

LA POLÍTICA DEL *BUEN VECINO* Y LA INFLUENCIA CULTURAL

DE ESTADOS UNIDOS EN AMÉRICA LATINA

Jonatas Pinto Lima¹

*Historiador egresado de la Universidad
Federal de Viçosa-MG-Brasil*

Guilherme Augusto do
Nascimento e Silva²

*Historiador egresado de la Universidad de
Federal de Viçosa-MG-Brasil*

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar la fuerza de la influencia cultural de los Estados Unidos en los países latinoamericanos enfocándonos principalmente en la política del *buen vecino*, creada por F. D. Roosevelt, en la primera mitad de la década de 1930. Nuestro estudio comienza con la creación de la *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA)* -más tarde llamada *Office of Inter-American Affairs (OLAA)* - en español Oficina de Asuntos Interamericanos -en agosto de 1940. Nos centraremos en la influencia ejercida por este cuerpo en la producción y exhibición de películas en los países latinoamericanos, además de examinar otros aspectos de la influencia de la cultura estadounidense en esos países, tales como radio, música, literatura y fotografía. El articu-

1 Historiador egresado de la Universidade Federal de Viçosa
- MG- Brasil

2 Historiador egresado de la Universidade Federal de Viçosa
- MG- Brasil

lo tiene una profundización en la influencia de los Estados Unidos en el Brasil, pero no olvidamos a los demás países de Latinoamérica en este análisis.

Palabras clave: Política del Buen Vecino, la influencia cultural, América Latina, Estados Unidos de América.

“Las tácticas de cooperación y amistad generan una más eficiente intervención que las amenazas e invasión por armas”.³

I. Introducción

El objetivo de este estudio es analizar la fuerza de la influencia cultural de los Estados Unidos en los países latinoamericanos, centrándonos en la política del *buen vecino*, creado por F. D. Roosevelt, en la primera mitad de la década de 1930. Vamos a empezar nuestro análisis con la creación del Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA) -más tarde llamada Office of Inter-American Affairs (OIAA)- en agosto del año 1940, la agencia utilizada por el gobierno de los Estados Unidos con la intención de implantar el “american way of life” en América Latina como medio para reducir la influencia de los países del Eje en el mismo continente, además de consolidar su dominio político y los beneficios económicos.

Centraremos nuestro análisis en la influencia ejercida por este organismo en la producción y exhibición de películas en los países latinoamericanos, además de evaluar

otros aspectos de la invasión de la cultura estadounidense en esos países, tales como en el radio, la música, la literatura y la fotografía, haciendo hincapié siempre en que la penetración cultural cambió a manera de hacer arte en toda América Latina, además de reinventar los valores de la vida social y simbólica de las poblaciones de estos países.⁴

No hay que olvidar que las élites de los países latinoamericanos apoyaron dicha penetración cultural a través de la aceptación de esta iniciativa para satisfacer sus intereses, los cuales estaban, a menudo, más directamente vinculados con los Estados Unidos.

II. La Política del Buen Vecino

Después de la caída de la bolsa de Nueva York en 1929 y el comienzo de la Gran Depresión, los Estados Unidos pasaron por diversos problemas internos, y necesitaban cambiar sus tácticas de dominio en América Latina. La Doctrina Monroe y su corolario⁵ provocó que éstas fueran repudiadas a principios de 1930, ya que se consideraron prácticas agresivas y perjudiciales para la imagen del país frente a la comunidad internacional. Después de ser elegido presidente de los Estados Unidos en 1932, Franklin D. Roosevelt creó la política

³ Divine, Robert A. *América – Passado e Presente*. Rio de Janeiro: Nórdica, 1992. P. 590 “traducción libre”.

⁴ Catani, Afrânio Mendes e OROZ, Sílvia. “Indústria cinematográfica na América Latina: Um Paradigma Modernidade. In: BESSONE, Tânia M. T. E QUEIROZ & Tereza Aline P.(orgs). *América Latina: Imagens, Imaginação e Imaginário*. São Paulo: EDUSP, 1997. P. 309

⁵ Ayerbe, Luis Fernando. A Reinvenção da Doutrina Monroe: determinismo cultural e política externa de Estados Unidos pós 11-09. Disponível em <http://www.santiagodantassp.locaweb.com.br/br/arquivos/nucleos/artigos/Ayerbe1.pdf>.

del *buen vecino*, que tiene por precepto la mejora de las relaciones diplomáticas entre los Estados Unidos y los países de Latinoamérica. Para la realización de esta mejora la no intervención militar era un precepto y “entre otras cosas, retiraron los marines de los países centroamericanos”⁶, esta política tenía como intención crear formas más sutiles y eficaces para lograr sus objetivos en los países latinoamericanos, para la mejora de las relaciones diplomáticas con ellos.

