

# Cultura da mídia: quando a recepção diz não!

## RESUMO

Nesse texto cabe destacar os trabalhos de Douglas Kellner. Esse artigo tem o objetivo de contribuir para tais estudos, por meio de uma análise diagnóstica dos filmes produzidos por Hollywood, durante a Política da Boa Vizinhança, especialmente, os filmes-bananas, dando ênfase à recepção que essas películas tiveram na América Latina, especialmente na Argentina e no Brasil.

## ABSTRACT

This paper discusses American films made by Hollywood during the period of the war addressed to Latin American audiences, showing that their reception was not so passive as it is usually thought (as Douglas Kellner shows in his studies about the culture of the media).

## PALAVRAS-CHAVE (KEY WORDS)

- Cultura (*Culture*)
- Mídia (*Media*)
- Cinema (*Cinema*)

## Cultura da mídia e recepção

As produções cinematográficas hollywoodianas são ricos filões, mas pouco explorados pelos especialistas do campo da comunicação no Brasil. O êxito mundial dessas produções aponta, entre outros aspectos, para a repercussão dos valores e concepções veiculados por filmes como: *E o vento levou*, *Titanic*, *O Gladiador*, etc. Todavia, as abordagens, em geral, são condicionadas por referenciais teórico-metodológicos limitadores e que não superaram as hipóteses baseadas em pressupostos conspiratórios e modelos fundamentados na teoria da manipulação.

De fato, os temas relacionados à dominação cultural e ao uso dos meios de comunicação necessitam ser enfocados a partir de novas perspectivas. Pois, as análises monolíticas, centradas exclusivamente no pressuposto de que regiões, como a América Latina, assimilam passivamente os artefatos culturais produzidos pelo centro, em especial pela indústria do entretenimento norte-americana, caracterizando o “imperialismo cultural”, precisam ser flexibilizadas<sup>1</sup>. Pois, as pesquisas fundamentadas, por exemplo, em hipóteses conspiratórias são limitadas e insuficientes para dar conta das complexidades, como a questão da renovação cultural e da identificação das intervenções da periferia no processo de criação e produção cultural, patrocinados pelas regiões centrais<sup>2</sup>.

Nessa perspectiva, merecem destaque as pesquisas desenvolvidas por Douglas Kellner, cujos resultados foram reunidos principalmente no livro *Cultura da Mídia*. Nessa obra, o autor investigou a natureza e os efeitos do modo como a cultura veiculada pelos meios de comunicação de massa influencia e interage com os diferentes aspectos que caracteri-

Sidney Ferreira Leite

Faculdade Cásper Líbero

zam o cotidiano da sociedade contemporânea: “A cultura veiculada pela mídia induz os indivíduos a conformarem-se à organização vigente da sociedade, mas também lhes oferece recursos que podem fortalecê-los na oposição a essa mesma sociedade”<sup>3</sup>.

Douglas Kellner, guardadas algumas especificidades, está filiado aos postulados dos Estudos Culturais britânicos. Notadamente quando enfatiza o papel ativo da audiência no processo de comunicação. Além desse aspecto, demonstra o interesse especial pelas manifestações culturais mais contemporâneas, interpretando-as como fonte de oposição e mudança social. Na sua ótica, por meio de pesquisas sobre movimentos culturais da juventude, os Estudos Culturais demonstram, por exemplo, como a cultura propicia a constituição de formas distintas de identidade e, concomitantemente, o seu potencial de oposição aos valores sociais hegemônicos. Nessa senda, tem-se colocado em evidência como os grupos resistem aos diferentes sistemas de dominação cultural, criando novos estilos e identidades.

O programa de Estudos Culturais proposto por Douglas Kellner tem como ponto de partida uma visão multiperspectiva que inclui a investigação dos artefatos culturais interrogando as relações dentro de três dimensões: 1) produção e economia política da cultura, 2) análise textual e crítica dos artefatos e 3) estudo da recepção e os usos da mídia cultural dos produtos.

No presente artigo, as teorias por Kellner são parâmetros fundamentais para detectar e ressaltar a capacidade do público de resistir às sucessivas tentativas contidas na cultura da mídia, veiculada pelas produções cinematográficas hollywoodianas de manipular os espectadores.

