

A divulgação internacional da música brasileira pela diplomacia cultural e para além dela

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO DE PESQUISA

SUBÁREA: SA-4 Música Popular

Enzo Schilirò Zajdsznajder

UNIRIO

enzo.sz@gmail.com

Resumo. Este artigo investiga as iniciativas de divulgação internacional da música brasileira, a partir de levantamento apresentado em pesquisa nossa sobre o tema (Zajdsznajder, 2025). Analisamos aqui esses eventos a partir do grau e da forma de participação dos agentes estatais. Para isso, dialogamos com o conceito de diplomacia cultural e a sua aplicação no contexto brasileiro sobretudo a partir da abordagem de Dumont e Fléchet (2014). Nossa investigação concluiu que essas iniciativas de divulgação foram pouco contempladas pelas ações da diplomacia cultural. A análise das nuances da atuação estatal nos permitiu identificar as convergências e os contrastes entre essas intervenções.

Palavras-chave. Divulgação internacional da música brasileira, Divulgação cultural, Diplomacia cultural, Lei Humberto Teixeira, Música popular brasileira

The International Promotion of Brazilian Music Through and Beyond Cultural Diplomacy

Abstract. This article investigates initiatives for the international promotion of Brazilian music, based on a survey presented in our research on the topic (Zajdsznajder, 2025). Here, we analyze these events based on the degree and form of participation of state agents. To this end, we discuss the concept of cultural diplomacy and its application in the Brazilian



context, based primarily on the approach of Dumont and Fléchet (2014). Our investigation concluded that these promotion initiatives were rarely encompassed by cultural diplomacy actions. Analysis of the nuances of state action allowed us to identify the convergences and contrasts between these interventions.

Keywords. International promotion of Brazilian music, Cultural promotion, Cultural diplomacy, Humberto Teixeira law, Brazilian popular music

Introdução

O processo histórico em que os gêneros de tradição oral e da música urbana foram mobilizados pelo Estado como elementos na formulação de discursos sobre uma identidade nacional brasileira é um tema muito explorado na literatura acadêmica sobre música popular no Brasil. A análise das dinâmicas de produção e circulação dessas músicas no contexto de sua circulação interna (nacional) ajuda a evidenciar tal processo, tendo como exemplo a difusão da música popular através do rádio que foi tomando um espaço crescente durante a primeira metade do século XX.¹ No entanto, as relações entre a indústria da música e o Estado nesse período não se limitaram ao plano nacional, envolvendo também dinâmicas internacionais que merecem ser analisadas, dadas suas especificidades e complexidades.

As ações internacionais dos Estados nessa esfera são objeto de estudo do campo de estudos em diplomacia cultural, que para Novais (2020, p.59) “é, de maneira geral, a atuação dos países no âmbito das relações internacionais por meio de ações simbólicas as quais têm sido utilizadas com objetivos os mais diversos”. Obras significativas estudaram o caso diplomacia cultural brasileira, como Cohn (1984); Ribeiro (1989) e Dumont e Fléchet (2014).

Enquanto toda uma série de intercâmbios culturais deriva de iniciativas estatais e é extensamente documentada pelas pesquisas em diplomacia cultural, outras dinâmicas da circulação internacional de bens e serviços culturais podem não ter sido contempladas por tais análises, pelo fato de guardarem pouca ou nenhuma relação com a atuação estatal.

¹ O caso da Rádio Nacional (estatizada por Getúlio Vargas em 1940, durante o período do Estado Novo) é bastante representativo nesse sentido. Sobre o tema, ver SAROLDI, Luiz Carlos e MOREIRA, Sônia Virgínia. Rádio Nacional: o Brasil em sintonia. 2ª ed. Rio de Janeiro: Martins Fontes/FUNARTE, 1988.



