

ANDRÁS LÉNÁRT

<https://doi.org/10.64603/IUXE1223>

Walt Disney en América Latina – La diplomacia cultural interamericana durante la Segunda Guerra Mundial

Desde principios del siglo 19 hasta la actualidad, la relación entre Estados Unidos y América Latina ha atravesado periodos turbulentos, con una cooperación a menudo socavada por conflictos. La relación entre las dos regiones ha estado lejos de ser equilibrada: el creciente peso económico y político de Estados Unidos y sus intereses geopolíticos y geoestratégicos han configurado sus vínculos con América Latina, lo que naturalmente ha implicado interacciones culturales. El siguiente artículo¹ presenta un aspecto particular de esta red de relaciones en la que Walt Disney y sus figuras clásicas desempeñaron un papel destacado.

Contexto histórico y cultural

En el periodo entre las dos guerras mundiales, los acontecimientos que ocurrieron en Europa (especialmente la llegada al poder de Benito Mussolini en Italia en 1922 y la aparición del nacionalsocialismo y de Adolf Hitler en Alemania) dejaron claro que Estados Unidos necesitaba buscar aliados. América Latina, que era su zona de interés inmediato, era claramente un posible socio, pero los conflictos (incluidas guerras e intervenciones políticas y militares) que habían marcado las décadas anteriores causaron que estos países desconfiaran de la gran potencia del Norte. Con la llegada de inmigrantes italianos y alemanes a América del Sur a finales del siglo 19 y principios del 20, era vital para Estados Unidos contrarrestar las crecientes simpatías fascistas y nazis de estas comunidades. Fue necesario un cambio fundamental en las relaciones interamericanas, sustituyendo el conflicto y la intervención por la amistad y la cooperación.

La Política de Buena Vecindad

Para mejorar las relaciones entre las dos regiones, el presidente Franklin Delano Roosevelt anunció en 1933 la Política de Buena Vecindad que garantizaría la

¹ Esta investigación fue apoyada por el Centro de Competencia en Sociedad Digital del Clúster de Humanidades y Ciencias Sociales del Centro de Excelencia para la Investigación Interdisciplinar, el Desarrollo y la Innovación de la Universidad de Szeged. El autor del artículo es miembro del grupo de investigación “Difusión y globalización”.

cooperación y la resistencia conjunta en caso de agresión exterior. Roosevelt ya no quería intervenir militarmente en los países latinoamericanos, y su retórica enfatizó la igualdad de todos los países americanos y la importancia de los acuerdos internacionales, situando las relaciones interamericanas sobre nuevos fundamentos.² Se esperaba que esto permitiera a los países de las Américas convertirse en “buenos vecinos” que pudieran contar siempre los unos con los otros frente a una situación internacional insegura e incluso ofrecer ayuda y protección si era necesario. Washington era consciente de que había que persuadir a las sociedades estadounidense y latinoamericana para que se vieran mutuamente como socios iguales. Además de las esferas política, militar y económica, había que mejorar las relaciones sociales y culturales también. Al lado de la desconfianza de los latinoamericanos hacia Estados Unidos, en la sociedad estadounidense existían estereotipos muy negativos sobre los latinoamericanos: los relatos de viajes, los periódicos, las novelas y las películas ofrecían imágenes denigrantes e inexactas sobre los americanos de habla española y portuguesa, y estaba claro que esto no se podía cambiar de la noche a la mañana.

En 1940, en el segundo año de la Segunda Guerra Mundial, pero antes de que Estados Unidos entrara en guerra, el gobierno estadounidense creó una oficina que más tarde adoptará el nombre de Oficina de Asuntos Interamericanos (OIAA). Esta oficina se convirtió en el principal órgano de gestión de las relaciones interamericanas, con las tareas principales de neutralizar o contrarrestar la propaganda del Eje en América, armonizar y mejorar las relaciones entre Estados Unidos y América Latina en los ámbitos político, comercial y cultural, y aumentar el entendimiento mutuo entre ambas sociedades. La Oficina estaba dirigida por el empresario Nelson D. Rockefeller, que abrió varias oficinas adyacentes en diversos países latinoamericanos, todas ellas bajo la protección de las embajadas estadounidenses.³ La Motion Picture Division (MPD), dirigida por John Hay Whitney, desempeñó un papel destacado en esta misión, y una de sus tareas fue coordinar un cambio en la representación de los latinoamericanos en las películas estadounidenses con el fin de aumentar la simpatía por las películas de Hollywood (y también por la sociedad y los valores estadounidenses) en las sociedades locales. Se trataba también de un intento de contrarrestar la propaganda cinematográfica alemana, cada vez más popular en América Central y del Sur,⁴ y de mostrar lo mucho más atractivo que resultaba el modo de vida estadounidense.

En las películas estadounidenses de los años 30, la representación de los latinoamericanos era unilateral y falsa, y sólo utilizaba unos pocos elementos estereotipados:

² Antonio Manuel MORAL RONCAL: *Cuba ante la guerra civil española: la acción diplomática de Ramón Estalella*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2003, 23.