Pretende-se demonstrar que a recepção é capaz de criar seus próprios significados e interpretações, isto é, de dizer não<sup>4</sup>.

## Preparando a manipulação

No início dos anos 1920, setores da sociedade latino-americana começaram a questionar, mais sistematicamente, a política externa agressiva colocada em prática pelo governo dos Estados Unidos. A resistência aflorou em duas frentes: a) no plano político, por intermédio dos protestos diplomáticos, em especial, nas conferências pan-americanas. Além disso, contrastando com a opção do governo norte-americano de não-adesão à Liga das Nações, os países latino-americanos apoiaram este organismo internacional. Tal apoio foi, sem dúvida, uma forma de protesto à tentativa de domínio exclusivo dos Estados Unidos, substanciada na Doutrina *Monroe* e, b) no plano cultural, as reclamações emanaram principalmente de intelectuais latino-americanos; especialmente da América Hispânica que passaram a defender o retorno às raízes culturais ibéricas, como estratégia para resistir aos avanços da cultura anglo-saxã e europeia. Essa objeção assumiu algumas vezes tons conservadores e não necessariamente antiimperialistas, mas, de uma maneira geral, representou a tentativa de criar obstáculos ou, pelo menos, impor limites à penetração do *American way of life* no continente<sup>5</sup>.

Nesse contexto, o governo dos Estados Unidos criou, no início dos anos 1940, uma agência com o objetivo de levar a cabo os projetos ideológicos, contidos na política da Boa Vizinhança. Essa política tinha como alvo aproximação política e cultural com a América Latina. Ao longo da sua existência a agência recebeu as seguintes denominações: *Office for Coordinator of Commercial and Cultural Relations between the American Republics*, de agosto de 1941 até julho de 1942; *Office of the Coordinator of Inter-american Affairs* (OCIAA,) de 1942 até março de 1945 e, finalmente, *Office Inter-American Affairs* de março de 1945 até a sua extinção em 1946. A Seção de Cinema (*Motion Pictures*) merece destaque especial, porque, valendo-se da estrutura dos grandes

estúdios de Hollywood, passou a coordenar todos os esforços no sentido de transformar os meios de comunicação em poderosos aliados para a consolidação da hegemonia norte-americana na América Latina.

A *Motion Pictures* desenvolveu projetos muito distintos. Porém, os que mais mobilizaram a seção foram os seguintes, a saber: a) estimular a indústria cinematográfica hollywoodiana “voluntariamente” a não produzir filmes que contivessem críticas às Repúblicas latino-americanas; b) alertar os produtores a não distribuir na América Latina filmes que criassem impressões negativas dos Estados Unidos, especialmente do seu modo de viver e pensar; c) produzir e distribuir cine-jornais com temas pan-americanos; d) produzir e distribuir documentários com o objetivo de promover a solidariedade continental; e) produzir filmes com locações na América Latina; f) promover viagens de estrelas do cinema norte-americano às principais cidades da América Latina e de artistas latino-americanos aos Estados Unidos; g) descobrir talentos do cinema latino-americano e utilizá-los em produções cinematográficas norte-americanas, especialmente aquelas com mensagens dirigidas à América Latina; h) estimular o interesse pelas artes latino-americanas, pois os norte-americanos desconheciam e ignoravam a cultura dos seus vizinhos; i) ampliar, com o auxílio da indústria cinematográfica e do governo, o mercado cinematográfico latino-americano e j) criar programas de intercâmbio. A colaboração dos grandes estúdios de Hollywood era fundamental para o êxito desses projetos.

### **Quando Hollywood fracassou**

Antes da criação da *Motion Pictures* começaram a ser exibidos no mercado latino-americano produções cinematográficas realizadas segundo os princípios delineados pelo governo dos Estados Unidos. Os seus efeitos, no entanto, não alcançaram os objetivos

desejados, aliás, muito pelo contrário. O filme *Serenata Tropical (Down Argentina Way)*, por exemplo, contribuiu para acirrar, ainda mais, as relações entre os governos da Argentina e dos Estados Unidos, pois a película em questão não foi bem recebida pelos argentinos; fato que levou a *Motion Pictures* a tomar maiores cuidados com as produções que tinham a América Latina como pano de fundo<sup>6</sup>.

