
Dossier

“Una protección contra la revolución”. Disney y la Política del Buen Vecino en Bolivia



“A hedge against revolution”. Disney and the Good Neighbor Policy in Bolivia

Olivier Keller

Universidad de Zúrich, Suiza
olivier.keller@uzh.ch

Historia & Guerra

núm. 8, p. 102 - 117, 2025

Universidad de Buenos Aires, Argentina

ISSN-E: 2796-8650

Periodicidad: Semestral

historiayguerra@gehigue.ar

Recepción: 14 octubre 2024

Aprobación: 11 marzo 2025

DOI: <https://doi.org/10.34096/hyg.n8.16060>

URL: <https://portal.amelica.org/ameli/journal/678/6785555014/>

Resumen: Durante la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos lanzó un ambicioso programa de películas propagandísticas en Latinoamérica a través de la Oficina de Asuntos Interamericanos (OIAA). Los dibujos animados de Disney estuvieron en el centro de este programa y se exhibieron con proyectores portátiles en toda Latinoamérica, incluso en países considerados periféricos, como Bolivia. El estudio del caso boliviano revela que Estados Unidos persiguió una estrategia hegemónica en Latinoamérica bajo el pretexto de la Política del Buen Vecino. Con una medida sutil y aceptada por la política local, la OIAA trató de influir tanto en las élites como en la población general. Pero su público no fue pasivo, sino que también solicitó activamente las películas de Disney.

Abstract: During World War II, the United States launched an ambitious propaganda film program in Latin America through the Office of Inter-American Affairs (OIAA). Disney cartoons were at the center of this program and were screened with portable projectors throughout Latin America, including in countries considered peripheral, such as Bolivia. The study of the Bolivian case reveals that the United States pursued a hegemonic strategy in Latin America under the guise of the Good Neighbor Policy. By a subtle and politically accepted measure, the OIAA sought to influence both elites and the general population. But its audience was not passive; it actively solicited Disney films.

Introducción

El cortometraje de Disney *El grano que construyó un hemisferio* (1943) cuenta en imágenes artísticas y coloridas la historia del maíz. Muestra cómo la gente en las Américas se volvió sedentaria gracias al descubrimiento del maíz, cómo las avanzadas civilizaciones de los mayas, aztecas e incas siguieron basándose en el maíz y cómo este cereal conquistó el mundo entero más tarde. El narrador elogia el maíz como legado de los indios, explica técnicas de cultivo y demuestra la amplia gama de usos modernos del maíz en las Américas, incluyendo a Estados Unidos. Además de mostrar diferentes alimentos como los tamales y las palomitas, también se enseñan posibles usos modernos del maíz como combustible para aviones, tejido para paracaídas y plástico para tanques y buques de guerra. De esta manera, el cortometraje de animación reúne diferentes mensajes para su público latinoamericano, demuestra la unidad e historia común de las Américas y también la urgencia de la producción de guerra en el doble continente.¹

El grano que construyó un hemisferio forma parte de una serie de películas de Disney que tratan de Latinoamérica, de las relaciones entre esta región y los Estados Unidos y de la guerra contra las potencias del Eje. Las versiones dobladas al español y al portugués se exhibieron con proyectores portátiles en todos los países de Latinoamérica, en escuelas, pueblos remotos, fábricas, cuarteles e incluso en cárceles. Se documentó detalladamente cuántas personas vieron qué películas, cuándo y dónde. En el caso de *El grano que construyó un hemisferio*, fueron 4.274.682 personas las que vieron la película en proyectores portátiles hasta junio de 1945. Esta cifra corresponde aproximadamente al 3,4 por ciento de la población total de Latinoamérica en dicho momento.² La organización responsable de este inmenso esfuerzo propagandístico estadounidense fue la Oficina de Asuntos Interamericanos (OIAA, por sus siglas inglés) bajo el mando de Nelson A. Rockefeller.

La OIAA se fundó en agosto de 1940, en el contexto de la guerra en Europa y Asia y las incursiones propagandísticas de las potencias del Eje en Latinoamérica. Los países situados al sur de los Estados Unidos fueron el único lugar en donde la administración Roosevelt pudo ser políticamente activa sin provocar reacciones aislacionistas en casa, ya que se consideraba que una posible presencia del Eje en la región suponía una amenaza directa para la seguridad nacional (Lübken, 2004).³ Las tareas de la recién creada OIAA consistían en ganarse a los países latinoamericanos como socios, fomentar el panamericanismo y contrarrestar las actividades del Eje en

Latinoamérica.⁴ Gracias a su activa presencia en América Latina, la OIAA no solo significó la institucionalización de la Política del Buen Vecino, sino también el abandono de algunos de sus principios clave, como la no interferencia.

Las películas de Disney como *El grano que construyó un hemisferio* estuvieron en el centro de las iniciativas del OIAA. Esto se refleja en el tratamiento prominente que Disney ha recibido en la investigación existente sobre el OIAA y la Política del Buen Vecino (Burton, 1992; Vidal, 2001; Bender, 2002; Pincherle, 2002; Hart, 2004; Adams, 2007; Leskosky, 2011; Sadlier, 2012; Prutsch, 2008; Purcell, 2010; Goldman, 2013; Gudiño Cejudo, 2016; Hess, 2017; Lénárt, 2018; Valim, 2019; Poveda Viera, 2021; Tufiño Villacrés y Calvache, 2022). Sin embargo, estos trabajos han puesto más énfasis en el estudio de los contenidos de las películas de Disney o de la OIAA en general y menos en la producción y la difusión de los dibujos animados. Como se indicó para el caso de *El grano que construyó un hemisferio*, esta difusión fue amplia e incluyó no solo a los cines, sino también al programa de 16 mm, llamado así por el formato de los proyectores portátiles. Aunque este programa fue más grande en los países con más valor estratégico para Estados Unidos, como México, Argentina o Brasil, tuvo todavía más impacto en países con pocos cines, donde los proyectores portátiles fueron una de las pocas maneras de ver películas. Uno de estos países fue Bolivia. A pesar de la existencia de fuerzas fascistas y de las simpatías extendidas para el Eje en el país, Bolivia entró en la guerra del lado de Estados Unidos poco tiempo después de Pearl Harbor y mandó estaño a Estados Unidos (Klein, 2022: 196-200). Bolivia no fue una prioridad para los Estados Unidos, pero precisamente por eso es un caso de estudio interesante. ¿Cuáles fueron los razonamientos y cómo se justificó un programa de propaganda con extensas proyecciones de películas en un país considerado periférico?

