

## **Engenharia de um circuito comunicacional: cinema e propaganda nas relações entre Brasil e Estados Unidos em tempos de Segunda Guerra Mundial**

(VALIM, Alexandre Busco. **O triunfo da persuasão: Brasil, Estados Unidos e o cinema da Política de Boa Vizinhança durante a II Guerra Mundial**. São Paulo: Alameda, 2017)

Edvaldo Correa Sotana

*O Triunfo da persuasão*, livro de Alexandre Busco Valim, professor de história do cinema da Universidade Federal de Santa Catarina, configura-se como valiosa e imprescindível contribuição para o leitor brasileiro interessado em aprofundar seu conhecimento acerca das relações político-culturais entre Brasil e Estados Unidos.

Em fins dos anos 1970, Moniz Bandeira (1978) abordou dois séculos da presença norte-americana no Brasil. Com recorte temporal que compreendia da Colônia até o governo João Goulart, Bandeira salientou o jogo de forças, as ações e os fatos referentes à política, à economia e à cultura. Especificamente, a difusão de elementos da cultura estadunidense em território brasileiro foi objeto de estudo produzido por Gerson Moura (1984). De acordo com o próprio pesquisador,

a chegada visível de Tio Sam ao Brasil aconteceu mesmo no início dos anos 40, em condições e com propósitos muito bem definidos. A presença econômica, menos visível, era bem anterior e certas manifestações culturais, como o cinema de Hollywood, já inculcavam valores e ampliavam mercados no Brasil. Mas a década de 40 é notável pela presença cultural maciça dos Estados Unidos, entendendo-se 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 (MOURA, 1984, p. 8).

Por sua vez, em *Imperialismo sedutor*, Antonio Pedro Tota (2000) analisou o projeto estadunidense de “americanizar” o Brasil, tido como um importante parceiro na América do Sul no quadro histórico de luta contra o nazi-fascismo. Para Tota, a “americanização” ajudaria a superar “possíveis resistências à aproximação política entre os Estados Unidos e o Brasil” e a Política de Boa Vizinhança seria “instrumento” norteador dessa “verdadeira ‘fábrica de ideologias’” criada pelo governo norte-americano durante a Segunda Guerra Mundial (TOTA, 2000, p. 18-19).

Já o cinema estadunidense foi objeto da tese de doutoramento em história defendida pelo próprio Alexandre Busco Valim (2006). Ocupado em analisar o impacto social dos

filmes estadunidenses com temática anticomunista exibidos no Brasil entre 1945 e 1954, ele mapeou um “circuito comunicacional” — compreendo emissão, mediação e recepção — para discutir o caráter transnacional das mensagens anticomunistas contidas nesses filmes no alvorecer da Guerra Fria.

Com recorte temporal anterior, o livro *O triunfo da persuasão* também se inscreveu no campo da história transnacional e dos circuitos de poder que compõem a produção e o consumo de bens culturais. Nele, Valim investigou os “usos do cinema como instrumento de persuasão em uma ‘zona de contato’ engendrada pela Política de Boa Vizinhança em um contexto de relações de poder profundamente assimétricas” (VALIM, 2017, p. 23). Procurou analisar o “imperialismo midiático” — constituição, operação e efeitos — e, conseqüentemente, desvendar as “estratégias menos diretas e menos onerosas” que a “diplomacia cultural” estadunidense empreendeu para “ampliação e manutenção de uma efetiva hegemonia” (VALIM, 2017, p. 32). Desse modo, realizou um trabalho de história social do cinema, campo no qual as produções audiovisuais são investigadas num quadro de “complexas relações com as sociedades nas quais foram produzidas e mediadas”, avançando na compreensão das práticas, representações, interesses e expectativas com relação a produção, circulação, exibição e recepção de filmes. Portanto, é possível afirmar que o estudo de Valim é um consistente exemplo de pesquisa que transcende a análise dos conteúdos veiculados nos filmes.