³ Gisela CRAMER – Ursula PRUTSCH: “Nelson A. Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs (1940–1946) and Record Group 229”. *Hispanic American Historical Review*, 2006/4, 786–787. doi. org/10.1215/00182168-2006-050

⁴ Mónica A. RANKIN: *¡México, la Patria! Propaganda and Production during World War II*, Lincoln – London, University of Nebraska Press, 2009.

casi todos los habitantes de la región eran retratados como poco fiables, vagos, violentos, a menudo alcohólicos. Esta representación era un fiel reflejo de la opinión de la mayoría de los políticos e intelectuales estadounidenses; por lo tanto, los elementos de la política cinematográfica estadounidense hacia América Latina tuvieron que remodelarse fundamentalmente con la ayuda de las instituciones y personas adecuadas.⁵ Walt Disney desempeñó un papel importante en esta misión.

El proyecto de Walt Disney

A principios de la década de 1940 se puso en marcha un proyecto dentro del marco de la nueva política cinematográfica. John Hay Whitney encargó al legendario cineasta Walt Disney que llevara a algunos miembros de su estudio en una gira de buena voluntad por América Latina para diversificar las dimensiones culturales de la Política de Buena Vecindad. Disney no quería participar en una misión puramente propagandística, pero finalmente aceptó, en parte porque esta tarea le permitía estar lejos de Estados Unidos, donde algunos de sus empleados estaban en huelga y las negociaciones no le iban bien.⁶ Junto con directores, guionistas, artistas, compositores y asesores, partieron hacia América Latina para conocer de primera mano la flora y la fauna de la región, las playas, las selvas, las tradiciones y los grupos étnicos, de modo que sus futuras películas resultaran más auténticas para el público. Antes de la llegada de Disney, la Política de Buena Vecindad de Roosevelt había consistido principalmente en visitas de políticos, economistas, periodistas y propagandistas para persuadir a los países de la región de que vieran a EE.UU. como un amigo fiable. Ahora, sin embargo, recibían la visita de un artista internacionalmente reconocido que mostraba gran interés por su país y cultura. La misión de Disney debía cumplir objetivos tanto propagandísticos como culturales, allanando el camino para proyectos cinematográficos similares. Disney insistió en una conferencia de prensa internacional en Chile en que su gira era puramente un viaje de investigación, que no tenía ningún mandato explícito del gobierno estadounidense (lo que, por supuesto, no era cierto), y que no tenía ninguna intención de hacer propaganda. Según sus propias palabras, sus películas no pretendían posicionarse sobre cuestiones políticas o religiosas, sino entretener y satisfacer las necesidades del público.⁷

A pesar de esta afirmación, la implicación de Walt Disney en los asuntos importantes del gobierno estadounidense no fue excepcional, sobre todo después

⁵ LÉNÁRT András: "First Degree Friendship: Cinematographic Aspects of Franklin D. Roosevelt's Good Neighbor Policy towards Latin America". *Americana. E-Journal of American Studies*, XIV, 2018/2. americanajournal.hu/vol14no2/lenart (15. 08. 2024.)

⁶ Neil GABLER: *Walt Disney: The Biography*, London, Aurum, 2006, 370–372.

⁷ Fernando PURCELL: "Cine, propaganda y el mundo de Disney en Chile durante la Segunda Guerra Mundial". *Historia (Santiago)*, 2010/3, 511. [dx.doi.org/10.4067/S0717-71942010000200005](https://doi.org/10.4067/S0717-71942010000200005)

de la gira latinoamericana. Tras el ataque a Pearl Harbor y la entrada de Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial, el ejército estadounidense utilizó su plató como taller de reparaciones, y Disney produjo varias películas y dibujos animados propagandísticos para apoyar el esfuerzo bélico de su país. Sin embargo, también tuvo conflictos con el gobierno, sobre todo por cuestiones financieras, por lo que intentó mantener su implicación con el Estado al mínimo.⁸ Durante la Guerra Fría, Disney volvió a ser activo, valiéndose de su ideología política cada vez más conservadora y anticomunista para ayudar a su gobierno (incluida la labor del Comité de Actividades Antiamericanas, encargado de encontrar a los comunistas supuestos o reales), lo que provocó muchos conflictos con sus colegas en la industria cinematográfica.⁹