Esta política se basa en el principio del panamericanismo, la perspectiva de una América como la tierra de la libertad y la idea de una comunidad americana de naciones que provocaría la creación de una “solidaridad” continental. “Aquellos años de 1933 a 1945 representaron para América Latina, en todas las esferas de las relaciones hemisféricas, su inserción pasiva en la política del *buen vecino*”.⁷ Esta política de Estados Unidos se basaba en influenciar culturalmente a los países de América Latina, exportando el “american way of life”.

En este contexto, los brasileños han aprendido a reemplazar los jugos de frutas tropicales que estaban en todas las mesas, por una bebida de sabor extraño y artificial llamada Coca-Cola. También comenzaron a cambiar helado hecho en pequeñas tiendas por uno hecho en la industria y de marca Kibon, producida por una empresa que se había trasladado rápidamente de Asia, el efecto de la guerra. Ellos aprendieron a masticar goma

de mascar llamado goma chicle y se incorporaron nuevas palabras que fueron integradas en su lenguaje escrito. Ellos comenzaron a escuchar el fox-trot, el jazz, y el boogie-woogie, entre otros ritmos, observaban ahora también mucho más películas producidas en Hollywood. Comenzaron a volar en las alas de Panamericana, dejando atrás los “aviones” de la Lati y de la Cóndor.⁸

Los Estados Unidos usarían esta nueva forma de vida para obtener los mayores beneficios económicos y aumentar su influencia política. Además del alcance cultural que prometía proyectar,

[...] tenía el interés manifestado por parte del Departamento de Estado de los Estados Unidos para consolidar la presencia de Norteamérica en América Latina a través de los acuerdos comerciales, los planes para la cooperación internacional y, por último, alianzas políticas que garantizaran la hegemonía de Estados Unidos en la región.⁹

Surge de esta manera no el imperialismo en sus formas tradicionales, sino un imperialismo cultural.

III. La influencia cultural de Estados Unidos

A través de la acción del OCIAA, los Estados Unidos trataron de fomentar un intercambio cultural con los países de América Latina con el fin de imponer la ideología y la cultura estadounidense, y así crear un sentimiento de “solidaridad” continental en la América. Esta agencia gubernamental trabajó en varias áreas a través de distintas coordinaciones

6 Feres Jr., João. Resenha de “Beneath The United States”, De Lars Schoultz. Revista de Sociologia e Política, n° 13, Nov. 1999. P. 185

7 Machado, Ronaldo. Entre o centro e a periferia: Érico Veríssimo nos Estados Unidos, 1944. VI Encontro do “Brasilianisten-Gruppe in der ADLAF, Berlín, 2004. P.1

8 Mauad, Ana Maria. Genevieve Naylor, fotógrafa: impressões de viagem (Brasil, 1941- 1942). Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 25, n° 49, junho de 2005p.49 “traducción libre”.

9 Ibidem p. 46 “traducción libre”.

como: comunicaciones, relaciones culturales, sanitarias y de negocios, finanzas, y sus respectivas subdivisiones. La acción ideológica del OCIAA tenía por objetivo la incorporación de los países latinoamericanos en el discurso político de Estados Unidos de la libertad y la democracia, porque este país veía que el resto del continente tenía la posibilidad de proliferar en las prácticas políticas de tendencias fascistas. Nosotros enfatizamos también que el discurso estadounidense estaba inmerso en la doctrina del destino manifiesto¹⁰.

[...] Que ve a América del Norte como un lugar de perfección y entiende su intervención en otras regiones, tales como tratar de ampliar esa perfección. Los pilares de este sueño de la perfectibilidad son la democracia y la libertad que se introduciría en la homogeneización cultural, como un producto más para ser consumido.

