



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - CFH
DEPARTAMENTO DE GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

NAYARA RÉGIS FRANZ

**WALT DISNEY, O BOM VIZINHO:
A RECEPÇÃO DA ANIMAÇÃO FANTASIA NO BRASIL EM 1941**

FLORIANÓPOLIS – SC

2015

NAYARA RÉGIS FRANZ

**WALT DISNEY, O BOM VIZINHO:
A RECEPÇÃO DA ANIMAÇÃO FANTASIA NO BRASIL EM 1941**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em História pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Busko Valim.

FLORIANÓPOLIS – SC

2015



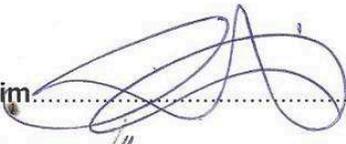
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
COLEGIADO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

ATA DE DEFESA DE TCC

Aos oito dias do mês de julho do ano de dois mil e quinze, às quatorze horas e trinta minutos, na Sala 10 do Departamento de História, Centro de Filosofia e Ciências Humanas – Universidade Federal de Santa Catarina, reuniu-se a Banca Examinadora composta pelo Professor **Alexandre Busko Valim**, Orientador e Presidente, Professor **Márcio Roberto Voigt**, Titular da Banca, e Professor **Rodrigo Candido da Silva**, Suplente, designados pela Portaria nº 79/TCC/HST/14 do Senhor Chefe do Departamento de História, a fim de arguirm o Trabalho de Conclusão de Curso da acadêmica **Nayara Régis Franz**, subordinado ao título: “**Walt Disney, o bom vizinho: a recepção da animação Fantasia no Brasil em 1941**”. Aberta a Sessão pelo Senhor Presidente, a acadêmica expôs o seu trabalho. Terminada a exposição dentro do tempo regulamentar, a mesma foi arguida pelos membros da Banca Examinadora e, em seguida, prestou os esclarecimentos necessários. Após, foram atribuídas notas, tendo a candidata recebido do Professor **Alexandre Busko Valim**, a nota final 10,0, do Professor **Márcio Roberto Voigt**, a nota final 10,0, e do Professor **Rodrigo Candido da Silva**, a nota final 10,0; sendo aprovada com a nota final 10,0. A acadêmica deverá entregar o Trabalho de Conclusão de Curso em sua forma definitiva, em versão digital ao Departamento de História até o dia dezesseis de julho de dois mil e quinze. Nada mais havendo a tratar, a presente ata será assinada pelos membros da Banca Examinadora e pela candidata.

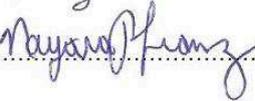
Florianópolis, 8 de julho de 2015.

Banca Examinadora:

Prof. **Alexandre Busko Valim**.....

Prof. **Márcio Roberto Voigt**.....

Prof. **Rodrigo Candido da Silva**.....

Candidata **Nayara Régis Franz**.....



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
Campus Universitário Trindade
CEP 88.040-900 Florianópolis Santa Catarina
FONE (048) 3721-9249 - FAX: (048) 3721-9359

Atesto que o
acadêmico(a) Nayara Régis Franz, matrícula
n.º 10 2015 64, entregou a versão final de seu TCC cujo título é
Walt Disney, o bom vizinho: a recepção da animação fantástica no Brasil
com as devidas correções sugeridas pela banca de defesa. em 1943.

Florianópolis, 09 de julho de 2015


Orientador(a)

RESUMO

Em 1941, Walt Disney esteve no Brasil por aproximadamente três semanas, patrocinado pelo *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* – OCIAA para promover o lançamento da animação *Fantasia* (1940) nas capitais do Rio de Janeiro e de São Paulo. Entretanto, a viagem de Disney era também uma missão de Boa Vizinhança. No contexto da Segunda Guerra Mundial, os interesses estadunidenses em sua relação com o governo brasileiro estavam muito além da solidariedade continental. O cinema está inserido nas mediações culturais desde as primeiras décadas do século XX, quando analisado na forma de documento histórico, ele traduz imagens e representações de seu tempo. O objetivo principal deste trabalho é responder até que ponto a recepção de *Fantasia* está relacionada com a Política de Boa Vizinhança, visto que a estreia em seu país de origem causou prejuízos significativos, mas no Brasil ela foi um grande sucesso. São utilizadas como fontes alguns periódicos nacionais da época e a bibliografia caracteriza-se pela interdisciplinaridade entre as áreas de História Social, Cinema e Ciências Sociais.

PALAVRAS-CHAVE: História; Cinema; Política de Boa Vizinhança;

ABSTRACT

In 1941, Walt Disney visited Brazil for about three weeks, sponsored by the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs - OCIAA to promote the release of the animation *Fantasia* (1940) on the capitals of Rio de Janeiro and Sao Paulo. However, the Disney's trip was also a mission of Good Neighborhood. In the context of World War II, US interests in its relationship with the Brazilian government were far beyond continental solidarity. Cinema is inserted at the cultural mediations since the early decades of the twentieth century, because when analyzed in the form of historical document, it translates the images and representations of his time. The aim of this work is to answer to what extent the reception of *Fantasia* is related to the Good Neighbor Policy, since the film's debut in its home country was a box-office failure significant damage, but in Brazil it was a great success. As sources, we utilize some national periodicals of the time and the bibliography is characterized by interdisciplinary areas of Social History, Movies and Social Sciences.

KEYWORDS: History, Cinema; Good Neighbor Policy.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
CAPÍTULO I	
A Política de Boa Vizinhança no Brasil	12
CAPÍTULO II	
A Política de Boa Vizinhança e o Cinema	20
CAPÍTULO III	
A Recepção de <i>Fantasia</i> no Brasil	29
CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54

INTRODUÇÃO

A discussão teórica entre História e Cinema sempre foi importante, mas apenas na década de 1990 que historiadores brasileiros passaram a utilizar o cinema como uma fonte legítima para os estudos históricos. A proposta deste trabalho é contribuir para o entendimento do impacto social da Política de Boa Vizinhança (1933-1945) no Brasil. O foco principal é a recepção da animação *Fantasia*¹ em agosto de 1941 nas capitais do Rio de Janeiro e de São Paulo, durante o Estado Novo (1937-1945) e em plena Segunda Guerra Mundial, mas ainda em um momento anterior da entrada oficial dos Estados Unidos no conflito, bem como do Brasil.

Segundo Michèle Lagny, “o cinema é fonte de história, não somente ao construir representações da realidade, específicas e datadas, mas fazendo emergir maneiras de ver, de pensar, de fazer e de sentir”². Nesse sentido, dialogamos principalmente com a *História Social do Cinema*, proposta cada vez mais utilizada por historiadores ao abordarem a relação Cinema-História e que parte do pressuposto de que todo filme é um produto do seu tempo, do presente em que foi produzido e, que o cinema é sempre uma prática social e também um gerador de práticas sociais. Nesta ênfase, destacam-se as obras de: Cristina Meneguello³, e dos estadunidenses Otto Friedrich⁴ e Robert Sklar⁵. A *história social do cinema* perpassa desde a produção dos filmes até a sua recepção. Neste trabalho focaremos na análise de recepção no Brasil de filmes hollywoodianos no contexto citado.

Dialogando também com a área de Estudos Culturais a partir do autor colombiano Jesús Martín-Barbero⁶, consideramos a recepção um processo de interação entre o emissor e o receptor, reconhecendo os receptores de uma determinada obra cultural como sujeitos sociais, ao invés de agentes passivos. Assim, o receptor é um sujeito que participa do processo de comunicação e pode ser, inclusive, um produtor de significados, mediado por fatores como o contexto social e cultural e as suas relações com demais indivíduos e instituições.

¹ FANTASIA (Fantasia) é um longa-metragem de animação/musical produzida pela Walt Disney Productions em 1940, com a participação da *The Philadelphia Orchestra*, dirigida por Leopold Stokowski.

² LAGNY, Michèle. *O cinema como fonte de História*. In: NÓVOA, Jorge. Cinematógrafo. São Paulo: Ed. UNESP, 2009, p. 110.

³ MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Dissertação de mestrado. Campinas: Unicamp, 1992.

⁴ FRIEDRICH, Otto. *A Cidade das Redes: Hollywood nos anos 40*. Tradução: Ângela Melim. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

⁵ SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. Tradução de Octavio Mendes Cajadó. São Paulo: Cultrix, 1975.

⁶ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

Especificamente sobre a recepção cinematográfica, o autor afirma: “o espectador de cinema se torna um novo tipo de experto, no qual não se opõem, mas se conjugam a atividade crítica e o prazer artístico”⁷.

A recepção cinematográfica está diretamente relacionada com a importância dos gêneros fílmicos, pois a interpretação de um suspense, por exemplo, está diretamente relacionada com as expectativas que a audiência deste gênero sustenta⁸. A animação, porém, não se caracteriza como um gênero, mas sim como uma técnica cinematográfica, que “consiste na ilusão de ótica que sugere continuidade de movimento a fotogramas postos em sequência”⁹. Analisaremos, assim, as expectativas do público do nosso objeto. Desconhecemos publicações de teorias sobre o cinema de animação das quais poderíamos nos embasar, entretanto, não estamos impedidos de dialogar com autores da teoria cinematográfica para a presente discussão. Lagny, por exemplo, afirma que os filmes possuem uma estreita ligação com a sociedade em que foram produzidos¹⁰. Concordamos que essa afirmação também é válida para a animação, especialmente a animação estadunidense, que, assim como o filme, está inserida nos modos de produção hollywoodianos e possui características do seu contexto de produção. Nesse aspecto, as animações realizadas no momento da Segunda Guerra Mundial continham, intencionalmente ou não, algum conteúdo ideológico referente ao tema, porque, análoga a qualquer filme, as animações sempre são ficções:

[...] mesmo se a temática do filme não se refere aos eventos ou as preocupações dominantes de uma época, as ficções respeitam [...] as regras de verossimilhança que, como na literatura, questionam sobre as práticas sociais, ainda que por estereótipos que lhes ajudam a constituir e a perdurar¹¹.

Mas o filme, ou a animação, em si, nos dizem pouco sobre os seus modos de produção e menos ainda sobre a sua recepção, por isso recorreremos a outros meios de comunicação para estudar em conjunto com o determinado audiovisual, como a televisão, programas de rádio,

⁷ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009, p. 84.

⁸ VALIM, Alexandre B. História e cinema. In: CARDOSO, Ciro F; VAINFAS, Ronaldo. *Novos Domínios da História*. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 290.

⁹ BALENSIFER, Danielle Rothli; JAGUARIBE, Elizabete. *Paralelo entre as animações Disney e o processo de identificação do espectador*. Recife: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012, p. 1.

¹⁰ LAGNY, Michèle. *O cinema como fonte de História*. In: NÓVOA, Jorge. *Cinematógrafo*. São Paulo: Ed. UNESP, 2009, p. 124.

¹¹ *Ibidem*, p. 113.

anúncios, cartazes, e em revistas e jornais de grande circulação. Afinal, é a partir do seu convívio social e por esses meios que os públicos escolhem assistir, ou não, aos filmes¹².

Dessa maneira, a primeira etapa deste trabalho se constituiu em um levantamento de alguns periódicos da época, por meio do arquivo digital da Biblioteca Nacional¹³. São os jornais: *A Manhã*; *A Noite*; *Correio da Manhã*; *Correio Paulistano*; *Diário Carioca*; *Jornal do Brasil*; e as revistas: *A Cena Muda*; e *Fon Fon*. A investigação desses periódicos apresentou uma grande quantidade de notícias relacionadas a recepção da animação *Fantasia* nas capitais do Rio de Janeiro e de São Paulo. São fontes publicadas no mesmo momento do evento e demonstram claramente como a imprensa recebeu não apenas a animação, mas também Walt Disney e a sua equipe. Ao mesmo tempo, transparecem a sua relação com os órgãos oficiais do governo. O Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), por exemplo, órgão coercitivo do Estado Novo, em janeiro de 1941 proibiu qualquer crítica aos Estados Unidos na imprensa nacional e foi responsável pela maior parte da difusão da propaganda estadunidense¹⁴, obrigando os meios de comunicação, por sua vez, a levarem a informação e a formação da opinião simpática à política dos *bons vizinhos*¹⁵.

A Política de Boa Vizinhança é tema de muitos estudos acadêmicos no continente americano, sendo que muitos também privilegiam a importância da cultura em favor dessa política, porém, menores são os números de trabalhos que abordam o papel de Walt Disney (1901-1966) nesse âmbito. No caso brasileiro, os trabalhos sobre Disney como embaixador da Política de Boa Vizinhança procuram focar nas obras: “Alô, Amigos” (1943) e “Você já foi à Bahia?” (1945)¹⁶, mas não encontramos nenhum que tratasse da recepção de *Fantasia* no país. Assim, este trabalho justifica-se à medida que procura diminuir essa lacuna e se propõe a acrescentar novas indagações a respeito dos motivos que levaram Disney e a sua equipe à

¹² Cf. VALIM, Alexandre B. História e cinema. In: CARDOSO, Ciro F; VAINFAS, Ronaldo. *Novos Domínios da História*. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 287.

¹³ Disponível em <<http://hemerotecadigital.bn.br/>> Acesso em 07 de maio de 2015.

¹⁴ Ressaltamos que “estadunidense” aparecerá ao longo do texto como o termo mais adequado quando há referência aos Estados Unidos da América, porque, apesar de muitos trabalhos usarem os termos “americano” ou “norte-americano” para se referirem ao país, consideramos que o primeiro abrange todo o continente Americano e o segundo todos os países do Norte da América.

¹⁵ Cf. VALDEZ, Virgínia Mara Hinojosa. *Brasil e Estados Unidos: a propaganda do Office of the Coordinator of InterAmerican Affairs no Brasil (1940-1945)*. São Paulo: Anais do XXVI Simpósio Nacional de História (ANPUH), 2011, p. 9.

¹⁶ Alguns exemplos de trabalhos com estes objetos: FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Diplomacia em Celulóide: Walt Disney e a Política de Boa Vizinhança. *Transit Circle: Revista Brasileira de Estudos Americanos*. Niterói, ISSN 1517-0152, v. 3, 2004, p. 60-79; FERREIRA, Alexandre Maccari. *O Cinema Disney Agente da História: A Cultura nas Relações Internacionais entre Estados Unidos, Brasil e Argentina (1942-1945)*. Dissertação de mestrado. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2008. ALMEIDA, Lia. MUNEIRO, Lílian. Alô-amigos! Zé Carioca como representante nacional. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. Recife: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2012. “Alô, amigos” está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dy_LÉri9Myc> e “Você já foi a Bahia?” está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uJEL_3E5QR8> Ambos Acessados em 23 de abril de 2015.

criarem essas animações para o público brasileiro, afinal, elas são o resultado da estadia dos desenhistas no Brasil em 1941, durante justamente o lançamento de *Fantasia*.

A produção desta animação demandou quase três anos de trabalho e custou mais de dois milhões de dólares. Nas palavras do crítico Renato de Alencar, da revista *A Scena Muda*, *Fantasia* só podia ser uma obra feita por um poeta ou um louco. Poeta pelo lirismo que apresenta e louco justamente pela coragem do investimento¹⁷. A crítica estadunidense acusou Disney de arrogante e a animação de mau gosto com frases como “Uma chatice interminável” e “Um prejuízo para a boa música e para a arte da animação”¹⁸, entre outras. No Brasil, por outro lado, a animação foi um sucesso avassalador. Assim, poderíamos dizer que *Fantasia* conquistou a crítica e o público brasileiros ou a sua recepção no Brasil está diretamente relacionada com a Política de Boa Vizinhança? Procuraremos analisar como a recepção da animação *Fantasia* no Brasil está vinculada aos interesses dos governos estadunidense e brasileiro, mas ao mesmo tempo não deslocaremos a sua importância para a história do desenho animado.

Durante a Segunda Guerra Mundial, o mundo ocidental sofreu a transição da hegemonia do sistema britânico para a estadunidense, pois, entre outros fatores, os Estados Unidos foram os maiores favorecidos pela guerra. Isso porque estavam longe dos conflitos, enquanto seus concorrentes europeus enfraqueciam. Também porque eram o principal arsenal dos Aliados, fazendo com que a economia do país crescesse rapidamente durante o período. Entre os nossos demais objetivos estão, portanto: perceber a presença da hegemonia estadunidense; reconhecer Walt Disney como embaixador da Política de Boa Vizinhança; e compreender essa política para além da sua justificativa formal, focando no seu aspecto cultural, à medida que se percebe o seu impacto nas relações sociais e culturais brasileiras na década de 1940.

Neste trabalho definimos cultura “no sentido amplo dos padrões de comportamento, da substância dos veículos de comunicação social, das expressões artísticas e dos modelos de conhecimento técnico e saber científico”¹⁹. A cultura envolve muitos setores da nossa sociedade e está presente de diversas formas na vida das pessoas. Levar-se-á em consideração

¹⁷ ALENCAR, Renato de. *Fantasia – Walt Disney*. In: A SCENA MUDA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional. 02 set. 1941, p. 30.

¹⁸ Frases citadas no documentário “Walt Disney – o sonho de um homem”, 1982. Apud PEGORARO, Celbi Vagner Melo. *Fantasia e uma Nova Dimensão Sonora: Convergência de Linguagens Musical, Artística e Cinematográfica*. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Edição 4. São Paulo: USP, 2012, p. 7.

¹⁹ MOURA, Gerson. *Tio Sam Chega ao Brasil: A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 2ª edição, 1985, p. 8.

principalmente o seu caráter de comunicação por meio da indústria do cinema e o seu derivado mais famoso, que quase soa como um sinônimo: Hollywood; entendendo-o como um objeto formador de opinião, das quais suas colaborações com o governo estadunidense muitas vezes são mais estreitas do que reveladas.

