

**A produção Disney em época de Segunda Guerra Mundial:
cinema, história e propaganda**

Alexandre Maccari Ferreira¹

Resumo: Este artigo enfoca o cinema de Walt Disney durante o período da Segunda Guerra Mundial. A partir dos longas-metragens **Saludos, Amigos** (1942) e **The Three Caballeros** (1944) – que se inserem no programa de incentivo dos Estados Unidos à política de “boa-vizinhança”, organizada a partir de um plano de angariar apoio da população latino-americana para a guerra contra os países do Eixo – ou de curtas-metragens como **Der Fuehrer's Face** (1942) – que enfoca o horror do cotidiano nazista –, temos as personagens Disney, como Pato Donald e Pateta, apresentando elementos tradicionais de modo didático e caricato, agindo em prol dos esforços de guerra. Amparados em uma análise cinematográfica e fílmica e em um arcabouço teórico acerca das relações entre história e cinema, procuramos estudar as questões que remetem à propaganda política e à difusão da ideologia oficial.

Palavras-chave: Cinema e História; Cinema de Propaganda; Walt Disney.

Abstract: This article focuses on the Walt Disney's cinema during the World War II. In movies such as **Saludos, amigos** (1942) and **The Three Caballeros** (1944) – which insert in the United States incentive program to the politics of “good-neighborhood”, organized from a plan to obtain support from the Latin American population for the war against the countries of the Axle – or animated short films as **Der Fuehrer's Face** (1942) – which focuses on the daily nazi horror –, we have the Disney's characters, as Donald Duck and Goofy, presenting traditional elements in a didactic and caricatural way, acting in favour of the war efforts. Supported by a cinematographic and film analysis and by theories concerning the relations between history and cinema, we intend to study the questions arisen from politics propaganda and from the diffusion of the official ideology.

Keywords: Cinema and History; Propaganda Cinema; Walt Disney.

A obra cinematográfica de Disney, durante a década de 1940, ao mesmo tempo em que esteve estritamente ligada aos propósitos políticos de seu país, também se caracterizou pela afirmação e desenvolvimento de sua própria empresa.

Os filmes, seja em longa-metragem ou curta, expressam uma visão norte-americana sobre a ideologia política que o país passava a utilizar, em especial sobre a América Latina. Nos filmes que abordaremos mais detalhadamente **Saludos, Amigos** (1942) e **The Three Caballeros** (1944) (que utilizaremos neste artigo com suas respectivas traduções para o público brasileiro **Alô, Amigos** e **Você já foi à Bahia?**), a fachada dos países, seus pontos turísticos, suas virtudes, seus costumes, as suas tradições, aparecem como blocos que

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Integração Latino-Americana da Universidade Federal de Santa Maria. Bolsista CAPES.

identificam e, de certa maneira, ligam-se com alguma parte dos Estados Unidos. As aproximações levam em conta sempre o fator do ser próximo, ou parecido, o que caracteriza dissonâncias em prol de um ser superior ao outro.

Um aspecto que requer atenção é o tratamento dos desenhistas aos aspectos culturais da tradição dos países, abordando todas as dimensões como se fosse uma única realidade, desconsiderando a diversidade cultural de cada um dos países diferentes entre si, e diferentes em si próprios.

Essa problemática aponta para o desejo de singularização que objetiva a norteamericanização dos países latino-americanos, que poderiam ter suas culturas e tradições antigas, mas que o valor do mercado e do capital regeriam as atividades das relações externas, seja com o apoio dado na Segunda Guerra Mundial, ou posteriormente na luta contra a “ameaça comunista”, durante a Guerra Fria.

Para Marc Ferro os estudos cinematográficos associados à história devem levar em conta a diversidade de possibilidades em se estudar o filme. As abordagens históricas dimensionam e em algum sentido restringem a criação do cinema, na medida em que se trata de uma forma artística. Entretanto, vale lembrar que mesmo sendo uma representação de arte, o cinema é um conjunto de fatores que se prolongam desde a pré-produção, passando pelas filmagens e terminando na pós-produção e no lançamento no mercado. Salienta-se também a evolução tecnológica da arte cinematográfica e as possibilidades narrativas que certos filmes expressam em sua criação. Trata-se, sobretudo, de uma obra de linguagens que possibilita aliar som e imagem e estabelecer elos com os espectadores. Ferro expõe que

o cinema pode tornar-se ainda mais ativo como agente de uma tomada de consciência social, com a condição de que a sociedade não seja somente um objeto de análise a mais, objeto que pode ser filmado brincando de bom selvagem para o benefício de um novo colonizador; o militante-cameraman. Outrora “objeto” para uma “vanguarda”, a sociedade pode de agora em diante encarregar-se de si mesma (FERRO, 1992: 15).