Em nossa dissertação de mestrado *As caravanas de Humberto Teixeira: política de divulgação internacional da música brasileira nas décadas de 1950 e 1960* (Zajdsznajder, 2025), investigamos o caso pioneiro das caravanas de Humberto Teixeira como iniciativa estatal voltada para a divulgação internacional da música popular do Brasil. Nessa publicação propusemos o evento das caravanas como um episódio da história do que nos referimos por “iniciativas de divulgação internacional da música brasileira”. Esse conjunto reúne políticas culturais e missões culturais brasileiras no exterior, entre as quais verificamos coesão em termos de representarem marcos na circulação internacional da música brasileira no período em questão.

Com este artigo pretendemos desenvolver uma análise a partir de nosso levantamento dessas iniciativas. A primeira seção oferece um panorama desses eventos, ocorridos entre as décadas de 1920 e 1960. Já na segunda seção trazemos para a discussão as contribuições do campo de estudos em diplomacia cultural. Para analisar as particularidades de cada iniciativa, entendemos que o enfoque nos fatores do financiamento e da formalidade nos auxilia na identificação dos agentes envolvidos e na forma como eles se conjugaram na formulação e execução dessas ações. Das iniciativas que iremos elencar aqui, apenas a das caravanas de Humberto Teixeira contou com uma participação ativa e estruturada do Estado, embora a presença direta ou indireta de agentes estatais possa ser identificada em episódios como a apresentação de brasileiros no histórico show do Carnegie Hall em 1962 ou na internacionalização da carreira de artistas no âmbito da Política da Boa Vizinhança. Nosso objetivo com essa pesquisa foi analisar a intensidade da participação dos agentes estatais nessas iniciativas e questionar sobre a sua contribuição na construção de uma diplomacia cultural brasileira.



As iniciativas de divulgação internacional

A nossa proposição de uma análise das iniciativas de divulgação internacional da música brasileira vem privilegiando um recorte temporal que se inicia com eventos ocorridos na década de 1920. A intensificação dos processos, no entanto, veio a ocorrer entre as décadas de 1940 e 1960. Partimos da ideia de sistematizar essas iniciativas como um conjunto representativo de um processo histórico. Entendemos que o fato deste conjunto reunir eventos de natureza distinta e dispersos pelo período não só não fragiliza o recorte como também evidencia um padrão (ou a ausência dele) de descontinuidade e eventualidade que caracterizou o desenvolvimento desse processo no Brasil.

Temos nas caravanas de Humberto Teixeira um caso emblemático desse processo, figurando na fase mais tardia de nosso recorte temporal e evidenciando o seu amadurecimento, na medida em que trouxe relevância pública, com a inauguração da participação estatal e a estruturação de iniciativas anuais. As caravanas foram idealizadas e organizadas por Humberto Teixeira (1915-1979), um dos mais profícuos compositores de baião e também o principal agente na promoção nacional e internacional do gênero. Esse engajamento do compositor ganhou contornos institucionais quando ele se elegeu suplente de deputado federal em 1954.² A partir de aprovação da assim apelidada “Lei Humberto Teixeira”, se constituiu um arranjo institucional na forma de um convênio entre o Ministério da Educação e Cultura (MEC) e a União Brasileira dos Compositores (UBC, entidade privada de gestão dos direitos autorais da qual Teixeira era vice-presidente à época). A lei garantiu verbas públicas para contribuir no financiamento de expedições – sobretudo à Europa, mas eventualmente ao Oriente Médio e a países do continente americano – realizadas por músicos e dançarinos brasileiros a partir de 1958 e se estendendo até meados da década de 1960.

