams a Bill Clinton, transformaram a "Doutrina Monroe", de discurso eminente defensivo, em justificativa de intervenção política e militar. (FERES, 1999, p.183)

O Corolário Roosevelt (1904), que foi uma extensão da Doutrina Monroe proposta pelo presidente Theodore Roosevelt, também é um exemplo desta relação intervencionista, onde os Estados Unidos afirmavam que teriam o direito de intervir nos países latino-americanos em caso de instabilidade ou má governança, sob o argumento de manter a ordem e proteger os interesses americanos na região. FIORI (2004).

Ambas as políticas adotadas justificavam a intervenção dos Estados Unidos em países latino-americanos sob o pretexto de prevenir a influência europeia. Entre 1898 e 1934, os Estados Unidos intervieram em várias ocasiões em países como Cuba,

Nicarágua, Panamá, Haiti e República Dominicana, o que gerou um certo aborrecimento entre os vizinhos latino-americanos.

> O Presidente Theodore Roosevelt reformulou a Doutrina Monroe e adequou-a aos novos tempos, em sua mensagem anual ao Congresso americano. A nova doutrina estratégica que estava por trás de sua ofensiva no Caribe e na Ásia e que ficou conhecida como “o corolário Roosevelt da Doutrina Monroe”. A primeira vez em que um governante norte-americano defendeu o direito dos Estados Unidos ao “ataque preventivo” contra estados que se mostrassem “ineficientes” do ponto de vista de sua ordem interna, ou que ficassem “inadimplentes” do ponto de vista de suas dívidas externas. (FIORI, 2004, p.12).

Com a ascensão de Franklin D. Roosevelt à presidência em 1933, os Estados Unidos adotaram uma nova abordagem e decidiram que dedicariam seus esforços em uma política de boa vizinhança no campo das relações internacionais, ou seja, abandonando intervenções armadas e promovendo a soberania e a igualdade entre as nações. A política foi complementada pela retirada das tropas norte-americanas da América Latina, como ocorreu com a saída dos fuzileiros navais do Haiti em 1934, e a revogação da Emenda Platt, que dava aos Estados Unidos o direito de intervir em Cuba. Desta forma, ao invés de se atribuírem o direito de intervir militarmente nos países latino-americanos, os Estados Unidos preferiram utilizar a diplomacia como uma jogada de política. Assim, tinham como foco mudar a imagem intervencionista dos Estados Unidos para a de um “bom vizinho” (FERES,1999).

> 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 sulamericanos e inseriu organismos multilaterais de negociação na pauta externa americana. (FERES, 1999, pp. 185-186)

Com o início da Segunda Guerra Mundial, a Política da Boa Vizinhança tornou-se uma ferramenta estratégica essencial para os Estados Unidos. O governo Roosevelt estava certo de que a estabilidade na América Latina seria crucial para a segurança hemisférica. A presença de forças do Eixo na Europa e no Pacífico representava uma ameaça direta aos interesses americanos, e havia receios de que

movimentos em apoio ao fascismo pudessem ganhar força em algumas nações latino-americanas (MAUAD, 2005).

Um dos principais objetivos dos Estados Unidos era garantir que os países latino-americanos se alinhassem ao esforço de guerra dos Aliados. Para isso, os Estados Unidos investiram pesadamente em diplomacia e cooperação militar com seus vizinhos. Desta forma, os norte-americanos forneceram ajuda militar a várias nações da América Latina, e em troca, os países latino-americanos ofereceram bases militares, matérias-primas estratégicas e apoio logístico. Por outro lado, os Estados Unidos reconheciam a existência dos princípios políticos, econômicos, morais e culturais próprios da América Latina e não queria impor o abandono disto. (MAUAD, 2005).

Além disso, a Coordenação de Defesa do Hemisfério Ocidental foi criada para garantir a defesa conjunta do continente americano contra possíveis ataques do Eixo. As relações econômicas foram fortalecidas através de acordos comerciais e empréstimos, que ajudaram a estabilizar as economias latino-americanas e asseguraram o acesso dos Estados Unidos a recursos essenciais, como petróleo, borracha e minério de ferro. “Na perspectiva do presidente norte-americano, a Política da Boa Vontade levaria os latino-americanos a abraçarem naturalmente a causa americana, defendida pelos Estados Unidos. No entanto (...) os latino-americanos deveriam crescer ainda muito, para se ajustarem aos padrões culturais dos Estados Unidos. (MAUAD, 2005, p.47).

A política de boa vizinhança é um exemplo claro de soft power, pois enfatizou a diplomacia cultural, a promoção do comércio e a ajuda ao desenvolvimento através da influência, buscando criar laços positivos e uma imagem favorável dos Estados Unidos na América Latina. Joseph Nye (2004, p. 10, tradução nossa) define esta influência americana como:

> A América há muito tempo tem muito soft power. Pense no impacto das Quatro Liberdades de Franklin Roosevelt na Europa no final da Segunda Guerra Mundial (...). Quando você consegue fazer com que os outros

> admirem seus ideais e queiram o que você quer, você não precisa gastar tanto em palitos e cenouras para movê-los em sua direção. A sedução é sempre mais eficaz do que a coerção, e muitos valores como democracia, direitos humanos e oportunidades individuais são profundamente sedutores.[8]

Para Nye Jr (2004), o soft power é a capacidade de atrair e influenciar, através do poder da persuasão. Esta estratégia tem um poder tão grande que é capaz de atingir uma região inteira, que legitima os ideais do país e se torna mais flexível e cooperativa para qualquer acordo. A partir do momento em que um país consegue se configurar como detentor de poder para outros países, ele encontra menos resistência para as suas vontades (NYE JR, 2004, p.10).