No que se refere a arte do desenho animado em Disney, esse constitui-se como um elemento inovador “caracterizado por uma animação total (todas as partes do corpo se mexem), o uso muito precoce da cor, um cuidado extremado com os desenhos, uma pesquisa permanente de novos rostos e de roteiros adaptados a seu público infantil” (PARAIRE, 1994: 78).

Os desenhos animados, em muitos aspectos, possibilitaram a visão de liberdade total do autor. Um dos maiores diretores de todos os tempos, Sergei Eisenstein, considerou que os desenhos “poderiam reproduzir qualquer visual que um artista pudesse imaginar. Não

eram mais curtas para histórias infantis, mas valiosas criações dignas de se equipararem aos filmes mais realistas” (EBERT, 2004: 402).

Trataremos neste artigo alguns fatores do cinema de propaganda político-ideológica das produções Disney, em especial **Alô, amigos e Você já foi à Bahia?**, sendo importante também fazer um breve destaque a um curta de animação: **Der Fuehrer's Face**.

Nesse curta de animação, agraciado como Oscar® em 1942, a personagem Donald vive como um nazista trabalhando nas fábricas armamentistas. Todo o ambiente é claustrofóbico. Temos a reificação do homem peça de uma engrenagem, ao mesmo tempo em que tudo à volta do Donald Nazista, tem elementos como a suástica a foto de Hitler e a musicalidade de canções alemãs, levadas a um caráter de auto-ridicularização.

É importante fazer referência a esse curta-metragem, porque, mesmo que nos detemos aos longas da Disney voltados para a América Latina, ele é um exemplo perfeito de propaganda contra a opressão nazista, e que segue uma linhagem de busca do 'fervor' patriótico norte-americano. Logo este exemplo, bem como os longas que trataremos a *posteriori*, possuem um caráter político-ideológico das produções cinematográficas como viés de propaganda de cooptação de massas.

Furhammar e Isaksson explicam que o uso das imagens serve de caminho para explicar e convencer os espectadores, ao mesmo tempo em que visa atingir os espectadores, aproximando-os da tela, conforme a citação abaixo:

A propaganda se dirige às emoções e não ao intelecto. Confiando no fato de que as pessoas em estado de excitação são receptivas a influências que de outro modo seriam esquadrihadas, os propagandistas fazem de tudo que podem para provocar emoções, para que facilmente possam conduzi-las à sua meta política (FURHAMMAR e ISAKSSON, 1976: 148).

Considerando os estudos de Ferro (1992), Fuhammar e Isaksson (1976), mas principalmente, acompanhando as produções cinematográficas de maior relevância desse período (da década de 1940), podemos formar uma tipologia do cinema de propaganda que percorre os seguintes itens:

a) Ênfase à amizade – a relação entre amigos, que lutam por uma causa comum, ou que se une em prol da felicidade da maioria da população é uma característica que jubila os contatos do cinema com o cotidiano das pessoas;

b) Musicalidade – um elemento de fundamental relevância nesse tipo de filme é o sentido musical e melódico, pois possibilita envolver os telespectadores em um mundo onde o poder da música ainda pode libertar, tranquilizar e demonstrar união;

c) Dedicção do ‘herói-nação’ – as proximidades entre os protagonistas com os Estados que eles representam é uma notável constatação que rumo vislumbrar a hipótese de que poucos têm a condição ou nasceram para liderar. Essa imagem de aproximação entre o herói e nação rompe formações históricas. Dessa forma, a nação pode existir em momentos históricos em que não havia esse tipo de percepção pela população;