El OCIAA, a través de acuerdos con las instituciones culturales de Norteamérica, inició un programa de intercambio cultural con los países de América Latina a través de becas de estudios para artistas, la promoción de exposiciones de arte y festivales de música de América Latina en lugares como el Museo de Arte Moderno de Nueva York.¹¹ Durante este proceso se da la visita del escultor americano Jo Davidson a América Latina con el fin de tallar bustos de presidentes de varios países del continente. También Walt Disney, patrocina-

nado por este programa, crea el personaje Zé Carioca, un amigo brasileño del Pato Donald, que representa las relaciones de buena vecindad entre Brasil y los Estados Unidos. Gerson Moura, en el "Tío Sam llega a Brasil", dice:

Zé Carioca, es locuaz, inteligente y fan de Donald, se siente un inmenso "nice to meet", un representante del Tío Sam y luego lo invita a conocer las bellezas y encantos de Brasil. "Brasileiramente", tomase íntimo de Donald - cuando llega, Zé Carioca le da un fuerte abrazo - que acepta la oferta y va a visitar a Brasil¹²

En el mismo contexto, Erico Verissimo es invitado a ser maestro de un curso de literatura brasileña en la Universidad de California, Berkeley. De acuerdo con Ronaldo Machado, Verissimo, en la enseñanza del curso, se enfoca en la diversidad de la cultura brasileña como un apoyo al diálogo Interamericano, pero sin ceder a los intereses de la hegemonía económica y cultural de los Estados Unidos. Verissimo abogó por un intercambio cultural beneficioso para ambas partes, sin la imposición de los Estados Unidos. Sin embargo un invitado oficial del Departamento de Estado de Estados Unidos criticó la visión estereotipada de Brasil que hay en los Estados Unidos, creada y expandida principalmente por Hollywood. En este curso, el autor afirmó a la literatura brasileña como un medio de construcción de la identidad nacional, el objetivo fue demostrar que el Brasil tenía mucho que ofrecer en el diálogo panamericano, "haciendo el equilibrio entre el materialismo de los Estados Unidos con el carácter más humano del brasileño".¹³

10 Acerca de la Doctrina del Destino Manifiesto y la política estadounidense ver, Donoghue, D. "Os verdadeiros sentimentos da América", pág. 216-32, y CHACE, J. "Sonhos de perfectibilidade: a excepcionalidade americana e a busca de uma política externa mora, p. 233-44, En: Donoghue, D. et al.; América em teoria. Rio de Enero: Forense de la Universidad, 1993. "traducción libre".

11 Mauad. *Op cit* p.48

12 Moura, Gerson. Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana. São Paulo: Brasiliense, 1988.p.78 "traducción libre".

13 Machado. *Op. Cit* . p.2 (traducción libre)

IV. Radio

La radio tuvo una gran importancia para la población de América Latina, ya que desde la década de 1920 se registró un número creciente de personas que este medio de comunicación obtuvo. La radio, como medio de comunicación (*mass media*), se consolidó en los años 1930 a 1940. Así, Estados Unidos vio en ésta una gran oportunidad de medios para difundir su ideología, con “la intención de ganarse a la opinión pública, influir en ella, y si es posible, manejarla”.¹⁴

El paquete ideológico-cultural llevado de los Estados Unidos a América Latina fue una nueva forma de hacer el periodismo de radio a través de *Reporter Esso*, que fue transmitido a muchos países latinos.¹⁵ Este periodismo de radio se caracterizó por la aparición de modelos con apariencia de objetividad, la imparcialidad y la exactitud, texto breve, directo y vibrante, la puntualidad, el sentido del tiempo exacto de cada historia; que contrastaba con los diarios hablados de largo de la época. Así, este modo de noticias influyó en la forma de hacer periodismo radiofónico, y en la implementación de varias técnicas que empezaron a utilizar en América Latina.

El control de la noticia era casi completa, los propios productores y editores se hicieron car-

go del bloque de noticias “dudosas”. Las normas fueron establecidas en el Manual de Producción *Reporter Esso* las cuales no eran imparciales, como aparentaban, actuando como una fuerza con capacidad de limitar la información para evitar que los intereses contrapuestos de la empresa de noticias fueran expuestos.¹⁶

Además de esta influencia en lo profesional, el *Reporter Esso* afectó las disputas políticas, ideológicas y culturales del continente durante este período. *Reporter Esso* difundió los ideales de los Aliados contra el nazi-fascismo, a través de su conexión con el OCIAA haciendo despertar el sentimiento de defensa de la patria, y a condenar la acción del Eje y de apoyo a la libertad. Utilizaba noticias de recursos retóricos para manipular las noticias y ganarse a la opinión pública, poniendo adjetivos de evaluación para los aliados y haciendo un insulto a los enemigos.