La expedición, de casi 12 semanas de duración, partió de Los Ángeles en agosto de 1941. Durante los primeros días celebraron varias ruedas de prensa en ciudades estadounidenses para explicar sus planes. Al llegar a América del Sur, la primera parada fue Brasil, donde visitaron el parque zoológico de la ciudad de Belém y luego llegaron a Río de Janeiro. La petición de Disney era que participaran en el menor número posible de actos sociales para poder enfocarse en su trabajo. La Casa Blanca y la embajada de Estados Unidos en Brasil accedieron en gran medida a esta petición, pero Whitney, que también se encontraba en Río en aquel momento, insistió en que asistieran a una recepción en honor de Disney ofrecida por el Presidente Getúlio Vargas en la que estaban presentes algunos de los políticos y empresarios más influyentes del país. El grupo pasó los días visitando zoológicos, jardines botánicos, granjas, escuelas, museos y la naturaleza, y las noches en bares y locales de música, sumergiéndose en la cultura y las tradiciones del país. Luego viajaron a Argentina donde el programa continuó de manera muy similar,¹⁰ y luego, al llegar a Chile, el grupo se dividió: mientras unos continuaban el viaje hacia Bolivia, Ecuador y México, otros tomaron un barco de vuelta a Estados Unidos. Sin embargo, el viaje fue largo, ya que los pasajeros, entre los que se encontraba el propio Walt Disney, hicieron escala en varios países para adquirir más experiencia. En Colombia, por ejemplo, hicieron un viaje fluvial de más de 50 kilómetros a través de la selva; es probable que este viaje sirviera de inspiración a Disney para construir la jungla del futuro Disneyland. Más tarde llegaron al Canal de Panamá, desde donde navegaron a Nueva York, y Disney regresó a Los

⁸ Steven WATTS: "Art and Politics in the American Century". *The Journal of American History*, LXXXII, 1995/1, 103-104.

⁹ Ibid. 104-105.

¹⁰ La República de los Niños en la región de La Plata, fundada en 1951, es una réplica de una ciudad, un parque temático para niños. Aunque no hay pruebas de que Walt Disney lo visitara durante sus viajes, es innegable que Disneyland, que se inauguró cinco años después en California, guarda muchas similitudes con este lugar argentino. La mayoría de los argentinos sigue dando por hecho que Disneyland es en realidad una réplica de la República de los Niños.

Ángeles.¹¹ El grupo volvió con una gran cantidad de información, notas y dibujos, que utilizaron como fuente para varios cortometrajes.

Walt Disney fue recibido con admiración y respeto en América Latina. Para principios de la década de 1940, sus películas se habían hecho famosas en varias partes del mundo, por lo que los latinoamericanos conocían muy bien a Mickey Mouse, el pato Donald, Goofy, Blancanieves y Pinocho. Como escribía un periódico chileno en 1941, aunque en el mundo ocurrían cosas terribles y la guerra atemorizaba a todos, la sonrisa de Mickey y el optimismo inquebrantable de Donald siempre animaban a la gente.¹² Así que pareció una idea perfecta que uno de los estadounidenses más populares actuara también como embajador cultural y de buena voluntad para los asuntos interamericanos, creando nuevos vínculos entre las dos regiones. Durante su viaje, Disney y sus colegas consultaron con artistas latinoamericanos que podían ayudarles en su trabajo. Uno de ellos fue Florencio Molina Campos, uno de los dibujantes argentinos más importantes, con quien Disney quiso incorporar a su obra la figura del gaucho, símbolo nacional de Argentina, y por ello firmaron un contrato para tres películas.¹³ Sin embargo, como veremos, esta colaboración pronto fracasaría.

El acuerdo de Rockefeller con Walt y Roy Disney (hermano de Walt) exigía al grupo completar 12 cortometrajes para finales de septiembre de 1942, que se exhibirían bajo el título colectivo *Walt Disney Sees South America*. Disney aceptó incluir algunos de sus antiguos personajes de dibujos animados, así como nuevos animales para representar los distintos países de América Latina, basándose en sus características específicas. En América del Sur, la prensa, que había anunciado con antelación la llegada de Disney, escribió sobre la gira del grupo en artículos generalmente positivos, expresando la esperanza de que el paisaje y las tradiciones culturales de la región se incorporasen al imperio animado de Disney.¹⁴

Tras un largo proceso, las experiencias latinoamericanas del grupo se convirtieron en dos películas: *Saludos Amigos* (Norman Ferguson, 1942) y *Los Tres Caballeros* (*The Three Caballeros*, Norman Ferguson, 1944). Ambas fueron rodadas durante la Segunda Guerra Mundial, las historias tenían como telón de fondo la cultura y las tradiciones de los países latinoamericanos, y tuvieron un éxito moderado tanto en Estados Unidos como en América Latina. Este éxito no se debió al hecho de que retrataran estas sociedades extranjeras de forma realmente objetiva e imparcial, sino más bien a que personajes clásicos como Donald y Goofy, populares en todo

¹¹ Steven WATTS: *The Magic Kingdom: Walt Disney and the American Way of Life*, Columbia – London, University of Missouri Press, 2001, 243–248; Bob THOMAS: *Walt Disney. Egy találmány amerikai*, Budapest, Táltos GM, 1987, 151–154.

¹² PURCELL: op. cit. 512.