En primer lugar, se analiza la colaboración entre el OIAA y los estudios Disney en la producción, distribución y evaluación de las películas propagandísticas y luego se estudia el caso de Bolivia en particular. Se argumenta que las aspiraciones gigantescas del programa y su razonamiento iban más allá de la guerra presente, hacia un estado hegemónico de los Estados Unidos en Latinoamérica. En su razonamiento para la extensa implementación en Bolivia, los agentes locales de la OIAA se refirieron a la situación particular del pequeño país andino y esto influyó en la forma del programa. De acuerdo con la lógica de la Política del Buen Vecino, identificaron medidas sutiles, como los dibujos animados de Disney, como las más prometedoras para alcanzar un estado hegemónico de Estados Unidos en Bolivia.

Disney, propaganda y la Oficina de Asuntos Interamericanos (OIAA)

La organización de la OIAA reflejaba la firme posición de su presidente, Nelson A. Rockefeller. El joven republicano gozaba de la confianza y el afecto del presidente Roosevelt y había logrado persuadirlo para que creara y expandiera posteriormente la organización. Rockefeller empleó a muchos amigos personales y combinó la iniciativa gubernamental con la privada. Empresarios estadounidenses solían formar los comités de coordinación de la oficina en los diferentes países latinoamericanos y supervisaban algunas de las iniciativas locales de la agencia; otras se llevaban a cabo en cooperación con la Fundación Rockefeller (Prutsch, 2008: 33-84). Las iniciativas de la OIAA debían ser congruentes o, al menos, no entrar en total incompatibilidad con la Política del Buen Vecino. Esta política estadounidense, iniciada por Herbert Hoover y ampliada por Franklin D. Roosevelt, pretendía estrechar y mejorar las relaciones con América Latina, pero también exigía la no intervención y no interferencia de Estados Unidos. Políticos y diplomáticos argentinos y mexicanos habían presionado durante décadas para que se dieran esas garantías, y su revocación habría sido contraproducente (Friedman, 2003). Sin embargo, la no interferencia resultó ser un término flexible para la OIAA, ya que sus iniciativas incluían la creación de listas negras con empresas del Eje, la construcción de infraestructuras y, sobre todo, la difusión de propaganda.

En su comprensión y aplicación de la propaganda, la OIAA se apoyó en los principales científicos estadounidenses especializados en comunicación. Ya desde finales de los años treinta, estos científicos se reunían periódicamente para debatir los esfuerzos propagandísticos de Estados Unidos en una futura guerra. En su opinión, Estados Unidos debería hacer pleno uso de todos los medios de comunicación de masas, pero de una manera responsable. A diferencia de los nazis, solo se deberían utilizar hechos en lugar de mentiras para así crear una propaganda “democrática” y parecer dignos de confianza.⁵ La Fundación Rockefeller patrocinó estos esfuerzos y también estableció contactos con la OIAA. En consecuencia, científicos como Harold Lasswell, Hadley Cantril o Leonard Doob trabajaron directamente para la OIAA y dieron forma a su estrategia propagandística (Gary, 1996). Se hizo hincapié en el cine, ya que los años treinta y cuarenta fueron “la era de la gran pantalla de cine” y Hollywood era el centro mundial de la cinematografía (Hobsbawm, 1994: 193). La OIAA fue una de las primeras organizaciones gubernamentales estadounidenses en reconocer el potencial de Hollywood y en trabajar con estudios

individuales para “producir poderosas películas de propaganda”, como se afirmaba en la autorización para la creación de la Unidad Cinematográfica de Walt Disney Productions de la OIAA.⁶

En la década de 1930, Walt Disney había creado el estudio de animación más exitoso e influyente del mundo, que encantaba tanto a adultos como a niños. Sus cortometrajes se proyectaban en los cines de todo el mundo antes de los largometrajes y Disney también había revolucionado la animación con nuevas técnicas y con la temprana incorporación del sonido y del color (Bendazzi, 2016: 95-110). Sin embargo, en 1940 Disney atravesaba tiempos difíciles, pues había perdido el mercado europeo a causa de la guerra y tenía disturbios laborales en sus estudios (Laqua, 1992: 162f). En esta época de crisis, la OIAA se puso en contacto con Disney. La oficina le ofreció un salvavidas, películas de propaganda patrocinadas por el gobierno estadounidense. Disney debía producir películas que promovieran la amistad entre Estados Unidos y Latinoamérica o desacreditaran al Eje. Pero Disney no era un mero receptor de órdenes, sino que proponía los temas concretos y moldeaba activamente la forma de la propaganda animada. Robert Spencer Carr, empleado de Disney y escritor, abogaba por mensajes sencillos, transmitidos por una voz narradora que el público idealmente conociera y apreciara. Para Carr, la animación constituía un “medio mágico”, que se caracterizaba por su “profundo potencial para evocar sentimientos casi religiosos”.⁷ Tanto los miembros de Disney Productions como los de la OIAA compartían la percepción de que a través del cine se podía fácilmente influir a las masas, y pretendían hacer exactamente eso. En un documento interno de la OIAA, se subrayaba que las películas estaban “sirviendo, como ningún otro medio de comunicación puede servir, para hacer que los pueblos de las otras repúblicas americanas quieran, confíen y respeten a los pueblos de los Estados Unidos, y se unan a ellos en el desarrollo de una política duradera de solidaridad hemisférica, que es la base de una Política del Buen Vecino permanente”.⁸