A partir do diálogo com a bibliografia da área da História, indicaremos que durante a Política de Boa Vizinhança as relações entre política e cultura não podem ser dissociadas. Para isso, destacamos as contribuições de Antonio Pedro Tota²⁰, Gerson Moura²¹, Luis Fernando Ayerbe²², Maria Helena Capelato²³, Rodrigo Medina Zagni²⁴, e a austríaca Ursula Prutsch²⁵. Ao mesmo tempo, é imprescindível que os debates da *História Social do Cinema* sejam interdisciplinares, portanto, há neste trabalho um diálogo fundamental entre bibliografias referentes também com as Ciências Sociais, destacando-se a contribuição de Bianca Freire-Medeiros²⁶, Ariel Dorfman e Armand Mattelart²⁷; e Cinema, destacando-se o autor Tunico Amâncio²⁸.

No primeiro capítulo, intitulado *A Política de Boa Vizinhança no Brasil*, apontaremos as características e intenções da Política de Boa Vizinhança, situando-a no contexto brasileiro do Estado Novo. No segundo capítulo, denominado *A Política de Boa Vizinhança e o Cinema*, abordaremos a relação de Hollywood com o governo estadunidense e seus projetos para a América Latina, assim como o papel de Walt Disney e de suas animações neste período. No terceiro capítulo analisaremos o nosso principal objeto: *A Recepção de Fantasia no Brasil*, principalmente a partir do diálogo com os periódicos pesquisados, assim como imagens da visita do desenhista ao Brasil.

²⁰ TOTA, Antonio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a Americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. Idem. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

²¹ MOURA, Gerson. *Tio Sam Chega ao Brasil: A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 2ª edição, 1985. Idem. *Relações Exteriores do Brasil - 1939-1950: Mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012.

²² AYERBE, Luis Fernando. Imperialismo e Dependência Estrutural. In: *Estados Unidos e América Latina: A Construção da Hegemonia*. São Paulo: UNESP, 2002, p. 45-62.

²³ CAPELATO, Maria Helena. Propaganda Política e Controle dos Meios de Comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (Org.) *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999, pp. 167-178.

²⁴ ZAGNI, Rodrigo Medina. *Imagens Projetadas do Império: O Cinema Hollywoodiano e a Construção de uma Identidade Americana para a Política da Boa Vizinhança*. São Paulo: Cadernos PROLAM/USP (ano 8, vol. 1), 2008.

²⁵ PRUTSCH, Ursula. Americanization of Brazil or a Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller's Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II. *Passagens - Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica*. Rio de Janeiro: vol. 2 no.4, 2010, p. 181-216.

²⁶ FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Diplomacia em Celulóide: Walt Disney e a Política de Boa Vizinhança. *Transit Circle: Revista Brasileira de Estudos Americanos*. Niterói, ISSN 1517-0152, v. 3, 2004, p. 60-79.

²⁷ DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de massa e colonialismo*. Tradução de Álvaro de Moyá. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

²⁸ AMÂNCIO, Tunico. *O Brasil dos Gringos: Imagens no Cinema*. Niterói: Intertexto, 2000.

CAPÍTULO I: A Política de Boa Vizinhança no Brasil

Desde o final do século XIX os Estados Unidos intervinham em países do continente pregando a “América para os americanos” por meio de políticas como a do *Big Stick*, caracterizada pelo uso da força. A Grande Depressão, na década de 1930, abalou os Estados Unidos com problemas sociais. Após a posse do presidente Franklin Delano Roosevelt (1882-1945), em 1933, o país anunciou a sua nova política em relação ao continente: a *Boa Vizinhança*, incluindo, ao menos teoricamente, um sentimento de solidariedade continental e pregando o fim do intervencionismo. De acordo com Moura, os países estavam receosos e as atitudes dos Estados Unidos estavam fomentando o sentimento antiamericanista²⁹. Os métodos mudaram, mas os objetivos do governo estadunidense permaneceram os mesmos: manter a sua hegemonia sob os demais países americanos, minimizar a influência europeia na América e manter o alinhamento e a colaboração interamericana pela defesa do continente³⁰.

Para Antônio Gramsci a hegemonia é a capacidade de um determinado grupo social de unificar a favor do seu propósito político um outro grupo heterogêneo. Assim, o grupo hegemônico é dominante em relação ao outro. Essa superioridade não é apenas política, mas também cultural e ideológica e, portanto, interfere nos meios de comunicação e de cultura locais. Nas palavras do autor: “a realização de um aparato hegemônico, enquanto cria um novo terreno ideológico, determina uma reforma das consciências e dos métodos de conhecimento [...]”³¹.

Assim, autores como Antonio Pedro Tota e Luis Fernando Ayerbe utilizam-se da visão gramsciana para afirmar a hegemonia dos Estados Unidos sob o Brasil como um novo imperialismo, não mais marcado pela coerção, mas sim pela dominação cultural. Ayerbe aponta para a dependência da América Latina em relação aos Estados Unidos sem deixar de citar que o imperialismo foi possível ao abranger os interesses das classes dominantes dos países subdesenvolvidos: “[...] os interesses das economias centrais (e das classes que as sustentam) se articulam no *interior* dos países subdesenvolvidos com os interesses das classes dominantes locais”³², e esta articulação insere-se em maior ou menor grau em toda a

²⁹ Cf. MOURA, Gerson. *Relações Exteriores do Brasil - 1939-1950: Mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012, p. 39.

³⁰ Cf. Idem. *Tio Sam Chega ao Brasil: A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 2ª edição, 1985, p. 18.

³¹ GRAMSCI, Antônio. *Concepção dialética da história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978, p. 52.

³² AYERBE, Luis Fernando. Imperialismo e Dependência Estrutural. In: *Estados Unidos e América Latina: A Construção da Hegemonia*. São Paulo: UNESP, 2002, p. 61.

sociedade. Nesse mesmo sentido, Tota afirma que a política estadunidense valorizava o “homem branco, protestante, sempre mencionado como condutor do progresso na luta contra a vida selvagem [...]”³³. Dessa maneira, a hegemonia foi possível porque teve o apoio de boa parte das elites dos países latino-americanos, pois a intromissão cultural estadunidense vinha de acordo com os seus interesses, principalmente pela importação da modernidade que os Estados Unidos representavam. A hegemonia estadunidense justificava-se, assim, à medida que levaria o capitalismo à América Latina e conseqüentemente, faria com que a região abandonasse ou amenizasse a sua posição inferior.

Para os Estados Unidos alcançarem essa hegemonia, a Política de Boa vizinhança seria imprescindível. Em 16 de agosto de 1940 o governo estadunidense criou um órgão destinado a coordenar seus planos em relação à América Latina, chamado de *Office for Coordination of Commercial and Cultural Relations between the Americas*, e no ano seguinte foi simplificado para *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (Escritório de Coordenação de Assuntos Interamericanos), o OCIAA, que durou até o fim da guerra³⁴. O coordenador era o milionário Nelson Rockefeller (1908-1979), neto do fundador da *Standard Oil*, empresa petrolífera de grande importância que estava presente em vários países da América Latina. A família também possuía outros empreendimentos que ficavam a cargo da *Fundação Rockefeller*, que atuava no continente americano mediante missões evangelistas e culturais. Mas para Tota, a escolha de Roosevelt pelo nome de Rockefeller para ocupar este importante cargo não se deve a sua tamanha fortuna, mas ao seu notório interesse pela amizade com as elites latino-americanas:

Depois de Edward Stettinius, secretário de Estado, Nelson Aldrich Rockefeller era o funcionário mais graduado nas relações dos Estados Unidos com a América Latina. Era um dos raros americanos que acreditava em contatos e amizades pessoais como via e boas relações internacionais, e nisso ele se aproximava do presidente Franklin Roosevelt. Na política internacional, dizia Roosevelt, uma “diplomacia pessoal” funcionava mais o que os caminhos tortuosos do Departamento de Estado³⁵.

Ainda jovem, Rockefeller já teria viajado o bastante pelo continente para temer a influência europeia, especialmente em virtude dos alemães e seus descendentes em países como o Brasil e, também a ameaça do nacionalismo latino-americano que crescia e

³³ TOTA, Antonio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 30.

³⁴ MOURA, Gerson. *Relações Exteriores do Brasil - 1939-1950: Mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012, p. 60.

³⁵ TOTA, Antonio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014, pp. 16-7.

comprometia investimentos estadunidenses na região, principalmente no setor do petróleo. Assim, Rockefeller acreditava que os Estados Unidos deveriam se instalar ao máximo na América Latina, como medida de segurança nacional e para obter a cooperação desses países. A maneira mais eficiente consistia na intervenção cultural³⁶.

Por ser um órgão subordinado ao Conselho de Defesa Nacional, o OCIAA estava vinculado aos esforços de guerra. Nas palavras de Moura:

O conjunto de atividades do OCIAA deve ser visto como um verdadeiro *front* na dimensão econômica, política e *psicológica* da guerra. O objetivo desta batalha específica era obter o apoio das nações latino-americanas para a causa dos Estados Unidos³⁷.

O OCIAA comportava basicamente quatro divisões: *comunicações, relações culturais, saúde, e comercial/financeira*. A divisão de comunicações abrangia rádio, cinema, imprensa, viagens e esportes. A divisão de relações culturais relacionava-se com arte, música, literatura, publicações, intercâmbio e educação. A divisão de saúde empenhava-se em problemas sanitários. E a divisão comercial/financeira incluía transportes, exportação, finanças e desenvolvimento³⁸. Mas é importante salientarmos que todas as divisões estão intrinsecamente ligadas. No caso deste trabalho, ao discorrer sobre o cinema estaremos relacionando-o com a imprensa, a música, o turismo, o desenvolvimento, a educação e até a saúde, por exemplo.

Washington estava convencida de que precisava agir por meio de propaganda em favor do seu país, o *bom vizinho*, e fazer propaganda contrária ao Eixo, especialmente à Alemanha. Desde 1937, na sua primeira vinda ao Brasil, Rockefeller já teria mantido contatos variados no país – “com intelectuais de esquerda, de direita e independentes, fez amizade com políticos, artistas, agricultores, fazendeiros, banqueiros, escritores, jornalistas, cientistas, arquitetos e simples empregados de suas empresas”³⁹.

Distante do ideal de democracia que os Estados Unidos tentavam vender para o restante da América, o Estado Novo caracterizava-se pela centralização do poder nas mãos da figura de Getúlio Vargas (1882-1954). No período não havia partidos políticos e a sociedade civil não gozava de liberdade. O comunismo transformou-se em um inimigo público e a

³⁶ TOTA, Antonio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014, pp. 64-100.

³⁷ MOURA, Gerson. *Relações Exteriores do Brasil - 1939-1950: Mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012, p. 61 e 62.

³⁸ Idem. *Tio Sam Chega ao Brasil: A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 2ª edição, 1985, p. 23.

³⁹ TOTA, Antonio Pedro. Op. cit., 2014, p. 18.

repressão policial estava instalada pelo país. Como condição essencial para seu o fortalecimento, o Estado Novo praticava uma busca constante por uma identidade nacional, investindo principalmente em cultura e educação, o que atraía um grupo significativo de intelectuais. Ao mesmo tempo, o projeto de Vargas para o Brasil, até então massivamente rural e agrário, pretendia transformar-se numa nação urbana, moderna e industrial. Para isso, o presidente investiu em estratégias para garantir a soberania do país, que se tornou questão de segurança nacional⁴⁰.

O governo brasileiro se dividia. De um lado, alguns setores favoreciam a presença estadunidense e, de outro, havia setores que a evitavam em nome de uma neutralidade brasileira. Também existiam outros que a condenavam e preferiam uma influência germânica⁴¹. Desde o início da guerra, Vargas estudava as possibilidades de aliança com a Alemanha ou os Estados Unidos. Um dos pontos definitivos para a escolha do presidente foi a conquista de uma grande indústria siderúrgica nacional. Primeiramente, a Alemanha demonstrou possibilidades de concretizar esse desejo a partir de fornecimento da tecnologia necessária, mas logo entrou no conflito e não pôde cumpri-lo. De acordo com Moura, o resultado foi a aproximação gradual à política estadunidense por meio de um processo de barganha do governo Vargas. Essa barganha significa que ao mesmo tempo em que o governo nacional permitia que o estadunidense se aproximasse, exigia benefícios econômicos, políticos e militares. Os Estados Unidos, por sua vez, aproveitavam a oportunidade para fazer acordos com o Brasil em troca do seu alinhamento, dando início ao que seria a Siderúrgica de Volta Redonda, no Rio de Janeiro.

Ao mesmo tempo em que concordava com os programas culturais e assistenciais americanos, o governo Vargas literalmente arrancou dos Estados Unidos os acordos que permitiram a construção da siderúrgica de Volta Redonda, base fundamental da industrialização brasileira. Concordou em fornecer materiais estratégicos com exclusividade para os Estados Unidos, mas insistiu em receber armas e munições para reequipar as Forças Armadas brasileiras. Entre 1942-1944, esse processo de colaboração/barganhas atingiu seu ápice. O Brasil concordou em romper relações diplomáticas com o Eixo quando o fornecimento militar ficou definitivamente estabelecido⁴².

⁴⁰ Cf. PANDOLFI, Dulce (Org.) Apresentação. In: *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999, pp. 09-14.

⁴¹ Estes aos poucos foram tornando-se exceção, já que comparada à ideologia nazista, a *Boa Vizinhança* apresentava mais vantagens ao enfatizar a solidariedade entre as nações, enquanto o nazismo glorificava apenas uma *raça*.

⁴² MOURA, Gerson. *Tio Sam Chega ao Brasil: A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 2ª edição, 1985, p. 57 e 58.

Assim, mesmo que contraditórios com a busca pela brasilidade, nesse momento as contribuições com a Política de Boa Vizinhança e com os Aliados demonstraram-se favoráveis para os objetivos nacionais. A partir da cooperação interamericana, o governo estadunidense submeteu alguns dos seus periódicos para o público latino e criou programas de rádio e exibições em teatros, casas de dança, museus, etc; que apresentavam uma imagem dos Estados Unidos como um exemplo a ser seguido, pois este era a “fortaleza da democracia continental”⁴³, da qual os demais países poderiam pedir auxílio sempre que necessário. O Brasil era o país mais desejado como aliado do governo estadunidense, pois ocupava um lugar de grande importância enquanto fornecedor de matérias-primas necessárias ao esforço de guerra, como a borracha e o minério de ferro, além da sua enorme extensão territorial e de se encontrar numa posição política e geograficamente estratégica em relação aos demais países da América do Sul. O papel do OCIAA planejado para o Brasil era, portanto:

Ganhar os corações e mentes dos líderes políticos e militares brasileiros, sem cuja cooperação os planos estratégicos dos Estados Unidos iriam por água abaixo. Mais ainda: era necessário assegurar não apenas o acesso às agências do Estado brasileiro, mas também ganhar os grupos sociais mais significativos do ponto de vista da formulação de políticas, assim como, na medida do possível, a massa da população politicamente significativa⁴⁴.

Mas conquistar os corações da população brasileira de tão longe não seria tarefa fácil, então o OCIAA montou bases também no Brasil, dirigidas por Berent Friele (1895-1985), um grande empresário no ramo do café e que também tinha negócios com a família Rockefeller. De acordo com Prutsch, o OCIAA no Brasil contava com o apoio da embaixada estadunidense no Rio de Janeiro, local onde foi instalada a sua primeira subcomissão, em agosto de 1941. Além disso, outra agência do comitê funcionava em São Paulo e, ainda foram espalhadas subdivisões pelas capitais: Belém, Fortaleza, Natal, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Curitiba, Florianópolis e Porto Alegre. Essas subcomissões eram compostas principalmente por representantes de grandes empresas estadunidenses, como General Motors, Kodak e Goodyear⁴⁵. Distribuído pelo país, o OCIAA facilitava a divulgação dos ideais da Política de Boa Vizinhança e das grandes empresas que crescentemente se instalavam no Brasil. O escritório em Florianópolis, por exemplo, se organizava para que a

⁴³ MOURA, Gerson. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 56.

⁴⁴ Idem. *Tio Sam Chega ao Brasil: A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 2ª edição, 1985, p. 31.

⁴⁵ Cf. PRUTSCH, Ursula. Americanization of Brazil or a Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller's Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II. *Passagens - Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica*. Rio de Janeiro: vol. 2 no.4, 2010, p. 194.

propaganda chegasse também aos municípios do interior, recorrendo a uma rede de distribuição de panfletos, cartazes, jornais, revistas, filmes, programas de rádio, etc⁴⁶.

Em 28 de janeiro de 1942, o Brasil já tinha cortado qualquer relação com a Alemanha, o Japão e a Itália. É claro que essa colaboração não foi isenta de atritos e parte da sociedade brasileira não aceitava as intervenções do OCIAA. Mas, de uma forma geral, o governo Vargas julgou inevitável a colaboração estadunidense-brasileira no momento da guerra e tentou extrair os maiores benefícios possíveis, alinhando-se, mas cobrando um bom preço por isso. A venda do café brasileiro para os Estados Unidos, por exemplo, era um dos grandes interesses nacionais e Vargas soube aproveitar a Política de Boa Vizinhança para propagandear-lo nos meios de comunicação estadunidenses e ao mesmo tempo transmitir uma imagem positiva do Brasil. Pelos ideais da Boa Vizinhança, a industrialização do continente deveria ser estimulada e interligada. O Brasil entraria com o seu grande potencial de recursos naturais e os Estados Unidos trariam a modernização.

Quando consideramos o intercâmbio cultural entre as duas sociedades, porém, na prática, houve uma influência praticamente única, de lá para cá, ou como afirma Moura: “Em poucas palavras, os brasileiros iam aos Estados Unidos para aprender; os americanos vinham ao Brasil para ensinar”⁴⁷. A partir de 1941 estiveram no Brasil várias missões dos *bons vizinhos*, compostas por intelectuais, professores, jornalistas, artistas, militares, empresários, cientistas, etc. Mais precisamente, foi na década de 1940 que visivelmente o *Tio Sam* chegou ao Brasil. Nesse período os brasileiros incluíram no seu cotidiano a *coca-cola*, os *hamburgers*, os *chiclets*, o *jeans*, e o *ok*, por exemplo⁴⁸. A nova maneira de ser, sentir, explicar e expressar o mundo era marcada pela influência conhecida como *American way of life* (estilo de vida americano), pois como afirmam Ariel Dorfman e Armand Mattelart:

Por detrás da Coca-Cola, está toda uma estrutura de aspirações, pautas de comportamento; portanto, de um tipo de sociedade presente e futura, e uma interpretação do pretérito. Ao importar o produto que se concebe, se engarrafa, se etiqueta (e cujos benefícios econômicos retornam ao tio), importa-se também as formas culturais desta sociedade, mas nunca seu conteúdo, ou seja, fatores que permitiram seu crescimento industrial⁴⁹.