¹³ Ana Teresa FANCHIN: “La imagen del gaucho argentino en los primeros films de dibujos animados estadounidenses”. *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM*, 2023/45. doi.org/10.4000/alhim.11655.

¹⁴ PURCELL: op. cit. 513–514.

el mundo, se viajaron ahora a escenarios exóticos. Además de los dibujos animados mencionados y descritos con más detalle a continuación, también se proyectó en Estados Unidos un breve documental sobre el viaje del grupo, *Al sur de la frontera con Disney* (*South of the Border with Disney*, Norman Ferguson, 1941).

América Latina según Disney

Los planteamientos de *Saludos Amigos* y *Los Tres Caballeros* siguen la narrativa clásica de los encuentros interculturales. Mientras que en la época de los grandes descubrimientos geográficos (entre los siglos 15 y 17) los conquistadores y viajeros europeos llegaron a territorios y continentes desconocidos o sólo parcialmente conocidos y escribieron sobre sus experiencias en relatos de viaje, a partir del primer tercio del siglo 19 Estados Unidos inició un proceso similar en el resto de América, pero en el contexto de un imperialismo incipiente. En este caso, no se trató en general de una ocupación o invasión territorial (con la excepción de algunos países de Centroamérica y el Caribe), sino de la creación de esferas de influencia y de un imperialismo económico, cultural y geoestratégico.

En todos los casos, el representante de la hegemonía y de una especie de superioridad moral-económica era el estadounidense (antes europeo), que llegaba a una tierra remota y de aspecto exótico y, por codicia o curiosidad, intentaba penetrar lo más profundamente posible en el entorno desconocido. De este modo, se enfrentaba constantemente al contraste entre civilización y barbarie que había marcado el encuentro los dos mundos desde la era de los descubrimientos. En estos territorios se encontraba con los “otros” que eran fundamentalmente diferentes de él y a los que se acercaba con miedo, violencia o curiosidad.¹⁵ La misma mentalidad se reflejaba en los dos dibujos animados ambientados en América Latina, pero que, siguiendo el espíritu de la Política del Buena Vecindad, intentaban modificar las actitudes negativas. En estas películas prevalece la curiosidad, pero no se había abandonado la actitud de dar por sentado el aspecto estadounidense como representante de una sociedad más avanzada.

La primera película: Saludos Amigos (1942)

La película se divide en cuatro partes, la primera y la cuarta protagonizadas por el pato Donald, la segunda por un avión llamado Pedro y la tercera por Goofy. Cada episodio puede verse también como un *road movie* de dibujos animados en la que el protagonista se enfrenta a circunstancias desconocidas e intenta conocerlas lo

¹⁵ Melanie PERREAULT: “To Fear and to Love Us: Intercultural Violence in the English Atlantic”. *Journal of World History*, XVII, 2006/1, 71–93. doi.org/10.1353/jwh.2006.0032

mejor posible. Sin embargo, esta exploración sigue siendo simplista, y el extranjero ve una región y sus culturas desde la perspectiva de un turista simplón. Este enfoque resulta superficial, estereotipado e incluso ofensivo a los ojos actuales, pero en los años 40 supuso un avance positivo en comparación con la actitud negativa anterior de la industria cinematográfica (y la política y la sociedad) estadounidense hacia América Latina. Los cuatro episodios se concibieron originalmente como cortometrajes separados, pero Disney decidió que sería más ventajoso para la distribución combinarlos en una película antológica, por lo que unió las cuatro historias con escenas originales adicionales rodadas durante la gira.¹⁶

En la primera historia, titulada *Lago Titicaca*, visitamos un pueblo peruano donde las principales fuentes de humor no son los indígenas sino los turistas estadounidenses, su comportamiento en lugares extraños y sus expectativas cuando se encuentran con lo desconocido. Donald es un turista estadounidense típico (creado según estereotipos negativos) que lleva su cámara a todas partes, se asombra de las novedades y se escandaliza de la pobreza en los Andes. Pero a sus ojos, todos los países andinos son iguales, y no puede distinguir entre Perú y Bolivia porque, al venir desde lejos, no ve las diferencias que son tan importantes para la gente de allí. En este caso, los creadores hicieron una autocrítica, probablemente basada en sus propias experiencias cuando vieron por primera vez estas novedades.