En total, Disney produjo 30 películas bajo contrato con la OIAA, que pueden dividirse en las tres categorías siguientes: “Películas de buena vecindad”, “cortos de guerra” y “películas educativas”.⁹ Las “películas de buena vecindad” hacían hincapié en la amistad entre los Estados Unidos y Latinoamérica a través de encuentros de estrellas de Disney, como el Pato Donald, con personajes latinoamericanos, como José Carioca o Panchito Pistolas. Incluyeron a los largometrajes Saludos Amigos y Los tres caballeros, así como cuatro cortos. Los “cortos de guerra” desacreditaban y ridiculizaban las tácticas totalitarias del Eje, de los cuales los más famosos fueron Der Fuehrer’s Face y Education for Death. Mientras que estos dos tipos de películas

se consideraron propaganda directa, las 19 “películas educativas”, casi todas sobre temas de salud, se consideraron propaganda indirecta.¹⁰ Estas últimas seguían la lógica de que “las personas que se beneficiarán de las películas podrán darse cuenta de su origen y apreciar la contribución que el pueblo de los Estados Unidos está haciendo para el mejoramiento de los pueblos del Hemisferio y para la salud y prosperidad de las Américas”.¹¹

Gracias al amplio alcance de los estudios de Hollywood, las películas de propaganda estadounidense se proyectaron en cines de toda Latinoamérica, llegando así a un público de unos 15 millones de espectadores.¹² Sin embargo, la distribución cinematográfica no era suficiente para llegar a todos los sectores de la población latinoamericana, ya que se limitaba a las ciudades. Para llegar a las personas que no tenían acceso a cines o para dirigirse a grupos específicos, la OIAA estableció el programa de 16 mm, llamado así por el formato de los proyectores portátiles. En mayo de 1945, el programa de 16 mm de la OIAA contaba con cientos de empleados, 326 proyectores portátiles y 69 camiones para el transporte a zonas remotas.¹³

El programa de 16 mm se organizaba por países y, en muchas ocasiones, se trabajaba en colaboración con agentes locales. En varios países, la OIAA cooperó con transportistas locales, como los ferrocarriles nacionales de Chile y Colombia o compañías de autobuses y barcos de Uruguay y Argentina. La colaboración en la difusión de la propaganda se extendió incluso a políticos y gobiernos locales, ya que alcaldes y ministerios buscaban las exhibiciones gratuitas de películas para atribuirse el mérito. Invitaron a los equipos de proyeccionistas de la OIAA y se encargaron del transporte, como revela un informe de Brasil.¹⁴ En México, la oficina entregó varias de las películas educativas de Disney al Ministerio de Educación, que se encargó de que Estados Unidos no obtuviera demasiado crédito por ellas (Gudiño Cejudo, 2016: 143).¹⁵ En resumen, el programa de 16 mm no solo sirvió a Disney y a la OIAA, sino también a los gobiernos y políticos locales, sin cuyo apoyo no habría tenido el alcance que tuvo.

Las estadísticas sobre las proyecciones en toda Latinoamérica se recopilaron en resúmenes mensuales, en los que se indicaban los totales de proyecciones y las cifras de asistencia por película. Gracias a estas cifras, se puede cuantificar el alcance del programa de 16 mm e identificar las películas más vistas, que fueron las de Disney.¹⁶ Al controlar meticulosamente todas sus proyecciones, la OIAA no solo quería medir el alcance de su propaganda, sino también el efecto que tenía en la población latinoamericana. Para ello, se aplicaron varias medidas cuantitativas y cualitativas para calibrar las reacciones del

público ante las películas. Estas reacciones se equipararon en gran medida al efecto que supuestamente tenían las películas en las personas.

La medida más extendida eran las hojas de reacción rellenas por los proyeccionistas. Por ello, dependían de empleados locales, quienes probablemente tenían interés en informar de reacciones positivas, ya que sus puestos de trabajo dependían de la convicción de la OIAA de que su propaganda tenía éxito. En consecuencia, la fiabilidad de estas hojas de reacción con respecto a las reacciones reales del público es muy limitada.¹⁷ Nunca se aplicaron otras medidas a gran escala, como entrevistas y sondeos generalizados, a pesar de que se habló de un programa de este tipo con George Gallup y Hadley Cantril, los dos encuestadores más prominentes de Estados Unidos.¹⁸ En la práctica, gran parte de la evaluación de la OIAA se basó en el análisis de periódicos y en evaluaciones personales de empleados locales y, por tanto, no se puede extraer de ellos una evaluación concluyente sobre el efecto en las personas individuales.

Disney y el programa de 16 mm en Bolivia

En los años cuarenta, Bolivia atravesaba tiempos turbulentos. Tras la desastrosa Guerra del Chaco, fuerzas reformistas y radicales presionaron a las élites tradicionales y marcaron el inicio de una época caracterizada por los conflictos políticos y el cambio social. En la Guerra del Chaco, que duró de 1932 a 1935, Bolivia, con una población de apenas dos millones de habitantes, perdió unos 65.000 soldados y una gran parte de su territorio en la región del Chaco frente a Paraguay. La derrota boliviana se produjo a pesar de tener un ejército más grande y mejor equipado que el de Paraguay y de contar con más recursos que el país vecino. Muchos bolivianos y bolivianas vieron en la incompetencia de la élite política y en la inmensa corrupción de los comandantes del ejército las causas principales de la derrota (Klein, 2022: 178-187).