⁴⁶ Cf. DUARTE, Adriano Luiz; VALIM, Alexandre Busko. Brazil at War: Modernidade, liberdade e democracia nos filmes produzidos pelo Office of Interamerican Affairs. In: SILVA, Francisco C. T et alii (Org.) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. 1 ed. Rio de Janeiro: Multifoco/TEMPO/UFRJ/FINEP/CNPq, 2010, v. 1, p. 738.

⁴⁷ MOURA, Gerson. *Tio Sam Chega ao Brasil: A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 2ª edição, 1985, p. 24.

⁴⁸ *Ibidem*, p. 03.

⁴⁹ DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de massa e colonialismo*. Tradução de Álvaro de Moyá. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980, p. 145.

Dessa forma, a política estadunidense interessava-se apenas na importação da sua cultura pelos países sul-americanos, e não pelo processo contrário, caracterizando-se assim, como um imperialismo cultural. É importante lembrar, no entanto, que a hegemonia, para Gramsci, não deve ser entendida como uma forma de subordinação ao grupo hegemônico. O grupo dominante avalia os interesses dos demais e assim, estabelece compromissos, principalmente com as classes de intelectuais locais. Assim, a hegemonia não é estática, ela é negociável, pois se faz, refaz e desfaz de acordo com os interesses dos sujeitos envolvidos.

[...] o conceito de *hegemonia* elaborado por Gramsci, possibilitando pensar o processo de dominação social já não como imposição a partir de um *exterior* e sem *sujeitos*, mas como um processo no qual uma classe hegemônica, na medida em que representa interesses que também reconhecem de alguma maneira como seus as classes subalternas. E “na medida” significa que não *há* hegemonia, mas sim que ela se faz e desfaz, se refaz permanentemente num “processo vivido”, feito não só de força mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade⁵⁰.

Para Martín-Barbero, portanto, a hegemonia está diretamente relacionada com as mediações culturais, afinal, os meios são os principais agentes de interação entre os grupos. Cinema, imprensa, rádio e música exerciam as mediações entre os sujeitos envolvidos, que não são simplesmente receptores da hegemonia, mas produtores de significados. Segundo Tota, conquistar os brasileiros por meio da cultura era o principal objetivo de Roosevelt e de Rockefeller, pois era a melhor maneira de garantir a hegemonia estadunidense e ainda manter amizades:

A cultura, a propaganda e os meios de comunicação, indissociáveis, eram armas tão poderosas quanto os caças, os bombardeiros, os porta-aviões, submarinos, canhões, granadas. Eram armas para derrotar inimigos, assim como para ganhar e manter amigos⁵¹.

A partir das mediações culturais, o OCIAA veiculava o *American way of life* como sinônimo de modernidade. No Brasil, o OCIAA contou com o DIP como a sua principal parceria. Criado em dezembro de 1939 e extinto em maio de 1945, o DIP foi estrategicamente elaborado para atuar como a capacidade de intervenção do Estado na esfera dos meios de comunicação e da cultura. Segundo Capelato, era uma organização vinculada diretamente à Presidência da República, que transmitia o modelo de centralização do governo com cargos

⁵⁰ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009, p. 112.

⁵¹ TOTA, Antonio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014, p. 137.

de confiança atribuídos diretamente por Vargas e, continha seis divisões: *divulgação; radiodifusão; cinema e teatro; turismo; imprensa; e serviços auxiliares*⁵². Sob direção de Lourival Fontes (1899-1967)⁵³, jornalista e homem de confiança do presidente, o DIP produzia e divulgava discursos com uma imagem positiva do Estado Novo, por meio de livros, revistas, cartazes, programas de rádio, cinejornais, documentários, filmes, etc., e do controle e da censura que exercia sobre todos os meios de comunicação.

A partir de acordos embasados na Política de Boa Vizinhança, o DIP passou a divulgar também imagens positivas do apoio a essa política, principalmente pelas vias do rádio e da imprensa. Mesmo os periódicos de oposição tiveram por obrigação a mudança de postura, como é o caso do jornal *A Noite*, ou encontraram grandes dificuldades para sobreviver. De acordo com Capelato, “a partir de 1940, 420 jornais e 346 revistas não conseguiram registro no DIP”⁵⁴. De forma obrigatória ou não, a maioria dos periódicos foi então formador de opinião simpática ao regime, como o jornal *A Manhã*, declaradamente favorável ao Estado Novo.

O DIP atuou como corpo organizado de coerção e controle dos meios de comunicação para a construção de uma nacionalidade, que ia além da propaganda impressa. O cinema, até então, não era percebido como um instrumento político no cenário brasileiro e por isso não atraía atenção, mas quando o DIP entrou em vigor, todos os filmes deveriam adquirir um certificado de autorização fornecido pelo mesmo para poder ser exibido, além de que o próprio órgão passou a produzir cinejornais.

⁵² CAPELATO, Maria Helena. Propaganda Política e Controle dos Meios de Comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (Org.) *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 172.

⁵³ Sonia de Castro Lopes descreve Lourival Fontes como um personagem contraditório e um político nacionalista que procurou se adaptar, sempre que possível, as tendências políticas e as determinações dos projetos políticos-ideológicos do governo brasileiro. Antes de assumir a direção do DIP, Fontes era defensor do fascismo italiano, mas aparentemente reviu suas posições para servir as novas circunstâncias do país em prol dos Aliados. Cf. LOPES, Sonia de Castro. *Lourival Fontes no Governo Vargas: um Jogo de Poder com Luzes e Sombras*. X Encontro Regional de História – ANPUH. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

⁵⁴ CAPELATO, Maria Helena. Op. cit., p. 173.

CAPÍTULO II: A Política de Boa Vizinhança e o Cinema

De acordo com Sklar, até 1946 o cinema foi o mais influente dos meios de cultura dos Estados Unidos, “recebendo o seu apoio principal das classes mais baixas e menos visíveis da sociedade norte-americana”⁵⁵ e, ao mesmo tempo, recebendo respeito e admiração de acadêmicos, intelectuais, literários e jornalistas, que viam nos cineastas os “detentores do poder de criar os mitos e sonhos da nação”⁵⁶. Além de conquistar a plena popularidade, nas décadas de 1930 e 1940 a indústria cinematográfica estadunidense se viu mais do que nunca entrelaçada pelas lutas de poder do governo dos Estados Unidos que, desde o início, apostou na capacidade de intervenção ideológica por meio desta, quando percebeu que o mundo de sonhos que a indústria do cinema vendia poderia render um lucro muito real, para a economia do país e para a expansão da cultura estadunidense.

O OCIAA foi a principal agência governamental a encomendar filmes a Hollywood durante a Segunda Guerra Mundial⁵⁷. A Divisão de Cinema era administrada pelo milionário John Hay Whitney (1904-1982), amigo de Rockefeller. Jock Whitney, como era conhecido, era um empresário de grande influência em Hollywood. A indústria cinematográfica estadunidense estava em posição privilegiada em relação à europeia, pois, com a guerra, os filmes europeus enfrentaram os problemas do conflito e os bloqueios no continente americano. Além disso, a Divisão de Cinema não necessitava de muitos funcionários, afinal, a maior parte do material já vinha pronta de Hollywood. Esses fatores fizeram com que o cinema fosse um dos principais meios de propagação dos interesses do governo estadunidense. O OCIAA selecionava filmes, adaptava-os para o português e o espanhol e, destinava-os como comerciais ou não comerciais. Os primeiros eram os filmes que seriam exibidos em salas de cinema e os segundos os filmes produzidos para escolas, clubes, praças, igrejas, empresas, sindicatos, entre outros espaços⁵⁸.

Primeiramente foi necessário controlar a distribuição de filmes que pudessem transmitir uma imagem comprometedor dos Estados Unidos, ou que continham preconceitos com quaisquer americanos – aqui os vilões dos filmes deixaram de ser personagens

⁵⁵ SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. Tradução de Octavio Mendes Cajadó. São Paulo: Cultrix, 1975, p. 13.

⁵⁶ *Ibidem*, p. 229.

⁵⁷ Cf. DUARTE, Adriano Luiz; VALIM, Alexandre Busko. Brazil at War: Modernidade, liberdade e democracia nos filmes produzidos pelo Office of Interamerican Affairs. In: SILVA, Francisco C. T et alii (Org.) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. 1 ed. Rio de Janeiro: Multifoco/TEMPO/UFRJ/FINEP/CNPq, 2010, v. 1, p. 726.

⁵⁸ Cf. TOTA, Antonio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 62.

mexicanos para ser, preferencialmente, japoneses e alemães⁵⁹ – e não permitir a veiculação de filmes pró-Eixo. Em seguida, começaram a surgir filmes, curtas e longas, e cinejornais com temas latino-americanos para o público estadunidense conhecer melhor os seus vizinhos do sul e, vice e versa. Os temas geralmente eram focados em supostas semelhanças entre os estadunidenses e os demais americanos, instigando o turismo entre as partes e ressaltando os valores como modernidade, urbanização, progresso e industrialização⁶⁰. Surgiram também documentários sobre todos os assuntos pertinentes à guerra, inclusive alguns que ridicularizavam Adolf Hitler e por vezes toda a Alemanha. E isso não era confidencial. O jornal *Diário Carioca* afirmava em 1943 as intenções de Hollywood em relação à América Latina:

A indústria do cinema, como um dos mais importantes fatores de boa vontade e entendimento do mundo moderno, foi mobilizada pelo esforço de guerra das democracias para destruir o Eixo e todos os criminosos princípios defendidos por Hitler e Hirohito. [...] Atualmente, as películas inspiradas pelo Eixo estão ausentes das telas americanas. Foram expulsas pelo esforço combinado dos diretores de cinema em todos os países americanos e dos produtores americanos que lhes proporcionaram melhores filmes em maior quantidade. O programa, que inclui também numerosos filmes educativos e científicos, bem como jornais cinematográficos e shorts, é de inteira cooperação dos interessados. Numerosas películas produzidas nos outros países americanos estão sendo exibidas nos Estados Unidos, afim de que o povo norte-americano aprenda a conhecer melhor seus bons vizinhos: as películas produzidas pelos Estados Unidos permitem uma verdadeira compreensão deste país pelos nossos vizinhos sul-americanos⁶¹.

A própria indústria cinematográfica já se interessava pelo mercado latino-americano, em propósito de uma unidade contra o Eixo e de angariar novos consumidores, afinal, em razão do conflito, Hollywood vinha perdendo espaço nos cinemas europeus. Além disso, os próprios cineastas europeus estavam com grandes dificuldades em produzir seus filmes em consequências das guerras. Segundo Meneguello, desde a Primeira Guerra Mundial países como França, Inglaterra e Alemanha interromperam a maior parte da sua produção fílmica. Hollywood, então, conseguia dominar 95% do total de filmes exibidos na América Latina no período⁶². Os produtores estadunidenses podiam gastar em cenários e locações caros, por

⁵⁹ Cf. FRIEDRICH, Otto. *A Cidade das Redes: Hollywood nos anos 40*. Tradução: Ângela Melim. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 120.

⁶⁰ MOURA, Gerson. *Relações Exteriores do Brasil - 1939-1950: Mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012, p. 77.

⁶¹ A Indústria do Cinema Colabora com as Américas Num Amplo Programa. In: DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 08 ago. 1943, p. 4.

⁶² MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Dissertação de mestrado. Campinas: Unicamp, 1992, p. 7.

exemplo, já os europeus sofriam com dificuldade para dispor de capital⁶³. Durante os anos 1940, o Brasil era o terceiro país com maior número de espectadores de cinema do mundo⁶⁴ e a exibição de filmes estadunidenses em cinemas nacionais cresceu rapidamente, até tornar-se mais comum, inclusive, do que a própria exibição de filmes brasileiros. Segundo Tota, no fim de 1940, todos os dezesseis cinemas de São Paulo exibiam filmes estadunidenses⁶⁵. Para Sklar, o que levava as plateias estrangeiras a admirar os filmes de Hollywood eram as suas características de valores e estilos estadunidenses, como “sua velocidade, seu humor, sua petulância, seu fascínio, sua sátira e sua violência, seus espaços abertos e suas cidades cintilantes, seus *cowboys* e seus empresários”⁶⁶.

Durante a Segunda Guerra Mundial Washington passou a intervir de forma mais direta na produção fílmica de Hollywood. Os planos de Roosevelt para reviver a economia asseavam-se na cooperação entre o governo e a indústria, incluindo a cinematográfica, que segundo Friedrich, no final dos anos 1930 era a 14ª maior indústria dos Estados Unidos e a maior de todas em Los Angeles⁶⁷. O autor ainda afirma que até outubro de 1942, cerca de 2.700 funcionários de Hollywood entraram para as forças armadas. Mas nem Hollywood nem Washington precisavam dessas pessoas pegando em armas, já que poderiam cumprir o seu dever patriótico fazendo o seu próprio trabalho. Astros do cinema eram úteis explorando o seu estrelismo, entretendo as tropas, vendendo bônus de guerra e fazendo filmes de propaganda⁶⁸.

Meneguello chama a atenção para o papel de “estrelas” que os atores e atrizes de Hollywood passaram a exercer a partir deste período. Para a autora, Hollywood é articulador de comportamentos e consegue fazer isso principalmente por meio dos seus astros. As atrizes, por exemplo, costumam ser ícones de padrões de beleza e fazer propaganda de produtos do gênero. Dessa forma, os espectadores são também reprodutores de valores mediados pelo cinema, ao se comportarem influenciados por determinado ator, atriz ou filme⁶⁹.

Quanto ao OCIAA, dois dos grandes sucessos da dupla Nelson Rockefeller e Jock Whitney foram Walt Disney e Carmen Miranda (1909-1955). A portuguesa que se declarava brasileira vivia nos Estados Unidos desde 1939 participando de programas de rádio, filmes e

⁶³ Cf. SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. Tradução de Octavio Mendes Cajadó. São Paulo: Cultrix, 1975, p. 253.

⁶⁴ MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Dissertação de mestrado. Campinas: Unicamp, 1992, p. 7.

⁶⁵ TOTA, Antonio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 131.

⁶⁶ SKLAR, Robert. Op. Cit., p. 252.

⁶⁷ FRIEDRICH, Otto. *A Cidade das Redes: Hollywood nos anos 40*. Tradução: Ângela Melim. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 125.

⁶⁸ Ibidem, p. 115.

⁶⁹ MENEGUELLO, Cristina. Op. cit., p. 85.

eventos da indústria cinematográfica, e fazendo publicidades de produtos como cerveja e batom. Para Amâncio, o Brasil sempre foi incluído na categoria de países exóticos pelo olhar estadunidense e, Carmen Miranda representou muito bem o papel da mulher sul-americana sedutora e ao mesmo tempo ingênua, exótica:

Falar sobre Carmen Miranda é enfrentar diretamente o confronto com os clichês que uma circunstância histórica consolidou e esbarrar nas diversas leituras que sua controversa figura gerou. Antes de tudo, pelo inventário figurativo da época. Trópicos, bananas, ritmos exóticos, amantes morenos e mulheres sensuais, um olhar de esguelha que desqualifica, pelo excesso, aqueles a quem se pretende valorizar, que aproxima os latinos e, ao mesmo tempo, os mantém a distância, como objetos exóticos⁷⁰.

A “embaixatriz da boa vizinhança”, como Carmen Miranda ficou conhecida, era um grande sucesso, lembrada até hoje como uma cantora sensual e bem-humorada, nesse momento ela assumiu o papel de representante da cultura nacional nos Estados Unidos.

Walt Disney fez o inverso. O desenhista nasceu em Chicago em 05 de dezembro de 1901, foi o quarto filho de Elias e Flora Disney. Na década de 1920 Walt e o irmão Roy Disney se mudaram para Los Angeles e fundaram a *Walt Disney Productions*⁷¹. Durante a Segunda Guerra Mundial, Disney já fazia sucesso com as suas animações nos Estados Unidos e principiava ser conhecido pelo mundo inteiro. Considerado o primeiro produtor de filmes que levou a mensagem de amizade aos povos do sul, em 1941 Disney esteve em turnê pela América Latina patrocinado pelo OCIAA. No Brasil permaneceu pouco mais de três semanas e foi muito bem recebido pelo povo, a imprensa e o governo. Whitney viajou em conjunto com Disney para garantir que o investimento com o desenhista contribuiria, de fato, com a Política de Boa Vizinhança. Segundo o próprio Whitney em um relatório enviado a Rockefeller, ele aprovou e se surpreendeu:

[...] a viagem parece estar tendo muito sucesso e por isso parece justificada. [...] Esta é uma terra fascinante, bastante surpreendente na maioria de seus aspectos, com uma paisagem ofuscante e irreal. [...] [...] O sucesso de Walt Disney como empreendedor e personagem está sendo muito maior do que o esperado [...]⁷²

O cinema contou com a produção e a distribuição do DIP no país, que se empenhou num amplo esforço para a divulgação de filmes favoráveis à causa Aliada, censurando os

⁷⁰ AMÂNCIO, Tunico. *O Brasil dos Gringos: Imagens no Cinema*. Niterói: Intertexto, 2000, p. 94.

⁷¹ Cf. BRYMAN, Alan. *Disney and his Worlds*. London: Routledge, 1995, p. 13.

⁷² “Report f John Hay Whitney from Rio de Janeiro”, 29 de agosto de 1941, Rockefeller Archive Center (RAC), Record group 4, series 0. box 7, folder 56. Apud TOTA, Antonio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 64.

filmes de posição contrária e propagandeando as películas que vinham dos Estados Unidos a partir de demais meios de comunicação. De acordo com Meneguello, o cinema era uma das principais atrações dos centros urbanos nacionais:

Em cidades de grande porte como Rio de Janeiro ou São Paulo, 80% da população frequentavam as salas de exibição centrais ou as de bairro pelo menos uma vez por semana. Parte considerável deste grupo consumia os materiais midiáticos relacionados a este cinema, fosse através de colunas de jornais, de revistas de variedade, de revistas especializadas, ou de álbuns de fotografias⁷³.