Assim, ambas as abordagens têm em comum a intenção de construir relações amigáveis e cooperativas, onde o diálogo e a diplomacia são priorizados em detrimento do uso da força. Essa estratégia ajudou a fortalecer a presença dos Estados Unidos na região, contribuindo positivamente para a sua influência.

Neste sentido, um ponto importante desta estratégia política foi a propaganda cultural. A fim de melhorar a percepção dos Estados Unidos na América Latina e combater a propaganda fascista, o governo Roosevelt investiu em programas culturais e de intercâmbio. Os Estados Unidos promoveram uma série de filmes, programas de rádio e outras produções culturais que exaltavam a amizade entre os países das Américas.

Neste cenário, fica claro a importante parceria com os estúdios Disney, que resultou na produção de filmes como Saludos Amigos (1942) e The Three Caballeros (1944), nos quais personagens populares como o Pato Donald interagiam com figuras da cultura latino-americana. Esses filmes foram projetados para promover uma imagem de cooperação e compreensão mútua.

> 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 íntimo de Donald –

[8] America has long had a great deal of soft power. Think of the impact of Franklin Roosevelt's Four Freedoms in Europe at the end of World War II (...). When you can get others to admire your ideals and to want what you want, you do not have to spend as much on sticks and carrots to move them in your direction. Seduction is always more effective than coercion, and many values like democracy, human rights, and individual opportunities are deeply seductive. (NYE, 2004, p.10)

> quando este lhe estende a mão, Zé Carioca lhe dá um grande abraço -, que aceita o oferecimento e sai para conhecer o Brasil (MOURA, 1986, p. 78).

Ao mesmo tempo, os Estados Unidos encorajaram o intercâmbio de intelectuais e artistas, patrocinando viagens de escritores, músicos e acadêmicos latino-americanos ao norte. Dentre vários artistas, podemos citar como exemplo Carmem Miranda (1909-1955) e o músico Heitor Villa-Lobos (1887-1959), que foram aos Estados Unidos para colaborar na indústria cinematográfica. Assim, havia um esforço coordenado para transmitir a ideia de que os Estados Unidos eram um amigo e aliado confiável, e não um poder imperialista. “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)

Desta forma, a Política da Boa Vizinhança ajudou os Estados Unidos a garantir o apoio latino-americano durante a Segunda Guerra Mundial e a manter o continente estável em um momento de conflito global. No entanto, também teve suas limitações. Alguns críticos apontam que a política tinha um caráter essencialmente pragmático, voltado para os interesses de segurança dos Estados Unidos, e que os ganhos para a América Latina foram relativamente limitados. A promessa de não intervenção foi, em muitos casos, acompanhada por uma maior influência econômica e cultural norte-americana, o que levou alguns setores da América Latina a criticar a política como uma forma de "imperialismo cultural". “(...) os Estados Unidos apresentaram uma tendência expansiva, desde o início, como os primeiros estados europeus que nasceram na forma de “minotauros”, meio estado-meio império.” (FIORI, 2004, p.02).

Além disso, as promessas de apoio econômico feitas pelos Estados Unidos nem sempre se concretizaram na medida esperada. Embora o comércio tenha aumentado durante a guerra, a América Latina não recebeu os mesmos níveis de ajuda que a Europa ocidental no pós-guerra, e muitos países latino-americanos continuaram a sofrer com problemas econômicos significativos.

Com isso, podemos concluir que a Política da Boa Vizinhança foi uma peça central da estratégia dos Estados Unidos para assegurar a estabilidade e a segurança no hemisfério durante a Segunda Guerra Mundial, se destacando como um importante

soft power. Por meio da diplomacia, cooperação militar e esforços culturais, o governo Roosevelt conseguiu neutralizar a influência do Eixo na América Latina e garantir o apoio de seus vizinhos.

Embora pragmática e em parte motivada por interesses de segurança, a política representou um afastamento das intervenções militares diretas e ajudou a redefinir as relações entre os Estados Unidos e a América Latina. Por outro lado, estes anos de política da Boa Vizinhança deixaram um marco na cultura brasileira, pois os Estados Unidos passaram a ser a referência cultural do país em diversos aspectos. A política terminou após o fim da Segunda Guerra, em 1946, visto que a América Latina não era mais a prioridade dos americanos, pois já estava considerada como suficientemente conquistada em termos políticos e econômicos (MOURA,1986).