Personagem central da investigação, a *Brazilian Division* foi concebida num contexto de intensificação da Política de Boa Vizinhança (em inglês, *Good Neighbor Policy*) e seus programas culturais, educacionais e de difusão de propaganda no território brasileiro. Em agosto de 1940 foi criado o *Office of Commercial and Cultural Relations Between the American Republics* (OCCCR-BAR), passando a denominar-se, a partir de julho de 1941, *Office of the Coordination of Inter-american Affairs* (OCIAA) — chamado de *Office* pelo autor. Dentre suas repartições, encontrava-se a *Motion Picture Division* (MPD), responsável pela propaganda por meio do cinema (produção e distribuição não comercial) para Estados Unidos e América Latina. Em território brasileiro, o circuito comunicacional construído pelo governo estadunidense contava com a *Brazilian Division* (primeira unidade do *Office* na América Latina) e seus escritórios regionais.

No prefácio da obra, Bárbara Weinstein (2017, p. 17) salientou que

os representantes do *Office* tinham que se preocupar constantemente com a opinião pública no Brasil e fazer o máximo para não ofender nem o governo nem o povo brasileiro. [...] persuadir o público, agradar a plateia, e evitar qualquer sinal de arrogância ou prepotência estadunidense. [...] Enfim, a missão um tanto quanto delicada do *Office* foi apresentar/vender o *American Way of Life* como algo superior e desejável, que valia a pena ser defendido a todo custo, sem ferir as sensibilidades dos brasileiros em uma época de crescente nacionalismo.

Ao esmiuçar os “esforços de persuasão” empreendidos para a aproximação entre Brasil e Estados Unidos no contexto da Política de Boa Vizinhança durante a Segunda Guerra Mundial, Valim procurou responder a seguinte indagação: “Como se deram as aproximações entre povos geograficamente e historicamente separados, em um contexto tão turbulento quanto pode ser o de uma guerra mundial?” (VALIM, 2017, p. 22). Não menos relevantes foram outras questões que mobilizaram o pesquisador: Quais as múltiplas faces do imperialismo estadunidense? Possibilitaram aos Estados Unidos construir hegemonia política, econômica e cultural sem precedentes? É possível esquadrihar os efeitos da propaganda por meio do cinema? As exposições permitiram redes de contato com as elites nacionais?

Certamente, o leitor se impressionará com o imenso conjunto documental utilizado no trabalho e acessado a partir de garimpagem realizada pelo pesquisador no *National Archives*, em College Park, Maryland, Estados Unidos. Para o livro, Alexandre Valim levantou e analisou documentos produzidos por agências governamentais estadunidenses que atuaram em território brasileiro no contexto da Política de Boa Vizinhança, privilegiando a comunicação interna, especialmente as correspondências e os relatórios que circularam entre a *Brazilian Division*, outras agências, agentes e instâncias governamentais brasileiras e estadunidenses.

De modo esquemático, o resultado da investigação foi dividido em seis capítulos. No primeiro, o pesquisador visou discutir aspectos da instalação da *Brazilian Division*, enfocando, a partir da análise de documentos produzidos por essa agência e por outras agências governamentais norte-americanas, como se deu uma complexa rede de contato com diferentes estados brasileiros, notadamente a instalação dos comitês e escritórios regionais pelo Brasil. Destaca-se o modo como o estudioso delineou as dificuldades enfrentadas pelo *Office* para financiar suas atividades em território brasileiro — particularmente em função do Decreto-Lei nº 383 (BRASIL, 1938), que vedava a estrangeiros a atividade política no Brasil — e as estratégias utilizadas para burlar a legislação brasileira. Além disso, Valim (2017, p. 58-59) apontou que

As atividades de propaganda da *Brazilian Division* estavam alicerçadas tanto no aparato governamental dos Estados Unidos, via *Office*, quanto na vasta rede de contatos comerciais estadunidenses no Brasil calcada na iniciativa privada. [...] deveria funcionar não apenas em sinergia com o *Office*, agência da qual era subsidiária, mas também com relação ao *Department of State, Inter-American Development Commission*, Comissão Brasileira de Fomento Inter-Americano e a Embaixada dos Estados Unidos do Brasil.

No segundo capítulo, Valim apresentou as dificuldades legais colocadas para atuação do *Office* em território brasileiro, o modo como a agência lidou com a legislação do período varguista, organizou as atividades iniciais no campo da propaganda e firmou parcerias. Ganhou ênfase, no capítulo, a discussão sobre as fronteiras estabelecidas entre informação, propaganda e educação e a rede de indivíduos e instituições que contribuíram com a *Brazilian Division*, contando, inclusive, com “políticos do alto escalão do governo Vargas, embaixadas de diversos países, até cidadãos comuns, ávidos por cooperar com esforços de aproximação entre Brasil e Estados Unidos” (VALIM, 2017, p. 99).