El ejemplo de Brasil es importante para entender la magnitud de la capacidad de manipulación de la opinión pública por este *Reporter Esso*. En el momento en que el presidente Vargas decidió apoyar a los Aliados en la Segunda Guerra, en 1942, “no hubo ninguna sorpresa de la población, porque había una especie de consenso en la opinión pública de que este fue la mejor decisión”.¹⁷

El *Reporter Esso* estuvo implícito en todas las formas de penetración cultural estadounidense y también contribuyó a la propagación del estilo de vida americano y de la ideología de los países capitalistas en la que trabajaba. Sus anuncios alentaban la compra de varios

14 Klockner, Luciano. O Repórter Esso e a Globalização: a produção de sentido no primeiro noticiário radiofônico mundial. Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação. Campo Grande-MS, set. 2001. São Paulo: INTERCOM, 2001. Disponível em: <http://repositorio.portcom.org.br/dspace/handle/1904/4602>.

15 Argentina, Brasil, Costa Rica, Cuba, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, Puerto Rico, Venezuela, Colombia, Perú, Chile y Uruguay. (Klökner, 2001, p. 5)

16 Klockner, Op. Cit 15 “traducción libre”.

17 Ibidem p.15 “traducción libre”.

bienes, haciendo la estimulación de la “nor-teamericanización” del continente. “Y junto con un resumen de noticias, vino la goma de mascar, Coca-Cola, los cómics y una serie de hábitos de los estadounidenses”.¹⁸

Ⅴ Música

La música fue una producción cultural fuertemente influenciada por los Estados Unidos causando una desnacionalización, tanto de las letras, cuanto de los ritmos de los países de América Latina. Tómese en cuenta que tuvo un gran poder la política del *buen vecino* en la producción musical de los países latinoamericanos, principalmente de la década de 1940.

Este poder de las referencias a la música de los Estados Unidos se ejerce más en cuanto al acceso a la industria de la música. Los medios de producción y distribución musical en Brasil fueron controlados por el Estado por la acción de la DIP (Departamento de Prensa y Propaganda), asociado con el OCIAA. Sólo tenía espacio en el mercado de la música un tipo de canción “sofisticada”, con la armónica y lingüística dada, por una “demanda global”. Este estilo musical la Bossa Nova fue influenciada por los arreglos de jazz, la temática lírica, no contaba más con modismos y perdió el carácter de regionalismo, con temáticas que son ideológicamente impuestas.¹⁹

De acuerdo con el OCIAA el DIP actuó para promover la interacción cultural entre Estados Unidos y Brasil, este último haciendo la difusión cultural a través de la música, que es un importante “instrumento de difusión cultural y del turismo en el país, teniendo peso en la construcción de una imagen de Brasil en el extranjero”.²⁰

Ocurrió en Brasil un proceso de internacionalización de la samba que dejó “a Favela”²¹ para ser consumida por las élites. Esta influencia fue notable, y tuvo consecuencias para varios movimientos más tarde en la música brasileña, como la Bossa Nova y la Tropicalia.

También hubo una interacción entre el cine y la música en los países latinoamericanos por ejemplo Brasil y Argentina, con el advenimiento del cine con sonido. En estos países, bandas sonoras y canciones de las películas de Hollywood influyeron fuertemente en los compositores de la música, siendo una referencia permanente para sus composiciones, lo que muestra gran influencia de OCIAA que provocó la desnacionalización de la música latinoamericana.²²

Un ejemplo de la política del *buen vecino* se refiere al poder del gobierno de los Estados Unidos en unirse con corporaciones en su programa para influenciar a todo el continente para promover también el “american way of life”. La Coca-Cola fue una de estas

¹⁸ Ibidem. p. 16 “traducción libre”.

¹⁹ Vicente, Eduardo. A Música Popular sob o Estado Novo (1937-1945). Relatório Final de Pesquisa de Iniciação Científica PIBIC/CNPq apresentado na Universidade de Campinas (UNICAMP) em Janeiro de 1994. São Paulo, março de 2006. Disponível em: http://www.multirio.rj.gov.br/seculo21/pdf/samba/estado_novo_ok.pdf.

²⁰ Ibidem. p.8 “traducción libre”.

²¹ Favela son los barrios más pobres de Brasil que en las ciudades grandes llegan a tener 250.000 habitantes, son en las favelas que se encuentran los narco traficantes de Río de Janeiro.