CAPÍTULO 3. O CASO DISNEY

A Walt Disney Company, fundada em 1923 pelos irmãos Walt Disney e Roy O. Disney, é uma das maiores empresas de entretenimento do mundo, reconhecida globalmente por sua influência cultural e seu modelo de negócios diversificado, que abrange livros, filmes, animações, parques temáticos, produtos licenciados, entre outros. A empresa se consolidou como uma referência não apenas em produção audiovisual, mas também como uma marca que cria e vende experiências. Desde o início, a Disney demonstrou sua excelência em construir narrativas e personagens que cativam o público, e que se tornaram ícones culturais. (GABLER, 2009).

Além de produzir os conteúdos de entretenimento, a Disney também desenvolveu um modelo exclusivo de "venda de experiências", que vai muito além do consumo de filmes e produtos. Através dos parques temáticos e de produtos licenciados, a empresa cria uma imersão completa na "magia Disney", oferecendo aos fãs a oportunidade de vivenciar o universo de seus personagens favoritos de maneira mais tangível e emocional. Esse conceito de experiência envolve desde a ambientação e o atendimento até a narrativa envolvente que se desenvolve em cada atração, dando vida ao universo imaginário dos desenhos. Assim, a Disney se diferencia não apenas por vender produtos, mas ao envolver o público em uma experiência completa, onde entretenimento e consumo se misturam, criando uma relação emocional entre o público e a marca, consolidando seu mercado.

A Disney construiu um império não apenas com filmes e animações, mas também com narrativas que traziam indiretamente os sonhos, esperanças e ideais da sociedade norte-americana. Seus filmes criavam mundos idealizados, frequentemente alinhados com a ética do “American Dream” ou "sonho americano", definida por James T. Adams (1931) que afirmava que a vida deveria ser melhor, mais rica e mais completa para todos os cidadãos, com oportunidades, baseado em suas habilidades ou conquistas, independentemente de sua classe social ou circunstâncias do nascimento, onde o trabalho duro, o otimismo e a justiça sempre prevaleceriam. Esses elementos se tornaram parte de um imaginário coletivo mundial, transcendendo barreiras culturais e geográficas, e permitindo que a Disney influenciasse sociedades inteiras, inclusive no Brasil, durante a Segunda Guerra Mundial.

> Aquele sonho de uma terra onde a vida deve ser melhor, mais rica e mais plena para todos, com oportunidades para cada um de acordo com sua capacidade ou conquista. É um sonho difícil de ser interpretado adequadamente pelas classes altas europeias, e muitos de nós mesmos nos tornamos cansados e desconfiados dele. Não é apenas um sonho de carros luxuosos e altos salários, mas um sonho de ordem social em que cada homem e cada mulher possa alcançar a plenitude de seu potencial inato e ser reconhecido pelos outros pelo que são, independentemente das circunstâncias fortuitas de nascimento ou posição. (ADAMS, 1931, p. 214 e 215) [9]

Segundo Gabler (2009), Walt Disney está até hoje tão enraizado na cultura americana, que entender a ele e a sua obra significa também compreender "(...) o poder da cultura popular na formação da consciência nacional, o poder das possibilidades e do perfeccionismo como ideais americanos, a contínua influência recíproca do comércio e da arte e a evolução da imaginação americana no século XX". Esse poder de uma cultura criada através de obras da Disney influencia diversos setores de uma sociedade, desde o comportamento das pessoas, até nas ações de consumo, em um efeito que ficou conhecido como "disneyficação". Através dos seus personagens, a Disney cria um mundo de magia e imaginação, moldando as percepções do público.

Para Bryman (2004) disneyização, ou disneyficação, é o processo pelo qual os princípios dos parques da Disney dominam diversos setores da sociedade americana, assim como o resto do mundo. Vale destacar que os parques não necessariamente criaram um modelo a ser seguido, mas se fundamentaram em pilares sociais liberais já existentes, dessa forma, tornaram se responsáveis pela disseminação destes ideais para as sociedades. Bryman (2004) ainda desenvolve um conceito para a disneyficação com base em quatro dimensões essenciais que são: a tematização, o consumo híbrido, merchandising e o trabalho performativo. Essas dimensões direcionam a sociedade ao consumo, não apenas pelo consumo em si, mas atraindo

[9] That dream of a land in which life should be better and richer and fuller for everyone, with opportunity for each according to ability or achievement. It is a difficult dream for the European upper classes to interpret adequately, and too many of us ourselves have grown weary and mistrustful of it. It is not a dream of motor cars and high wages merely, but a dream of social order in which each man and each woman shall be able to attain to the fullest stature of which they are innately capable, and be recognized by others for what they are, regardless of the fortuitous circumstances of birth or position. (ADAMS, 1931, p. 214 e 215)

os consumidores para além do que realmente é basicamente essencial, seduzindo-os a consumir por desejo e não por necessidade.

Bryman (2004) procura não reduzir a disneyficação a uma manifestação da globalização, evitando uma abordagem simplista. Apesar de o termo, à primeira vista, parecer limitado para descrever a expansão da cultura americana, as quatro dimensões que ele apresenta podem ser muito relevantes para uma análise em âmbito internacional, especialmente no que diz respeito às relações entre os Estados Unidos e a América Latina.