El ejército boliviano reflejaba las estructuras racistas del país, en el que solo los hombres blancos tenían el derecho a voto y la población indígena estaba sujeta a trabajo forzado. Mientras que en la Guerra del Chaco los tenientes blancos se enriquecieron, los soldados indígenas dejaron su vida en ataques frontales sin sentido o desertaron. Aunque los años posteriores a la guerra se caracterizaron por políticas progresistas y cambio social, el ejército no perdió su posición dominante y el sistema racista de castas quedó intacto (Klein, 2022: 183-190). Sin embargo, las y los indígenas no se limitaron a aceptar el colonaje, un sistema de explotación en el que tenían que trabajar sin remuneración para los terratenientes. Estos últimos aun reforzaron el colonaje en los años posteriores a la Guerra

del Chaco, pero también aumentó la resistencia indígena. Las y los indígenas organizaron huelgas y sus líderes exigieron derechos iguales ante los políticos locales y nacionales, hasta que, en los años cuarenta, varios partidos empezaron a tenerlos en cuenta. Laura Gotkowitz considera el periodo de 1943-1947 como un tiempo revolucionario, con una gran movilización indígena, que representaba a la mayor parte de la población boliviana (Gotkowitz, 2007: 2-9 y 132-163).

Una de las políticas centrales de los años posteriores a la Guerra del Chaco fue la nacionalización del petróleo boliviano, en marzo de 1937, que complicó las relaciones con Estados Unidos. En un acto sin precedentes, el Estado boliviano expropió a la Standard Oil of New Jersey, que controlaba y explotaba los yacimientos petrolíferos de Bolivia. Esta expropiación sin compensación se produjo bajo presión popular, ya que muchos bolivianos y bolivianas veían a la Standard Oil como un belicista que había impulsado la Guerra del Chaco para extender sus operaciones petroleras (Klein, 2022: 188-190). Kevin Young argumenta que la nacionalización del petróleo boliviano fue la primera manifestación de lo que él denomina “nacionalismo de recursos naturales”, que, según afirma, fue el tema político dominante en los años cuarenta y la mayor preocupación de Estados Unidos (Young, 2017: 11 y 16-34).

La expropiación petrolera causó una ruptura de las relaciones con los Estados Unidos, lo que afectó negativamente a la economía boliviana. En las elecciones generales de 1940, fuerzas reformistas con elementos y simpatías fascistas, que rechazaban a Estados Unidos, se volvieron dominantes en el parlamento. En contraste, el nuevo presidente buscó reanudar la relación con Estados Unidos para obtener crédito, asistencia técnica y garantías para la venta de estaño. Durante más de un año, la Standard Oil trató de bloquear el acercamiento entre Bolivia y Estados Unidos y no fue hasta finales de 1941 cuando este reaceramiento culminó en la solución de la cuestión petrolera. Como consecuencia de esta impopular alianza con Estados Unidos, Bolivia entró en la Segunda Guerra Mundial en enero de 1942. Aun estando del lado de los aliados ahora, las simpatías fascistas en la ciudadanía y el sector militar boliviano persistieron (Klein, 2022: 188-208).

A pesar del interés de Estados Unidos en el estaño y en la industria petrolera de Bolivia, este pequeño país andino no fue una prioridad para los Estados Unidos. En varios aspectos, Bolivia fue tratada como un país periférico. Esto se manifestó especialmente en el caso del cine, como revela un informe de un colaborador local de la OIAA. Se destacó que en Bolivia casi no había cines y que las películas estadounidenses que llegaban al país tenían en su mayoría tres o cuatro años y que, por tanto, estaban en muy mal estado. Incluso los noticieros estadounidenses que se emitían allí tenían al menos seis

meses. Ante este abandono por parte de los agentes comerciales del cine, se subrayó la importancia del programa de 16 mm. Gracias a este, se podía llegar a amplios sectores de la población con películas nuevas, incluso a personas que nunca habían visto una película.¹⁹

Esta perspectiva estadounidense ignora la larga historia del cine en Bolivia, que se remonta a 1897, cuando se proyectó la primera película en La Paz. Las primeras producciones bolivianas datan de la primera década del siglo XX y la segunda mitad de los años veinte y los inicios de los años treinta son considerados la época de oro del cine silente boliviano. Pero el final de la Guerra del Chaco marcó también el final de esta época. Según el historiador y expresidente boliviano Carlos Gisbert Mesa, el cine boliviano estuvo “en el desierto” en la década siguiente (Mesa Gisbert y Susz Kohl, 2018: 18-80). En fin, a pesar de una larga historia, el cine en Bolivia atravesó tiempos difíciles en los años cuarenta.

En este contexto, el director local de la OIAA, Kenneth Wasson, no solo consideró el programa de 16 mm muy importante, sino también la actividad más exitosa en Bolivia. En un informe dirigido a Nelson Rockefeller, el director general de la OIAA, Wasson escribió que “la parte cinematográfica de nuestro programa informativo me parece la mejor organizada, la que mejor funciona y, posiblemente, la más fructífera de nuestras actividades locales”. El director local atribuyó la buena organización del programa al encargado, un joven pintor estadounidense. Le vio como “una persona con sentido de la responsabilidad, iniciativa e imaginación considerable”, cualidades que asociaba directamente con su nacionalidad y que contrastaba con los demás empleados locales de nacionalidades latinoamericanas.²⁰ Viviendo en un país donde los derechos personales dependían de la etnia, Kenneth Wasson consideró que las y los estadounidenses eran superiores a la población latinoamericana. Además, se puede destacar que Wasson creyó que demostrar esta superioridad como parte del programa de 16 mm sería propagandísticamente fructífero.

En diciembre de 1943, Wasson acompañó una gira cinematográfica al pueblo de Sorata, al norte de La Paz. Describió con detalle diferentes dificultades y contratiempos que se fueron presentando a lo largo del camino y culpó en gran medida a los proyccionistas chilenos y a su “muy pobre juicio”. Consideraba que haber acompañado a los empleados latinoamericanos en esa gira había sido “muy afortunado”, ya que había puesto de manifiesto “los defectos de procedimiento y la falta de rigor general en el funcionamiento del programa cinematográfico”.²¹ Con este juicio, el funcionario de la OIAA menospreció a sus empleados locales y exhibió el paternalismo que sentía hacia ellos.