Sendo assim, enquanto boa parte das elites latino-americanas apoiaram o imperialismo estadunidense desde o início, a população, em geral, foi convencida mediante os meios de comunicação a apreciarem a “modernidade” dos seus valores e a se reconhecerem como “atrasados”. Esse atraso teria salvação desde que os latino-americanos se espelhassem nos exemplos dos *bons vizinhos*⁷⁴.

O gosto dos brasileiros pelo cinema estadunidense fez com este ditasse a moda, os comportamentos e as opiniões políticas e, ainda dificultou cada vez mais a produção e a circulação do cinema nacional, estreitando as possibilidades de concorrer com Hollywood, que detinha os melhores e indispensáveis aparelhos cinematográficos:

[...] os filmes norte-americanos poderiam ser julgados por estalões políticos e estéticos, que revelavam a clareza com que sua forma e conteúdo eram afeiçoados pela ideologia capitalista e pelas metas comerciais. Hollywood já não significava cinematografia da melhor maneira possível, mas cinematografia de um gênero especial e limitado⁷⁵.

O OCIAA também investiu em filmes de aspectos sanitários e higiênicos, devido a um temor da época sobre doenças endêmicas que pudessem se espalhar pelos territórios. Ou seja, um medo dos Estados Unidos sobre o contágio de doenças que existiam na América do Sul, como a malária. A Divisão de Cinema, portanto, colaborou com a criação de filmes com temas educativos e científicos que abordavam os principais problemas de saúde pública no Brasil. O próprio Walt Disney chegou a produzir animações desse modelo⁷⁶. *Defense against*

⁷³ MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Dissertação de mestrado. Campinas: Unicamp, 1992, p. 6.

⁷⁴ Cf. MOURA, Gerson. *Tio Sam Chega ao Brasil: A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 2ª edição, 1985, p. 82.

⁷⁵ SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. Tradução de Octavio Mendes Cajadó. São Paulo: Cultrix, 1975, p. 183.

⁷⁶ Cf. DUARTE, Adriano Luiz; VALIM, Alexandre Busko. *Brazil at War: Modernidade, liberdade e democracia nos filmes produzidos pelo Office of Interamerican Affairs*. In: SILVA, Francisco C. T et alii (Org.) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. 1 ed. Rio de Janeiro: Multifoco/TEMPO/UFRJ/FINEP/CNPq, 2010, v. 1, p. 728.

invasion (1943)⁷⁷ e *The unseen enemy* (1944)⁷⁸ por exemplo, instruíam trabalhadores sobre a prevenção de doenças, enquanto *Planning for good eating* (1945)⁷⁹ dialogava sobre uma alimentação saudável.

Um grande problema que dificultava a divulgação dos valores e da democracia estadunidense nos países americanos era o analfabetismo. Em 1940 a taxa de analfabetismo no Brasil entre a população acima de 15 anos de idade era de 56%⁸⁰. Segundo Tota, o analfabetismo “impedia as populações de entenderem em termos práticos o funcionamento de um governo democrático. A democracia seria impossível num país em que mais da metade da população não soubesse ler e escrever”⁸¹. Disney também foi convocado pela Divisão de Cinema do OCIAA para ajudar nesse tema, criando desenhos animados de cunho educativo, com o alvo no analfabetismo infantil e adulto.

As animações de curta-metragem demonstraram-se muito eficientes, porque conseguiam suprir os objetivos do governo estadunidense em poucos minutos e muitas vezes ainda serviam como um meio de diversão. Desde a Depressão, pelo menos, que o cinema demonstrou ser eficiente como instrumento de escape para os problemas sociais, pela sua capacidade de criar sonhos, valores e consciências coletivas. De acordo com Sklar, a Depressão da década de 1930 foi um golpe de sorte para os cineastas estadunidenses, quando Hollywood ingressou em uma época de ouro:

Hollywood passou a ocupar o centro do palco da cultura e da consciência da América, fazendo filmes com uma força e um ímpeto até então desconhecidos e que depois disso nunca mais se viram. As fitas de cinema não somente divertiram e entreteram a nação enquanto durou sua mais severa desordem econômica e social, mantendo-a coesa por sua capacidade de criar mitos e sonhos unificadores, mas também a cultura cinematográfica dos anos trinta passou a ser uma cultura dominante para muitos norte-americanos, proporcionando novos valores e ideais sociais em substituição às velhas tradições feitas em pedaços⁸².

⁷⁷ Disponível em: < <https://archive.org/details/DefenseAgainstInvasion>> Acesso em 23 de abril de 2015.

⁷⁸ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=tzE0zHTVNso>> Acesso em 23 de abril de 2015.

⁷⁹ Disponível em: < <https://archive.org/details/HealthForTheAmericasPlanningForGoodEating>> Acesso em 23 de abril de 2015.

⁸⁰ Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010, p. 32. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000008473104122012315727483985.pdf>> Acesso em 05 de junho de 2015.

⁸¹ TOTA, Antonio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014, p. 136.

⁸² SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. Tradução de Octavio Mendes Cajadó. São Paulo: Cultrix, 1975, p. 189.

Foi assim também durante a Segunda Guerra Mundial. De acordo com Friedrich, a guerra foi boa e lucrativa para Hollywood⁸³. A escolha do OCIAA por Disney foi apostada na esperança de que as animações fizessem mais sucesso na América Latina do que os grandes musicais da *Twentieth Century Fox* e da *Metro-Goldwyn-Mayer (MGM)*, que faziam grandes bilheterias nos Estados Unidos, mas não agradavam os demais países porque geralmente eram muito distantes da cultura local e por vezes continham até discriminação em relação aos povos do sul⁸⁴, além do fato de que as animações comumente não têm censura de faixa etária. Mesmo ainda não sendo destinados às crianças, os desenhos animados não as excluía das exibições, ao contrário, gradualmente as conquistavam.

O sucesso de Walt Disney deve-se principalmente à sua simpatia com os fãs⁸⁵, a sua independência (era um produtor com seu próprio estúdio e detinha o controle dos seus filmes) e precisamente ao seu produto: a animação. Esta difere-se do *live-action* principalmente por não utilizar atores reais e por isso ter maior liberdade para lidar com a imaginação do espectador. Para Lagny, os filmes se destacam dos demais meio culturais pela capacidade de ilustrar a história de pessoas comuns, considerando a “realidade histórica muito raramente levada em conta, como a do sofrimento das pessoas, sublinhando também o papel que tem o cinema para a percepção dos afetos de uma sociedade”⁸⁶. Da mesma forma, as animações despertam a subjetividade do espectador, mas ainda conseguem se sobressair ao animar contos de fadas, animais personificados e mitos culturais, pois, quando um animal age como humano em um desenho animado, por exemplo, não há o estranhamento do espectador que possivelmente haveria se um ator real interpretasse um animal.

Para Sklar, de todos os cineastas desta época da cinematografia estadunidense, apenas dois nomes se destacavam no sentido de eficácia ao criar mitos culturais: Frank Capra e Walt Disney. Ambos,

partilhavam das aclamações de todos os três públicos significativos do cinema: o público que compra a entrada, os críticos e comentadores dos filmes e seus colegas de Hollywood. Disney conquistou todos os prêmios para desenhos de curta metragem de 1932 a 1939⁸⁷.

⁸³ FRIEDRICH, Otto. *A Cidade das Redes: Hollywood nos anos 40*. Tradução: Ângela Melim. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 118.

⁸⁴ FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Diplomacia em Celulóide: Walt Disney e a Política de Boa Vizinhança. *Transit Circle: Revista Brasileira de Estudos Americanos*. Niterói, ISSN 1517-0152, v. 3, 2004, p. 68.

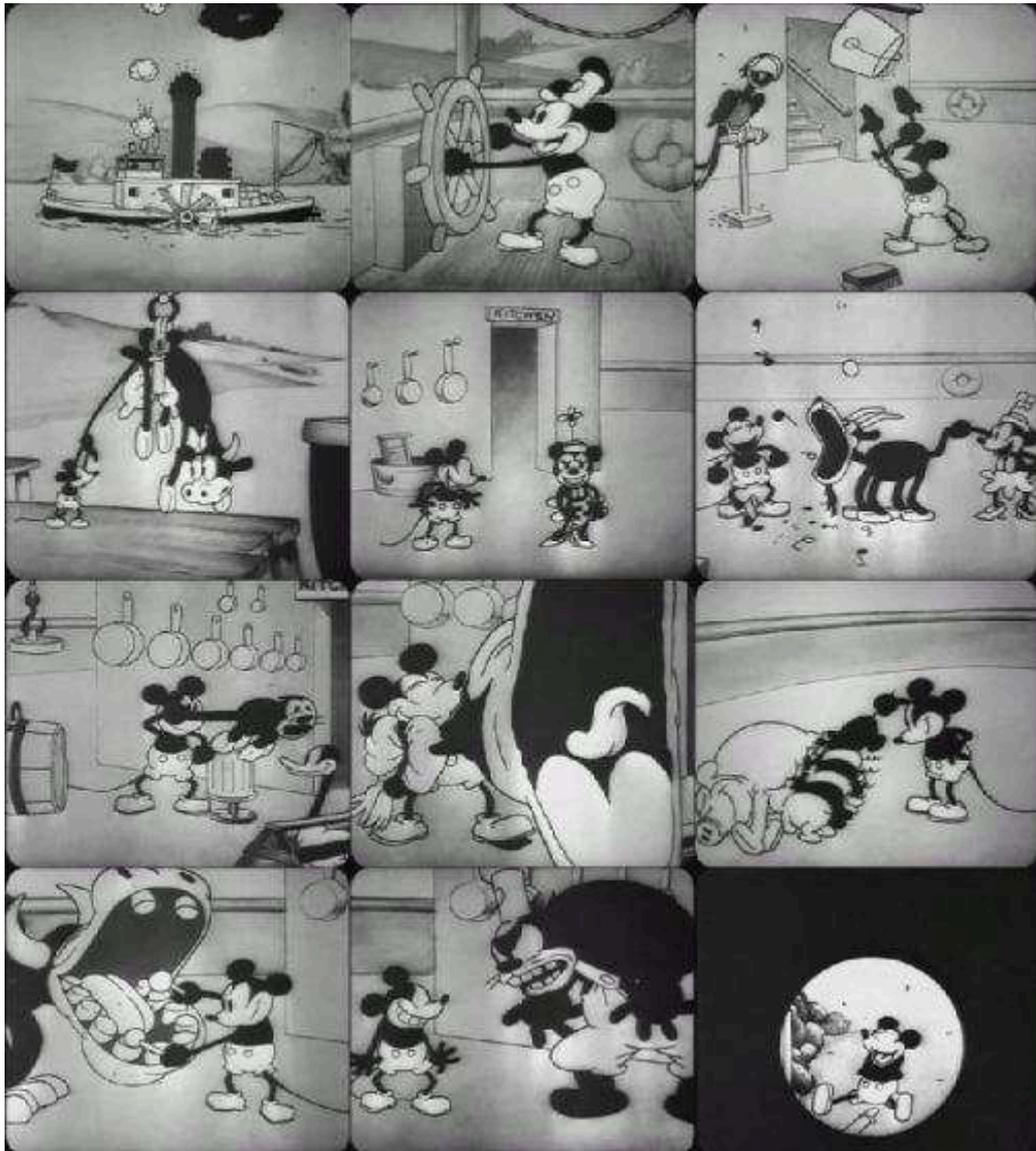
⁸⁵ Apesar de Walt Disney ser conhecido como arrogante e preconceituoso por alguns biógrafos, quando estava na frente das câmeras ou lidava com o seu público, Disney costumava ser simpático e carismático.

⁸⁶ LAGNY, Michèle. *O cinema como fonte de História*. In: NÓVOA, Jorge. *Cinematógrafo*. São Paulo: Ed. UNESP, 2009, p. 107.

⁸⁷ SKLAR, Robert. Op. cit., p. 232.

Disney não inventou a técnica da animação, mas inovou ao utilizar muita cor, fazer com que todas as partes dos corpos dos personagens se mexessem e, por fim, aparecer algo totalmente novo: o desenho animado sonoro; a partir da inspiração do autor com o filme *O Cantor de Jazz* (1927)⁸⁸. Considerada a primeira animação lançada em som sincronizado, *Steamboat Willie* (*Willie do Navio a Vapor*)⁸⁹, de 1928, é também estimada pelo nascimento do personagem Mickey Mouse, assim como o de sua eterna namorada, Minnie.

Imagem 1: *Steamboat Willie*



Fonte: *Historiful*⁹⁰

⁸⁸ *O Cantor de Jazz* é considerado o primeiro filme sonoro da História do Cinema. Está disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=NvOaVCT3xMM>> Acesso em 28 de abril de 2015.

⁸⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xPWGCC_BYE8> Acesso em 23 de abril de 2015.

⁹⁰ Disponível em: <<http://historiful.tumblr.com/post/2486397636>> Acesso em 09 de junho de 2015.

Aqui, Mickey ainda não possui todas as características clássicas, como as luvas brancas e a simpatia, pois maltrata os demais animais do desenho, pisando, inclusive, em um gato que inevitavelmente lembra os traços do Gato Félix, o personagem de animação mais popular até então, criado por Otto Messmer e Pat Sullivan⁹¹ (referimo-nos à cena localizada na primeira coluna e na terceira linha da imagem acima).

Steamboat Willie surgiu num momento delicado de transição da indústria cinematográfica, que deixava o silêncio pelo som. Disney se atreveu a lançar desenhos animados com uma significação estética nunca vista antes. Os desenhos animados de Mickey formavam um mundo próprio, totalmente inovador, com uma narrativa de princípio, meio e fim; e todas as ações passavam a ter consequências. As animações de Disney começaram a transmitir a mensagem de que o mundo obedece a regras e é melhor aprendê-las para não se meter em apuros⁹². Essa passou a ser a fórmula máxima do mundo de Disney, afinal, se tornou sucesso de público. De acordo com Sklar, desde o primeiro, em 1928, foram mais 197 desenhos animados de curta-metragem concluídos e exibidos até 1939, sendo que a metade deles pertencia a série de Mickey⁹³.

⁹¹ Cf. BALENSIFER, Danielle Rotholi; JAGUARIBE, Elizabete. *Paralelo entre as animações Disney e o processo de identificação do espectador*. Recife: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012, p. 3.

⁹² SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. Tradução de Octavio Mendes Cajadó. São Paulo: Cultrix, 1975, p. 233-235.

⁹³ *Ibidem*, p. 236.

CAPÍTULO III: A Recepção de *Fantasia* no Brasil

Nos Estados Unidos, o lançamento de *Fantasia* foi no dia 13 de novembro de 1940 no Teatro *Broadway*, em Nova York. A ideia inicial da obra surgiu da parceria de Disney com o famoso regente da *Orquestra da Filadélfia*, Leopold Stokowski (1882-1977), para a criação de um curta-metragem em que Mickey faria um aprendiz de feiticeiro ao som da composição de mesmo nome, de Paul Dukas. A sinopse é de um aprendiz que sobrecarregado de tarefas, apropria-se dos poderes mágicos do seu mestre, sem o consentimento deste, concedendo vida a alguns utensílios domésticos para que esses fizessem o seu trabalho. As versões sobre a ideia da animação divergem entre Disney e Stokowski:

Segunda uma versão, Disney mencionou casualmente sua idéia [sic], durante um jantar, a Leopold Stokowski, e o tempestuoso maestro da Orquestra de Filadélfia ofereceu-se entusiasticamente para reger a partitura de Dukas. De acordo com a versão do próprio Stokowski, Disney aproximou-se dele num restaurante e pediu-lhe para ajudar no projeto⁹⁴.

De qualquer forma, o fato é que Stokowski foi até o estúdio de Disney para dar início ao *Aprendiz de Feiticeiro*, mas o orçamento do curta, porém, foi tão alto que os criadores decidiram ampliar o projeto para um longa-metragem⁹⁵. Em um estudo minucioso, Disney e Stokowski selecionaram composições que ganharam cores e movimentos. O resultado foi uma animação/musical colorida e de 124 minutos, inicialmente chamada de *O Filme do Concerto*⁹⁶, dividindo-se em sete excertos recortados pelas composições. A animação inicia em um palco de teatro, com as cortinas se abrindo e aparecendo a orquestra que irá executar as peças musicais. *Fantasia* foi lançada em *roadshow*, ou seja, a versão original procurava se aproximar mais do espectador de uma forma semelhante ao teatro, com a narração do músico Deems Taylor, um intervalo na metade da exibição e utilizando os próprios espaços de teatro para a sua exposição ou numerando as poltronas das salas de cinemas previamente selecionadas.

O primeiro excerto apresentado é *Tocata em fuga em Ré menor*, de Johann Sebastian Bach (4min13s), que faz a apresentação de como será a animação, com desenhos abstratos

⁹⁴ FRIEDRICH, Otto. *A Cidade das Redes: Hollywood nos anos 40*. Tradução: Ângela Melim. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 46.

⁹⁵ O orçamento do curta-metragem *O Aprendiz de Feiticeiro* foi de 125 mil dólares. Normalmente, um curta-metragem de Disney era produzido por 40 mil dólares, o que ainda assim era um valor acima da média dos estúdios concorrentes. Cf. PEGORARO, Celbi Vagner Melo. *Fantasia e uma Nova Dimensão Sonora: Convergência de Linguagens Musical, Artística e Cinematográfica*. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Edição 4. São Paulo: USP, 2012, p. 2.

⁹⁶ FRIEDRICH, Otto. Op. cit., pp. 46-47.

que se movimentam acompanhando a melodia. O segundo trecho é *Suíte de Quebra Nozes*, de Pyotr Ilyich Tchaikovsky (14min20s), em que os desenhos são elementos ou seres da natureza, como fadas, cogumelos, flores e peixes que dançam. O terceiro segmento é o ápice da animação, em que Mickey interpreta o *Aprendiz de Feiticeiro*, de Paul Dukas (29min52s), esse é o primeiro trecho em que a sucessão de imagens forma uma narrativa definida. O quarto excerto é *Sagração da Primavera*, de Igor Stravinsky (43min), em que Disney quis incluir uma lenda sobre a Criação, com o surgimento da Terra, a origem da vida e culminando na extinção dos dinossauros⁹⁷.