A forma sutil com a qual a Disney ficou associada ao longo da história promove uma visão de mundo idealizado e meritocrático. Desta forma, podemos analisar que a relação entre a empresa e a teoria construtivista se baseia na capacidade da Disney de influenciar e moldar identidades, normas e percepções globais. A empresa exemplifica como a cultura e as ideias podem ser tão poderosas quanto as forças materiais na política internacional, fortalecendo os vínculos com o soft power americano. Por meio da disseminação de narrativas, valores e ideais, a Disney contribui para a construção de uma visão de mundo em que os Estados Unidos são centrais, reforçando a hegemonia cultural norte-americana e influenciando as relações internacionais de maneira significativa.

Como abordado anteriormente, a indústria cultural, criticada por Adorno e Horkheimer (1947), se baseia no conceito de transformar cultura em mercadoria, padronizando e moldado as obras para atingir e agradar o maior número de pessoas, maximizando os lucros. A Disney acaba sendo um exemplo disto ao criar conteúdos muitas vezes estereotipados, focados em valores e padrões ocidentais, que não levam em conta as inúmeras complexidades culturais existentes ao redor do mundo, consolidando valores e gerando uma certa “homogeneização cultural”. Além disso, a empresa promove um desejo de consumo constante por meio de brinquedos, roupas e demais experiências temáticas em crianças e adolescentes, que consomem indiretamente este estigma.

O grande sucesso da empresa teve início com a criação do personagem Mickey Mouse, que se tornou rapidamente popular e ganhou uma longa série de desenhos animados. “Esse foi o início do merchandising da Disney. Logo havia bonecos do

Mickey Mouse, pratos, escovas de dente, rádios, estatuetas - quase tudo o que você poderia imaginar tinha a semelhança de Mickey” [10](D23.COM,2024, tradução nossa).

Logo após, Walt Disney decidiu fazer seu primeiro longa-metragem de animação, que foi a história de Branca de Neve e os Sete Anões. A obra também foi um sucesso e rapidamente bateu o recorde e se tornou o filme com maior bilheteria de todos os tempos. Com isto, imediatamente se iniciou outros projetos de longa-metragem, que foram “Pinóquio” e “Fantasia” lançados em 1940, porém a Segunda Guerra Mundial disparou e os custos destas obras eram altos demais para uma empresa que perdia a maior parte de seus mercados estrangeiros por causa da guerra (D23.COM,2024).

Durante a Segunda Guerra Mundial o estúdio se concentrou em fazer propagandas e filmes de treinamento para os militares. Essa capacidade de capturar a imaginação do público foi aproveitada pelo governo norte-americano para promover o soft power cultural dos Estados Unidos. A Disney também desempenhou um papel estratégico na disseminação das ideais norte americanas ao redor do mundo, incluindo no Brasil, onde a empresa começou a construir uma aliança significativa com o governo da época. A visita de Walt Disney ao país em 1941 foi parte do projeto da política da boa vizinhança do EUA, que aproveitou a viagem para estudar a oportunidade de novos filmes (NUNES, 2023).

> Os meios de comunicação, pelo menos no período estudado, foram usados pedagogicamente para americanizar o Brasil. Houve um projeto de americanização, quer dizer, ações deliberadas e planejadas visando a um objetivo. A existência desse projeto não exclui o processo de americanização conduzido pelas forças do mercado. Ao contrário, há evidências da imbricação dos dois processos (TOTA, 2000, p.191).

Neste contexto é criado o personagem Zé Carioca, em 1942, que visava conquistar o público brasileiro por meio de um personagem que representasse a

[10] “That was the start of Disney merchandising. Soon there were Mickey Mouse dolls, dishes, toothbrushes, radios, figurines—almost everything you could think of bore Mickey’s likeness.” ORIGINAL

cultura local de forma leve e simpática. Zé Carioca é um papagaio malandro, simpático e alegre, que incorpora o estereótipo do carioca boêmio e amante de samba e futebol, características associadas ao estilo de vida brasileiro. Ele foi introduzido no filme “Alô, Amigos” (1942), uma animação produzida pelos estúdios Disney que levava diversos símbolos brasileiros, inclusive a música tema Aquarela do Brasil, de Ary Barroso, que se tornou uma das canções brasileiras com mais regravações pelo mundo. "Graças a Walt Disney, o Brasil, pelas cores de Ary, foi apresentado ao mundo como um paraíso sul-americano." (NUNES, 2023).

Na obra, o personagem Pato Donald visita diversos países da América Latina e conhece suas culturas. No segmento dedicado ao Brasil, Donald conhece Zé Carioca, que o apresenta ao samba, à cachaça e a outros elementos retratados como parte do cotidiano do povo carioca, simbolizando uma tentativa de representar o "espírito brasileiro" aos olhos do público norte-americano e do próprio Brasil.