Iniciamos a exposição das iniciativas de divulgação pelo que seria cronologicamente o último item por uma razão específica. Além das particularidades já mencionadas que colocam esse episódio como um marco da institucionalização da promoção internacional da música brasileira (a partir de sua fomentação por política de Estado), as caravanas acabam também servindo como síntese desse processo. É assim, por exemplo, que as caravanas foram

² Teixeira assumiu o mandato em quatro períodos: 2 de abril a 4 de julho de 1955; 11 de junho a 26 de julho de 1956; 30 de abril a 1º de julho de 1957 e 19 a 30 de junho de 1958. Obtivemos as informações sobre o mandato pelo Portal da Câmara dos Deputados. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/130592/biografia>.



mencionadas em “O baião ganha o mundo”, quinto capítulo da biografia do compositor, intitulado Cancioneiro Humberto Teixeira, escrita pelo jornalista Ricardo Cravo Albin:

As Caravanas de Humberto Teixeira consolidaram – nas suas oito edições – a Música Popular Brasileira no exterior. Tanto quanto Pixinguinha e os Oito Batutas (em Paris, 1922), Carmem Miranda (em Hollywood, 1940-1954), Ary Barroso (em Hollywood, 1944), ou mesmo Tom Jobim, João Gilberto e a turma da bossa nova, a partir dos anos 60, em Nova York e Los Angeles (Albin, 2006, p. 141).

O autor alude a esses eventos de forma passageira, sem a intenção de discuti-los em profundidade. No entanto, esse pequeno levantamento corrobora a ideia de um panorama maior de mobilizações para divulgação internacional da música popular brasileira. Esse conjunto é apresentado justamente para afirmar o pertencimento das caravanas ao mesmo, em igualdade de importância. Panorama semelhante foi esboçado pelo próprio Humberto Teixeira anos mais tarde (em 1977) no seu depoimento ao pesquisador Miguel Ângelo de Azevedo (Nirez):

E eu fiz aprovar – incrível, um negócio difícil – mas fiz de aprovar uma lei que carrega até hoje o meu nome, a Lei Humberto Teixeira, que transferia ao governo a obrigatoriedade de exportar todo ano a música popular brasileira através de caravanas, que iriam correr a Europa, os Estados Unidos, enfim, os grandes países, os grandes centros, transformando – o que era a minha ideia – a música em matéria... em mercadoria rentável. Porque eu tinha o exemplo de Cuba, o exemplo México – dos grandes países que exportam a sua música e tiram dividendos, e fazem uma propaganda extraordinária que atinge todas as camadas através da exportação da sua música popular. Nós nunca fizemos isso. Antes de mim – antes da Lei Humberto Teixeira – houve experiências, assim, aleatórias, e raras... espaçadas uma da outra. Houve o negócio do Pixinguinha, dos Oito Batutas; houve o negócio da Carmem Miranda; houve algumas excursões de artistas que chegavam a Portugal, e não sei por que, não atravessavam a fronteira de Portugal. E ficava nisso: num negócio assim muito doméstico, na mesma língua, cantando para irmãos portugueses. Eu queria vencer a barreira, essa barreira do som (Teixeira, 1977).



O relato do compositor reitera essa formulação de um conjunto de iniciativas para a divulgação internacional da música brasileira, do qual as caravanas fizeram parte. Além de situar a iniciativa nesse quadro maior, a fala de Teixeira nos indica sua visão sobre o que diferencia as caravanas das outras iniciativas. Alguns aspectos explicitados são a abrangência geográfica e a constância (foram edições anuais, em contraste às experiências anteriores, “raras” e “espaçadas”).

É notável que as iniciativas listadas por Cravo Albin (algumas também mencionadas por Teixeira) estão compreendidas entre as décadas de 1940 e 1960, tendo como exceção o caso d’Os Batutas³ na década de 1920. É, de fato, muito particular o caso do conjunto formado por Pixinguinha e integrantes do Grupo Caxangá em 1919 para tocar na sala de espera do cinema Palais, no Rio de Janeiro. Alcançaram popularidade e receberam o mecenato do milionário Arnaldo Guinle, que custeou a ida do conjunto a Paris e Argentina em 1922 (Marcondes, 1977, p. 566).