A produção de *Serenata Tropical* para o mercado sul-americano foi, entre os diversos projetos levados a cabo pela *Motion Pictures*, o de realização mais difícil, pois segundo o seu diretor, John Whitney, foi extremamente penoso convencer a *20th Century Fox* a gastar quarenta mil dólares para realizar as filmagens. A produção foi resultado da adaptação para o cenário latino-americano da película *Romance do Sul*, de 1938. A nova fita levou mais de dez meses para ficar pronta; até então a produção mais longa da história do estúdio. A importância da película em questão residiu, entre outros aspectos, no fato de inaugurar uma série de filmes que foram produzidos em seqüência e que ficaram conhecidos como filmes-bananas<sup>7</sup>. Em *Serenata Tropical*, o ator Don Ameche interpreta o papel de um rico e charmoso argentino, criador de cavalos e que se apaixona por uma mulher herdeira de grande fortuna. As duas personagens principais viajam para a Argentina e visitam o animado cabaré *El Tigre*, lá conhecem a cantora e dançarina Carmen Miranda. Os diretores do poderoso estúdio *20th Century Fox* aproveitavam o interesse do governo dos Estados Unidos pela América Latina para avaliar as possibilidades de ampliar a sua participação no mercado cinematográfico sul-americano e, concomitantemente, mensurar o interesse do público desses países pelos musicais, gênero que fazia grande sucesso nos cinemas norte-americanos.

A meta central dos produtores de *Serenata Tropical* era agradar o público latino-americano, principalmente o argentino, mas a produção cometeu muitos equívocos

cos; o que acabou produzindo efeitos contrários aos previstos. Nos Estados Unidos, o filme foi um estrondoso sucesso, pois os espectadores ignoravam e pouco se importavam com as peculiaridades de cada país latino-americano. Mas, na América do Sul o resultado foi bem diferente. O governo da Argentina se irritou ao ponto de proibir a sua exibição em todo o território nacional. Os portenhos não aceitaram, por exemplo, ver nas telas de cinema a cantora brasileira Carmen Miranda interpretando os tangos argentinos, símbolos da cultura nacional.

De fato, a película promoveu uma miscelânea com ritmos brasileiros, espanhóis e cubanos, produzindo uma espécie de salada tropical. Os equívocos contidos na película e a repercussão negativa levaram o adido comercial da embaixada norte-americana, em Buenos Aires a elaborar uma lista apontando as causas que explicariam o porquê do filme ter sido tão mal recebido em seu país<sup>8</sup>. O adido acrescentou ao seu relato a informação que, segundo sua perspectiva, contribuiu decisivamente para o insucesso da película, a cena em que os *Nicholas Brothers* dançaram e sapatearam, transmitindo a nítida impressão de que os argentinos foram comparados a índios ou a africanos<sup>9</sup>.

Face à desastrosa repercussão do filme na Argentina, o diretor da *Motion Pictures* conseguiu que a *20th Century Fox* providenciasse a refilmagem das cenas mais polêmicas. Em fins de 1941, as autoridades argentinas aprovaram o novo *Serenata Tropical* e o filme pôde ser exibido nas salas dos cinemas de Buenos Aires. Todavia, mesmo a nova versão continuou a desagradar os argentinos, entre outros motivos porque não continha nenhuma canção do país.

O êxito do filme no mercado norte-americano não escondeu o fiasco na América Latina. Para tentar identificar os motivos que provocaram o fracasso desta e de outras produções hollywoodianas, J. R. Josephs, representante da *Motion Pictures* em Buenos Aires, elaborou um relatório bastante esclarecedor sobre as dificuldades de

recepção das produções dos Estados Unidos naquele país. Segundo a sua avaliação, tal relatório era necessário, pois havia “o crescimento constante da onda de críticas que se espalhou em Buenos Aires contra os filmes dos Estados Unidos”; especialmente em relação às películas que focalizaram temas militares e possuíam “conteúdo ideológico”. Dessa forma, o funcionário elaborou o relatório com a intenção de relatar as causas que, segundo a sua ótica, geraram a aversão do público argentino<sup>10</sup>.