> Os conteúdos da Disney durante a época de guerra e suas exibições de patriotismo simbólico serviram como propaganda eficaz. Os curtas da Disney que exaltavam os Estados Unidos e seu povo frequentemente apresentavam símbolos icônicos americanos e músicas patrióticas. Essas mensagens patrióticas acríticas incentivavam as pessoas a agir exatamente como o país precisava e as lembravam do privilégio de viver nos Estados Unidos. Os curtas da Disney alcançaram um público amplo ao serem exibidos em cinemas tradicionais, onde os espectadores, despreocupados, consumiam o conteúdo com personagens familiares como entretenimento, e não como propaganda. (GODDARD, 2021, p. 23, TRADUÇÃO NOSSA). [11]

Desta forma, o personagem se tornou uma espécie de embaixador cultural e sua imagem ajudou a tornar a Disney mais popular no Brasil, funcionando como um elemento de soft power que reforçava a aproximação entre os dois países. O personagem foi bem-recebido pelo público brasileiro e, ao longo dos anos, se tornou

[11] Disneys wartime media and its displays of symbolic patriotism served as e ective propaganda. The Disney shorts that praised the US and its people commonly featured iconic American symbols and patriotic music. Uncritical patriotic messaging encouraged people to act exactly as their country needed them to and reminded them of how privileged they were to be in the United States. The Disney shorts received wide viewership by appearing in main stream theaters, and viewers had their guards down as they viewed content lled with familiar characters as entertainment rather than propaganda. (GODDARD, 2021, p. 23).

um ícone da representação do Brasil na cultura popular, aparecendo em quadrinhos, filmes e produtos Disney.

3.1. Análise do filme Alô Amigos (1942)

O filme “Alô, Amigos”, cujo nome original é “Saludos Amigos” foi lançado pela Disney em 1942, e possui aproximadamente 43 minutos de duração. É uma obra profundamente influenciada pelo contexto histórico da Segunda Guerra Mundial e pela política de "Boa Vizinhança" dos Estados Unidos. Nesse sentido, o filme desempenhou um papel estratégico ao funcionar como uma ferramenta de diplomacia cultural, financiada em parte pelo Departamento de Estado dos EUA. O longa-metragem recebeu três indicações ao Oscar em 1943, nas categorias de Melhor Trilha Sonora, Melhor Canção Original pela música "Saludos Amigos" e Melhor Mixagem de Som.

Ilustração 2 - Cartaz do filme Saludos Amigos da Disney de 1942

Fonte:nastramasdeclio, [2024]

Antes do início do filme, surge uma mensagem em que Walt Disney dedica a animação como uma forma de retribuição pela hospitalidade que ele e sua equipe receberam durante sua estadia em outros países. Apesar das visitas terem se concentrado na América do Sul, a produção hollywoodiana é apresentada como um presente a todos os "amigos latino-americanos". Nas palavras do próprio criador: “Whit sincere appreciation for the courtesy and cooperation shown us by the artists, musicians and our many friends in Latin America”. [12]

O filme é dividido em quatro segmentos, cada um situado em um país diferente: Peru, Chile, Argentina e Brasil, que são retratados nos quatro desenhos animados: “Lake Titicaca, Pedro, El Gaucho Goofy e Aquarela do Brasil”, apresentando elementos das culturas locais por meio de animação, música e personagens que buscam ilustrar os aspectos característicos de cada região. As primeiras cenas mostram vídeos reais da expedição de desenhistas, músicos e escritores rumo à América Latina.

Foi selecionada apenas um trecho para ser utilizada nessa análise, que foi a última cena do filme, que representa o Brasil. Nesta, há o encontro entre os dois personagens, Pato Donald e Zé Carioca. Com a música “Aquarela do Brasil”, o desenho que leva o mesmo nome apresenta o Brasil, mostrando a flora e a fauna brasileira de maneira ilustrada. Um pincel vai dando forma a Zé Carioca e Donald, que é retratado como um curioso explorador, questiona o que estava sendo desenhado. O personagem então entrega seu cartão de visitas, escrito em português, a Donald que lê com dificuldade o texto “José Carioca, Rio de Janeiro, Brasil”. Em seguida, Donald mostra seu cartão, escrito “Donald Duck, Hollywood” e o papagaio logo o reconhece como o famoso astro dos desenhos animados.

Segundo Moura (1986), Donald simboliza o americano médio e, no contexto do filme, é retratado como um visitante estrangeiro que chega ao Brasil. Já Zé Carioca, que é entusiasmado e extrovertido, demonstra grande admiração por Donald e alegria em recebê-lo. Quando Donald estende a mão, Zé Carioca responde com entusiasmo: “Ora venha de lá um abraço, um mesmo daqueles, um quebra-costelas, um bem

[12] "Com sincera gratidão pela cordialidade e cooperação demonstradas pelos artistas, músicos e nossos muitos amigos na América Latina." (TRADUÇÃO NOSSA).

carioca, bem amigo”. Demonstrando assim que o brasileiro representado no filme é um habitante da cidade do Rio de Janeiro.