A experiência ilustra um caso mais distante temporalmente e que, por isso, guarda características próprias. As expedições foram financiadas pelo mecenato de figura da elite carioca, sem participação do Estado brasileiro nas iniciativas. O Brasil vivia a última década de República Velha, com uma economia ainda predominantemente agroexportadora (com foco na cafeicultura). No entanto, as transformações políticas e econômicas que vieram a ocorrer a partir da década de 1930 – assim como o contexto geopolítico – vão criar condições para que iniciativas deste tipo se tornem mais frequentes a partir da década de 1940.

Um fator que identificamos como importante catalisador desse processo (causando aumento dos fluxos internacionais de bens e serviços culturais) é a Política da Boa Vizinhança, que veio a ser desenvolvida nas décadas de 1930 e 1940. No contexto da Segunda Guerra Mundial, a Política da Boa Vizinhança se consolidou como estratégia dos Estados Unidos para “proteger” a América Latina – historicamente sua zona de influência – de possíveis interferências dos países do Eixo (Alemanha, Itália e Japão) (Tacuchian, 1998, p. 39-41). Nesse campo de disputa pela influência cultural, era papel do Estado estimular a produção de bens

³ O grupo era conhecido originalmente como Os Oito Batutas. A formação sofreu modificações para a expedição, e acabou viajando como septeto. Por conta disso o nome foi alterado para “Os Batutas”, tendo sido traduzido para o francês como “Les Batutas”.



culturais de forma a servir a tal estratégia, e é justamente a partir desse processo que vai surgir um maior intercâmbio entre a música latino-americana e a estadunidense.

Enquanto o escopo da tese de Maria de Fátima Granja Tacuchian (1998)⁴ é o lugar da música de concerto nesse período, sabemos que música popular teve um papel de destaque nesse processo. Em meio à elaboração de representações das identidades culturais latino-americanas, a música popular ocupou um importante lugar na indústria do espetáculo e do cinema de Hollywood. O exemplo mais emblemático é Carmen Miranda, que em 1939 foi contratada pelo empresário estadunidense Lee Schubert e estreou espetáculo na Broadway acompanhada pelo conjunto vocal e instrumental Bando da Lua. Rapidamente sua carreira internacional alcançou grande sucesso (Marcondes, 1977, p. 490).

Carmen Miranda retornou aos Estados Unidos, onde morou até a sua morte em 1955. Ary Barroso foi aos Estados Unidos em situação semelhante, como músico que trabalhou para a indústria cinematográfica estadunidense. Em 1939 o compositor consagrou a novidade do “samba-exaltação” através do lançamento de sua composição *Aquarela do Brasil*, pela Odeon. Interpretada por Francisco Alves, a gravação da canção recebeu um icônico arranjo de Radamés Gnattali e obteve relevante repercussão internacional (Marcondes, 1977, p. 76).

Por fim, o envolvimento do grupo de compositores e intérpretes ligados ao gênero da bossa nova com a divulgação da música brasileira no exterior não se limitou a episódios específicos, mas a um processo de estabelecimento desses músicos nos Estados Unidos buscando consolidar suas carreiras internacionais. Ruy Castro (1990) se refere ao processo como uma “diáspora” da bossa nova, que teria sido iniciada a partir da boa repercussão que artistas da bossa nova obtiveram na apresentação no Carnegie Hall em 1962. A apresentação foi idealizada e organizada pelo norte-americano Sidney Frey, dono da gravadora Audio Fidelity. A participação do governo brasileiro (tendo à época João Goulart na presidência) se deu pelo Ministério das Relações Exteriores, através de Mário Dias da Costa, chefe da Divisão Cultural do Itamaraty (Castro, 1990, p. 324).

⁴Tacuchian, 1998. *Panamericanismo, propaganda e música erudita: Estados Unidos e Brasil (1939-1948)*.



Pela diplomacia cultural e para além dela

Podemos identificar um ponto de convergência entre todas as iniciativas que elencamos aqui: o movimento de disputar os mercados estrangeiros em áreas como a indústria fonográfica, cinematográfica e do espetáculo musical.