La segunda historia, que lleva por título *Pedro*, tuvo consecuencias más positivas y a largo plazo, pero no para Estados Unidos ni para Walt Disney. Durante su viaje a Chile, Disney se enteró de que un aviador había sobrevolado los Andes, lo que le dio la idea de utilizar un avión correo llamado Pedro para representar a ese país. Sustituyendo a su padre por primera vez en su vida, Pedro se embarca en una peligrosa aventura para llegar de Chile a Argentina. La historia, bastante simple y quizá el episodio más flojo de la película, provocó reacciones negativas por parte de muchos: ¿acaso los estadounidenses no encontraban nada de valor o interés en la historia, la cultura y las tradiciones de Chile, por lo que inventaron una historia tan estúpida? En 1949, tras ver la película de Disney, el dibujante chileno René Ríos Boettiger (más conocido en su país como Pepo) decidió dibujar un personaje que pudiera convertirse realmente en un símbolo de Chile y que no tuviera nada que ver con la falsa imagen que Disney tenía de América Latina. Así nació Condorito, el travieso cóndor de dibujos animados, que sigue siendo uno de los personajes nacionales más populares del país y es considerado como un representante del pueblo chileno.¹⁷

La tercera historia, *El Gaucho Goofy*, yuxtapone los mitos del vaquero americano y el gaucho argentino a través del personaje de Goofy. A través de los ojos de un visitante estadounidense, observa una cultura diferente que le parece interesante y

¹⁶ J. B. KAUFMAN: "Al sur de la frontera." In Daniel Kothenschulte (szerk.): *Los archivos de Walt Disney: sus películas de animación 1921-1968*, Köln, Taschen, 2020, 221-222.

¹⁷ Elizabeth MONTES GARCÉS: "Sentido de lugar y género en Condorito y Mafalda". *Revista Canadiense de Estudios Hispánicos*, XLIII, 2018/1, 18. doi.org/10.18192/rceh.v43i1.4520

quiere conocerla por curiosidad. Los espectadores forman parte de la perspectiva de este extranjero, adquiriendo un conocimiento superficial de algunos elementos del estilo de vida gaucho, como sus tareas cotidianas, hábitos, comida y vestimenta. El episodio ha sido criticado por su retrato unilateral, utilizando estereotipos de la misma manera que en las obras anteriores, pero no considerados como tales por los creadores. Entre los comentarios negativos, destaca el del argentino Florencio Molina Campos, especialista en caricaturas gauchescas y asesor de Disney, que se sintió estafado al ver la obra por considerar que la película se burlaba del folclore argentino y mezclaba tradiciones gauchescas con elementos del mito del *cowboy* americano. Como consecuencia, Molina Campos puso fin a su colaboración con Disney y se negó a participar en la producción de dibujos animados de Hollywood ambientados en un país latinoamericano.¹⁸

En la cuarta historia, *Aquarela do Brasil*, Donald llega a Brasil, donde echa un vistazo superficial a las condiciones y la cultura locales, y presenta a un personaje que regresa más tarde en *Los Tres Caballeros*: José Carioca, el loro. Como un cuaderno de viaje de dibujos animados, la película se centra en los aspectos más destacados de Río de Janeiro, incluido el famoso carnaval, y en la diversa flora y fauna de Brasil.

En *Saludos Amigos*, vemos folclore, paisajes, fiestas y carnavales. La diversidad cultural y geográfica de América Latina quedó reducida a unos pocos elementos esquemáticos. Según María Belén Calvache y Daysi Tufiño Villacrés, Disney creó una construcción cultural hegemónica que sólo servía a sus propios intereses, así como a los intereses económicos y políticos de Estados Unidos. Esto facilitó una relación de dominación por medios pacíficos, a través de productos culturales: las sociedades latinoamericanas que se convirtieron en la parte subordinada de esta relación lo hicieron casi inconscientemente, fascinadas por la cultura norteamericana que se difundía a través del cine y la televisión, a la vez que se veían a sí mismas proyectadas en personajes de cómic.¹⁹

La segunda película: Los Tres Caballeros (1944)

Al igual que *Saludos Amigos*, esta película se realizó también con el doble objetivo de hacer más atractivos los países latinoamericanos y sus sociedades para Estados Unidos, y de presentar una imagen más positiva de la sociedad estadounidense en América Central y del Sur. En este caso, la intención de los cineastas era crear una película más coherente a partir de los segmentos individuales. Los dos primeros cortometrajes (el primero sobre un pingüino en el Polo Sur, el segundo sobre un burro volador en el familiar ambiente gaucho argentino) ya se habían rodado

¹⁸ FANCHIN: op. cit.

¹⁹ María Belén CALVACHE – Daysi TUFIÑO VILLACRÉS: “América del Sur: Un imaginario construido por Disney. El caso de *Saludos amigos*”. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 2022/6, 151–152. doi.org/10.32719/26312514.2022.6.10

en 1942, al mismo tiempo que *Saludos Amigos*, por lo que no están estrechamente relacionados con la trama principal de la nueva película antológica.²⁰ El hilo conductor de la película son los regalos que recibe el pato Donald. Cuando abre uno, comienza una nueva historia en la que Donald emprende un viaje virtual a una región latinoamericana. Además de los animales dibujados, también aparecen personajes reales, como las cantantes y actrices mexicanas Carmen Molina, Aurora Miranda y Dora Luz.