O quinto segmento é *A Pastoral*, de Ludwig van Beethoven (01h13min55s), em que o tema é a mitologia romana, com deuses, faunos, centauros, etc. O sexto trecho é *Dança das Horas*, de Amilcare Ponchielly (01h37min), que é apresentado como um balé de animais, respectivamente: avestruzes, hipopótamos, elefantes e crocodilos. O sétimo e último excerto é uma junção de duas composições e também o momento da animação que mais se aproximou do seu contexto de produção: a guerra. Iniciando com *Noite do Monte Calvo*, de Modeste Moussorgsky (01h50min30s), Disney apresentou uma orquestra de diabos que provocou imagens de caos, mas que depois de alguns minutos a música muda para a *Ave Maria*, de Franz Schubert, apresentada com imagens de uma procissão de tochas que acabam com as trevas e trazem a paz de volta para a tela, finalizando *Fantasia* no tom otimista do “final feliz” comum em Hollywood⁹⁸.

Assim, *Fantasia* é um longa-metragem composto por sete trechos de desenhos animados independentes entre si. Não é apenas uma história de começo, meio e fim, mas sim vários excertos com histórias diferentes, cada uma delas acompanhadas por uma composição, em que todas juntas formam *Fantasia*. A animação quase não tem diálogos, pois a música está em destaque. Nesse caso, não foram as músicas, ou a trilha-sonora, que acompanharam as

⁹⁷ Segundo Friedrich, Stravinsky era o único compositor vivo presente de *Fantasia*, por isso Disney enviou uma mensagem ao compositor ofertando 5 mil dólares pelos direitos para usar a sua composição na animação. Mas a oferta, de acordo com o próprio Stravinsky, vinha “acompanhada de um aviso cordial de que se a permissão fosse negada a música seria usada de qualquer forma”, pois os direitos autorais da Rússia pré-revolucionária não serviriam mais. O valor ofertado era pequeno comparado ao custo total de *Fantasia* (2 milhões e 280 mil dólares), mas Stravinsky aceitou e assinou o contrato, pois passava por tempos difíceis, devido a guerra, a morte da mulher e da filha, e o desenvolvimento da tuberculose. Cf. FRIEDRICH, Otto. Op. cit., pp. 47-51.

⁹⁸ De acordo com Sklar: “O final feliz não foi uma fórmula inventada pelos norte-americanos nem pelos filmes mas, por vários decênios na primeira metade do século XX, nenhum outro meio de comunicação de massa nem a cultura nacional poderiam criar visões de amor e satisfação social à maneira fascinante, confiante e convincente de Hollywood. Só as portas da guerra e da tirania deixariam de fora os filmes de cinema norte-americanos e, quando essas portas caíram, bem Hollywood nem o mundo voltaram a ser os mesmos”. In: SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. Tradução de Octavio Mendes Cajadó. São Paulo: Cultrix, 1975, p. 266.

imagens, mas as imagens que acompanharam as composições. A música é o fator de produção de sentido em *Fantasia*⁹⁹.

O Aprendiz de Feiticeiro (29min52s) permaneceu como o principal trecho da animação, o que de fato era a intenção de Disney desde o início. O desenhista escolheu Mickey para ser o seu principal personagem. Ele já fazia sucesso nos Estados Unidos com a exibição de *Steamboat Willie* há 12 anos, quando o desenhista decidiu inseri-lo em um longa-metragem para que o personagem se consagrasse definitivamente. Ao observarmos o pôster oficial de *Fantasia*, lançado em 1940 nos Estados Unidos, percebemos que Mickey é o personagem de destaque, logo abaixo dos nomes “Walt Disney” e “Fantasia”, ao lado de Stokowski, e acima e com dimensões maiores dos demais personagens.

⁹⁹ Há trabalhos que focam na produção de *Fantasia*, como: ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. *Quando a música fala: a produção de sentido em Fantasia*. Monografia. Juiz de Fora: UFJF, 2002; PEGORARO, Celbi Vagner Melo. *Fantasia e uma Nova Dimensão Sonora: Convergência de Linguagens Musical, Artística e Cinematográfica*. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Edição 4. São Paulo: USP, 2012; SILVA, A. R.; CONTER, Marcelo Bergamin. *Aprendizes do fantasia*. Sessões do Imaginário, v. 16, p. 56-61, 2006.

Imagem 1 - Pôster oficial de *Fantasia*.

Fonte: Blog *Oh My Disney*¹⁰⁰.

¹⁰⁰ Disponível em: <<http://blogs.disney.com/oh-my-disney/2014/01/09/tbt-see-all-53-walt-disney-animation-movie-posters/>> Acesso em 24 de julho de 2014.

Stokowski foi uma das raríssimas pessoas com quem Disney compartilhou um pôster em vida. Isso aconteceu porque Stokowski foi a grande parceria na criação da animação, mas provavelmente o seu nome aparecendo com destaque quase equivalente ao do desenhista, deve-se ao fato de que o maestro já era muito famoso neste momento e, sendo assim, era um bom negócio dividir o espaço com ele. Normalmente, mesmo com uma equipe de desenhistas, os créditos dos pôsteres e das produções eram apenas de Disney.

Os cupidos e o filhote de Pégasus que aparecem no pôster são alguns dos personagens criados para o excerto *A Pastoral* (01h13min55s), o mais polêmico de *Fantasia*, porque, no cenário mitológico acontece uma festa dedicada a *Baco*, o deus do vinho. Também, porque as centauras e os cupidos aparecem nus, além de duas centauras negras estereotipadas que estão trabalhando para os demais personagens. Para Eleanor Byrne, os primeiros longas-metragens de Disney, incluindo *Fantasia*, começaram a revelar algumas das suas características negativas, como o racismo¹⁰¹.

Mas a grande estrela do pôster e da animação é Mickey Mouse. Para Pegoraro, o chapéu de Mickey no papel do aprendiz de feiticeiro, que contém desenhos da lua e estrelas, representam o mundo de sonhos que transporta o público para as “fantasias” da animação¹⁰². O próprio Disney dublou o camundongo e fez dele o “chefe” da hierarquia do mundo da animação. Mickey passou a ser cada vez mais educado, generoso, simpático, um verdadeiro cavaleiro, mas também é a figura máxima que punirá quem tentar ultrapassá-lo. Segundo Dorfman e Matterlart, no mundo de Disney, Mickey é a “imagem de permanência, é a lei particularista que invade e recobre tudo”¹⁰³. Esta permanência está presente no cotidiano do seu país natal, o hegemônico, e nos países subordinados, dos quadrinhos de rodapés de jornais até outdoors.

A popularidade de Mickey é ainda hoje exorbitante. Nos Estados Unidos, pode ser mencionado como um herói nacional. São raros os personagens que podem ser comparados com a importância do camundongo:

Como nenhum outro personagem cinematográfico do século XX, exceto Chaplin (que, no dizer de alguns, serviu de modelo ao camundongo), Mickey possuía a imaginação do mundo. Também era uma criatura de muitas máscaras, expressando tudo o que nos agrada pensar sejam os melhores traços da nossa humanidade:

¹⁰¹ BYRNE, Eleanor. McQUILLAN, Martin. *Deconstructing Disney*. London: Pluto Press, 1999, p. 95.

¹⁰² PEGORARO, Celbi Vagner Melo. *Fantasia e uma Nova Dimensão Sonora: Convergência de Linguagens Musical, Artística e Cinematográfica*. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Edição 4. São Paulo: USP, 2012, p. 89.

¹⁰³ DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de massa e colonialismo*. Tradução de Álvaro de Moyá. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980, p. 133.

meigos sentimentos, prazer espontâneo, impudência atrevida. Mickey era todo coração [...] ¹⁰⁴

A grande família de Disney é universal e pertence ao “acervo cultural do homem contemporâneo” ¹⁰⁵, sendo que os personagens são um passaporte para as nacionalidades, que, neste contexto, chegavam até outros países como os *bons vizinhos* com as suas aulas de civilização e tecnologia, estabelecendo a sua autoridade estrangeira e impondo a relação hegemônica. Apesar de *Fantasia* não ser um conto de fadas clássico, como a maioria dos filmes de Disney, em *Aprendiz de Feiticeiro* Mickey termina a sua cena com uma lição de moral ao espectador, consagrando-se como o principal personagem no mundo da animação não apenas nos Estados Unidos, mas também no Brasil. Hollywood trabalhou e trabalha na construção de uma identidade nacional estadunidense e, nesse caso, Mickey é o mocinho e o exemplo a ser seguido.

Não encontramos nenhum pôster que teria sido lançado especificamente no Brasil ou na América Latina, mas a partir da pesquisa com os periódicos, percebemos que diferentemente dos Estados Unidos, no Brasil Stokowski não era tão conhecido, por isso não ganhou muito espaço para os créditos. Enquanto existe uma abundância de notícias elogiando Walt Disney, o maestro era citado com menos frequência. Nesta imagem do jornal *A Noite*, Stokowski sequer foi lembrado:

¹⁰⁴ SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. Tradução de Octavio Mendes Cajadó. São Paulo: Cultrix, 1975, p. 235.

¹⁰⁵ DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de massa e colonialismo*. Tradução de Álvaro de Moyá. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980, p. 12.

Imagem 2 – Propaganda da exibição de *Fantasia* no Cinema Pathé.

Fonte: Jornal *A Noite*¹⁰⁶.

A omissão do nome de Stokowski também se entende pelo fato de que, diferente de Disney, ele não estava pessoalmente no país e envolvido de forma mais aprofundada nos negócios da Política de Boa Vizinhança. Curiosamente não é Mickey que aparece ilustrado, mais sim os cupidos e as suas flautas. Isso porque no Brasil os pôsteres não passavam pela aprovação de Disney e, foi após o sucesso da exibição de *Fantasia* que Mickey se tornou, de fato, a grande estrela que apareceria nos próximos cartazes dos seus futuros filmes.

Disney pretendeu conquistar o público e a crítica com *Fantasia*, mas a sua estreia nos Estados Unidos foi muito mal recebida por ambos e, logo, causou-lhe grandes prejuízos, já que os baixos lucros não conseguiram suprir os altos gastos de produção¹⁰⁷. Até porque, no seu país *Fantasia* não foi apenas alvo dos críticos de cinema, mas também dos críticos musicais. Mas o insucesso de público provavelmente aconteceu porque *Fantasia* demonstrava

¹⁰⁶ A NOITE. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 09 set. 1941, p. 5.

¹⁰⁷ Cf. BRYMAN, Alan. *Disney and his Worlds*. London: Routledge, 1995, p. 8.

um grande valor artístico, mas não servia como um bom entretenimento para os tempos de guerra, porque não possuía uma narração de começo, meio e fim, e não era tão divertido ou emocionante como os demais desenhos que Disney costumava exibir. Para Melissa Ribeiro de Almeida, *Fantasia* foi a produção mais ousada de Disney e foi inicialmente rejeitada porque o público precisou de tempo para reconhecer a sua originalidade¹⁰⁸. O público de animação teria ficado satisfeito com o primeiro longa-metragem do produtor: *Branca de Neve e os Sete Anões* (1937)¹⁰⁹, três anos antes e, parte dessas pessoas possivelmente esperava algum conto de fadas parecido de *Fantasia*, o que não aconteceu¹¹⁰. De acordo Friedrich, *Branca de Neve e os Sete Anões* “arrecadou 8 milhões de dólares, soma titânica para um filme feito durante a Depressão”¹¹¹. A animação também obteve grande sucesso de bilheteria no Brasil, o que surpreendeu a crítica, que até então duvidava que um longa de animação pudesse entreter o público por uma ou duas horas ininterruptas.

Neste momento também ocorria nos estúdios Disney uma greve que ao total durou nove semanas, onde uma parcela dos seus empregados reivindicava melhores salários e condições de trabalho. Esse evento foi noticiado pela revista *A Cena Muda*:

Uma greve de sérias proporções estalou nos estúdios de Disney a 28 de maio último, interrompendo todos os trabalhos e prejudicando programas de exibição dos filmes. A causa desse movimento que durou cerca de nove semanas foi o não reconhecimento por parte de Disney, da associação e classe dos desenhistas. Com o levante, outros problemas vieram a discussão, inclusive o caso dos salários, reclamando os grevistas que os colaboradores de Disney ganhavam, menos do que pintores de casas e o salário das “girls” são os mais baixos que há nesse ramo da cinematografia¹¹².

Mais tarde, o empresário declarou que esta greve era resultado de perseguições de comunistas. De fato, a *Walt Disney Productions* passava por grandes problemas financeiros que só foram resolvidos na década de 1950 com a criação do primeiro parque temático, ou *Disneylândia*. Alguns autores relatam, inclusive, que a empresa estava profundamente

¹⁰⁸ ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. *Quando a música fala: a produção de sentido em Fantasia*. Monografia. Juiz de Fora: UFJF, 2002, p. 56.

¹⁰⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lgjdJK60Nww> Acesso em 28 de abril de 2015.

¹¹⁰ Com o insucesso de animações no estilo de *Fantasia*, Disney voltou a produzir contos de fadas, a partir de *Cinderela*, lançado em 1950. *Fantasia* fez sucesso mais tarde, na década de 1960, quando foi lançada com cortes de algumas cenas, sem narração, e se tornou importante para o movimento psicodélico, sendo reconhecida internacionalmente como um dos melhores desenhos animados de longa-metragem já produzidos. Cf. PEGORARO, Celbi Vagner Melo. *Fantasia e uma Nova Dimensão Sonora: Convergência de Linguagens Musical, Artística e Cinematográfica*. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Edição 4. São Paulo: USP, 2012, p. 2.

¹¹¹ FRIEDRICH, Otto. *A Cidade das Redes: Hollywood nos anos 40*. Tradução: Ângela Melim. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 46.

¹¹² Greve nos Estúdios de Disney. In: A SCENA MUDA, 02 set. 1941, p. 4.

endividada com o *Bank of America*¹¹³. Foi neste contexto que o produtor foi convidado pelo OCIAA para levar a mensagem da Política de Boa Vizinhança à América Latina. Disney aceitou e, em agosto de 1941 chegou ao Rio de Janeiro para lançar *Fantasia*, dessa vez com todo o apoio da mídia, que já anunciava a sua chegada semanas antes:

Difícilmente Hollywood poderia mandar-nos visita mais agradável que Walt Disney, figura impressionantíssima de criador, e criador original, do seu tempo, da sua época. O desenho animado é uma coisa nossa, da nossa geração. É a descoberta, no século XX, de um novo mundo artístico¹¹⁴.

Não se sabe até que ponto Disney teve poder de decisão sobre este convite, pois, segundo Friedrich, quatro meses depois o exército dos Estados Unidos literalmente se instalou nos seus estúdios¹¹⁵ e, durante a guerra o desenhista abandonou completamente a produção pessoal para dedicar-se exclusivamente aos projetos do governo estadunidense, com a contribuição de filmes, quadrinhos ou outras produções. Por outro lado, existem especulações sobre Disney ter contribuído com o governo estadunidense antes deste evento. Uma biografia não-autorizada de Marc Eliot¹¹⁶, em especial, afirma que Disney era informante do FBI – *Federal Bureau of Investigation* (Agência Federal de Investigação) sendo amigo do diretor da época, John Edgar Hoover e, então, teria vindo ao Brasil nessas condições.

De qualquer forma, a animação com o traço de Disney ganhava cada vez mais prestígio mundial. Ao desembarcar no Rio de Janeiro, ele e a sua esposa foram recebidos por uma multidão de fãs. O governo brasileiro recebeu muito bem Disney e a sua equipe, e aproveitou a oportunidade para veicular uma imagem positiva do país. Cabe ressaltar que havia um grande interesse de Vargas pelo turismo, pois durante o seu governo houve grandes incentivos nessa área. A própria criação do DIP visava também administrar atividades turísticas por meio da mídia. Nesse momento, Carmen Miranda e o samba já faziam sucesso nos Estados Unidos, impulsionando com que ainda mesmo em 1941, 320 turistas estadunidenses viessem prestigiar o carnaval carioca¹¹⁷.

¹¹³ Cf. BRYMAN, Alan. *Disney and his Worlds*. London: Routledge, 1995, p. 7.

¹¹⁴ Films e “Astros” – A viagem do mago. In: CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional. 14 ago. 1941, p. 13.

¹¹⁵ Cf. FRIEDRICH, Otto. *A Cidade das Redes: Hollywood nos anos 40*. Tradução: Ângela Melim. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 111.

¹¹⁶ Eliot, M. (1993) *Walt Disney: Hollywood's Dark Prince*, New York: Birch Lane, 1993. Apud BRYMAN, Alan. *Disney and his Worlds*. London: Routledge, 1995, pp. 25-27.

¹¹⁷ Cf. Turistas que vêm assistir o Carnaval carioca. In: JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 26 jan. 1941, p. 1.

A imagem do Brasil turístico era protagonizada especialmente pelo Rio de Janeiro. De acordo com Amâncio, o governo nacional trabalhou durante as décadas de 1930 e 1940 para inscrever a capital do país no circuito internacional do turismo:

O início dos anos 40 verá difundida uma imagem do Brasil que se irradia do Rio de Janeiro, a partir de sua inscrição no circuito internacional do turismo. A Capital Federal vinha sofrendo melhoramentos desde 1937, com o intenso programa urbanístico, e a avenida Presidente Vargas é inaugurada em 1944. Do ponto de vista das atrações, o carnaval, institucionalizado desde 1933, abrangia desde as batalhas de confete até o baile de Gala do Municipal. As escolas de samba foram se organizando (em 37 Getúlio obriga seus sambas enredos a terem caráter patriótico), o rádio propaga o samba e a música popular, a Lapa permite a aparição da figura do boêmio e do malandro, (mas seus bordéis são fechados em 37 pela polícia de Getúlio), o *football* já era um esporte de massas desde os anos 30, a noite é movimentada graças aos cassinos (o jogo só seria proibido em 1946)¹¹⁸.