Sin embargo, como parte de este paternalismo, Wasson también elogiaba a sus empleados por sus habilidades técnicas. Cuando el

grupo, compuesto por dos proyeccionistas chilenos, su jefe paternalista y la esposa de uno de los proyeccionistas, llegó a Sorata, la red eléctrica de la ciudad estaba interrumpida. Con el permiso de las autoridades locales, decidieron restablecer la red, ya que la proyección de las películas dependía de la electricidad. Wasson alabó la cooperación de las autoridades locales y describió cómo el subprefecto movilizó a algunos “policías-soldados”, equipados con látigos, para reunir a “un número considerable de indios” con el fin de apoyar a los proyeccionistas chilenos en la reparación de la línea eléctrica. Wasson consideró que este procedimiento era “un poco primitivo”, pero subrayó que todo “se llevó a cabo estrictamente de acuerdo con los usos habituales y cotidianos de la zona” y que él pagó a los indígenas por su trabajo, que “no fue necesariamente ‘voluntario’”. El funcionario estadounidense aceptaba el sistema de colonaje y se enfocó en que la restauración de la línea eléctrica y las proyecciones posteriores de películas habían sido un gran éxito “desde el punto de vista de la propaganda y la buena voluntad”. Escribió: “He oído casi tantos comentarios favorables sobre el rápido restablecimiento del servicio eléctrico como sobre las películas. En general, se consideraba una especie de milagro yanqui”.²²

Wasson estaba convencido de que las películas y la presencia estadounidense habían influido en la población boliviana como él deseaba. Pero, aun así, el funcionario estadounidense sintió la necesidad de justificar esas costosas proyecciones de películas ante un público rural, formado en gran parte por “indios y mestizos que no pueden considerarse factores importantes o decisivos en el pensamiento o la opinión pública bolivianos”.²³ Con esto se refería a la total exclusión de la población indígena de la política. Pero, en los años cuarenta, las cosas en Bolivia estaban cambiando y la población indígena se hacía oír cada vez más (Gotkowitz, 2007: 132-163). En estas circunstancias, Wasson consideró que, aunque las y los indígenas no tenían voz en la política boliviana en ese momento, podrían convertirse en un factor en el futuro. “En tal caso, sería una clara ventaja para nosotros que mantuvieran una actitud favorable hacia Estados Unidos. Estas proyecciones, entonces, pueden quizás ser justificadas –si no por otras razones– como una protección contra la revolución”.²⁴ En retrospectiva, estos años pueden considerarse realmente revolucionarios, ya que se caracterizaron por una gran movilización social que culminó con la revolución de 1952.

La población indígena de Bolivia no solo fue público de las películas de la OIAA, sino que también apareció en una de las películas de Disney. Durante su gira por Sudamérica en el verano de 1941, Walt Disney no visitó Bolivia, pero una parte de su grupo pasó por el país y se quedó tres días para coleccionar impresiones y grabar escenas de la vida cotidiana antes de continuar hacia Perú.²⁵ El

material coleccionado se usó después para el episodio *Donald Duck visits Lake Titicaca*, de la película *Saludos Amigos* de 1942. El episodio comienza con imágenes reales en color que muestran en estilo documental el lago Titicaca y la población local. El lugar se denomina “Tierra de los Incas”, sin especificar si se trata de Perú o Bolivia, y se exotiza a la gente. Se pone énfasis en la ropa colorida de los habitantes y en su supuestamente tradicional forma de vida. En las partes animadas del episodio, la población indígena también es exotizada, pero se les muestra con agencia y humor. Por ejemplo, cuando un niño local toma una foto del Pato Donald, antes que este puede hacerlo al revés.²⁶ En general, el episodio imita la forma de un documental de viajes y vende la región como destino turístico. Por tanto, el público boliviano no fue el destinatario principal, pero es muy probable que la consideración (no específica) haya sido bien recibida en Bolivia.²⁷

Sin embargo, para los funcionarios de la OIAA el público más importante al que llegar con las películas propagandísticas era la élite blanca y no la población indígena. Por tanto, las proyecciones cinematográficas más relevantes de Bolivia no eran las que se realizaban en comunidades rurales como Sorata, sino las proyecciones semanales en el Colegio Militar. Wasson señaló que estos cadetes, procedentes de las mejores familias del país, formarían la futura élite de Bolivia, si las cosas seguían funcionando como en el pasado. “Llegar a estos chicos en una edad impresionable y crear en sus mentes una actitud favorable hacia Estados Unidos me parece un logro muy valioso”. Además de los jóvenes cadetes, las películas también serían vistas por algunos de los tenientes presentes y se esperaba que, gracias a estas películas y a las victorias aliadas, estos tenientes fueran disuadidos de su postura proalemana.²⁸ Desde la Guerra del Chaco, el ejército ha sido la fuerza dominante en la política boliviana y la mayoría de los presidentes, aunque de diferentes posturas políticas, han sido generales (Klein, 2022: 190-208). Por ende, la intención de la OIAA de tratar de influir en los militares era consecuente.

Pero el público de las películas no solo incluyó a militares y población indígena, sino a toda la sociedad boliviana. En noviembre de 1945, con la guerra ya terminada, la OIAA continuó con las proyecciones y las hizo en hospitales, ante ingenieros, en clubes deportivos, en instituciones culturales, ante oficiales y ante públicos generales. En total, se realizaron 357 proyecciones ese mes, con una asistencia de 123.688 bolivianas y bolivianos.²⁹ La OIAA contaba con trece proyectores móviles en Bolivia e hizo uso excesivo de ellos, de modo que cada mes se realizaron cientos de proyecciones y se llegó a más de cien mil personas cada mes en un país con apenas tres millones de habitantes.³⁰ Sin embargo, los trece proyectores solo

representaban una fracción de los 326 con los que la OIAA contaba en toda Latinoamérica.³¹ Estas cifras indican que el alcance del programa de 16 mm en Bolivia tuvo una gran repercusión, pero también que Bolivia no fue la prioridad de la OIAA.