Para J. R. Josephs, os estúdios de Hollywood produziam filmes de alta qualidade, tanto para o mercado interno como para o externo. Porém, a Argentina correspondia apenas a uma pequena fatia desse mercado. Mas, essa República sul-americana, dada sua posição importante no continente, deveria merecer, por parte da *Motion Pictures*, atenção especial. Como não era viável a produção de películas dirigidas, especificamente para o mercado argentino, o que seria pouco lucrativo, urgia evitar a produção de filmes que agredissem os “valores nacionais”, como as comédias-musicais, que definitivamente não foram bem recebidas na América Latina, especialmente na Argentina<sup>11</sup>.

Além das comédias-musicais, deveriam ser evitados os filmes do gênero guerra; notadamente as películas que apresentassem as duas Grandes Guerras de forma simplificada e cômica. Pois os filmes sobre as Forças Armadas dos Estados Unidos, exibidos na Argentina, não agradaram aos militares argentinos. Para o autor do relatório, o público estava cansado de assistir a filmes de guerra. Assim, seria prudente fazer uma dosagem mais equilibrada, alternando a exibição de gêneros e temáticas. Nesse contexto, deveriam ser evitadas produções cinematográficas que abordassem superficialmente temas de interesse para a América Latina<sup>12</sup>.

As tentativas não cessaram após o fracasso dos primeiros filmes-bananas. *Aconteceu em Havana* foi mais uma iniciativa que tinha como objetivo principal criar laços

entre os Estrados Unidos e os seus vizinhos latinos. No elenco da película, além de Carmen Miranda, foi incluído o jovem ator mexicano Cesar Romero<sup>13</sup>. O casal de atores latinos fez figuração para o par romântico da fita, interpretado por Alice Faye e John Payne. A primeira seqüência do filme mostra o contraste entre as frias cidades norte-americanas e as belas e ensolaradas praias cubanas com suas cores fortes e quentes. Como em *Serenata Tropical*, a trilha sonora de *Aconteceu em Havana* era composta uma série de ritmos, como a rumba e o samba. O amálgama de ritmos era consubstanciado na performance de Carmen Miranda, com passos e movimentos de rumba, samba e fox; em um dos números musicais, “a pequena notável” chegou a interpretar um chorinho tipicamente brasileiro.

O perfil das personagens de *Aconteceu em Havana* revela que, apesar de todos os cuidados da *Motion Pictures*, os estereótipos e estigmas não desapareceram; a caracterização da personagem interpretada por Cesar Romero foi delineada como jogador inveterado, malandro e interesseiro e a interpretada pela atriz Carmen Miranda, ciumenta, temperamental e impulsiva; as personagens norte-americanas, por sua vez, foram delineadas como sensatas, racionais e românticas. Na seqüência final do filme, os casais norte-americano e latino aparecem unidos, demonstrando que as diferenças de temperamento não eram suficientes para impedir o nascimento de uma grande amizade entre ambos.

Contudo, *Aconteceu em Havana* não agradou ao público latino-americano. Em Cuba, por exemplo, o filme não foi bem aceito; o crítico de cinema René Reyna aconselhou Hollywood à “dar à arte o que lhe pertence, se quer ter um mercado no bom vizinho”. Segundo o crítico cubano, o filme poderia ser definido como “um parto de sete meses de Hollywood, pois *Aconteceu em Havana* na realidade não passou de uma desculpa esfarrapada

para explorar “magnetismo pessoal de Carmen Miranda” dando-lhe o papel de Rosita Rivas, cantora de cabaré, temperamental e ciumenta<sup>14</sup>. Em janeiro de 1942, depois de receber relatórios sobre o desempenho do filme na América Latina, a direção da *Motion Pictures* concluiu que a fita em nada contribuiu para melhorar as relações entre as Américas<sup>15</sup>.