d) Luta entre bons e maus – mesmo em gêneros díspares como animação, drama, epopéia ou documentário há sempre presente a luta entre bons e maus, maniqueísmo que pertence aos mais diversos níveis de abordagem política, religiosa, social, e que é colocada em destaque quando se propõe alcançar o convencimento. Para fortalecer o sentido de nação, essa deve lutar contra um antagonista, que pode ser personificado por uma ideologia, por outra nação ou por um anti-herói;

e) Aproximação entre personagem e telespectador – a ênfase à família é o principal elemento de aproximação entre personagem e telespectador. O amor pelas crianças, a admiração pela juventude como ‘futuro da nação’, o cuidado e o carinho pelas mulheres, a admiração pela altivez dos homens, são elementos que glorificam e caracterizam esse tipo de elemento comum em produções de caráter propagandístico.

Essas características poderemos ver nos longas-metragens **Alô, amigos e Você já foi à Bahia?**, assim como em inúmeras obras de caráter político-ideológico durante o período da Segunda Guerra Mundial.

Quando os "bom-vizinhos" batem à porta.

Na década de 1940, Walt Disney e outros diretores e produtores de Hollywood, propuseram-se em convencer os telespectadores dos países latino-americanos de suas proximidades com os Estados Unidos, para que os primeiros apoiassem a causa ‘americana’ ao mesmo tempo em que a causa capitalista. Essa prática comum estava ligada à Política de “boa-vizinhança”, plano criado durante o governo Roosevelt.

Ao tratar da “política de boa vizinhança” em sua teoria, Moura explicita que ela possuía as seguintes idéias:

Os Estados Unidos tinham abandonado sua política de intervenção na América Latina; reconheciam a igualdade jurídica entre todas as nações do continente; aceitavam a necessidade de consultas periódicas para resolver os problemas que surgissem entre as repúblicas; e concordava em cooperar por todos os meios para o bem-estar dos povos da América (MOURA, 1986: 17).

Os norte-americanos, apesar de redigirem um texto nesse formato, prevendo igualdade, avistavam um caminho mais intenso de cuidado com o continente americano como

um todo, trazendo à tona a política do século XIX, da doutrina Monroe, “América para americanos”, e estabelecendo vínculos nas décadas de 1930 e 1940 que alcançavam mais a influência da cultura, em que o cinema era um importante veículo de exportação.²

Um sentido, nessa busca de se infiltrar na América Latina, pode ser justificado pelo afastamento da América do perigo dos “ismos” (fascismo, nazismo e comunismo), que se levantavam com força em certos países da América Latina, em específico pela abrangência de movimentos eugênicos como o Integralismo no Brasil, e pelo jogo estratégico dos governos brasileiro e argentino nas tratativas ora com as forças do Eixo, ora com os aliados.

Alô, Amigos: ou como precisamos de vocês

O filme **Alô, Amigos**, que estreou mundialmente no Brasil em 24 de agosto de 1942, é uma produção que auxiliou Walt Disney no sentido de sua empresa se re-erguer financeiramente, assim como o ajudou a chegar em maior escala internacional e conquistar, dessa forma, um mercado em nível americano, mesmo que o gênero desenho animado, em geral, esteja voltado para as crianças. Nessa obra, temos além de uma utilização da instrumentalização didática, um sentido mais maduro da busca pelo apelo popular. Os traços dos desenhos atraem o telespectador, seja criança ou adulto. Até então, Pato Donald tinha apenas nove anos de criação, mas já havia atingido um sucesso em suas aparições, tanto que essa personagem de Disney se tornou o recordista da casa em participações no cinema.

A utilização do fator documental insere-se na perspectiva das ações vistas como elemento da realidade. Essa aproximação da animação com o documentário visa estabelecer um sentido de atração, lançando sobre os olhos ingênuos a percepção das relações de amizade, igualdade e respeito pela cultura latino-americana, a partir do olhar tanto dos funcionários de Disney quanto das suas personagens.