Para alguns agentes, esse movimento era um fim em si mesmo, no sentido de ser estritamente comercial – visando expandir mercados e concorrer com a produção de outros países, visando, em derradeira instância, o lucro. Para tal, agentes privados (como as gravadoras) buscavam estimular (para em seguida atender) a uma demanda desses mercados pela produção musical brasileira – embora incluam-se aqui também as produções internacionais de artistas brasileiros no exterior, como nos casos da Política da Boa Vizinhança e da bossa nova. Nesses casos, além do interesse comercial, havia o evidente desejo dos músicos emigrantes em ampliar a disseminação de sua produção artística e de entretenimento.

Já o envolvimento do Estado acrescenta outras camadas a esta análise. Uma justificativa é o aspecto econômico: a internacionalização da produção musical nacional pode gerar a entrada de divisas no país através do pagamento de royalties aos detentores dos direitos autorais (pela execução da música nas rádios, reprodução das composições e fonogramas em discos e pelo licenciamento para filmes espetáculos musicais). Nesse caso, o Estado pode compartilhar dos interesses comerciais dos agentes privados. É o que nos apontam as historiadoras Juliette Dumont e Anaïs Fléchet em seu artigo *“Pelo que é nosso!”: a diplomacia cultural brasileira no século XX*:

Em primeiro lugar, vale lembrar que o Departamento cultural atendeu aos pedidos das embaixadas, que tinham sido incapazes de responder às solicitações repetidas de instituições culturais estrangeiras. Entre outros exemplos, a DCI financiou o programa de rádio “Aquarelles du Brésil” que apresentava “através da música popular e folclórica, os diversos aspectos da paisagem e do homem brasileiro” aos ouvintes da Radiodifusão Francesa entre 1957 e 1975, após a embaixada parisiense ter divulgado junto ao Ministério as demandas de produtores franceses interessados na importação de discos brasileiros. A diplomacia cultural não serviu, nesse caso, para introduzir um produto cultural (a MPB e o samba), mas sim para consolidar um interesse preexistente do público-alvo (os europeus amantes de danças latinas). De maneira geral, o objetivo de divulgação cultural reivindicado pelo Itamaraty precisa ser relativizado. Na maioria dos casos observados, a ação cultural do



Itamaraty não nasceu do desejo de divulgar produções artísticas brasileiras ainda desconhecidas no mundo. Pelo contrário, foi a popularidade já adquirida por produções culturais brasileiras no exterior – principalmente no domínio do cinema e da música – que deu origem à introdução de políticas específicas, cujo objetivo era defender os interesses econômicos e estratégicos do país (Dumont e Fléchet, 2014, p. 214).

A atuação do Estado no processo de divulgação cultural assume ainda uma outra finalidade: a de servir como instrumento de propaganda externa. A ação do Estado nesse campo se concretiza por meio de ações frequentemente associadas à chamada diplomacia cultural.

Dumont e Fléchet (2014) propõem um panorama da diplomacia cultural brasileira no século XX que busca destacar a participação ativa do país – em contraposição a um olhar recorrente para o país como “receptáculo das políticas culturais europeias e norte-americana, de acordo com a ideia de que os ventos da cultura não sopram senão de leste para oeste ou de norte para o sul”. (Dumont e Fléchet, 2014, p. 204). Muito embora seja reconhecida a passividade em incorporar políticas culturais francesas (como o Serviço de Obras Francesas no Exterior) e estadunidenses (na Política da Boa Vizinhança e na assim chamada “guerra fria cultural”), as autoras analisam o pioneirismo brasileiro neste campo.