Não obstante o fiasco na América Latina, *Aconteceu em Havana* tornou-se um dos maiores sucessos da temporada, superando inclusive a bilheteria de *Cidadão Kane*. O levantamento nacional, realizado periodicamente por *Variety*, mostrou que, somente nos últimos três meses de 1941 a produção rendeu mais de um milhão de dólares. O êxito de público alcançado pelos filmes-bananas nos Estados Unidos e o simultâneo fracasso destas mesmas produções na América Latina demonstraram, entre outros aspectos, que os estereótipos constantes nestas produções estimularam a reação dos latino-americanos, provocando abalos nas relações entre os Estados Unidos e a América Latina. Além disso, colocam em evidência a capacidade dos receptores de recusarem as representações e valores contidos nas produções hollywoodianas.

Como demonstra Douglas Kellner, a cultura da mídia transcodifica os dilemas do cotidiano e as lutas sociais. Essa é eficaz quando consegue a adesão da recepção. As teorias de comunicação predominantes nas décadas de 1930 e 1940, adotadas pelos articuladores e diretores da *Motion Pictures* e dos estúdios de Hollywood estavam fundamentadas no princípio da manipulação.

Segundo tal princípio, o receptor é passivo e caso a mensagem esteja corretamente elaborada, se deixa envolver pelos princípios transmitidos pelos meios de comunicação de massa. Todavia, o fracasso dos filmes-bananas na América Latina demonstra as fragilidades da teoria da manipulação e, simultaneamente, explicita a capacidade da recepção em dizer não e questionar a cultura veiculada pela mídia.

## Críticas e polêmicas

A direção da *Motion Pictures* manifestou preocupações especiais com a repercussão dos filmes de Hollywood no Brasil, pois esse país consolidava pouco a pouco o seu papel de principal liderança regional. Nas correspondências enviadas para a seção brasileira é possível detectar que tais preocupações pareceram nítidas, como na solicitação dirigida aos funcionários do Brasil para enviar, o mais rápido possível, maiores informações sobre o gosto cinematográfico nacional. A resposta foi rápida e consistiu em uma lista, prescrevendo medidas para evitar a repetição dos equívocos e das gafes constantes nas produções hollywoodianas sobre temas latino-americanos: 1º) Produzir filmes que tivessem o Brasil como tema central do roteiro; 2º) Descrição minuciosa dos filmes e da indústria cinematográfica brasileira, especificando se as produções contêm algum tipo de referência aos Estados Unidos; 3º) Demonstrar o funcionamento da distribuição dos filmes no território brasileiro; 4º) Identificar a forma como eram recebidas as produções cinematográficas alemãs e italianas; 5º) Relatar a cooperação da Grã-Bretanha; 6º) Sugerir cenários ideais para futuras produções; 7º) Comentar sobre a reação do público às produções norte-americanas; 8º) Detalhar a repercussão dos documentários; 9º) Relatar a repercussão das vistas de atores, atrizes e diretores de Hollywood, e finalmente, 10º) Informações sobre a legislação cinematográfica vigente no país<sup>16</sup>.

O esforço e a disposição manifestados pela *Motion Pictures* receberam o apoio do escritor brasileiro Aníbal Machado. Na conferência que esse ministrou na Associação Brasileira de Imprensa (ABI), em fevereiro de 1941, o escritor afirmou que o cinema se transformou no mais poderoso veículo de propagação de costumes, comportamentos e idéias. A força do cinema, argumentou o autor de *João Ternura*, residia no fato de ser uma arte popular e coletiva, voltada para as multidões. Assim, atingindo tanto anal-

fabetos como intelectuais, a universalidade de sua linguagem foi capaz de influenciar os sentimentos pessoais, como o amor, e formais, como a moda<sup>17</sup>.

Para Aníbal Machado, a influência dos filmes e dos artistas na vida de homens e de mulheres deveria merecer maior atenção dos estudiosos, especialmente dos psicólogos. Arriscando uma análise fundamentada em teorias freudianas, sustentou que o cinema funcionava para as pessoas como mecanismo de compensação, que se exercia mediante o papel do herói e da heroína, além da irradiação física da imagem humana. Portanto, a arte cinematográfica contava com uma numerosa audiência, e desta forma poderia influenciar tanto para o “bem” como para o “mal”, para “elevar” ou para “cretinizar” o público. Em suma, na ótica do escritor a sétima arte continha, simultaneamente, o potencial de libertação e de opressão do homem.