> Da parte da Disney, esse personagem veio colaborar com a política de 'boa vizinhança' estabelecida pelo governo americano, que buscava parceria estratégica com outros países, especialmente no período da Segunda Guerra". *“Alô, Amigos”* foi feito com o material produzido na viagem da equipe Disney à América do Sul, e se tornou praticamente uma declaração de amor ao Brasil, especialmente ao Rio de Janeiro e ao Cassino da Urca, que tanto cativou o pai de Mickey Mouse". (NUNES,2023)

Zé Carioca carrega em sua aparência os símbolos do Brasil, com o corpo coberto por penas verdes, enquanto o bico e as patas são amarelos. No entanto, seu rabo traz um detalhe curioso: composto por três penas longas, duas azuis e uma vermelha, remete às cores da bandeira dos Estados Unidos. Assim, o novo personagem reforçava a tentativa de estreitar os laços entre Brasil e Estados Unidos.

Ilustração 3. Pôster Saludos Amigos

Fonte: Cartoon Amino, [2024]

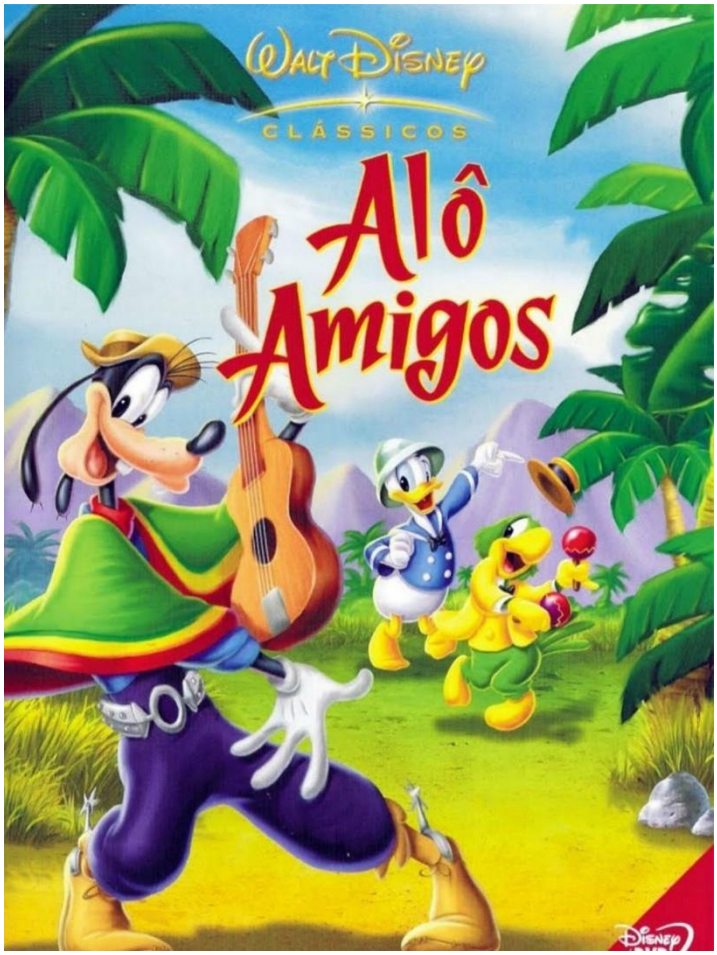
Outro ponto importante a destacar é que o personagem estadunidense demonstra uma certa superioridade implícita, pois, enquanto Donald desconhece Zé Carioca, este sabe exatamente quem é o Pato Donald, evidenciando o impacto e a influência cultural dos Estados Unidos. Esse conhecimento prévio reflete a posição mais forte e influente dos EUA em relação ao Brasil na sociedade internacional. Além disso, destaca-se o fato de Zé Carioca falar inglês, a língua nativa dos Estados Unidos, enquanto Donald recorre a um dicionário para tentar compreender o português, língua de menor relevância e alcance global. Essa dinâmica reforça o desequilíbrio de poder entre os dois países. Por outro lado, a tentativa de Donald de se familiarizar com a cultura brasileira simboliza o esforço do governo estadunidense em demonstrar flexibilidade e interesse em se adaptar a essa nova relação de amizade com a América Latina. (ALÔ AMIGOS, 1942)

Logo após, Zé Carioca convida Donald para conhecer o Rio de Janeiro e os dois caminham pelas calçadas da cidade até se sentarem em uma mesa de bar e tomarem cachaça. Donald solta fogo pela boca ao beber a cachaça e este fogo acende o charuto de Zé Carioca, que com o soluço do pato começa a “criar” um samba. Este estilo musical foi escolhido pelos estúdios Disney para representar o Brasil, um estilo musical típico do Rio de Janeiro, assim como toda a caracterização do personagem Zé Carioca. Assim, a imagem do brasileiro apresentada ao exterior foi construída com base no Rio de Janeiro: o carioca malandro que bebe cachaça, fuma charuto e dança samba. Essa representação, no entanto, não reflete a diversidade cultural do Brasil como um todo. Como os desenhistas visitaram apenas o Rio de Janeiro, que era a capital do país na época, adotaram a cultura carioca e a idealizaram como se fosse a essência da cultura brasileira, representando este estereótipo do país do samba (ALÔ AMIGOS, 1942).