As autoras segmentam essa história em dois períodos: de 1920 a 1945 e entre 1945 e 1980. O marco inicial em 1920 é a reforma feita no Itamaraty por José Manuel de Azevedo Marques, introduzindo oficialmente a ação cultural no âmbito da diplomacia brasileira. No entanto, segundo as autoras, “[...] não houve políticas sistemáticas de difusão da cultura brasileira para o exterior, mas apenas iniciativas esparsas e sem muita relação umas com as outras” (Dumont e Fléchet, 2014, p. 205). Na década de 1930, já sob o governo de Getúlio Vargas, começam a surgir instituições dedicadas à “propaganda e cooperação intelectual”, como o Serviço de Expansão Intelectual instituído em 1934 e o Serviço de Cooperação Intelectual, criado em 1937. Essa forma de iniciativa se integrava a um modelo europeu de diplomacia cultural e tinha como foco promover a literatura brasileira na Europa. Enquanto isso, a Política da Boa Vizinhança estimulava outros fluxos de bens e serviços culturais com os Estados Unidos.

No Pós-guerra houve uma redefinição da concepção e das práticas da diplomacia cultural brasileira. As autoras definem o período entre 1945 e 1980 como o de uma estruturação e ampliação destas políticas, que passaram então a ser referidas como de “divulgação cultural”



(substituindo a noção anterior de “cooperação intelectual”), aprofundando processos que vinham se constituindo desde a década de 1930:

Durante a Nova República e, posteriormente, na Ditadura Militar, a diplomacia cultural viu seu campo de ação se desdobrar em três direções: em primeiro lugar, o setor ganhou importância no âmbito das diferentes instâncias políticas brasileiras; em seguida, o conteúdo das ações adotadas foi modificado, ganhando espaço a cultura popular, ao lado das produções eruditas; por fim, ocorreu uma diversificação de destinatários, tanto dos espaços como dos públicos em questão. (Dumont e Fléchet, 2014, p. 210).

A constatação dessa guinada na diplomacia cultural brasileira corrobora os dados apresentados em nosso levantamento sobre a intensificação da divulgação internacional da música brasileira entre as décadas de 1940 e 1960. A música popular passa a ter lugar estratégico, contrastando com a seu papel coadjuvante durante a Política da Boa Vizinhança, quando era secundária em relação à música de concerto e muito atrelada ao cinema e ao espetáculo musical:

Por outro lado, os conteúdos e os destinatários das políticas culturais conheceram múltiplos desdobramentos a partir dos anos 1950, rompendo com certas orientações tomadas no entre guerras. Em relação aos temas, o desenvolvimento da diplomacia cultural se traduziu por uma diversificação das políticas conduzidas, pautada por uma definição sempre mais ampla da “cultura nacional”. Assim, a cultura popular fez sua aparição nas ações desenvolvidas pelo Itamaraty, especialmente no domínio musical. (Dumont e Fléchet, 2014, p. 213).

Chama a atenção o fato de que, embora muitas iniciativas tenham ocorrido justamente nesse período em que a diplomacia cultural brasileira se inclinava à cultura popular – com ações direcionadas especialmente à música popular – essa presença não se mostre tão evidente no panorama apresentado nesse artigo, com base em nosso levantamento (Zajdsznajder, 2025). Sobre os exemplos citados sobre a Política da Boa Vizinhança, não há evidências de que a



internacionalização das carreiras de Ary Barroso e de Carmen Miranda tenha recebido subsídios ou outro tipo de apoio estatal, mesmo que o governo Vargas enaltecesse a produção desses artistas e se utilizasse do seu impacto cultural para fins de propaganda. Já no caso das caravanas de Humberto Teixeira, foi o Ministério da Educação e Cultura o órgão público determinado para o repasse de verbas públicas para o financiamento das expedições. Na época da aprovação da lei e do início das expedições (em 1958, durante o governo de Juscelino Kubitschek) o ministro responsável pela pasta era Clóvis Salgado, que defendia a iniciativa. Dumont e Fléchet mencionam essa não-exclusividade do Itamaraty nas ações de divulgação cultural:

No entanto, a promoção da cultura brasileira no exterior não esteve restrita apenas às atribuições do Itamaraty: assim como no entre guerras, o Ministério submeteu essa competência a outras instâncias políticas, como o Ministério da Educação e da Cultura (MEC) e o Conselho Federal da Cultura, fundado pelo regime civil-militar em 1967 com a finalidade de definir a política cultural do Brasil por meio de campanhas nacionais e intercâmbios internacionais (Azevedo, 2006). A multiplicidade de atores implicados na definição da diplomacia cultural mostra uma vontade crescente entre as elites intelectuais e políticas brasileiras de promover a cultura nacional no exterior – independentemente da ruptura política ocorrida em 1964. (Dumont e Fléchet, 2014, p. 212).

Sobre o caso específico das caravanas Humberto Teixeira, é importante destacar ainda um outro elemento: justamente quando ocorre a primeira iniciativa de divulgação internacional da música brasileira (e totalmente direcionada à música popular), é notável uma centralidade da ação do MEC em contraponto a uma reduzida participação do Itamaraty. Esse fator parece decorrer de particularidades na estratégia de Humberto Teixeira, que além de deputado proponente do PL 1544/1956, foi o seu idealizador e o maior responsável pela execução da iniciativa. Em seu depoimento ao pesquisador Miguel Ângelo de Azevedo, o compositor relatou, por exemplo, as dificuldades que teve em receber apoio da embaixada brasileira em Londres, com a resistência do embaixador brasileiro na Inglaterra Assis Chateaubriand em ceder a embaixada para assuntos ligados à música popular:

[...] eu corri os grandes centros para que eu pudesse levar a música brasileira lá [para] fora. Não gratuitamente, numa excursão amadorística dessas [em] que o sujeito vai no átrio, no pátio da embaixada [...] Não: eu queria fazer



uma coisa de ordem comercial, fazer exhibir os nossos artistas, em centros, em espetáculos, em coisa pública — com ressonância, em promoção pública — para que os nativos de cada país [inaudível] comprassem os seus ingressos para nos ver (Teixeira, 1977).

Esse posicionamento de Teixeira parece demonstrar ceticismo em relação ao potencial da diplomacia cultural brasileira à época em realizar ações com as dimensões que ele vislumbrava. O compositor deixa claro a ambição comercial de sua iniciativa, aspecto que não era focalizado nos eventos diplomáticos. Além disso, com o convênio entre o MEC e a União Brasileira dos Compositores (UBC), Teixeira conseguiu manter a iniciativa em atividade por anos consecutivos – um grande êxito, ainda mais considerando o seu pioneirismo. A ambiguidade da diplomacia cultural brasileira em relação à cultura popular brasileira (incluindo a música popular) pode ser explicada pelo racismo inerente a parte da opinião pública e do debate intelectual (e com forte expressão no Estado brasileiro):

Certamente, a integração da cultura popular foi progressiva e a projeção da imagem de um Brasil negro – tradicionalmente contrária à desejada pelas elites, que era a de um país “civilizado” – suscitou forte resistência nos meios diplomáticos. [...] a diplomacia musical do Itamaraty se limitou à promoção de composições eruditas até o final dos anos 1950, apesar de manifestar intenções de favorecer a música popular (Fléchet, 2012). Entretanto, o conteúdo da política do Itamaraty evoluiu rapidamente em benefício das artes e práticas populares, marcando uma nova orientação do Ministério. Assim, a diplomacia cultural brasileira obteve alguns de seus maiores sucessos nos domínios da música popular e do audiovisual a partir dos anos 1960, especialmente com o lançamento da Bossa Nova no Carnegie Hall (1962), a criação do Festival Internacional da Canção no Rio de Janeiro (1966) e com a Semana do Cinema Brasileiro em Buenos Aires (1978) [...] (Dumont e Fléchet, 2014, p. 213-214).