²² Vicente, *Op. Cit.* p. 15

empresas que inició una propaganda masiva en Brasil. Entre otras cosas, patrocinó el programa "Um Milhão de Melodias" en la Radio Nacional.²³ Su objetivo era transmitir música brasileña con influencias de las armonías del jazz, como se describió anteriormente, con las letras sin modismos y las líneas melódicas con mucha referencia en el jazz de los Estados Unidos.

VI. Fotografía

La fotografía fue otro de los medios encaminados a crear esta sensación de comunidad e integración de las Américas. El OCIAA estaba dispuesto a patrocinar a fotógrafos norteamericanos en viajes a países de América Latina para tomar fotos que crearan una imagen positiva de estos países, como muestra de progreso y desarrollo, y también para otorgar un sentido de homogeneidad a los países sin contradicciones.

Ana María Mauad analiza el papel de Genevieve Naylor, contratada por OCIAA para hacer este tipo de trabajos fotográficos en Brasil. La autora sostiene que a diferencia de los deseos de OCIAA y también los del DIP (Departamento de Prensa y Propaganda), Genevieve no siguió el protocolo del OCIAA para la creación de una imagen simplista y estereotipada del Brasil. La fotógrafa trató de capturar la espontaneidad y la sencillez del pueblo brasileño y no las frutas en la cabeza de Carmen Miranda y las playas del Río de Janeiro imágenes comunes del Brasil en el Estados Unidos en la época. El DIP inten-

taba hacer una imagen de homogeneidad de Brasil y la fotógrafa no intentó hacer fotos del estereotipo sino fotos que exponían la heterogeneidad del país, poniendo de relieve las contradicciones entre lo tradicional y lo moderno.

Con este ejemplo se observa que el OCIAA no controlaba totalmente las decisiones de sus empleados para que éstos crearan una imagen estereotipada y homogénea de los latinoamericanos para el público estadounidense.

A su vez, la fotografía tuvo un gran impacto en el continente americano debido principalmente a la inserción de las revistas de Estados Unidos en el mercado de publicación, como las revistas *Time*, *Life* y *Seleções Reader's Digest*, que estaban llenas de fotografías de los Estados Unidos deleitando a los lectores del resto del continente. En este contexto, se produjo la difusión del *american way of life* a través de este tipo de revistas y fotografías. Dichas revistas también ayudaron al logro de otros objetivos de la política del *buen vecino* como la neutralización de la influencia del Eje en América Latina.

VII. Cine

Las películas fueron una de las principales armas de lo OCIAA, y por lo tanto del gobierno de Estados Unidos, para publicar y difundir sus ideologías en América Latina en un intento de crear esta "sensación" pan-americanista. El OCIAA invirtió gran parte de sus recursos en las películas en cuestión. Se asoció con los estudios de Hollywood y también realizó inversiones paralelas en la producción de pelí-

23 Ibidem . p. 22



culas documentales para desarrollar una imagen positiva de los latinoamericanos en los Estados Unidos. El objetivo de la agencia era tratar de crear una solidaridad panamericana en la población de los Estados Unidos, “haciendo disponible para el público norteamericano un creciente número de películas que dirigió para describir las costumbres, estilos de vida, tradiciones, hábitos, educación, ciencia y arte de otras repúblicas americanas”.²⁴

La inversión también se hacía en sentido inverso: la distribución de películas documentales de los Estados Unidos en países de América Latina transmitió la imagen del país como un modelo a seguir. “En la evaluación de lo OCIAA, la gran inversión en la producción cinematográfica estaba relacionada con la capacidad de este medio para llegar a grandes audiencias, especialmente en el caso de América Latina, donde gran parte de la audiencia era analfabeta”.²⁵ A *Motion Picture Division* (MPD) fue la división a cargo de este trabajo en OCIAA. Esta división hacía el trabajo de doblaje de películas al portugués y al castellano, y manejaba la distribución de películas en las repúblicas americanas. También produjo cineperiódicos, donde versaban noticias sobre la participación de los aliados en la guerra, con la intención de ganar apoyo público para la causa aliada. Había que proyectar una amplia distribución de películas, para lo cual contaban con la provisión de una flota de 200 camiones para desplazarse por las ciudades de los países de América Latina. El objetivo era llegar a las personas normales que muchas veces eran ex-

cluidos de este tipo de medios, y lograr la ampliación de la esfera de influencia ideológica de los Estados Unidos.