Assim, em Alô, amigos, fica explícito o posicionamento dos Estados Unidos como mediador cultural, se colocando como uma ponte entre os diferentes países da América Latina. Sua intenção de promover uma união hemisférica estava alinhada a interesses geopolíticos norte-americanos e, ao mesmo tempo, não abordava totalmente a complexidade das culturas que pretendia representar. Ainda assim, o filme reflete um marco na história da animação e um exemplo claro de como o cinema

pode ser utilizado como ferramenta de soft power em tempos de crise global. samba (ALÔ AMIGOS, 1942).

Ilustração 4 – Capa do DVD Alô Amigos da edição brasileira



Fonte: Adoro Cinema, [2024]

O processo da criação do estereotipo usado na produção do filme é explicado por Mauro Wolf (1999) como:

> A estratégia de domínio da indústria cultural [...] dispõe de múltiplas tácticas. Uma delas consiste na estereotipização. Os estereótipos são um elemento indispensável para se organizar e antecipar as experiências da realidade social que o sujeito leva a efeito. Impedem o caos cognitivo, a desorganização

> mental, constituem, em suma, um instrumento necessário de economia na aprendizagem. (WOLF, 1999, p.38)

É importante destacar que os estereótipos são frequentemente utilizados como estratégias para reduzir o desconhecido à condição de inferioridade, deixando de lado a complexidade e retratando grupos de forma irreal. Esse é o caso do filme Alô, Amigos. O desinteresse em explorar de maneira mais profunda o brasileiro e sua cultura fica claro, já que os aspectos apresentados pelos produtores são superficiais, resultantes de uma visão limitada e com conceitos pré-definidos. O Brasil e sua cultura são representados de maneira eufórica, destacando festas, música, bebida e alegria, sem refletir a riqueza e a diversidade cultural do país.

Desta forma, como mencionado anteriormente, os laços entre os personagens são o tempo todo ressaltados de forma que a grande aliança aconteça. Um dos objetivos da criação de todo o filme é esse, estreitar as relações entre os grandes países através dos personagens que representam cada país. Além disso, toda a construção da imagem brasileira para o exterior de forma estereotipada só reafirma que as grandes potenciais possuem o poder de criar imagens da forma que mais lhe convém.

CONCLUSÃO

O papel da Walt Disney Company na disseminação da cultura norte-americana durante a Segunda Guerra Mundial, especialmente por meio do filme “Alô, Amigos”, ilustra a eficácia do soft power como ferramenta diplomática e cultural. A análise do filme exemplifica como os Estados Unidos, no contexto de sua política de "Boa Vizinhança", utilizaram o entretenimento para fortalecer alianças estratégicas, moldar percepções e consolidar sua hegemonia na América Latina. Ao adotar elementos da cultura brasileira, ainda que de maneira simplificada e estereotipada, o filme buscou criar uma narrativa de proximidade e solidariedade entre os dois países, reforçando a liderança norte-americana no hemisfério ocidental.

Sob a perspectiva da teoria construtivista das Relações Internacionais, a produção cultural demonstra ser um instrumento central na formação de identidades e interesses estatais, enquanto o conceito de indústria cultural ajuda a compreender as limitações dessa abordagem, que transforma as obras em produções culturais massificadas e padronizadas. O trabalho evidencia como a hegemonia dos Estados Unidos se estendia além dos campos econômico e militar, alcançando também a esfera cultural. No entanto, essa hegemonia é marcada por um desequilíbrio de poder. No filme “Alô Amigos” fica evidente que a representação do Brasil e dos brasileiros são como estereótipos que servem aos interesses norte-americanos, em vez de uma visão autêntica e inclusiva. Apesar disto, a obra é um exemplo notável de como a cultura popular pode ser usada para objetivos políticos em momentos de conflitos mundiais. Ele reforça a importância de ferramentas como o soft power na consolidação de lideranças hegemônicas e destaca o papel estratégico do cinema e da mídia em geral como meio de construção de narrativas e projeção de poder.

Assim, este estudo contribui para o debate sobre as questões culturais e políticas e como elas são complexas ao tentar representar países ou culturas diferentes. A análise de “Alô, Amigos” demonstra que, enquanto o soft power pode ser uma ferramenta poderosa de diplomacia, ele também pode perpetuar desigualdades e estereótipos, levantando questões como respeito cultural e as dinâmicas de poder nas relações internacionais

Desta forma, podemos analisar que a Disney é um grande exemplo de como a interação entre a teoria construtivista, o conceito de soft power e a crítica à indústria cultural é possível. O construtivismo enfatiza que a política internacional não é determinada apenas por fatores materiais, mas também por construções sociais, como identidades, valores e padrões que acabam sendo moldados, gerando uma nova percepção a sociedade. Nesse contexto, a Disney desempenha um papel importante ao moldar conceitos globais por meio de suas produções culturais que são mágicas e idealizadas, desta forma moldando o sonho e o imaginário coletivo e levando ideais que são associados à identidade americana para todo o mundo.

Por fim, esta análise ilustra como cultura, poder e economia se juntam no âmbito das Relações Internacionais. O caso Disney demonstra como o poder de uma única empresa no ramo cultural é capaz de se torna tão relevante quanto o material na política global.