Todas las funciones en Bolivia tenían una cosa en común: la gran demanda de películas de Disney expresada por el público. En Sorata se proyectó *Der Fuehrer's Face* de Disney a petición del alcalde y sobre una proyección en un cuartel boliviano se notó que “este grupo solicita más películas de Walt Disney”.³² Estos casos coinciden con una evaluación anterior de Wasson de que las películas de Disney eran especialmente solicitadas por el público boliviano.³³ Ya desde el inicio del programa de 16 mm, se comunicó desde Bolivia a Washington que “necesitamos con urgencia películas de entretenimiento como las de Walt Disney”.³⁴ Esta demanda también se reflejaba en las cifras: en junio de 1945, más de 45.000 bolivianas y bolivianos vieron las diferentes películas de Disney distribuidas por la OIAA.³⁵ Fue el público boliviano el que comunicó su preferencia por las películas de Disney y, en consecuencia, la OIAA trató de proyectar las películas solicitadas para satisfacer a su público, convencida de que así podría influir en él de manera efectiva.

Aunque el programa de 16 mm de la OIAA cubría toda Latinoamérica, su implementación dependía en gran medida de los actores locales. En el caso de Bolivia, estos fueron principalmente los proyeccionistas chilenos y el director local de la OIAA, el estadounidense Kenneth Wasson. Este último estaba convencido del potencial de las películas para influir en las personas, por lo que impulsó el programa en Bolivia como tarea principal de la organización. Su pasión por el cine era tan grande que, después de la guerra y la disolución de la OIAA, fundó su propia productora de películas, Bolivian Films. Según Carlos Mesa Gisbert, fue con esta productora que “nació nuestro cine profesional” (Mesa Gisbert y Susz Kohl, 2018: 81). Partiendo de una evaluación positiva del programa de 16 mm, Estados Unidos continuó utilizando las películas como instrumento propagandístico en la posguerra. Tras la Revolución Boliviana de 1952, Estados Unidos no intervino de golpe como en Guatemala, sino que se centró en la propaganda a través del United States Information Service (USIS), una organización parcialmente inspirada en la OIAA (Young, 2017: 11). Este uso de la propaganda en lugar de la fuerza también podría interpretarse como una forma de intervenir de manera menos costosa en un país considerado periférico.

Conclusión

Partiendo de la convicción de que la propaganda con películas de entretenimiento sería muy efectiva para influir en la población latinoamericana, Estados Unidos lanzó una extensa campaña de propaganda con proyectores portátiles y películas de Disney en toda la región. Aunque Bolivia generalmente fue tratado por Estados Unidos como un país periférico, el programa de 16 mm se extendió a largos segmentos del país andino, incluyendo a muchas regiones que no contaban con cines. El director local de la OIAA consideraba que, en esas circunstancias, el programa sería especialmente efectivo y lo consideró como la medida más importante de la OIAA en Bolivia. Creyó que con las películas entretenidas de Disney se podría influir en las futuras élites del país, los cadetes de la escuela militar. Pero con el programa de 16 mm, la OIAA no solo intentó captar a las élites, sino también a amplios sectores de la población. Las proyecciones para públicos mayoritariamente indígenas, que no tenían el derecho a voto y sufrían mucha discriminación racista, estaban justificadas como una protección contra la revolución. El razonamiento a favor del programa de 16 mm en Bolivia indica claramente que los fines de Estados Unidos se extendieron más allá de la Segunda Guerra Mundial, hacia una posición hegemónica en Latinoamérica establecida con medidas pacíficas y aceptadas por los gobiernos locales.

Sin embargo, el caso de Bolivia también muestra que el público latinoamericano de las películas propagandistas no fue pasivo, sino que buscaba el entretenimiento y solicitó activamente las películas que le gustaban, que fueron las de Disney. En este momento de buena vecindad, las figuras de Disney parecieron los embajadores perfectos para transmitir valores y mensajes a favor de Estados Unidos, y no sería hasta los años setenta cuando intelectuales latinoamericanos acusaran al Pato Donald y a sus compañeros de ser agentes imperialistas (Dorfman y Mattelart, 2019).

Referencias bibliográficas

- Adams, D. (2007). Saludos Amigos: Hollywood and FDR's Good Neighbor Policy. *Quarterly Review of Film and Video*, 24(3), 289-295.
- Bendazzi, G. (2016). *Animation. A World History*. CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Bender, P. L. (2002). *Film as an instrument of the Good Neighbor Policy, 1930s-1950s* [Dissertation]. New York University.
- Burton, J. (1992). Don (Juanito) Duck and the Imperial-Patriarchal Unconscious. Disney Studios, the Good Neighbor Policy, and the Packaging of Latin America en A. Parker (Ed.), *Nationalism and Sexualities* (pp. 21-41). Routledge.
- Dorfman, A., y Mattelart, A. (2019). *How to read Donald Duck: Imperialist ideology in the Disney comic* (Reedición inglesa del original español de 1972). Pluto Press.
- Friedman, M. P. (2003). *Nazis and good neighbors: The United States campaign against the Germans of Latin America in World War II*. Cambridge University Press.
- Gary, B. (1996). Communication Research, the Rockefeller Foundation, and Mobilization for the War on Words, 1938-1944. *Journal of Communication*, 46(3), 124-147.
- Goldman, K. S. (2013). Saludos Amigos and The Three Caballeros: The Representation of Latin America in Disney's "Good Neighbour" Films en J. Cheu (Ed.), *Diversity in Disney films: Critical essays on race, ethnicity, gender, sexuality and disability* (pp. 23-37). McFarland.
- Gotkowitz, L. (2007). *A revolution for our rights: Indigenous struggles for land and justice in Bolivia, 1880-1952*. Duke University Press.
- Gudiño Cejudo, M. R. (2016). *Educación Higiénica y Cine de Salud en México 1925-1960*. Colegio de México.
- Hart, J. (2004). *Empire of ideas: Mass communications and the transformation of United States foreign relations, 1936-1953* [Dissertation]. Rutgers University of New Jersey.
- Hess, C. A. (2017). Walt Disney's Saludos Amigos. Hollywood and the Propaganda of Authenticity en J. Kun (Ed.), *The tide was always high: The music of Latin America in Los Angeles* (pp. 106-123). University of California Press.
- Hobsbawm, E. J. (1994). *Age of Extremes. The Short Twentieth Century 1914-1991*. Michael Joseph.