Los segmentos que componen la película no son ofensivos para la sociedad latinoamericana, pero no han conseguido deshacerse de todos los estereotipos cuando nos encontramos con gauchos argentinos o recibimos muestras de la gastronomía brasileña. Tres aves forman el grupo de protagonistas, el pato estadounidense Donald, el gallo mexicano Panchito Pistoles y el loro brasileño José Carioca, cada uno de los cuales representa un segmento de la cultura de su nación: Panchito es una caricatura de los revolucionarios mexicanos (como el legendario “Pancho” Villa), y José es una versión simplificada del brasileño alegre que frecuenta las fiestas. Los cuentos presentan a Donald varias especies de aves latinoamericanas, así como las principales características de Brasil y México. Los otros dos pájaros se convierten en los guías de Donald y a través de sus viajes virtuales conocemos las distintas tradiciones, fiestas y elementos culturales de cada país. Estos tres caballeros son un símbolo de la solidaridad y la amistad panamericanas, encarnando las intenciones del Presidente Roosevelt.

Amy Spellacy cree que la América Latina de la película es una proyección de los deseos sexuales de Donald. El protagonista es un marinero que persigue a las mujeres latinoamericanas, para él éste es el principal objetivo de su viaje. Como personaje de dibujo animado, sus deseos parecen más inofensivos al espectador que si fuera un actor de carne y hueso en un largometraje, pero sus instintos son los mismos. Así pues, América Latina se presenta aquí como un lugar esencialmente destinado a satisfacer los deseos estadounidenses: en la película se muestran los deseos emocionales y esencialmente físicos de Donald, pero en realidad se trata sobre todo del sometimiento político, económico y militar de los estadounidenses. Las mujeres latinoamericanas no se resisten; muchas de ellas, incluidos los personajes interpretados por las actrices reales, se sienten atraídas por Donald, por lo que no son simplemente seducidas, sino que les complace convertirse en objetos de su deseo.²¹ No sólo no han desaparecido los estereotipos anteriores, sino que para los analistas contemporáneos la situación se ha agravado por el hecho de que las mujeres latinoamericanas se han convertido en objetos del deseo sexual estadounidense en un dibujo animado.

²⁰ KAUFMAN: op. cit. 223–224.

²¹ Amy SPELLACY: “Mapping the Metaphor of the Good Neighbor: Geography, Globalism, and Pan-Americanism during the 1940s”. *American Studies*, XLVII, 2006/2, 57–58.

La tercera película inexistente

La lista de películas de Disney de temática latinoamericana no podía, por supuesto, incluir a todos los países de la región, pero hubo uno cuya ausencia fue sorprendente: Cuba. Aparte de México, este país caribeño es el que mantiene lazos más estrechos con Estados Unidos desde mediados del siglo 19, por lo que puede parecer curioso que no apareciera en las películas de Disney. Había planes para realizar una tercera película antológica en la que Cuba ocuparía un lugar destacado junto a México y Brasil, y en octubre de 1944 un pequeño grupo de Disney visitó el país con la misma intención que en su anterior viaje a otras partes de la región: se elaboraron descripciones, fotografías y guiones. Los representantes de Disney mantuvieron varias reuniones con funcionarios del gobierno cubano durante las cuales se acordó la creación de un nuevo personaje para la película que simbolizara a la nación cubana: el *kikiriki*, un gallo de pelea popular en Cuba. Sin embargo, la indiferente acogida de *Los Tres Caballeros* por parte del público y la crítica, y el final de la Segunda Guerra Mundial (y el consiguiente declive de la importancia de la Política de Buena Vecindad) llevaron tanto al gobierno estadounidense como a Disney a considerar que no era crucial seguir reforzando las relaciones amistosas con la región.²² Esto ilustra perfectamente que la exploración de la región latinoamericana y la inclusión de temas relacionados en las películas tenían objetivos esencialmente geopolíticos y propagandísticos, y que cuando la necesidad de desarrollar las relaciones interamericanas se eclipsó temporalmente, se perdió la importancia de seguir conociendo las diferentes sociedades de las Américas.

Otros efectos del viaje de Disney

Aunque Estados Unidos necesitaba la cooperación de toda América Latina en el marco de su Política de Buena Vecindad, México tenía una importancia primordial. Los unían lazos económicos más estrechos, y existía un mayor riesgo de que agentes o saboteadores alemanes intentaran infiltrarse en Estados Unidos, como había ocurrido en la Primera Guerra Mundial. La amistad entre Estados Unidos y México era, por tanto, una prioridad. Dado que el 80% de las películas de animación estrenadas en México en la década de 1940 provenían de la compañía Disney, no era de extrañar que las obras de ambientación latinoamericana también tuvieran éxito, aunque, como ya lo he mencionado, seguían mostrando signos de subjetividad. Tras la entrada de Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial, Disney comenzó a realizar películas de propaganda patriótica y antinazi, muchas de ellas protagonizadas por sus figuras dibujadas populares.²³ Estas películas

²² KAUFMAN: op. cit. 230–232.