No capítulo seguinte, o autor discutiu a logística concebida para expansão das atividades da *Brazilian Division*, tendo em vista a ampliação do programa de exibição de filmes por meio dos comitês e escritórios regionais, considerando, igualmente, as dificuldades de transporte, a escassez de cópias para exibição e a carência de funcionários treinados. A partir de relatórios produzidos pelas sucursais do *Office*, que assinalavam as reações dos telespectadores pelo interior do Brasil, ele mapeou a recepção dos filmes exibidos e apresentou situações e consequências bastante singulares:

As viagens rumo ao interior do país precisavam ser preparadas minuciosamente, devido a precariedade das estradas, dos equipamentos que teriam que ser levados e também dependiam dos acordos prévios com as prefeituras e órgãos estaduais [...] Nos municípios e vilarejos ao longo do Rio São Francisco, os filmes do *Office* ganharam fama rapidamente. [...] Para muitos indivíduos, receber uma equipe de projetoristas com status de representantes dos Estados Unidos/Brasil em tempos de guerra auferia prestígio e sugeria influência política e social (VALIM, 2017, p. 119-120).

Os filmes utilizados para aproximação entre os dois países, o acompanhamento da reverberação obtida na imprensa brasileira e a posição de autoridades nacionais são temas do capítulo seguinte. Importa observar as discussões sobre a relação entre agentes estadunidenses e o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) — nem sempre marcada por tranquilidade e comunhão de interesses —, e as referentes às intenções que norteavam as informações produzidas pela *Brazilian Division* e que foram remetidas para os EUA, o que, segundo o pesquisador, pôde ser observado na seleção de “opiniões das camadas mais educadas da

sociedade brasileira”, estratégia que sinalizava para o desinteresse dos envolvidos num “Brasil desigual, em sua maioria empobrecido, mestiço e carente” (VALIM, 2017, p. 171).

O quinto capítulo foi destinado a detalhar questões ligadas ao orçamento, formação de quadros técnicos, estabelecimento de parcerias e problemas enfrentados pelo *Office* para fomentar a produção cinematográfica em território brasileiro. Nele, o autor descreveu três projetos desenvolvidos no período: *William Murray Project*, *John Ford Project* e *Production of 16mm in Brazil*. Sobre esse assunto, Valim (2017, p. 267) acentuou:

A intenção de produzir filmes no Brasil em cooperação com o governo brasileiro foi fruto de certo entusiasmo com a avaliação de que os filmes eram a melhor forma de aproximar os dois países. Outrossim, o aprendizado técnico e artístico de muitos brasileiros por meio dos diversos projetos desenvolvidos em todo o Brasil e a reutilização de equipamentos de filmagem animava muitos funcionários do *Office*.

No último capítulo, o pesquisador relacionou as práticas do “cinema da boa vizinhança” e a chamada “batalha da borracha”, esquadrinhando a produção e a veiculação de representações de um Brasil exótico e selvagem. Dentre os dados apresentados sobre a atuação do *Motion Picture Division* entre 1941 e 1945 estão: participou da produção de 134 filmes, produziu e distribuiu aproximadamente 1700 cinejonais, exibiu 101 curtas e financiou a distribuição de 406 documentários. Com base na análise dos dados, o estudioso conclui: “A capilaridade e disseminação proporcionada pelo cinema, o tornava o meio ideal para a veiculação de ideias e a conquista de corações e mentes” (VALIM, 2017, p. 296). Por último, indicou um plano formulado para incremento do investimento e desenvolvimento da indústria cinematográfica brasileira nos momentos finais da Segunda Guerra Mundial, tendo como premissas o intercâmbio de profissionais entre Brasil e Estados Unidos, a capacitação dos agentes brasileiros e o envio de equipamentos para o Brasil.

Não obstante a qualidade do texto, o próprio pesquisador apontou limites da análise. Ele sublinhou as dificuldades em dimensionar o impacto social da “diplomacia cultural” e de seus filmes, traçar o desenvolvimento de um sistema institucionalizado ligado à *Good Neighbor Policy*, relacionar as atividades desempenhadas pelo *Office* às mudanças na sociedade e na economia brasileiras e precisar as alterações no processo de distribuição dos filmes pelo *Office* frente à conjuntura da Segunda Guerra Mundial.