La invasión masiva de producciones de Hollywood, en gran parte financiada por el OCIAA, transformó la manera de hacer cine en los países de América Latina, entrando en nuevos temas y nuevas técnicas cinematográficas, y que influyeron en consecuencia, en la transformación del gusto del público. Al crear una industria del cine en estos países eliminando producciones nacionales, se hizo de manera más casera, autónoma y creativa. México y Argentina, que exportaban películas a los países de habla española, experimentó una disminución en sus exportaciones con la entrada de las producciones de los Estados Unidos en el mercado.²⁶ Se produjo de esta manera un deterioro en la calidad de las producciones, porque estos países no fueron capaces de evitar el nuevo modelo de producción.

Las películas de Hollywood financiadas por el OCIAA y exportadas al resto del continente americano evitaban la exposición de las instituciones y costumbres norteamericanas que podrían ser mal vistas por los latinoamericanos, como la discriminación racial y el destierro de bandidos mexicanos, por ejemplo, bastante común en películas de Hollywood anteriormente. En estas películas se hallaba el carácter de propagación político-ideológico, dirigido a la dominación y el control del continente.

26 Catani, Afrânio Mendes e OROZ, Sílvia. “Indústria cinematográfica na América Latina: Um Paradigma Modernidade. In: BESSONE, Tânia M. T. E QUEIROZ & Tereza Aline P.(orgs). América Latina: Imagens, Imaginação e Imaginário. São Paulo: EDUSP, 1997. P.310

24 Mauad, Op. Cit. P. 58 “traducción libre”.

25 Mauad. Loc. cit



VII. Conclusión

Teniendo en cuenta los múltiples aspectos sobre la acción cultural de la política del *buen vecino* que aquí tratamos, se hace evidente la extensión del programa de dominación del continente que, en una forma u otra, sigue siendo una extensión de la Doctrina Monroe.

Nos damos cuenta que este programa fue un éxito y logró la mayoría de los objetivos previstos, tales como la erradicación de la influencia nazi-fascista en el continente y la implementación de los hábitos de los Estados Unidos en las mentes de las poblaciones latinoamericanas. Pero a pesar de este éxito, no podemos decir que las características culturales nacionales fueron dañadas por completo. Lo que sucedió fue una fusión entre las características nacionales y las de los Estados Unidos, haciendo la creación de nuevas formas de expresión cultural.

Referencias

Ayerbe, Luis Fernando. A Reinvenção da Doutrina Monroe: determinismo cultural e política externa de Estados Unidos pós 11-09. Disponible en:

<http://www.santiagodantassp.locaweb.com.br/br/arquivos/nucleos/artigos/Ayerbe1.pdf>.

Catani, Afrânio Mendes e OROZ, Silvia. "Indústria cinematográfica na América Latina: Um Paradigma Modernidade. In: BESSONE, Tânia M. T. E QUEIROZ & Tereza Aline P.(orgs). *América Latina: Imagens, Imaginação e Imaginário*. São Paulo: EDUSP, 1997.

Divine, Robert A. *América – Passado e Presente*. Rio de Janeiro: Nórdica, 1992.

Feres Jr., João. Resenha de "BENEATH THE UNITED STATES", DE LARS

Schultz. *Revista de Sociologia e Política*, nº 13, Nov. 1999.

Klockner, Luciano. O Repórter Esso e a Globalização: a produção de sentido no primeiro noticiário radiofônico mundial. *Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação*. Campo Grande-MS, set. 2001. São Paulo: INTERCOM, 2001. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/4602>.

Machado, Ronaldo. Entre o centro e a periferia: Érico Veríssimo nos Estados Unidos, 1944. *VI Encontro do "Brasilianisten-Gruppe in der ADLAF*, Berlim, 2004.

Mauad, Ana Maria. Genevieve Naylor, fotógrafa: impressões de viagem (Brasil, 1941- 1942). *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 25, nº 49, junho de 2005.

Moura, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

Vicente, Eduardo. *A Música Popular sob o Estado Novo (1937-1945)*. Relatório Final de Pesquisa de Iniciação Científica PIBIC/CNPq Apresentado en la Universidad de

Campinas (UNICAMP) em Janeiro de 1994. São Paulo, março de 2006. Disponible en: http://www.multirio.rj.gov.br/seculo21/pdf/samba/estado_novo_ok.pdf.

Winks, Robin W. "O imperialismo". In: WOODWARD, C. (org.). *Ensaio comparativos sobre a História Americana*. São Paulo: Cultrix, 1972.