De fato, por intermédio da leitura de revistas e de jornais brasileiros dos anos 1930 e 1940 é possível observar, entre outros aspectos, a grande repercussão das produções hollywoodianas na sociedade. Tal repercussão que foi detectada, por exemplo, em depoimentos dos espectadores. Estes revelam, entre outros aspectos, como as películas norte-americanas ditavam a última moda e influenciavam mudanças de costumes e comportamentos. Como pode ser identificado nas cartas enviadas para as seções conhecidas como “consultório sentimental”, como a citada abaixo, remetida à *Revista da Globo: Amor de Samaritana* - “A minha grande ambição - talvez oriunda dos tempos atuais e do filme *Legião Branca* que assisti recentemente - é ser enfermeira. Acho sublime e nobre a missão de minorar o sofrimento do próximo. Entretanto o meu namorado se opõe a esta carreira. Tenho medo de perdê-lo mas não quero também sacrificar o meu ideal. Ele e eu vivemos brigando, pelas mínimas coisas. O que fazer? Sigo a profissão que me empolga ou fico com meu amor? Tenho 15 anos - Valí - Porto Alegre”<sup>18</sup>.

A carta demonstra, entre outros aspectos, que o interesse da jovem pelo ofício de enfermeira foi despertado pelo filme *Legião Branca*, produção norte-americana, dirigida por Herbert Wilcox, cujo roteiro abordou o árduo e heróico trabalho realizado pelas enfermeiras nos campos de batalha. A atriz Anna Neagle interpretou a dedicada enfermeira que trabalhou durante a Primeira Grande Guerra incansavelmente para ajudar os soldados feridos em combate<sup>19</sup>.

Os críticos de cinema e os jornalistas brasileiros, em geral, não ficaram indiferentes ao grande impacto provocado pelos filmes norte-americanos na sociedade. Cotidianamente os periódicos passaram a publicar críticas e artigos analisando, debatendo ou discutindo as últimas produções de Hollywood exibidas nas salas de cinemas brasileiros. O filme *Confissões de um Espião Nazista*, por exemplo, mereceu calorosa recepção de L. Gomes, crítico cinematográfico do jornal paulistano *Folha da Manhã*<sup>20</sup>. A fita, dirigida por Anatole Litvak e estrelada pelos atores Edward G. Robinson e Georges Sanders, narra às aventuras de um agente do FBI que descobriu uma vasta rede de espionagem nazista operando nos Estados Unidos. Porém, a personagem que mais se destacou na película foi o chefe do grupo de espiões, interpretado por Paul Lukas. O ator caracterizou a sua personagem utilizando trejeitos que levaram os espectadores a imediatamente associá-lo a Hitler.

Os editores da *Revista da Semana* receberam com grande entusiasmo o interesse dos Estados Unidos de estimular a aproximação cultural e econômica com a América Latina. Em editoriais, reportagens e artigos, a postura do governo norte-americano foi exaltada como a grande oportunidade para renovar e modernizar a sociedade brasileira. O correspondente do periódico carioca nos Estados Unidos, Oswaldo Figueiro, foi um dos maiores apologistas do intercâmbio cultural que começou a se intensificar no início dos anos 40. Para explicitar as suas idéias sobre esse tema escreveu o artigo “Intercâmbio Cultural”, publicado na primeira

página da revista, em fevereiro de 1940.

Para Oswaldo Figueiro, essas iniciativas demonstravam o vivo interesse dos Estados Unidos em conhecer mais profundamente os seus vizinhos. Dessa forma, os intelectuais brasileiros poderiam aproveitar a oportunidade e divulgar, com maior riqueza de detalhes, as particularidades de sua civilização e de sua cultura. Tal divulgação era extremamente necessária, pois em função da língua diversa o Brasil tornou-se, com certeza, o país das Américas mais desconhecido nos Estados Unidos<sup>21</sup>.