Ainda assim, costurou os capítulos, deixando claro que a Política de Boa Vizinhança empreendida pelos Estados Unidos “não representou a liquidação de antigos objetivos imperialistas, mas sim, uma transformação criativa de outros métodos de controle e

dominação”. Em suas páginas, apresentou uma perspectiva “mais nuançada, onde fatores econômicos e culturais se mesclam em um amplo esforço em que não faltaram contradições e divergências” (VALIM, 2017, p. 38). A respeito do cinema, o autor ressaltou:

O cinema foi a peça mais importante no quebra-cabeça propagandístico de aproximação entre o Brasil e os Estados Unidos durante a II Guerra Mundial, pelo seu impacto social, por sua capacidade de aproximar as pessoas e também, por vezes, de suscitar a reinterpretação das premissas da ‘boa vizinhança’, elaboradas e coordenadas a partir de escritórios e gabinetes governamentais, no Brasil e nos Estados Unidos (VALIM, 2017, p. 312).

Portanto, Valim observou que as ações estadunidenses não foram mecânicas ou de mão única, ou seja, a prática da Política de Boa Vizinhança em território brasileiro resultou num “esforço permeado por um alto grau de improviso e o *Office*, a agência criada para capitanear essas políticas, fortemente marcada por competições e contradições internas” (VALIM, 2017, p. 311). Defendeu, inclusive, a existência de certo descompasso entre as proposições dos dirigentes norte-americanos da política de boa vizinhança e os operadores que atuavam nos trópicos, pois, segundo sua pesquisa, nas ações de aproximação EUA e Brasil, as experiências individuais criaram formas de pertencimento e geraram uma “espécie de reinvenção da ‘boa vizinhança no Brasil’” (VALIM, 2017, p. 312).

Enfim, são muitas as qualidades do trabalho ora apresentado. Perceber o cinema estadunidense como meio “incisivo e sofisticado de persuasão”, recorrer a consistente literatura especializada, lançando mão de ampla e sólida bibliográfica estrangeira — sendo a maioria dos textos em língua inglesa —, utilizar fontes inéditas na pesquisa e sustentar suas considerações em fértil aporte teórico-metodológico são apenas alguns dos méritos do livro. Mas um, em específico, deve ser sublinhado ao fim desta resenha. No livro, Valim claramente evidenciou lacunas que podem gerar outros trabalhos acadêmicos, como fez ao indicar a necessidade de aprofundar a análise “sobre a importância estratégica dos escritórios regionais” do *Office*, o que exigiria “uma documentação bem mais ampla do que a analisada”, possibilitando compreender “outras atividades desenvolvidas pela *Brazilian Division* como a Imprensa, Rádio e Propaganda” (VALIM, 2017, p. 298). Além de exímio pesquisador e autor de texto com narrativa agradável e fluente, o professor Alexandre Busko Valim ainda apontou caminhos a serem trilhados pelos interessados em estudar as relações entre Brasil e Estados Unidos na conjuntura bélica do século passado. Que seu livro inspire outros pesquisadores ocupados em desvendar circuitos comunicacionais e o “imperialismo midiático”!

## Referências

BANDEIRA, Moniz. *Presença dos Estados Unidos no Brasil: dois séculos de história*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

BRASIL. *Decreto-Lei nº 383*, de 18 de abril de 1938. Veda a estrangeiros a atividade política no Brasil e dá outras providências. Rio de Janeiro, 1938. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-383-18-abril-1938-350781-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 7 nov. 2018.

MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural norte-americana*. São Paulo: Brasiliense, 1984

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

WEINSTEIN, Barbara. Prefácio. In.: VALIM, Alexandre Busco. *O triunfo da persuasão: Brasil, Estados Unidos e o cinema da Política de Boa Vizinhança durante a II Guerra Mundial*. São Paulo: Alameda, 2017.

VALIM, Alexandre Busco. *Imagens vigiadas: uma história social do cinema no alvorecer da Guerra Fria (1945-1954)*. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, 2006.

VALIM, Alexandre Busco. *O triunfo da persuasão: Brasil, Estados Unidos e o cinema da Política de Boa Vizinhança durante a II Guerra Mundial*. São Paulo: Alameda, 2017.