²³ Yolanda MERCADER: “Cine y propaganda. Estrategias políticas y sociales: Walt Disney en México”. In *Anuario de Investigación 2007*, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2007, 64–66.

fueron distribuidas en América Latina, donde desempeñaron un papel importante en la conquista de la sociedad para los intereses estadounidenses; México fue un actor clave en este sentido. A partir de 1941, con la aprobación del presidente mexicano Ávila Camacho y el apoyo de la Motion Picture Division estadounidense, Walt Disney produjo cortometrajes educativos para el público mexicano, que posteriormente fueron distribuidos a otros países latinoamericanos. Estas películas se centraban principalmente en la agricultura y la salud, y pretendían educar al público sobre buenas prácticas de vida y trabajo, basándose en gran medida en las experiencias de Disney y sus colegas durante sus viajes. Los destinatarios eran trabajadores, agricultores y estudiantes y se utilizaban unidades móviles para distribuir las películas en zonas rurales remotas. Uno de los cortos de animación más populares fue *El grano que construyó un hemisferio* (*The Grain that Built a Hemisphere*, Bill Justice, 1942), que incluso fue nominado al premio Óscar al mejor documental. La película hace hincapié en la importancia de la solidaridad a través de los lazos económicos y culturales entre los países de las Américas y utiliza el maíz, uno de los cereales más importantes de la región, como símbolo de esta solidaridad. Aunque la película deja claro que esta solidaridad debe ser liderada por Estados Unidos, Disney también se aseguró de que el público principal, los mexicanos, sintieran la solidaridad: menciona a los mayas y a los aztecas como los representantes más antiguos de la “cultura del maíz”. Otras películas de Disney, también populares y distribuidas en México, demostraron los peligros de los mosquitos y la importancia de la vacunación (los espectadores podían vacunarse después de la proyección) y de la buena alimentación.²⁴

Conclusión

Al evaluar la dimensión cultural (en este caso, principalmente cinematográfica) de la Política de Buena Vecindad, debemos tener en cuenta que estaba estrechamente vinculada a los objetivos de la política exterior de Estados Unidos. La mejora de las relaciones interamericanas tenía dos objetivos principales. Uno era adaptarse a un mundo en transformación, es decir, entender que los acontecimientos (o amenazas) políticos que se producían en Europa en aquel momento pronto podrían tener repercusiones directas en los países de América. Por otra parte, pocos años después de la Gran Depresión de 1929, era esencial para EE.UU. mantener relaciones armoniosas con la mayoría de los países latinoamericanos con el fin de preservar los antiguos mercados y establecer nuevas relaciones comerciales. Era fundamental cambiar las actitudes de la sociedad y de los políticos estadounidenses hacia este mundo poco conocido y, por supuesto, lograr que América Latina simpatizara con Estados Unidos. Social, política y económicamente, los efectos positivos del nuevo

²⁴ Ibid. 64–71.

enfoque no tardaron en dejarse sentir. En el ámbito cultural, la nueva política cinematográfica interamericana, aunque mantenía algunos de los estereotipos asociados anteriormente a la imagen de los latinoamericanos, pretendía promover el entendimiento mutuo entre los pueblos de las Américas. Las películas rodadas dentro del marco de la Política de Buena Vecindad sobre temas, personajes o lugares latinoamericanos podían utilizarse para facilitar la propaganda, el acercamiento económico y cultural y la búsqueda de la cooperación internacional como parte de una misión más amplia y compleja. La imagen que Estados Unidos quería promover de sí mismo podía llegar a través de las películas de Hollywood; al mismo tiempo, había que crear una imagen positiva de América Latina y su sociedad para el público estadounidense, desmintiendo los estereotipos que se habían creado y difundido previamente, en gran parte por la industria cinematográfica. Esto funcionó a corto y medio plazo, pero el final de la Segunda Guerra Mundial y la llegada de la Guerra Fría provocaron un nuevo tipo de confrontación, ya que Estados Unidos se vio obligado a cambiar su política exterior y a replantearse su papel en las relaciones internacionales. Naturalmente, las nuevas exigencias de la política exterior e interior estadounidense se reflejaron también en su política cinematográfica.

Las dos películas de Disney presentaban esencialmente una América Latina imaginaria, basada en el recorrido por la región de Walt Disney y sus colegas, que tenía poco que ver con la realidad. Para el público estadounidense, presentaban una imagen más atractiva, habitable e interesante de América Latina que, a diferencia de las representaciones anteriores, no estaba (sólo) poblada de bandidos y alcohólicos, sino que prometía a los extranjeros una aventura emocionante y exótica. En el contexto histórico de la época, era esencial para Estados Unidos que Latinoamérica confiara en él y viera a su sociedad como un socio. La versión de Walt Disney de la Política de Buena Vecindad resultó útil en aquel momento: a pesar de las contradicciones, Donald y Goofy eran embajadores atractivos y simpáticos del *American way of life* y ayudaron a mejorar temporalmente las relaciones entre los países americanos.