Seguindo perspectiva semelhante do correspondente da *Revista da Semana*, o escritor e colaborador da *Cultura Política*. Magalhães Jr. defendeu a utilização do cinema como instrumento para o estreitamento das relações intercontinentais. O autor da biografia de José do Patrocínio teve a oportunidade de dialogar diretamente com John H. Whitney, quando esse visitou o Rio de Janeiro, no final de 1941. Segundo o seu relato, o diretor da *Motion Pictures* confidenciou que o governo norte-americano resolveu dar às atividades cinematográficas um coordenador com a autoridade suficiente para impugnar tudo o que parecesse suscetível de provocar irritação nas platéias sul-americanas. Além de poder para patrocinar películas que tivessem a América Latina como cenário<sup>22</sup>.

Assim Magalhães Jr. denuncia os críticos de Hollywood, pois esses destacavam somente o cinema como fator de desagregação social e veículo de propagação de costumes censuráveis. Ao contrário dessas avaliações, o colaborador da *Revista da Semana* entendia que a imensa maioria das produções cinematográficas foi fundada em bons princípios morais, constituindo assim uma “sadia lição à mocidade”. Os adversários não percebiam a influência positiva que o cinema desempenha na vida social. Tal influência trazia sensíveis mudanças no “comportamento dos povos”, alterando “hábitos errados”, destruindo preconceitos, criando novas “normas de conduta e combatendo a estreiteza moral”.

Para o autor do artigo, as alterações geradas pela influência do cinema deveriam ser creditadas aos filmes norte-americanos. Desta forma, o cinema poderia servir plenamente como instrumento de aproximação das nações americanas, além de contribuir para a confraternização continental, “obra louvável e necessária”.

Seguindo orientação similar, o crítico de cinema do periódico carioca *Correio da Manhã* escreveu o artigo “A América nos Filmes de Hollywood”. As orientações seguidas pelo cinema hollywoodiano, implementadas pela *Motion Pictures*, foram muito bem recebidas. O autor do artigo ressaltou, principalmente, o fato dos grandes estúdios terem compreendido o importante papel que as produções cinematográficas poderiam desempenhar para o sucesso da boa vizinhança<sup>23</sup>.

Os intelectuais da Revista *Clima*, por sua vez, criticavam as produções hollywoodianas, notadamente as propagadoras dos princípios da política da boa vizinhança. A revista foi fundada pelos intelectuais paulistas Antônio Cândido, Paulo Emílio Salles Gomes e Décio de Almeida Prado, com o objetivo de publicar um periódico voltado para a discussão de temas dedicados à cultura em geral. No artigo “Carmen Miranda no Ipiranga”, escrito por Almeida Salles, por exemplo, os filmes produzidos dentro do espírito da boa vizinhança foram questionados, especialmente a película *Springtime in the Rockies*, dirigida por Irving Cummings e estrelada por John Payne, Betty Grable e Carmen Miranda<sup>24</sup>.

Para Almeida Salles, a escolha de Carmen Miranda para representar o Brasil nas produções hollywoodianas foi extremamente infeliz. Ele indagou, por exemplo, se não haveria alguém que pudesse denunciar a figura caricata representada pela atriz. Segundo sua ótica, a cantora deveria pegar o primeiro avião para o Brasil, voltar a dançar nos cassinos e a cantar os sambas que estava acostumada. Nessa mesma perspectiva, o crítico da revista *Clima* Paulo Emílio, manifestou sua posição sobre os filmes an-

tinazistas produzidos tanto nos Estados Unidos como na Inglaterra. Segundo suas observações, esses eram, em geral, medíocres. O cinema tinha uma grande “função esclarecedora, educativa, política e militar”: “o cinema pode ter, por ora, o papel de apresentar, aos povos em guerra ou nas vésperas de entrar em guerra, filmes em que fosse explicado o funcionamento sutil, perverso e brutal da estratégia político-militar do inimigo”. Desta forma, o cinema ficou plenamente apto a desempenhar a tarefa de alertar o “povo brasileiro” sobre a necessidade de se preparar o mais rápido possível para enfrentar os horrores da guerra, pois as agressões nazistas não ficariam absolutamente limitadas aos insultos radiofônicos.