Vargas sabia, portanto, que produzindo uma boa imagem do Brasil no cenário internacional atrairia cada vez mais turistas e, para isso, contava com a colaboração estadunidense da Política de Boa Vizinhança:

O turismo é talvez agora um ramo da política. Desenvolvido entre os países da América, alimenta o princípio dito da Boa Vizinhança, que os homens de Estado sem dúvida sustentam, porém só os povos consagram. A Boa Vizinhança está em função do mútuo conhecimento¹¹⁹.

Disney chegou ao Rio de Janeiro em agosto de 1941 no papel do *bom vizinho*, assegurando a imprensa nacional que o Brasil vinha ocupando um grande prestígio na sua terra natal. O DIP teve uma grande responsabilidade ao exaltar as qualidades da Política de Boa Vizinhança nos meios de comunicação nacionais. Dessa forma, em todos os periódicos existem muitos elogios à *Fantasia*, assim como aos estúdios Disney e ao sujeito Walt Disney. *Fantasia* é citada como uma obra inédita e, já na época, um marco da história do cinema de animação mundial. O jornal *Diário Carioca* assinala o exemplo de não ter como definir *Fantasia*:

É um filme que o próprio pessoal de Disney não pode incluir em determinada categoria e isto porque se trata de uma espécie de filme para a qual não existem precedentes. *Fantasia* é, portanto, uma película, jamais realizada por quem quer que seja. Pelas informações que nos vêm de Hollywood, sabemos que nesse filme, Disney e seus artistas nos dão suas impressões de como um conjunto de

¹¹⁸ AMÂNCIO, Tunico. *O Brasil dos Gringos: Imagens no Cinema*. Niterói: Intertexto, 2000, p. 68.

¹¹⁹ REGO, Costa. *Turismo*. In: CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 25 jul. 1941, p. 2.

composições famosas deve parecer. E também que, pela primeira vez uma música é filmada e não um filme é musicado¹²⁰.

Fantasia foi absolutamente inovadora. Primeiro, por usar o *Technicolor*, o sistema de coloração mais moderno da época. Também, porque os técnicos de Disney desenvolveram um sistema de som estereofônico especialmente para esta animação, chamado *Fantasound*, fazendo com que *Fantasia* ganhasse o lugar de primeiro filme comercial a ser lançado em som estéreo¹²¹. A perfeita sincronização entre a imagem e o som foi fundamental para o sucesso de Mickey e fez de *Fantasia* um divisor de águas dentro da história da animação mundial. Entretanto, ao exaltar apenas as qualidades de *Fantasia*, a imprensa brasileira omitia a má recepção desta animação nos Estados Unidos, assim como os prejuízos por ela causados.

As primeiras notícias referentes a recepção de *Fantasia* começam em maio de 1941 e informam sobre a exibição que ocorreu a bordo do navio *Argentina*, um dos navios da *Frota da Boa Vizinhaça*¹²². Também em maio, técnicos de Disney estudaram casas de cinema do Rio de Janeiro e de São Paulo, um fato que de acordo com o *Jornal do Brasil*, foi inédito até então na cinematografia do país¹²³. Os técnicos escolheram o Cinema *Pathé Palace* para a grande estreia no Rio de Janeiro, e o Cinema *Rosário* em São Paulo. Essa pesquisa minuciosa deve-se ao fato de que a exibição de *Fantasia* requisitava, naquele momento, espaços com boas estruturas que pudessem garantir o efeito de som estéreo desejado. Ou, de acordo com o jornal *Diário Carioca*: “[...] porque os seus efeitos dimensionais de som, exigem não só aparelhamentos especiais, como também salas de projeção retangulares, pequenas, etc”¹²⁴. Além disso, ambos os cinemas escolhidos eram localizados nos centros das cidades e destinados a um público elitizado. O Cinema *Rosário* era localizado no Edifício Martinelli, considerado o primeiro “arranha-céu” de São Paulo e, assim como demais cinemas da extinta *Cinelândia* da cidade, nessa época exigia que os seus visitantes vestissem trajes de gala nas

¹²⁰ O Gênio e mais uma de suas maravilhas: Disney “desenha” a música clássica. In: DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 11 jul. 1941, p. 6.

¹²¹ PEGORARO, Celbi Vagner Melo. *Fantasia e uma Nova Dimensão Sonora: Convergência de Linguagens Musical, Artística e Cinematográfica*. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Edição 4. São Paulo: USP, 2012, p. 6.

¹²² Como o seu nome sugere, essa frota era mais uma das estratégias da política, composta pelos navios de passageiros denominados: *Argentina, Brazil e Uruguay*, que faziam rotas pelos principais portos dos três países a Nova York e incentivando o turismo entre as partes.

¹²³ Os próprios técnicos do Studio de Walt Disney escolheram as casas, no Rio e em São Paulo onde “Fantasia” deverá ser exibida. In: JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 20 jul. 1941, p. 7.

¹²⁴ Música “dimensional”, a nova façanha de Walt Disney. In: DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 21 ago. 1941, p. 6.

estreias cinematográficas apresentadas. Segundo Meneguello, os homens vestiam terno e gravata, e as mulheres colares de pérolas¹²⁵.

As notícias sobre a estreia de *Fantasia* no *Pathé Palace* iniciam em agosto de 1941. O desenhista chegou ao Rio de Janeiro no dia 17 deste mês, presenciou a exibição de *Fantasia* primeiro no dia 23, depois em São Paulo no dia 26 corrente. Permaneceu cerca de três semanas no país e participou de conferências na ABI – Associação Brasileira de Imprensa; no DIP; no Itamaraty; no Ministério da Educação; conheceu Ary Barroso e Grande Otelo; visitou a *Escola de Samba da Portela*; prestigiou corridas de cavalo no Jockey Club; e por fim, foi condecorado pelo próprio Vargas, recebendo a *Ordem Nacional do Cruzeiro do Sul*¹²⁶.

No DIP o desenhista esteve acompanhado de Jock Whitney e de Philip Reisman, representante da RKO¹²⁷. Na ocasião, discutiram em conjunto com Lourival Fontes questões acerca dos padrões cinematográficos brasileiros, os gostos e as preferências do público nacional e, sobre as práticas de censura, para ajudar na elaboração dos futuros filmes estadunidenses que seriam veiculados no país, mas não mencionaram questões acerca do próprio cinema brasileiro¹²⁸. Assim, a Divisão de Cinema do OCIAA não estava interessada em modernizar a indústria cinematográfica nacional, tampouco exibir seus filmes nos Estados Unidos (a menos que isso lhe trouxesse alguma vantagem), e sim em exibir os seus filmes no Brasil.

A exibição no *Pathé Palace* ocorreu em benefício de uma instituição carioca intitulada *Cidade das Meninas*¹²⁹, que foi criada em 1939 por Darcy Vargas (1895-1968) e abrigava meninas desamparadas. De acordo com a historiadora Ivana Guilherme Simili, durante a trajetória política do marido, Darcy Vargas "esteve ao lado de Getúlio, atuando e participando dos seus jogos políticos"¹³⁰. Em 1938 a primeira-dama inaugurou a *Fundação Darcy Vargas* e a partir de então passou a ser uma mulher pública dedicada principalmente aos propósitos sociais e assistenciais¹³¹.

¹²⁵ MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Dissertação de mestrado. Campinas: Unicamp, 1992, p. 53.

¹²⁶ O mais alto título brasileiro que homenageia personalidades estrangeiras.

¹²⁷ *Radio Keith Orpheum*, umas das grandes companhias da indústria de cinema da época, responsável por exibir algumas das produções de Disney.

¹²⁸ Cf. PRUTSCH, Ursula. Americanization of Brazil or a Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller's Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II. *Passagens - Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica*. Rio de Janeiro: vol. 2 no.4, 2010, p. 199.

¹²⁹ Atualmente denominada *Cidade dos Meninos*.

¹³⁰ SIMILI, Ivana Guilherme. A construção de uma personagem: a trajetória da primeira-dama Darcy Vargas (1930-1945). *Seminário Internacional Fazendo Gênero 7*. Florianópolis: UFSC, 2006, p. 2.

¹³¹ *Ibidem*, pp. 2-3.

Imagem 3: Getúlio Vargas, Darcy Vargas, Walt Disney, e a esposa Lillian Disney na estreia de *Fantasia* no Cinema Pathé Palace.



Fonte: *História em Fotos*¹³².

O presidente e a sua esposa compareceram à estreia, fazendo com que a exibição de *Fantasia* fosse um grande acontecimento social carioca, ao mesmo tempo em que o presidente agia à moda do Estado Novo. De acordo com Capelato, no período os discursos de Vargas em inaugurações, comemorações e visitas forneciam o conteúdo básico da propaganda em favor do regime¹³³.

Dias antes *Fantasia* já era muito aguardada, como apontou o jornal *Correio da Manhã*: "Um acontecimento elegante reunirá, outra vez, dentro de poucos dias, a sociedade

¹³² Disponível em: < <http://historiaemfotos.tumblr.com/post/37666064338/walt-disney-com-sua-esposa-lillian-e-o-presidente> > Acesso em 06 de junho de 2015.

¹³³ CAPELATO, Maria Helena. Propaganda Política e Controle dos Meios de Comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (Org.) *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 173.

carioca. Será uma nota de elegância, aliada a uma demonstração de solidariedade humana [...]”¹³⁴. Durante a estreia também houve um leilão de exemplares de um álbum com figuras de *Fantasia* para colorir, atraindo o público infantil e, que também tiveram o lucro revertido à *Cidade das Meninas*. Podemos notar um pouco destes álbuns na imagem acima, localizados na bancada à frente dos indivíduos. A partir da sua estreia, *Fantasia* encantou os espectadores cariocas durante semanas, regado pelas críticas que a exaltavam. Muitas pessoas, inclusive, assistiram à animação em mais de uma ocasião, às vezes três ou quatro sessões, conforme noticiou o *Correio da Manhã*:

Um fato curioso que se está dando com as exibições de ‘Fantasia’ é que inúmeras pessoas têm voltado ao Pathé, duas, três ou quatro vezes, não se fartando nunca de assistir a esse maravilhoso espetáculo¹³⁵.

Na capital paulistana a recepção de *Fantasia* foi semelhante ao Rio de Janeiro, o evento foi praticamente uma festa de gala no Cinema *Rosário*, contando com a presença de representantes da sociedade paulistana. De acordo com o *Correio Paulistano*, em São Paulo a estreia também foi destinada a instituições de caridade, não apenas uma, mas quinze delas¹³⁶. Segundo o jornal, essa iniciativa deve-se a Sra. Anita da Silveira Costa, esposa do Interventor Federal na época, Fernando de Souza Costa¹³⁷.

O investimento em eventos beneficentes sempre foi habitual nos Estados Unidos, porém, não costuma ser tão frequente no Brasil. Algumas notícias dos periódicos demonstram que, em alguma proporção, a iniciativa nesta ocasião se deve à Hollywood, a exemplo do filme *Com os braços abertos*¹³⁸, que narrava a história de um padre que fundou uma comunidade destinada a crianças carentes e, segundo a notícia a seguir, impulsionou inclusive a própria criação da *Cidade das Meninas*:

¹³⁴ Um acontecimento social em perspectiva. In: CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 06 ago. 1941, p. 13.

¹³⁵ Pathé, “Fantasia” em exibição. In: CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 31 ago. 1941, p. 34.

¹³⁶ Foram as instituições: Casa da criança; Assistência Vicentina aos Mendigos; Associação Cívica Feminina; Associação das Damas de Caridade; Associação Sanatório Santa Clara; Centro de Assistência Social BrazMoóca; Centro de Estudos e Ação Social; Clínica Infantil do Ipiranga; Cruzada Pró-Infância; Fundação Paulista de Assistência à Infância; Juventude Feminina Católica; Instituto Profissional Padre Chico; Liga das Senhoras Católicas; Obra de Preservação dos Filhos de Tuberculosos Pobres; e Círculo Operário do Ipiranga. Apud CORREIO PAULISTANO. In: *A Première de gala de Fantasia*. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 10 ago. 1941, p. 3.

¹³⁷ Fernando de Souza Costa era político e agrônomo e ocupou o cargo de Interventor Federal do Estado de São Paulo de 5/6/1941 a 27/10/1945.

¹³⁸ Título original: Boys Town. Direção de Norman Taurog, 1938, 96 minutos.

Tem sido enorme em toda a parte a influência do filme da Metro *Com os braços abertos*, sobre a instituição de casas de caridade destinadas ao abrigo de menores desamparados, no gênero da que existe nos Estados Unidos. Ainda há pouco tivemos a informação [...] de que a Exma. Esposa do presidente Vargas, sra. Darcy Vargas, lançaria dentro em breve os fundamentos de uma instituição similar, destinada a receber mocinhas e meninas, dentro dos moldes básicos de que foi iniciador e orientador o célebre padre Flanagan¹³⁹.

Não encontramos demais documentos que atestem a criação da *Cidade das Meninas* inspirada no filme *Com os braços abertos*, mas, de qualquer forma, Darcy Vargas procurava reproduzir com as meninas amparadas neste lar o modelo de mulher da primeira metade do século XX em que acreditava ser o correto: a mulher deveria ser educada para ser esposa e mãe¹⁴⁰. Ademais, a primeira-dama já participava da vida política e de entidades assistenciais ao lado de demais mulheres da elite desde 1930:

[...] Os relatos da filha, Alzira, mostram que em 1930, no Rio Grande do Sul, ela [Darcy] criou a Legião da Caridade, uma associação composta por mulheres da elite gaúcha que se organizaram para produzir roupas, angariar e distribuir alimentos para as famílias cujos homens - pais, maridos e filhos que seguiram acompanhando Getúlio Vargas na sua aventura política¹⁴¹;

Para Dorfman e Matterlat, a filantropia está presente também no mundo de Disney¹⁴². Segundo os autores, todos os personagens fazem parte de uma hierarquia, onde os que estão nas posições mais altas exercem domínio financeiro, ameaças, repressão e a coerção constante e os que estão abaixo se submetem e obedecem. Assim, o mundo de Disney é feito de privilégios e benefícios e a caridade aparece como um meio oferecido aos agentes passivos. Com semelhanças ao mundo real, nas narrativas criadas pela equipe de Disney a caridade é exercida por um clube de mulheres que realizam obras sociais. Mulheres que também se encontram na condição passiva, subordinadas ao homem e abaixo da linha do poder, servem ao seu papel doméstico e, por isso, são boas e generosas. Elas podem escolher profissões típicas da “natureza feminina: modista, secretária, decoradora de interiores, enfermeira, arranjos florais, vendedora de perfumes, criada”¹⁴³. Mas se não foram educadas para o trabalho, sempre podem coordenar clubes de beneficência locais. No mundo de Disney, as mulheres que negam essa condição são transformadas nas bruxas más dos contos de fadas.

¹³⁹ O Diário de São Paulo, 22 de agosto de 1940, p. 4. Apud TOTA, Antonio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p.132.

¹⁴⁰ Cf. SIMILI, Ivana Guilherme. A construção de uma personagem: a trajetória da primeira-dama Darcy Vargas (1930-1945). *Seminário Internacional Fazendo Gênero 7*. Florianópolis: UFSC, 2006, pp. 1- 2.

¹⁴¹ Ibidem, p. 2.

¹⁴² DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de massa e colonialismo*. Tradução de Álvaro de Moyá. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980, p. 29 et seq.

¹⁴³ Ibidem, p. 35.

Esse tipo de iniciativa beneficente também era familiar para Nelson Rockefeller, que já estava acostumado com obras filantrópicas da *Fundação Rockefeller* e, não por acaso, fez ações parecidas na direção do OCIAA. De acordo com Tota, a fundação da sua família atuava em vários países da América, inclusive no Brasil, além do seu próprio país, especialmente na área de saúde e higiene, ou financiando universidades, por exemplo, e além de reverterem numa ótima imagem, essas iniciativas ainda eram muitas vezes isentas de impostos¹⁴⁴. Dessa forma, a exibição de *Fantasia* foi um grande acontecimento para o Rio de Janeiro e São Paulo, não apenas pela animação inédita, mas também por ter Walt Disney em pessoa, assim como Getúlio Vargas e, por ter sido um momento de caridade.

Nos periódicos são ausentes quaisquer reclamações da população sobre as exposições; elogios, ao contrário, mesmo de quem conseguiu assistir à animação apenas meses depois da estreia, são numerosos. Para citar um exemplo, na revista *A Scena Muda*, em uma página reservada para os leitores escreverem as suas próprias críticas, o baiano que assina Zoroastro G. Figueredo lamentou que *Fantasia* só chegou a Salvador no ano seguinte, em 1942. E o pior, que o cinema utilizado não tinha os recursos necessários para a exibição, o que acarretou em um declínio da qualidade do filme. Mesmo assim, ele adorou *Fantasia*:

[...] infelizmente, vi “Fantasia” num dos nossos piores aparelhos cinematográficos, mas felizmente, vi “Fantasia”. [...] Ansioso que estava por conhecer essa esplendida fita, sirvo-me agora da presente para dizer que é tão bela que um sentimento de piedade e tristeza se me envolve, ao pensar que existem pelo mundo inteiro milhares de ceguinhos, privados de verem uma verdadeira beleza, tão linda quanto indescritível, porque não há imaginação que possa concebê-la, tamanha é a sua magnificente espetaculação! [sic]¹⁴⁵

A limitação de público durante a estreia da animação gerou uma solitária crítica na voz de Renato de Alencar, que afirmou que o fato de *Fantasia* ter sido apresentada apenas em locais com aparelhagem especial resultou em um prejuízo cultural para o povo brasileiro, pois este ficou privado de ver a maravilhosa obra. Nas suas palavras: “Imagine-se uma joia belíssima, mas que só poderá ser usada se se fizer mão de cada comprador um dedo especial...”¹⁴⁶. Dessa maneira, mesmo criticando a limitação da exibição de *Fantasia*, Alencar ainda assim elogiava a obra.

¹⁴⁴ TOTA, Antonio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014, pp. 33-34.

¹⁴⁵ FIGUEREDO, Zoroastro G. *Fantasia*. In: A SCENA MUDA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 09 jun. 1942, p. 10.