Antônio Pedro Tota identifica um sentido de missão relacionada à necessidade de conhecimento do continente latino-americano:

O imperialismo puritano de Disney teve a sutileza de colocar um certo sensualismo na parte do filme que se refere ao Brasil. Alô, Amigos é um filme que mescla cenas reais de documentário com animação. No filme, um avião parte dos Estados Unidos carregado de desenhistas, músicos e fotógrafos. Missão: procurar personagens para o mundo de Disney. (TOTA, 2000: 135)

² Algumas produções hollywoodianas do início da década de 1930 já buscavam vínculos com a cultura latino-americana, entre os quais destaca-se o filme **Flying down to Rio (Voando para o Rio)**, Estados Unidos, 1933), dirigido por Thornton Freeland, e que contava com Fred Astaire, Ginger Rogers e o brasileiro Raul Roulien, história que se passa no Rio de Janeiro, ou de **El día que me quieras** (1935), dirigido por John Reinhardt, com a performance de Carlos Gardel, além de já terem filmes com a participação de Carmem Miranda.



Imagem 1 - Capa do DVD de **Alô, Amigos** da edição Norte-americana.

A parte que se refere ao Brasil é um momento em que a amizade se caracteriza pela relação entre Donald e Zé Carioca (“Joe Carioca” nasce justamente nesse episódio, e simboliza o malandro carioca). Donald por si só já possui grande dificuldade de expressão com sua voz característica. Quando conhece Zé Carioca não entende nada do que o brasileiro está lhe dizendo, mas logo depois tudo é traduzido pelo próprio personagem do Brasil que fala inglês tão bem quanto o português. Esse é o sentimento da necessidade da expressão da fala que, nos dias hoje, marca muito de uma identificação da cultura. O inglês deve ser conhecido por todos os latino-americanos para que esses possam se comunicar com o “amigo” norte-americano.

Assim, em **Alô, amigos**, fica explícito a cordialidade e a sedução que proporciona uma animação musicada entremeada com documentários que carregam em si uma preocupação de não vender uma imagem negativa dos vizinhos da América Latina, mesmo que para isso torne o Pato Donald/norte-americano, um ser um tanto confuso e abobalhado (como é característico da sua personagem até os dias de hoje) que aprende facilmente as lições tidas na América Latina e que pode assim formar grandes amigos por esses “rincões”.

Você já foi à Bahia?: ou como podemos agradecer

Já na animação **Você já foi à Bahia?** (filme que teve a estréia mundial no México em 3 de Fevereiro de 1945, e que possui esse título no Brasil por estar relacionado à música referente ao capítulo brasileiro sobre a Bahia, enquanto o título original marca a canção “*The three caballeros*”), segue o propósito do filme **Alô, Amigos**, sendo apresentado em episódios sem a inclusão de imagens do sentido documentário, mas preservando a

intenção didática do panorama de necessidades de compreensão e aceitação de diferentes culturas na América Latina.

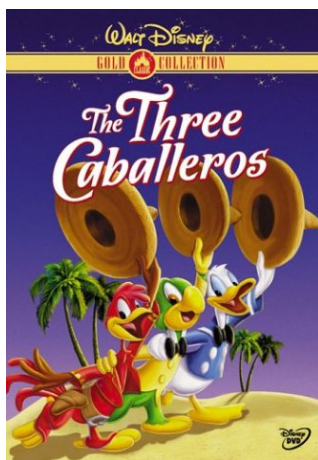


Imagem 2 - Capa do DVD de **Você já foi à Bahia?** da edição norte-americana

Essa produção Disney é uma forma de reafirmar os propósitos da obra anterior e inserir novos e relevantes “amigos” latinos: os mexicanos. A representação do episódio sobre o México enfatiza as tradições desse país, mas soa mais como uma propaganda de turismo, mostrando aspectos históricos dos Astecas, de praias como Acapulco e de danças típicas, em cidades como Vera Cruz. A participação de artistas mexicanas, como Carmen Molina e Dora Luz, também é uma forma de agregar valor humano no sentimento da busca do apoio do México em relação aos Estados Unidos.

Também a idéia de união de bloco Americano é um aspecto que se reafirma nesse filme de Disney. Segundo Tota:

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, 2000:191).

A intenção de cooptar os latino-americanos para o caminho da política interamericana, em que a força do mercado seria um benefício na luta contra o comunismo em ascensão na Europa, evidencia que o processo também fora marcado por um projeto arregimentado a partir da política de *New Deal* de Roosevelt.