As autoras mencionam a participação do Ministério das Relações Exteriores no envio dos músicos brasileiros ligados à bossa nova para a realização do show no Carnegie Hall, em Nova York. Como mencionamos, esse apoio foi formalizado pelo chefe da Divisão Cultural do Itamaraty à época, Mário Dias da Costa, que era pessoalmente ligado a esse ciclo de artistas, como lembra o jornalista Ruy Castro (1990, p. 324). Embora a expedição ao Carnegie Hall tenha sido bem-sucedida, ela é um caso ilustrativo do quanto essas iniciativas ocorriam sem



muita continuidade, evidenciando uma ausência de planejamento de longo prazo para essas políticas, que em muitos casos foram avulsas e efêmeras.

Conclusão

Por meio deste artigo oferecemos um breve panorama das iniciativas de divulgação internacional da música brasileira, contextualizando-as frente a história do desenvolvimento da diplomacia cultural brasileira.

Nossa intenção foi demonstrar o quanto a intensificação desses movimentos de divulgação internacional se relacionam com a reformulação da diplomacia cultural brasileira (em tempos de Pós-guerra e Guerra Fria) indicada por Dumont e Fléchet (2014).

Desde a ida d'Os Batutas a Paris (em 1922) até as caravanas de Humberto Teixeira (no final da década de 1950 e início da década de 1960), iniciativas ocorreram a partir de diferentes estruturas de organização e financiamento, atendendo a interesses políticos e econômicos distintos.

A história dessas iniciativas demonstra o quanto a participação do Estado variou e o quanto ela ocorreu, em casos como o das caravanas, para além da atuação direta do Ministério das Relações Exteriores.

Estudos futuros poderão realizar um levantamento das ações efetivas da diplomacia cultural brasileira para a música brasileira no período em questão, buscando produzir um quadro mais complexo da divulgação internacional da música brasileira em que se evidencie o grau de participação dos diferentes agentes.

Compreender melhor as dinâmicas envolvidas nesse processo histórico pode contribuir significativamente para uma reflexão crítica sobre as políticas culturais, oferecendo subsídios para a definição de diretrizes de atuação no campo da cultura no cenário contemporâneo.



Referências

ALBIN, Ricardo Cravo. *Cancioneiro Humberto Teixeira: obras escolhidas*. Rio de Janeiro: Jobim Music, 2006. 2v.

CASTRO, Ruy. *Chega de Saudade: a história e as histórias da Bossa Nova*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

COHN, Gabriel. A concepção oficial da política cultural nos anos 70. In: MICELI, Sergio (Org.). *Estado e cultura no Brasil*. São Paulo: Difel, 1984. p. 85-96.

DUMONT, Juliette; FLÉCHET, Anaïs. "Pelo que é nosso!": a diplomacia cultural brasileira no século XX. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v.34, n.67, p. 203-221, 2014.

MARCONDES, Marcos Antônio. *Enciclopédia da música brasileira: erudita, folclórica e popular*. São Paulo: Art Editora, 1977.

RIBEIRO, Edgard Telles. Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira. Brasília: FUNAG, 1989. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 34, n. 67, p. 203-221, 2014.

TACUCHIAN, Maria de Fátima Granja. *Panamericanismo, propaganda e música erudita: Estados Unidos e Brasil (1939-1948)*. São Paulo, 1998. Tese (Doutorado em História Social). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

TEIXEIRA, Humberto. Depoimento [dez. 1977]. Entrevistador: Miguel Ângelo de Azevedo (Nirez). Ceará: Museu Cearense da Comunicação. 127 min. Entrevista biográfica do compositor.

ZAJDSZNAJDER, Enzo Schilirò. *As caravanas de Humberto Teixeira: política de divulgação internacional da música brasileira nas décadas de 1950 e 1960*. Rio de Janeiro, 2025. 135 f.. Dissertação (Mestrado em Música). Instituto Villa-Lobos, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2025.