As produções patrocinadas pela *Motion Pictures* ou concebidas segundo as suas orientações não foram recebidas passivamente pelos espectadores latino-americanos, muito pelo contrário. As reações e os protestos de argentinos, brasileiros e mexicanos contra os filmes hollywoodianos, as denúncias dos equívocos e das gafes, como a atriz Carmen Miranda interpretando tangos, o amálgama de ritmos e sons ou a caracterização dos mexicanos como bandoleiros violentos e sanguinários, demonstram que os latino-americanos não aceitaram a forma estereotipada com que os estúdios de Hollywood os representaram em muitos filmes produzidos naquele período. Parece nítido que tais produções foram bem recebidas por setores da imprensa e da intelectualidade brasileira. Esses procuraram obliterar os erros cometidos e colocar em relevo os esforços dos governantes norte-americanos em promover a política da boa vizinhança por meio do intercâmbio cultural e do cinema. Assim, é possível sustentar que as produções de Hollywood são fontes preciosas para avaliar o poder da cultura da mídia. A perspectiva delineada pelos Estudos Culturais, notadamente por Douglas Kellner, demonstra a capacidade dos receptores recusarem e resistirem às sucessivas tentativas de mani-



pulação, contidas nessas películas •

## Notas

- 1 MARCONDES Filho, Ciro. *Quem Manipula Quem?* Petrópolis: Vozes, 1992, p.58.
- 2 O debate sobre a relação entre imperialismo e cultura pode ser acompanhado em: SAID, Edward- *Cultura e Imperialismo*. SP: Cia das Letras, 1995 e MARCONDES Filho, Ciro- *Quem Manipula Quem?* Petrópolis: Ed. Vozes, 1992.
- 3 KELLNER, Douglas- *A Cultura da Mídia*. SP: EDUSC, 2001, pp.12 e 13.
- 4 Idem, ibidem.
- 5 LINK, Arthur- *História dos Estados Unidos*. RJ: Ed. Zahar, 1965, p.766.
- 6 Musical da 20Th Century Fox, produzido em 1940 e dirigido por Irving Cummings, Cor, 90'.
- 7 Estes filmes receberam tal denominação porque, em sua maioria, tiveram como cenário países da América Central conhecidos como "Repúblicas das Bananas".
- 8 MONTERO, Marta. *Carmen Miranda- a pequena notável*. SP: Círculo do Livro, 1994, p.104.
- 9 Idem, ibidem.
- 10 FGV/CPDOC, IAA- 41.06.21.
- 11 Idem, ibidem.
- 12 Idem, ibidem.
- 13 Musical produzido em 1941, dirigido por Walter LANG, cor, 84'.
- 14 MONTERO, Marta. *Carmen Miranda: a pequena notável*. SP: Círculo do Livro, 1994, p. 102.
- 15 FGV/CPDOC, IAA- 41.06.21.
- 16 Idem, ibidem, p.62.
- 17 *O Cinema na Vida Moderna*, conferência ministrada em 06 de

fevereiro de 1941. *Jornal da Tarde*, 04-03-1995.

- 18 *Revista do Globo*, 09/06/1945.
- 19 Produção de 1939 que contou no seu elenco com o ator George SANDERS, P&B, 108'.
- 20 Produção de 1939, P&b, 102'.
- 21 Idem, ibidem.
- 22 O Cinema a Serviço da Solidariedade Continental, *Revista da Semana*, 17/10/1941
- 23 *Correio da Manhã*, 14/07/1943.
- 24 Comédia-musical, produzida em 1942, dirigida por Irving Cummings, cor, 91'.

## Referências

- GABLER, Neal. *Vida, o filme*. SP: Cia. das Letras, 1999.
- KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia*. SP: EDUSC, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Critical Theory, marxism and Modernity*. Baltimore, John Hopkins University Press, 1989.
- LEITE, Sidney Ferreira. *O cinema manipula a realidade?* SP: Paulus, 2003.
- LINK, Arthur. *História dos Estados Unidos*. RJ: Zahar, 1965.
- MARCONDES Filho, Ciro. *Quem Manipula Quem?* Petrópolis: Vozes, 1992,
- MONTERO, Marta. *Carmen Miranda: a pequena notável*. SP: Círculo do Livro, 1994.
- SAID, Edward. *Cultura e Imperialismo*. SP: Cia das Letras. 2000.