- Klein, H. S. (2022). *A concise history of Bolivia* (Third edition). Cambridge University Press.
- Laqua, C. (1992). *Wie Micky unter die Nazis fiel. Walt Disney und Deutschland*. Rowohlt.
- Lénárt, A. (2018). América Latina según Whitney y Disney. El cine interamericano de la Política de Buena Vecindad en los años 1930 y 40. *Acta hispanica*, 23, 55-67.
- Leskosky, R. (2011). Cartoons Will Win the War: World War II Propaganda Shorts en A. B. Van Riper (Ed.), *Learning from Mickey, Donald and Walt: Essays on Disney's edutainment films* (pp. 28-39). McFarland & Co.
- Lübken, U. (2004). *Bedrohliche Nähe: Die USA und die nationalsozialistische Herausforderung in Lateinamerika, 1937-1945*. Steiner.
- Mesa Gisbert, C. D. y Susz Kohl, P. (2018). *Historia del cine boliviano 1897-2017* (Primera edición). Plural Editores.
- Pincherle, M. C. (2002). ¿A los buenos vecinos? Los filmes “latinos” de Orson Welles y Walt Disney. *Entrepassados*, 12(23), 61-73.
- Poveda Viera, J. (2021). Música y propaganda en dos filmes animados producidos por Disney durante la Segunda Guerra Mundial. *Revista musical chilena*, 75(236), 119-142.
- Prutsch, U. (2008). *Creating Good Neighbors? Die Kultur- und Wirtschaftspolitik der USA in Lateinamerika, 1940-1946*. Steiner.
- Purcell, F. (2010). Cine, Propaganda y el Mundo de Disney en Chile durante la Segunda Guerra Mundial. *Historia*, 43(2), 487-522.
- Rowland, D. (1947). *History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*. US Government Printing Office.
- Sadlier, D. J. (2012). *Americans All. Good Neighbor Cultural Diplomacy in World War II*. University of Texas Press.
- Tufiño Villacrés, D. y Calvache, M. B. (2022). América del Sur: Un imaginario construido por Disney. El caso de Saludos amigos. Uru: *Revista de Comunicación y Cultura*, 6, 143-157.
- Valim, A. B. (2019). *Brazil, the United States, and the Good Neighbor Policy. The Triumph of Persuasion during World War II*. Lexington Books.
- Vidal, R. (2001). *La actividad propagandística de Walt Disney durante la segunda guerra mundial* [Dissertation]. Universidad Pontificia de Salamanca.

Young, K. A. (2017). *Blood of the Earth. Resource Nationalism, Revolution, and Empire in Bolivia* (First edition.). University of Texas Press.

Información adicional

Sobre el autor

Olivier Keller es docente y estudiante de doctorado en historia en la Universidad de Zúrich y cuenta con una maestría en historia y estudios latinoamericanos otorgadas por las universidades de Zúrich y Berna. Actualmente trabaja sobre el papel de los ferrocarriles en las relaciones de México y Estados Unidos en los años cuarenta del siglo XX.

About the author

Olivier Keller is a lecturer and PhD student in history at the University of Zurich and holds MA degrees in history and Latin American studies from the Universities of Zurich and Bern. He is currently working on the role of railroads in the relations between Mexico and the United States in the 1940s.

Notas

- 1 Walt Disney Productions. (18 de abril de 2018 [1943]). The Grain That Built a Hemisphere [Archivo de video, 10.37 min.]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fbdpLGXH1LU>
- 2 16mm Films – Latin American Program – Summary by Title, Period June Report 1945. Latin American Dist., Box 218, 1. General Records (GR), Record Group (RG) 229, National Archives College Park (NACP).
- 3 En una encuesta en Estados Unidos, el 80 por ciento de los participantes habían contestado que estaban a favor de una actuación estadounidense en contra de un posible ataque Nazi en Sudamérica. Letter from John Marshall to Harold Laswell. (August 22, 1939). F. 2672, Communications Research 1939, 1.1. Projects, Box 223, Rockefeller Foundation (RF) Records, Rockefeller Archive Center (RAC).
- 4 Un ex-empleado de la OIAA describió estos fines en su historia oficial de la organización. Rowland, Donald (1947). History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. Historical Reports on War Administration, pp. 3-10.
- 5 Los más importantes puntos para esta propaganda “democrática” fueron formulados en un informe de la Fundación Rockefeller. Outline “job to be done – now” by John