¹⁴⁶ ALENCAR, Renato de. *Fantasia – Walt Disney*. In: A SCENA MUDA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 02 set. 1941, p. 30.

Mas a maioria dos jornalistas aponta que as exhibições de *Fantasia* foram destinadas a todas as classes sociais e, exatamente por isso perduraram durante semanas – oito no *Pathé* e cinco no *Rosário* – com várias sessões ao dia. De acordo com o *Jornal do Brasil*, *Fantasia* é uma animação que deve ser vista por todas as classes, sem exceção:

É um erro pensar que *Fantasia* é um espetáculo para elites apenas, porque, se bem que se trate de música clássica, executada por uma Orquestra Sinfônica, o filme de Disney tem todas as características para agradar mesmo aqueles que não apreciam ou não entendem essa espécie de música. Aliás, foi intenção de Disney e de Stokowski, ao fazerem *Fantasia*, tornar a música clássica mais acessível às camadas menos cultas (sob o ponto de vista musical), tornando-a ainda aptas a melhor entenderem, para o futuro, esse gênero de música¹⁴⁷.

Apesar de afirmações como esta, dizer que todos assistiram à animação com certeza é um grande exagero. Também, porque, devido ao analfabetismo, os próprios periódicos, que faziam a propaganda da exibição, não eram para todos. As classes menos abastadas não tiveram a oportunidade de entrar nos cinemas influentes dos centros das capitais do Rio de Janeiro e de São Paulo. Segundo o *Diário Carioca*, no começo os ingressos do Cinema *Pathé* custaram 100 mil réis e já estavam quase esgotados três dias antes da primeira exibição¹⁴⁸. De acordo com o *Correio Paulistano*, os primeiros preços da entrada no Cinema *Rosário* foram de 10 mil réis para as poltronas, e a 06 mil réis para crianças, estudantes e outras meias entradas¹⁴⁹. Segundo o historiador Benedito Barbosa Pupo, com mil réis se adquiriam muitos bens materiais durante o Estado Novo, e com 100 mil réis, para fazermos uma comparação, era possível, inclusive, alugar uma boa casa em área nobre de Campinas (SP)¹⁵⁰.

Conforme os altos preços e a limitação de espaço nas duas únicas salas de cinema, podemos afirmar que, nesse primeiro momento, apenas as altas classes cariocas e paulistanas tiveram a oportunidade de assistir à *Fantasia*. Entretanto, era interesse do governo que muitos tivessem acesso ao que os *bons vizinhos* tinham a nos oferecer, por isso, o DIP veiculava a propaganda não apenas por meio dos jornais e revistas, mas também do rádio¹⁵¹ e de todos os

¹⁴⁷ “*Fantasia*”, um espetáculo para todas as classes. In: JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 29 jul. 1941, p. 11.

¹⁴⁸ Uma noite de esplendor, a primeira exibição de “*Fantasia*” – Quase esgotada a lotação do Pathé Palace. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 20 ago. 1941, p. 6.

¹⁴⁹ Tomem nota dos preços para “*Fantasia*”. In: CORREIO PAULISTANO. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 26 ago. 1941, p. 8.

¹⁵⁰ Esse dado do autor refere-se a década de 1920. Na ausência de comparação mais adequada, utilizamos esta como parâmetro para constatar o alto valor de 100 mil réis para o ingresso da estreia de *Fantasia*. Cf. PUPO, Benedito Barbosa. Os serviços e o comércio no tempo de mil réis. In: *8 bananas por um tostão*. Campinas: Prefeitura Municipal, 1976. pp. 45-8.

¹⁵¹ Um exemplo de programa de rádio era o *Repórter Esso*, um radiojornal que estreou em 28 de agosto de 1941, ainda durante a estadia de Disney no Brasil, e durou até 1968, que era patrocinado pela *Standard Oil New Jersey (Esso)* e noticiava os principais fatos sociais, políticos e econômicos de interesse não só do país, como do mundo. Conhecido por ser a primeira síntese noticiosa globalizante, o programa já existia nos Estados Unidos desde 1935 e foi veiculado posteriormente na Argentina, no Uruguai e no Chile, além do Brasil. *Repórter Esso*

demais meios de comunicação possíveis. Além disso, como o cinema, de maneira geral, era financeiramente acessível inclusive para as camadas mais populares, parte dos demais segmentos da população puderam assistir a *Fantasia* algum tempo depois, o tempo varia de acordo com a região do país, sendo mais demorado para os locais mais interioranos.

Mesmo quem não assistiu a essa ou a outras obras do desenhista, ficou conhecendo os personagens de Disney mais cedo ou mais tarde. Começaram a aparecer nos periódicos *cartoons* de Mickey Mouse e Pato Donald, assim como em propagandas de diversos produtos, em programas de rádio e nas fantasias de carnaval. Em fevereiro de 1941, Jorge Maia publicou no jornal *A Noite* a sua preocupação com o carnaval carioca daquele ano, onde haviam cada vez mais temas de Disney e desapareciam os personagens do folclore nacional:

[...] por que razão escolheram apenas os motivos estrangeiros para enfeitá-la? [a avenida] Vemos ali toda a bicharada de Disney... Serão tão pobres os tipos nacionais? Acaso os nossos bonecos não são dignos de enfrentar o turista-folião, disposto a se divertir cantando em inglês a última marchinha de sucesso?¹⁵²

Se naquela época os personagens do folclore nacional já começavam a desaparecer, consequências como essa continuam reafirmando o imperialismo cultural sob o Brasil. Outra e única crítica negativa encontrada nos periódicos sobre *Fantasia* foi escrita por Vinícius de Moraes, que julgou algumas partes da animação de indignas de apreço, como o excerto *A Pastoral* (01h13min55s), que julgou acabar com a beleza da composição de Beethoven. Por outro lado, Moraes elogiou *Dança das Horas* (01h37min) como lindíssima e digna do título de melhor trabalho de Disney até então¹⁵³.

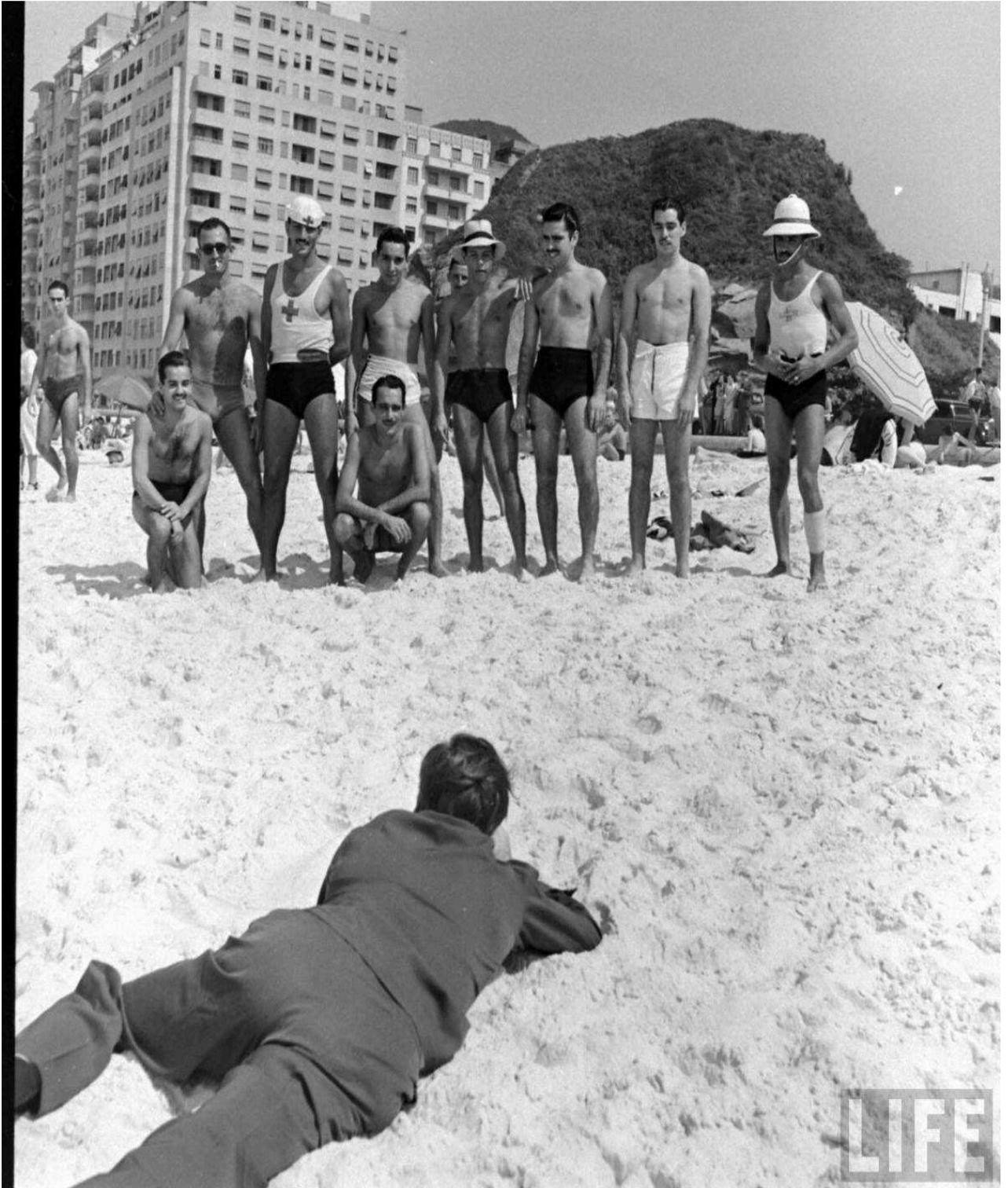
Assim, com raras exceções, *Fantasia* foi um sucesso nas críticas cinematográficas nacionais. Outro fato que contribuiu para isso foi o próprio Walt Disney fazer questão de se misturar com a população. Selecionamos as imagens abaixo para reforçar as afirmações dos periódicos em relação a simpatia de Disney quando estava em público. Nesta foto, o desenhista estava deitado na areia da praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, com uma câmera na mão e filmando um grupo de guarda-vidas:

estava subordinado a *Agência Nacional de Informações*, fazia chamadas de hora em hora e transmitia os interesses da política da *Boa Vizinhança* na programação radiofônica desses países.

¹⁵² MAIA, Jorge. *Cronica da Cidade*. In: A NOITE. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 23 fev. 1941, p. 3.

¹⁵³ MORAES, Vinícius de. *Cinema*. In: A MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 27 ago. 1941, p. 5.

Imagem 4: Walt Disney em Copacabana



Fonte: GGN¹⁵⁴

¹⁵⁴ ARAUJO, Motta. *Fotografias mostram Walt Disney no Rio para criar laços no país*. GGN. 09 de março de 2014. Disponível em: <<http://ggnnoticias.com.br/noticia/fotografias-mostram-walt-disney-no-rio-para-criar-lacos-no-pais>> Acesso em 12 de junho de 2015.

Imagem 5: Walt Disney visto de frente



Fonte: Sobrasa¹⁵⁵

Essas fotos são de autoria do fotógrafo Hart Preston, da revista *Life*, que acompanhou a equipe do desenhista na viagem pela América Latina em 1941. Essas imagens eram também de interesse da Política de Boa Vizinhança, ao exaltar as belezas naturais do Rio de Janeiro em uma importante revista para o público estadunidense. Nota-se, aliás, que todos os fotografados possuem pele branca, ou, no máximo, bronzeadas pelo sol de Copacabana, sendo um convite para o turismo ao Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo, para os brasileiros as imagens ilustram Disney completamente à vontade no Brasil, tendo atitudes esperadas de alguém amigo. Mas será que Disney era tão querido nos Estados Unidos como se tornou no Brasil? Considerando que o produtor passava por um momento financeiramente delicado e que acontecia uma greve de grandes proporções nos seus estúdios, podemos citar que, no mínimo, parte dos seus funcionários nesse momento não considerariam Disney simpático ou amigo, já que reivindicavam melhores condições de trabalho e salário, do qual o desenhista era acusado de pagar os menores da indústria cinematográfica.

¹⁵⁵ SZPILMAN, David. *Disney e os guarda-vidas da praia – Rio 1941*. Sobrasa. 07 de dezembro de 2012. Disponível em: <<http://www.sobrasa.org/portfolio/disney-e-os-guarda-vidas-da-praia-rio-1941/>> Acesso em 12 de junho de 2015.

Mas no Brasil, Disney seguiu sorrindo ao lado de diferentes classes sociais. Destacamos a sua ida a *Escola de Samba da Portela*, ocasião em que conversou, dançou e se divertiu com a *gente do morro*, como afirma o *Correio da Manhã*:

[...] não acharíamos que Walt Disney tivesse conhecido o Rio de Janeiro, não tivesse ele ido a um terreiro, ouvir um samba ou assistir a uma decorativa macumba, permitida pela Polícia. E lá foi, domingo, o inventor do Camondongo para a Escola de Samba de Paulo Portela, ver como se sapateia e se tira uma melodia [...] conheceu cuícas, tamborins, pandeiros e onde viu belas cadeiras em requiebro de maxixe... Disney talvez tenha levado da escola de samba alguma idéia: mas de certa não para animá-la mais do que estava ele animado lá¹⁵⁶.

Disney foi a sensação das notícias nacionais, especialmente as cariocas. De acordo com o jornal *A Manhã*: “A ordem é Walt Disney. Não se fala em outra coisa na cidade. E está certo. O contrário seria um absurdo, seria a mesma coisa que se nós estivéssemos alheios ao que se passa na Europa”¹⁵⁷. Assim, na medida em que a guerra ainda estava longe, a imprensa focava nos assuntos mais próximos ou, mais precisamente, interamericanos. Para citar um exemplo dos largos elogios de intelectuais brasileiros, em depoimento ao *Correio Paulistano*, Monteiro Lobato não poupou exageros:

Disney é a suprema compensação do nosso atual momento de horrores. Há a guerra, sim. Há o bombardeio cego dos aviões. Há o infame esfaqueamento de crianças. Há o inferno: a Ciência a serviço do Mal. Mas a humanidade salva-se produzindo nesta hora trágica a altíssima compensação dum Disney, o Grande Criador¹⁵⁸.

Desta estadia de Disney ao Rio de Janeiro nasceram as obras encomendadas pelo governo estadunidense - *Alô, Amigos* e *Você já foi à Bahia?* – e junto delas, o famoso personagem e papagaio “brasileiro” Zé Carioca. Essas animações foram estrategicamente elaboradas para serem as mais simpáticas possíveis ao público latino-americano, mesclando as cenas com documentário, ou seja, imagens reais da estadia de Disney nos países. Freire-Medeiros as denomina de “documentários ficcionais”, pois combinam doutrinação político, informação e entretenimento¹⁵⁹. Na verdade, essas animações estão muito mais próximas do olhar de um estrangeiro sob o Rio, no caso Walt Disney, ao do próprio carioca, quanto mais dos brasileiros. Essas animações não mostram negros nem mulatos e, mesmo precedidos de

¹⁵⁶ Films e “Astros” - Diário para o fan. In: CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 26 ago. 1941, p. 13.

¹⁵⁷ Walt Disney entrou na batucada – sugestões provocadas pela exibição da Escola de Samba de Portela. In: A MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 26 ago. 1941, p. 5

¹⁵⁸ LOBATO, Monteiro. *Reação dum Troglodita*. In: CORREIO PAULISTANO. São Paulo: Fundação Biblioteca Nacional, 16 set. 1941, p. 8.

¹⁵⁹ FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Diplomacia em Celulóide: Walt Disney e a Política de Boa Vizinhança. *Transit Circle: Revista Brasileira de Estudos Americanos*. Niterói, ISSN 1517-0152, v. 3, 2004, p. 68.

muita pesquisa da equipe de Disney, são repletos de distorções. Segundo Freire-Medeiros, no caso brasileiro os desenhos de Disney também foram aprovados porque divulgavam representações de um Brasil como uma população de uma maioria branca¹⁶⁰.

Portanto, podemos afirmar que se a aceitação deste tipo de filme pelo público nacional foi demasiadamente positiva, em grande parte se deve à propaganda dos mesmos veiculada pela imprensa. Considerando apenas as animações, isso começou intensamente com *Fantasia* e perdurou por toda a Política de Boa Vizinhança. Em 1941 os periódicos se esforçaram para passar imagens deslumbrantes de Disney e da sua obra deixando margem de que, se o público aplaudisse, ganharia animações com temas brasileiros, como se percebe nessa publicação do jornal *A Manhã*:

Walt Disney está escolhendo material na fauna brasileira para composição de suas imortais histórias de bichos. [...] É um ensejo excelente, que se nos oferece para tornar conhecidos alguns dos nossos bichos mais curiosos. O tatu, o sagüim, o inhambu, o jaboti, o preá, o gambá e outros bem poderiam aspirar a celebridade e tornar-se tão famosos como o Pato Donald e o camondongo Mickey [sic]¹⁶¹.

Mais do que os animais, Disney demonstrou interesse em conhecer e aproveitar o que tinha de melhor na cultura brasileira, em especial a música. O jornal *A Manhã* relata, inclusive, que o desenhista chegou a comprar os direitos autorais de algumas composições brasileiras, entre elas: *Aquarela do Brasil*, *Tico-tico no Fubá*, e *Os Quindins de Yayá*¹⁶². Entre 1941 e 1942, Disney veio ao Rio de Janeiro pelo menos três vezes, cidade que ele apelidava de “o paraíso dos pintores”, para lançar suas animações, manter amizades e cumprir os projetos do governo estadunidense.

¹⁶⁰ FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Diplomacia em Celulóide: Walt Disney e a Política de Boa Vizinhança. *Transit Circle: Revista Brasileira de Estudos Americanos*. Niterói, ISSN 1517-0152, v. 3, 2004, p. 78.