Em **Você já foi à Bahia?** nada passa por acaso. A valorização da natureza exuberante da Floresta Amazônica ressaltada na expressão de aves raras da fauna brasileira. A

natureza é tratada como recurso plausível de um bem material a ser explorado. Ressaltam-se, nesse período, os investimentos destinados à extração da borracha na região amazônica, como um importante caminho de exportação, em especial, para o mercado norte-americano.³

O gaúcho, meio uruguaio e meio argentino, novamente é utilizado como personagem, porém ao invés do cowboy Pateta - de **Alô, amigos** -, surge um novo modelo: Gauchito, o qual, ao capturar um *burrito* voador, utiliza-o, em prol da importância extremada dada à questão financeira que ele conseguiria, ao vencer corridas de cavalo com seu animal alado.

Um detalhe relevante, e que pode passar despercebido, são as cores do rabo de Zé Carioca, azul e vermelho (cores da bandeira dos Estados Unidos), já que é uma marca da criação da personagem e de seu vínculo com o país de seus inventores.

Em **Você já foi à Bahia?**, a cidade de Salvador é a terra da felicidade, Iaiá (“baianinha tão bonita”), marca o aspecto do turismo sexual dos estrangeiros, o malandro (que tem sua aparência melhorada e carrega sempre consigo um violão) é um conquistador barato de muitas mulheres, o gaúcho um homem de interesses financeiros, e o mexicano na imagem da personagem criada para esse país, Panchito – um alegre galo – um povo que carregava consigo dois revólveres e gritava mais do pensava. Essas imagens estereotipadas traduziam o sentimento de enlace dos valores da tradição com a busca do convencimento de que a união dos três idiomas inglês (Estado Unidos), Espanhol (América Hispânica) e Português (Brasil) seria o caminho da ascensão da América como um todo, mesmo que os desenhos animados de Disney não expressassem a questão dos negros, do valor dos índios, das mulheres como humanas sensíveis, aspectos comuns e relevantes das sociedades latino-americanas.

Referências bibliográficas

EBERT, Roger. **A magia do cinema**. Tradução de Miguel Cohn. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

FERRO, Marc. **Cinema e História**. Tradução de Flávia Nascimento. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

³ Um documentário interessante, abordando esse momento histórico, é **Borracha! Para a vitória!** (2004), de Wolney Oliveira, que traz relatos dos chamados soldados da borracha que trabalharam na Amazônia, colaborando para os esforços de guerra e pela necessidade dos Estados Unidos, e suas empresas, em precisar da matéria-prima extraída dos seringais e lançadas para os ianques a um preço baixíssimo. O tom é de denúncia pelo esquecimento desses “militares” sem armas e que hoje vivem esquecidos, em situações de pobreza e dificuldade extremas.

FURHAMMAR, Leif; ISAKSSON, Folke. **Cinema e política**. Tradução de Júlio Cezar Montenegro. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1976.

MOURA, Gerson. **Tio Sam chega ao Brasil**: a penetração cultural americana. 4 ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.

MOYA, Álvaro de. **O mundo de Disney**. São Paulo: Geração Editorial, 1996.

PARAIRE, Philippe. **O cinema de Hollywood**. Tradução de Marina Appenzeller. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

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

Referências de Filmes

BORRACHA! Para a Vitória!. Direção: Wolney Oliveira. VHS, Cor, Documentário. Brasil: MINC/Secretaria do Audiovisual, Fundação Padre Anchieta, TV Cultura, 2004. 56min.

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

EL Dia Que Me Quieras. Direção: John Reinhardt. DVD, Preto e Branco, Drama/Musical. Argentina/Estados Unidos: IC Intenational, 1935. 85min.

FLYING Down To Rio (Voando Para o Rio). DVD, Direção: Thornton Freeland. Preto e Branco, Musical. Estados Unidos: IC International, 1933. 89min.

SALUDOS, Amigos. (Alô, Amigos). Direção: Walt Disney. DVD, Cor, Animação. Estados Unidos: Walt Disney Home Enterteinment, 1942. 42 min.

SENTA a Pua!. DVD, Direção: Erik de Castro. Preto e Branco, Documentário. Brasil: BSB Cinema Produções Ltda., 2000. 112min.

THE Three Caballeros. (Você já foi à Bahia?). Norman Ferguson. DVD, Cor, Animação. Estados Unidos: RKO/Walt Disney Home Enterteinment, 1944. 70 min.