REFERÊNCIAS

ADAMS, James Truslow. ***The Epic of America***. Boston: Little, Brown, and Company, 1931. Disponível em: https://archive.org/details/epicofameric00adam/page/n451/mode/2up.

ADLER, Emanuel. **O construtivismo no estudo das Relações Internacionais**. Lua Nova, n. 47, 1999. Acesso online disponível em: SciELO - Brasil - O construtivismo no estudo das relações internacionais O construtivismo no estudo das relações internacionais

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985. Acesso online através do link: DIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO - ADORNO.pdf - Google Drive

ADORNO, Theodor. **INDÚSTRIA CULTURAL E SOCIEDADE**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. Acesso online através do link: < ADORNO, Theodor. Indústria Cultural e Sociedade.pdf - Google Drive

BRYMAN, A. **The Disneyization of Society**. 1. ed. Londres: Sage Publications, 2004. Acesso online através do link: [PDF] The Disneyization of Society | Semantic Scholar

DER Fuhrer's face. Direção: Jack Kinney. DIVX, Cor, Animação. Estados Unidos: Walt Disney Pictures/RKO, 1942. 8min.

DISNEY, Walt. Alô, Amigos! Brasil, 1942, 42 min.

FERES JR., João. **Resenha de "BENEATH THE UNITED STATES", DE LARS SCHOULTZ**. Revista de Sociologia e Política, nº 13, Nov. 1999. Acesso através do link: (PDF) A América Latina vista do alto (researchgate.net)

FERREIRA, Alexandre Maccari. **A produção Disney em época de Segunda Guerra Mundial: cinema, história e propaganda**. In: ANPUH – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE HISTÓRIA. XXIV Simpósio Nacional de História, São Leopoldo, 2007. Acesso através do link: https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548210561_fb1dbef3b0bf315bb3b7e179aaaf19eb.pdf

FIORI, José Luís. **O Poder Global dos Estados Unidos: formação, expansão e limites**. Petrópolis, RJ, 2004. Acesso através do link: (47) O Poder Global dos Estados Unidos: formação, expansão e limites. | Thereza Araújo - Academia.edu

HARVEY, D. **O enigma do capital: e as crises do capitalismo.** São Paulo: Boitempo, 2011. Acesso através do link: SciELO - Brasil - O Enigma do Capital: e as crises do capitalismo O Enigma do Capital: e as crises do capitalismo

HOBSBAWM, Eric. **Era dos Extremos: o breve século XX, 1914-1991**. 2.ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1995. Acesso através do link: ERIC HOBSBAWM ERA DOS EXTREMOS O breve século XX 1914-1991 (wordpress.com)

GABLER, N. **Walt Disney: o triunfo da imaginação americana.** Osasco: Novo Século Editora, 2009. Acesso online através do link: Walt Disney: O triunfo da imaginação americana - Kindle

GODDARD, Lindsay. **Upholding the Disney Utopia Through American Tragedy: A Study of The Walt Disney Company's Responses to Pearl Harbor and 9/11.** Tese apresentada ao Departamento de Estudos Americanos da University of California, 2020. Disponível em: https://americanstudies.ucdavis.edu/sites/g/files/dgvnsk7196/files/media/documents/LGThesis.pdf

MACHADO, Ronaldo. **Entre o centro e a periferia: Érico Veríssimo nos Estados Unidos, 1944**. VI Encontro do "Brasilianisten-Gruppe in der ADLAF, Berlim, 2004. Acesso através do link: entre_centro_periferia_ronaldo.pdf (portoalegre.rs.gov.br)

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. Acesso através do link: a04v2549.pdf (scielo.br)

MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana**. 4 ed. São Paulo: Brasiliense,1986. Acesso através do link: Tio Sam chega ao Brasil - Gerson Moura - Relações Internacionais (passeidireto.com)

NOGUEIRA, João Pontes; MESSARI, Nizar. **Teoria das Relações Internacionais: Correntes e Debates.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. Acesso online através do link: (PDF) Teoria das RI Nogueira e Messari (2) | Izabelle Araújo - Academia.edu

NYE Jr., S. Soft Power: **The Means to Success in World Politics**. Abril. 2004. Entrevistador: Joanne Myers. Nova Iorque: Carnegie Council, 2004. Acesso online através do link: (PDF) Soft Power the Means to Success in World Politics - Joseph S. Nye Jr. | Anna Paula annapaulaarpini - Academia.edu

ORTIZ, R**. A moderna tradição brasileira: Cultura Brasileira e a Indústria Cultural.** São Paulo, Editora Brasiliense, 1988. Acesso online através do link: (99+) Renato Ortiz A moderna tradicao brasileira | Giulliana Moreira - Academia.edu

SBROCCO, Fernando Moreira. **A Alemanha no período entre – guerras: um estudo sobre a hiperinflação e a ascensão do nazismo.** 2011. 67 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Econômicas, Departamento de Economia da Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2011. Acesso através do link: https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/7f4eadde-339d-4f9a-93f1-c84b6a6cee86/content

TOTA, Antônio Pedro**. O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 5. ed. Lisboa: Presença, 1999.