- Marshall. (September 1939). F. 2672, Communications Research 1939, 1.1. Projects, Box 223, RF Records, RAC.
- 6 Project Authorization: Walt Disney Productions Film Unit. (18.12.1941). Walt Disney Production Film Unit, Box 216 Disney Activities, 1. GR, RG 229, NACP.
 - 7 Ideas for a new South American Film Program. List of Suggested Subjects, by R. S. Carr, Walt Disney Productions. (January 1942). Motion Picture Society for the Americas records (MPSA records), Margaret Herrick Library (MHL), Academy of Motion Picture Arts and Sciences (AMPAS).
 - 8 “(...) serving, as no other media can serve, to cause the peoples of the other American republics to like, trust and respect the peoples of the United States, and to join with them in the development of a lasting policy of Hemisphere solidarity, which is the basis for a permanent Good Neighbor Policy.” Description of the Motion Pictures Division, Production of War and Educational Motion Pictures, 77. Project Files of the Motion Picture Division, RG 229, NACP.
 - 9 Un historial interno usa estas categorías. History of the Motion Picture Society of the Americas, p. 17, Box 961, 78. F MPSA, RG 229, NACP.
 - 10 Ideas for a new South American Film Program. List of Suggested Subjects, by R. S. Carr, Walt Disney Productions. (January 1942). MPSA records, MHL, AMPAS.
 - 11 “The people who will benefit from the films may realize their origin and appreciate the contribution [sic] which the people of the United States are making to the betterment of the peoples of the Hemisphere and to the health and prosperity of the Americas.” Project Authorization Prologues and Epilogues to Literacy Pictures, and Foreign Versions to Health Pictures. (08.06.1944). Box 216 Disney Activities, 1. GR, RG 229, NACP.
 - 12 Project Authorization: Acceleration of Theatrical Distribution in the other American Republics. (23.10.1942). Box 946, 77. PF MPD, RG 229, NACP.
 - 13 16mm Films – Latin American Distribution, Latin American Dist., Box 218, 1. GR, RG 229, NACP.
 - 14 Memorandum-BD-No, 4511. (25.09.1944). Reports, Box 228, Brazil, 1. GR, RG 229, NACP.
 - 15 Report attached to letter from Herbert Cerwin to Wallache Harrison. (19.12.1945). Reports, Box 230, Colombia and Mexico, 1. GR, RG 229, NACP.
 - 16 Tres de las cuatro películas más vistas fueron de Disney. En específico, se trataba de *Der Fuehrer’s Face*, *The Winged Scourge* y *The Grain that built a Hemisphere*. 16mm Films

- Latin American Distribution, Latin American Dist., Box 218, 1. GR, RG 229, NACP.
- 17 Letter from Herbert Cervin to Nelson Rockefeller. (29.05.1944). Films (Misc.), Box 235 Mexico, 1. GR, RG 229, NACP.
- 18 Memorandum by Leonard Doob to NAR on systematic reports on sentiments in the other American Republics. (23.05.1942). F. Reaction to Films, Box 214, 1. GR, RG 229, NACP.
- 19 Excerpt from a Letter from Charles Collier to Charles Thompson. (30.11.1942). Motion Picture Misc., Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 20 “The motion picture part of our informational program seems to me to be the best organized, the best functioning, and possibly the most fruitful of our local activities”. “(...) a person with a sense of responsibility and considerable initiative and imagination”. Report from Kenneth Wasson to Nelson Rockefeller. (24.08.1943). Motion Picture Misc., Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 21 “[D]effects in procedure and a general looseness in the actual operation of the motion picture program”. Report on Sorata Trip. (10.01.1944). Reports January 1, 1944, Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 22 All “was brought about strictly in accordance with customary and daily usage in the back country hereabouts”; “I heard almost as much favorable comment on the speedy restoration of the electric power service as I did about the movies. It [the restoration] was generally regarded as some sort of miracle – a kind of Yankee miracle”. Report on Sorata Trip. (10.01.1944).
- 23 “Indians and mestizos who cannot be considered as important or decisive factors in the Bolivian public thought or opinion”. Report on 16-mm. motion picture tour. (15.01.1943). Reports, Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 24 “In such a case it would be a distinct advantage to us that they hold a favorable attitude towards the United States. These showings, then, may perhaps be justified –if on no other grounds– as a hedge against revolution”. Report from Kenneth Wasson to Nelson Rockefeller. (24.08.1943). Motion Picture Misc., Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 25 Report on the Walt Disney South American Field Survey, Part I. (December 1941). Box 947, 77. PF MPD, RG 229, NACP.
- 26 Walt Disney Productions. (20 de junio de 1916 [1942]). Saludos Amigos [Archivo de video, 52.32 min.]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=e3_3Fm1LGdU

- 27 A pesar de que Walt Disney había visitado Uruguay en su gira, este país no fue considerado en Saludos Amigos, lo que provocó reacciones negativas allí. De este incidente se puede concluir que la consideración por parte de Disney en sus filmes era deseada por las naciones sudamericanas. Excerpt from Confidential Report. (08.06.1943). F. Walt Disney Productions Film Unit (OEMcr 107), Box 959, 77. PF MPD, RG 229, NACP.
- 28 “Reaching these boys at an impressionable age and creating in their minds a favorable attitude toward the United States seems to me a very worthwhile accomplishment.” Report from Kenneth Wasson to Nelson Rockefeller. (24.08.1943). Motion Picture Misc., Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 29 Bolivian Statistic October to November 1945 (30 days). (November 1945). F. Reports, Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 30 Bolivian Statistic February 1945. F. Reports, Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 31 16mm Films – Latin American Distribution. (June 1945). Latin American Dist., Box 218, 1. GR, RG 229, NACP.
- 32 Specific Comments from CC for Bolivia re Content of Motion Picture Program. (08.08.1944). Reports August 1944, Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 33 Report from Kenneth Wasson to Nelson Rockefeller. (24.08.1943). Motion Picture Misc., Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 34 “We badly need entertainment pictures such as those of Walt Disney.” Excerpt from a Letter from Charles Collier to Charles Thompson. (30.11.1942). Motion Picture Misc., Box 225, Bolivia, 1. GR, RG 229, NACP.
- 35 16mm Films – Latin American Distribution. (June 1945). Latin American Dist., Box 218, 1. GR, RG 229, NACP.

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/ameli/ameli/journal/678/6785555014/6785555014.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en portal.amelica.org

AmeliCA

Ciencia Abierta para el Bien Común

Olivier Keller

“Una protección contra la revolución”. *Disney y la Política del Buen Vecino en Bolivia*

“A hedge against revolution”. *Disney and the Good Neighbor Policy in Bolivia*

Historia & Guerra

núm. 8, p. 102 - 117, 2025

Universidad de Buenos Aires, Argentina

historiayguerra@gehigue.ar

ISSN-E: 2796-8650

DOI: <https://doi.org/10.34096/hyg.n8.16060>



CC BY-NC 4.0 LEGAL CODE

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.