Fuentes

- M. B. CALVACHE – D. TUFÍÑO VILLACRÉS: “América del Sur: Un imaginario construido por Disney. El caso de *Saludos amigos*”. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 2022/6, 143–57. doi.org/10.32719/26312514.2022.6.10
- G. CRAMER – U. PRUTSCH: “Nelson A. Rockefeller’s Office of Inter-American Affairs (1940–1946) and Record Group 229”. *Hispanic American Historical Review*, 2006/4, 785–806. doi.org/10.1215/00182168-2006-050
- A. T. FANCHIN: “La imagen del gaucho argentino en los primeros films de dibujos animados estadounidenses”. *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM*, 2023/45. doi.org/10.4000/alhim.11655

- N. GABLER: *Walt Disney: The Biography*, London, Aurum, 2006.
- J.B. KAUFMAN: "Al sur de la frontera." In D. Kothenschulte (szerk.): *Los archivos de Walt Disney: sus películas de animación 1921–1968*, Köln, Taschen, 2020, 210–233.
- A. LÉNÁRT: "First Degree Friendship: Cinematographic Aspects of Franklin D. Roosevelt's Good Neighbor Policy towards Latin America". *Americana. E-Journal of American Studies*, XIV, 2018/2, elérhető: americanajournal.hu/vol14no2/lenart (utolsó letöltés: 2024. augusztus 15.)
- Y. MERCADER: "Cine y propaganda. Estrategias políticas y sociales: Walt Disney en México". In *Anuario de Investigación 2007*, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2007, 43–74.
- E. MONTES GARCÉS: "Sentido de lugar y género en Condorito y Mafalda". *Revista Canadiense de Estudios Hispánicos*, XLIII, 2018/1, 17–41. doi.org/10.18192/rceh.v43i1.4520
- A. M. MORAL RONCAL: *Cuba ante la guerra civil española: la acción diplomática de Ramón Estalella*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2003.
- M. PERREAU: "To Fear and to Love Us: Intercultural Violence in the English Atlantic". *Journal of World History*, XVII, 2006/1, 71–93. doi.org/10.1353/jwh.2006.0032
- F. PURCELL: "Cine, propaganda y el mundo de Disney en Chile durante la Segunda Guerra Mundial". *Historia (Santiago)*, 2010/3, 487–522. dx.doi.org/10.4067/S0717-71942010000200005
- M. A. RANKIN: *¡México, la Patria! Propaganda and Production during World War II*, Lincoln – London, University of Nebraska Press, 2009.
- A. SPELLACY: "Mapping the Metaphor of the Good Neighbor: Geography, Globalism, and Pan-Americanism during the 1940s". *American Studies*, XLVII, 2006/2, 39–66.
- B. THOMAS: *Walt Disney. Egy találékony amerikai*, Budapest, Táltos GM, 1987.
- S. WATTS: *The Magic Kingdom: Walt Disney and the American Way of Life*, Columbia – London, University of Missouri Press, 2001.
- S. WATTS: "Art and Politics in the American Century". *The Journal of American History*, LXXXII, 1995/1, 84–110. doi.org/10.2307/2081916

Reszümé

Franklin D. Roosevelt Jószomszédság Politikája az amerikai kontinens országai közötti kapcsolatok javítására törekedett. Ennek keretében Walt Disney megbízást kapott, hogy jószolgálati körutat tegyen Latin-Amerikában, inspirációt keresve a régióról szóló filmekhez. Ő és csoportja találkozott politikusokkal és művészekkel, kutatta a helyi kultúrákat, és személyesen is megismerte a régió társadalmát, földrajzát és élővilágát. E tapasztalatok eredményeként Latin-Amerika az 1940-es években két Disney-film (Saludos Amigos, The Three Caballeros) bábteréül szolgált. A tanulmány bemutatja Walt Disney és rajzfilmfigurái szerepét

az Amerika-közi kapcsolatok átalakulásában, megvizsgálva e küldetés pozitív és negatív következményeit egyaránt.

Kulcsszavak: Walt Disney, Amerika-közi kapcsolatok, Latin-Amerika, *Saludos Amigos*, *The Three Caballeros*

Abstract

Walt Disney in Latin America – Inter-American Cultural Diplomacy during World War II

*Franklin D. Roosevelt's Good Neighbor Policy sought to improve relations between the countries of the Americas. The legendary filmmaker Walt Disney was commissioned to make a goodwill tour of Latin America in search of inspiration for films about the region. He and his group met with politicians and artists, researched local cultures and personally experienced the region's society, geography and wildlife. As a result of these experiences, Latin America became the setting for two Disney films in the 1940s (*Saludos Amigos*, *Los Tres Caballeros*). The aim of this article is to describe the key role played by Walt Disney and his cartoon characters in the transformation of inter-American relations, looking at both the positive results and the negative evaluations of this mission.*

Keywords: Walt Disney, Inter-American Relations, Latin America, *Saludos Amigos*, *Los Tres Caballeros*