¹⁶¹ NEVES, Berilo. *A Arte e os Bichos*. In: A MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 04 set. de 1941, p. 7

¹⁶² A propagando do Brasil nos Estados Unidos. In: A MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 02 ago. 1942, p. 2.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fantasia é um clássico na história do cinema de animação pelo mérito da sua produção, que foi desenvolvida para o público estadunidense, quando, na década de 1940, já possuía uma tradição de filmes musicais. Porém, com o insucesso de bilheteria e os altos prejuízos causados, Disney aproveitou a oportunidade da sua primeira viagem à América Latina para exibir essa obra também em alguns países do sul. Dessa vez, contou com a ajuda dos governos e dos meios de comunicação e cultura dos países envolvidos para conquistar os espectadores e propagandear a sua arte, em troca de acordos para a Política de Boa Vizinhança e demais informações para o governo estadunidense.

Assim, para o Brasil *Fantasia* é um marco especialmente pela sua recepção. Como não possui temas latino-americanos, foi a sua exibição em um momento propício que conseguiu fazer sucesso no país. A análise da recepção desta animação a partir dos críticos dos jornais e revistas da época, demonstrou ser fundamental para a nossa compreensão sobre o papel de mediadores que esses sujeitos reproduziram, ao enfatizar positivamente uma obra cultural estadunidense, omitindo a sua escassa audiência no país de origem e que, mesmo assim, seria superior ao "atrasado" cinema nacional. Mas nem sempre esses críticos poderiam escrever o que realmente pensavam. Os periódicos do Estado Novo passavam pela censura do DIP e, assim, publicavam notícias favoráveis a esse regime e à Política de Boa Vizinhança. A exibição de *Fantasia* foi parte da atuação desta política no Brasil. Foi, de fato, um acontecimento político, ao reunir o presidente da república com personagens e autoridades estadunidenses por um propósito que ultrapassava o simples entretenimento de um desenho animado. Pois, se algumas notícias dos periódicos relatavam que Disney viria ao Brasil especialmente para lançar *Fantasia*, os interesses do desenhista demonstraram-se muito além de uma simples estreia cinematográfica. Disney fazia o papel da estrela de Hollywood fotografando para os jornais e revistas, sendo entrevistado, lançando a sua obra, visitando e elogiando a "cidade maravilhosa", enquanto o seu colega e responsável pela Divisão de Cinema do OCIAA, Jock Whitney, simultaneamente permanecia mais distante das câmeras e dos jornalistas, tratando dos negócios do governo estadunidense. Chamamos atenção para as datas. Walt Disney e Jock Whitney estiveram no Brasil em agosto de 1941, o mesmo período em que, não por acaso, foi instalada a subdivisão do OCIAA no Rio de Janeiro.

O OCIAA foi considerado um dos órgãos estadunidense mais bem preparados para agir durante a guerra. No Brasil, a parceria com o DIP foi substancial para que o Escritório

alcançasse os seus objetivos. A coerção e a censura do Departamento fizeram com que, durante o Estado Novo, a propaganda a favor do governo fosse veiculada desde a imprensa escrita até os meios como o rádio e o cinema. Essa medida não apenas funcionou muito bem como também proporcionou ao Estado Novo uma articulação do seu regime autoritário voltada tanto para as elites intelectuais como para as camadas populares. Vargas soube aproveitar o cinema para alcançar tanto letrados quanto analfabetos.

Apesar das doutrinas políticas antagônicas estabelecidas entre os Estados Unidos e o Brasil, um procurando vender o seu ideal democrático, e o outro com a sua centralização de poder, na prática, não parecem ter ocorrido grandes obstáculos para o alinhamento do Brasil com os Estados Unidos, que demonstrou ter sido mais por questões políticas e econômicas, como a construção da Siderúrgica de Volta Redonda, a valorização da exportação do café brasileiro, e a impulsionamento da modernização e da industrialização do país, do que propriamente ideológicas. Ainda assim, as estratégias da Política de Boa Vizinhança funcionaram como amplos discursos de convencimento político num jogo de poder entre governos que, mesmo distintos, encontraram maneiras de transmitir supostas semelhanças entre si.

A Segunda Guerra Mundial foi, sem dúvida, o grande momento de estreitamento das relações culturais entre os dois países. Os Estados Unidos perceberam que precisavam da colaboração da América Latina, até então designada como inferior e primitiva, para evitar uma possível ocupação europeia e preparar-se então para a defesa. Este contexto certamente facilitou a difusão de uma imagem positiva da sociedade estadunidense na América Latina, principalmente após a queda dos Estados autoritários europeus, quando a luta contra o nazifascismo enfatizava a democracia que os Estados Unidos representavam.

Embora reconhecendo o poder de barganha de Vargas, concluímos que no que diz respeito à cultura os brasileiros saíram perdendo. Os *bons vizinhos* não foram tão solidários quanto discursavam. Se o Estado Novo visava a construção de um novo brasileiro, os Estados Unidos cobiçavam para além do seu território a construção de novos americanos, nunca iguais a eles, mas que os admirassem. A partir da década de 1940, os brasileiros passaram a olhar para os Estados Unidos com um ideal, uma espécie de modelo que deveriam seguir.

Durante os governos de Franklin Delano Roosevelt e de Getúlio Vargas, Walt Disney e Carmen Miranda funcionaram teoricamente como uma espécie de troca de artistas, assim como aconteceram trocas comerciais, de programas e de informações. Entretanto, sublinhamos que essas "trocas" não foram igualitárias, pois a via não foi de "mão dupla", e sim praticamente única, das influências culturais estadunidenses para os brasileiros, na

medida em que o inverso pouco aconteceu. Disney não foi aclamado pelo povo e a imprensa apenas pelas suas animações, mas também por ser simplesmente estadunidense e, logo, superior, moderno; e Carmen Miranda passou a representar o Brasil em um papel estereotipado como exótico, de certa maneira ainda selvagem e, por isso, disponível para a hegemonia estadunidense.

Fantasia, portanto, foi uma das primeiras de muitas influências culturais estadunidenses recebidas pelos brasileiros, mas se o seu sucesso foi grande no Brasil, ocorreu em grande parte pelas mediações da imprensa. O DIP se encarregou de preparar a população para a visita de Disney e para a exibição da animação por meio de jornais, revistas e programas de rádio e, continuou a exaltá-los durante e após os eventos. O sucesso foi tamanho, que no início de 1942 *Fantasia* venceu o concurso de melhor filme do ano (1941) promovido pela ABI em conjunto com a *Associação dos Artistas Brasileiros*¹⁶³. Concomitantemente, essa mesma imprensa também já preparava a população para as próximas animações de Disney, encomendados pelo OCIAA, para que igualmente fizessem sucesso, ou ainda mais, já que dessa vez as obras possuiriam temas brasileiros. Nessa lógica, *Fantasia* funcionou estrategicamente como um “cartão de visitas” do governo estadunidense para a equipe de Disney estar no Brasil propagando os ideais da Política de Boa Vizinhança.

O cinema comporta-se, dessa maneira, como um gerador de práticas sociais, que consegue informar e formar a opinião do seu público. A animação desenvolve a subjetividade e a imaginação do espectador, funcionando perfeitamente como meio de propaganda ideológica. A animação de Walt Disney, especialmente, utiliza de animais como personagens para garantir ainda mais o seu envolvimento com o público. Mickey, Donald ou Zé Carioca interagem com todos, das crianças aos idosos, os conquistam e os fazem rir ou se emocionar de uma maneira mais fantasiosa do que o *live action*. *Fantasia* é um caso à parte porque possui uma narrativa orquestrada e não tem um personagem central com uma história de começo, meio e fim; o seu valor de arte é maior do que o comercial. Mesmo assim, a sua recepção no Brasil foi tão satisfatória que abriu todas as portas para que as próximas animações lotassem as salas de cinemas nacionais.

Porém, por mais que os periódicos afirmem o contrário, dificilmente a exibição de *Fantasia* em 1941 aconteceu para todos. Primeiro porque essa animação exigia pequenas salas de cinema, com uma estrutura especial e as ferramentas adequadas. Segundo, porque as classes mais abastadas eram o grande foco da Política de Boa Vizinhança, pois como vimos,

¹⁶³ Os melhores filmes de 1941. In: JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 7 jan. 1942, p. 10.

foi com o apoio das elites locais que a hegemonia estadunidense se consolidou nos países latino-americanos. Assim como Rockefeller já vinha visitando o Brasil desde um pouco antes do início da guerra, Disney estava aqui para fazer e manter amizades. E terceiro, porque *Fantasia* só firmou o seu prestígio na história do cinema mundial, bem como a sua popularização, apenas na década de 1960, quando foi incorporada ao movimento psicodélico da época e lançada em uma nova versão, sem narração e com cortes de algumas cenas.

De qualquer forma, a exibição de *Fantasia* foi mais uma das estratégias para Hollywood ocupar definitivamente o lugar do cinema nacional. No início da década de 1940 a indústria cinematográfica brasileira necessitava de melhorias técnicas e de profissionalização. Ao invés do governo estadunidense incentivar o seu crescimento, como sugeria teoricamente a solidariedade continental, fez aumentar as barreiras, pois agora a mídia exigia que o cinema nacional acompanhasse os moldes estabelecidos e monopolizados por Hollywood. Para o senso comum, o cinema de qualidade passou a ser o estadunidense. Logo, a cultura brasileira viveu neste contexto uma contradição, visto que o Estado Novo exaltava a sua busca pela brasilidade. De fato, o DIP obrigava as salas de cinema a exibirem filmes nacionais no período, mas o cinema aprovado pelo governo Vargas era aquele que ele mesmo produzia e controlava, se resumindo em cinejornais que representavam uma imagem positiva do regime. Dessa maneira, todas as outras formas de produção foram prejudicadas.

Hollywood produzia sonhos que perpassavam as ideias dos brasileiros como uma aspiração por uma nação poderosa, auxiliando a glorificação do *American way of life*. As pessoas começaram a se inspirar nos filmes para mudar de aparência ou de comportamento. Disney cumpriu o seu papel de embaixador da *boa vizinhança* e contribuiu para o imperialismo cultural estadunidense perante o Brasil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. *Quando a música fala: a produção de sentido em Fantasia*. Monografia. Juiz de Fora: UFJF, 2002.
- AMÂNCIO, Tunico. *O Brasil dos Gringos: Imagens no Cinema*. Niterói: Intertexto, 2000.
- AYERBE, Luis Fernando. Imperialismo e Dependência Estrutural. In: *Estados Unidos e América Latina: A Construção da Hegemonia*. São Paulo: UNESP, 2002, p. 45-62. Disponível em: <http://www.historia.seed.pr.gov.br/arquivos/File/sugestao_leitura/4ayerbe.pdf> Acesso em 13 jun 2014.
- BALENSIFER, Danielle Rotholi; JAGUARIBE, Elizabete. *Paralelo entre as animações Disney e o processo de identificação do espectador*. Recife: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-0865-1.pdf>> Acesso em 05 de junho de 2015.
- BRYMAN, Alan. *Disney and his Worlds*. London: Routledge, 1995.
- BYRNE, Eleanor. McQUILLAN, Martin. *Deconstructing Disney*. London: Pluto Press, 1999.
- CAPELATO, Maria Helena. Propaganda Política e Controle dos Meios de Comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (Org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999, pp. 167-178.
- DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de massa e colonialismo*. Tradução de Álvaro de Moyá. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- DUARTE, Adriano Luiz; VALIM, Alexandre Busko. Brazil at War: Modernidade, liberdade e democracia nos filmes produzidos pelo Office of Interamerican Affairs. In: SILVA, Francisco C. T et alii (Org.) *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. 1 ed. Rio de Janeiro: Multifoco/TEMPO/UFRJ/FINEP/CNPq, 2010, v. 1, pp. 723-744.
- FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Diplomacia em Celulóide: Walt Disney e a Política de Boa Vizinhaça. *Transit Circle*: Revista Brasileira de Estudos Americanos. Niterói, ISSN 1517-0152, v. 3, 2004, p. 60-79.
- FRIEDRICH, Otto. *A Cidade das Redes: Hollywood nos anos 40*. Tradução: Ângela Melim. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- GRAMSCI, Antônio. *Concepção dialética da história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.
- LAGNY, Michèle. *O cinema como fonte de História*. In: NÓVOA, Jorge. Cinematógrafo. São Paulo: Ed. UNESP, 2009, pp. 99-131.

LOPES, Sonia de Castro. *Lourival Fontes no Governo Vargas: um Jogo de Poder com Luzes e Sombras*. X Encontro Regional de História – ANPUH. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

MACEDO, Kárita Bernardo de. *O “Office of the Coordinator of Inter-American Affairs” entra em cena: novas abordagens para uma Política de Boa Vizinhança*. Ouro Preto: 9º Encontro Nacional de História da Mídia, 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/o-201coffice-of-the-coordinator-of-inter-american-affairs201d-entra-em-cena-novas-abordagens-para-uma-politica-de-boa-vizinhanca> Acesso em 20 de maio de 2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Dissertação de mestrado. Campinas: Unicamp, 1992.

MOURA, Gerson. *Tio Sam Chega ao Brasil: A penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 2ª edição, 1985.

_____. *Relações Exteriores do Brasil - 1939-1950: Mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012. Disponível em: http://funag.gov.br/loja/download/998-Relacoes_Exteriores_do_Brasil.pdf Acesso em 13 jun. 2014.

PANDOLFI, Dulce (Org.) Apresentação. In: *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999, pp. 09-14.

PEGORARO, Celbi Vagner Melo. *Fantasia e uma Nova Dimensão Sonora: Convergência de Linguagens Musical, Artística e Cinematográfica*. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Edição 4. São Paulo: USP, 2012. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/article/viewFile/7988/7405> Acesso em: 05 jun. 2014.

PRUTSCH, Ursula. Americanization of Brazil or a Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller's Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II. *Passagens - Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica*. Rio de Janeiro: vol. 2 no.4, 2010, p. 181-216. Disponível em: <http://www.historia.uff.br/revistapassagens/artigos/v2n4a82010.pdf> Acesso em 31 de julho de 2014.

PUPPO, Benedito Barbosa. Os serviços e o comércio no tempo de mil réis. In: *8 bananas por um tostão*. Campinas: Prefeitura Municipal, 1976. pp. 45-8.

SIMILI, Ivana Guilherme. A construção de uma personagem: a trajetória da primeira-dama Darcy Vargas (1930-1945). *Seminário Internacional Fazendo Gênero 7*. Florianópolis: UFSC, 2006. Disponível em: http://www.fazendogenero.ufsc.br/7/artigos/I/Ivana_Guilherme_Simili_42.pdf Acesso em 06 de junho de 2015.

SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. Tradução de Octavio Mendes Cajadó. São Paulo: Cultrix, 1975.

STAM, Robert. ELLA, Shohat. *Crítica da imagem eurocêntrica: multiculturalismo e representação*. Tradução de Marcos Soares. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.

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

_____. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

VALDEZ, Virgínia Mara Hinojosa. *Brasil e Estados Unidos: a propaganda do Office of the Coordinator of InterAmerican Affairs no Brasil (1940-1945)*. São Paulo: Anais do XXVI Simpósio Nacional de História (ANPUH), 2011.

VALIM, Alexandre B. História e cinema. In: CARDOSO, Ciro F; VAINFAS, Ronaldo. *Novos Domínios da História*. Rio de Janeiro: Elsevier, pp. 283-300.

ZAGNI, Rodrigo Medina. *Imagens Projetadas do Império: O Cinema Hollywoodiano e a Construção de uma Identidade Americana para a Política da Boa Vizinhaça*. São Paulo: Cadernos PROLAM/USP (ano 8, vol. 1), 2008. Disponível em: <http://www.usp.br/prolam/downloads/2008_1_3.pdf> Acesso em: 05 jun. 2014.

Fontes:

A MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1941-1945. PR_SPR_00007_116408. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=116408&pasta=ano%20194>> Acesso entre julho de 2013 e abril de 2014.

A NOITE. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1941-1945. PR_SPR_00155_348970. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=348970_04&pasta=ano%20194> Acesso entre julho de 2013 e abril de 2014.

A SCENA MUDA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1941-1945. PR_SPR_02338_084859. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=084859&pasta=ano%20194>> Acesso entre julho de 2013 e abril de 2014.

CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1941-1945. PR_SPR_00130_089842. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=089842_05&pasta=ano%20194> Acesso entre julho de 2013 e abril de 2014.

CORREIO PAULISTANO. São Paulo: Fundação Biblioteca Nacional, 1941-1942. PR_SPR_00140_090972. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=090972_09&pasta=ano%20194>
Acesso entre julho de 2013 e abril de 2014.

DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1941-1945.
PR_SPR_00009_093092. Disponível em:
<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=093092_03&pasta=ano%20194>
Acesso entre julho de 2013 e abril de 2014.

FANTASIA (Fantasia). Burbank: Walt Disney Productions, 1940. Direção: Samuel Armstrong, James Algar, Bill Roberts, Ben Sharpsteen, David Hand, Hamilton Luske, Jim Handley, Ford Beebe, T. Hee, Norman Ferguson, Paul Satterfield e Wilfred Jackson. Roteiro: Joe Grant, Dick Huemer. Elenco e Trilha Sonora: The Philadelphia Orchestra, dirigida por Leopold Stokowski. Distribuição: RKO Radio Pictures. Animação/Musical. Cor. 124 min.

FON FON. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1941-1945. Disponível em:
<<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=259063&pasta=ano%20194>> Acesso entre julho de 2013 e abril de 2014.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1941-1945.
PRC_SPR_00009_030015. Disponível em:
<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=030015_06&pasta=ano%20194>
Acesso entre julho de 2013 e abril de 2014.

Sites:

Blog *Oh My Disney*. Disponível em: <<http://blogs.disney.com/oh-my-disney/2014/01/09/tbt-see-all-53-walt-disney-animation-movie-posters/>> Acesso em 24 de julho de 2014.

Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC). Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/>> Acesso em 12 de maio de 2014.

IBGE, Censo Demográfico 2010. Disponível em:
<<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000008473104122012315727483985.pdf>> Acesso em 30 de julho de 2014.

IMDb - *Fantasia*. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0032455/>> Acesso em 30 de julho de 2014.

ARAÚJO, Motta. *Fotografias mostram Walt Disney no Rio para criar laços no país*. GGN. 09 de março de 2014. Disponível em: <<http://ggnnoticias.com.br/noticia/fotografias-mostram-walt-disney-no-rio-para-criar-lacos-no-pais>> Acesso em 12 de junho de 2015.