

DIPLOMATAS DE CALÇAS CURTAS. EL DESARROLLO LATINOAMERICANO COMO SÍMBOLO Y PRÁCTICA ENTRE NIÑOS Y HOMBRES

<https://dx.doi.org/10.18616/cart01>

Elena Jackson Albarrán

En 1941, un joven “típico americano” de Nueva York, Bobby Gallagher, de 16 años, viajó a Brasil como embajador de buena voluntad representando a su país como una encarnación de la política del Buen Vecino. Su viaje replicó el de su contraparte, Roberto de Andrade, brasileño paulista de 14 años, a los Estados Unidos. Los dos participaron en una serie de eventos y visitas de alto perfil, bajo las luces de los medios, en una muestra de la hermandad internacional protagonizada por dos jóvenes encantadores. El intercambio fue publicitado como una expresión fraternal de bondad hemisférica, patrocinado por líderes de negocios y la industria de ambas naciones. Una discusión del contexto histórico en que se movilizaban los dos Robertos se enriquece con un análisis de las estrategias publicitarias de marcar esta presencia transnacional con la estampa de los discursos populares de la infancia. Entre presidentes y niños aduladores, Bobby y Roberto fueron sujetos a los proyectos políticos, deseos desarrollistas y sueños infantiles que alternaban en construirlos como hombres o niños (imagen 1).

En la historia hemisférica de las Américas, el nexo entreguerras fue un momento clave para el reforzamiento de las relaciones norte-sur y el establecimiento de los Estados Unidos como un poder político mundial (Crandall; Crandall, 2021). El papel de la diplomacia cultural de ese momento crítico del auge de la Segunda Guerra Mundial era clave para cultivar el terreno político de la esfera pública por la oleada inminente de inversiones industriales y extracciones de materias primas (Kropf, 2020; Cándida Smith, 2017). Aunque pareciera fuera de las preocupaciones de los jefes de estado y de los procesos macro de las economías americanas, la infancia figuraba entre las herramientas para construir relaciones multilaterales.

La política panamericanista tuvo su primer auge en la década del 1890, producto del Primer Congreso de Estados Americanos, de lo que nació la Unión Panamericana (UP) con su sede en Washington D.C. Las primeras décadas del siglo XX estuvieron marcadas por una política exterior paternalista de los Estados Unidos hacia los demás países miembros de la UP. Bajo este modelo de relaciones hemisféricas, se esperaba que los países latinoamericanos se ajustaran a la agenda estadounidense, protegiendo sus intereses económicos sobre todo en la zona del canal de Panamá y el Caribe. La diplomacia cultural no figuró en esta primera versión del panamericanismo. Por el contrario, una “Política del Gran Garrote” intervencionista se concretó. Pero la crisis económica de 1929-1930 inauguró una nueva era en las relaciones interamericanas, expresada en la proclamación del presidente Franklin D. Roosevelt en 1933, con la Política del Buen Vecino. El llamado “nuevo panamericanismo” se caracterizó por expresiones de solidaridad;

intercambios culturales, educativos y científicos; acuerdos económicos; y no intervención (Leonard, 2000; Albarrán, 2021; Castle, 2000). A pesar de la retórica igualitaria, fue un período lleno de contradicciones, y no cabía duda de que Washington se vio en el centro moral y político de los intercambios.

Mientras la Segunda Guerra Mundial estallaba en Europa y el conflicto amenazaba extenderse hacia el hemisferio occidental, Washington esperaba que sus inversiones políticas de la década previa dieran resultados en forma de apoyo político incondicional de sus hermanas repúblicas. Brasil se figuraba como un socio estratégico para los Estados Unidos dado su aumentada potencia económica y su liderazgo en la industria aeronáutica. Sin embargo, para 1941, Getúlio Vargas todavía se negaba a comprometerse con la causa aliada. La diplomacia cultural, producto de la política del Buen Vecino, se postuló como una solución para suavizar las tensiones y asegurar alianzas entre las dos naciones, pero siempre estuvo marcada por desigualdades y asimetrías (Kropf, 2020).

La visibilidad de la gente joven en los circuitos diplomáticos culturales politiza la infancia en el contexto panamericanista. La política de la infancia tiene una larga trayectoria y está ligada a las relaciones (neo)coloniales en las Américas. La infantilización de las civilizaciones americanas ha sido la justificación occidental para palpar las venas abiertas de América Latina desde la época colonial (Galeano, 1971; Dorfman, 2010). Como tal, la representación occidental de América Latina como una geografía y población infantilizada (inmadura política y físicamente, contenta con la pobreza, sencilla, y dependiente) establecía en la mente colectiva de Occidente una narrativa fija sobre la región. Para las primeras décadas del siglo veinte, como argumenta Stearns (2021), se había consolidado el llamado modelo moderno del niño, abriendo nuevos caminos para el poder “metafórico” del niño. Es decir, los órganos que controlaban la publicidad diplomática en este momento crítico de la geopolítica americana — conscientes o no — dependían de discursos de la modernización, tanto como del consenso popular sobre el significado social de la niñez y la adultez, para promover un intercambio cultural con fines políticos y empresariales. El caso de dos viajes diplomáticos recíprocos llevados a cabo por dos niños llamados Roberto nos puede ser útil para ver los matices de la construcción de la edad cronológica como parte de los proyectos, fantasías y políticas del desarrollo.

Varios estudios han establecido la importancia de los intercambios interpersonales tanto entre ciudadanos, políticos y celebridades como fructíferos por cimentar el flujo del capital político. Recién se ha abierto el campo de investigación a las producciones y participaciones juveniles para forjar nuevas realidades políticas fuera de (o en respuesta a) las estructuras oficiales de poder estatal (Jobs; Pomfret, 2015). En su trabajo sobre los movimientos políticos europeos de 1968 protagonizados por la juventud transnacional, Richard Ivan Jobs (2009) demuestra que la movilidad juvenil es políticamente productiva, por los lazos sociales que genera que son únicos a la juventud, y que pueden producir nuevos consensos populares. En tales casos, apreciamos el papel constructivo de los jóvenes como agentes históricos. Sin embargo, la agencia histórica no es la única impronta que tiene la circulación física transnacional de los niños y jóvenes. Su visibilidad involucra el poder de los discursos de la infancia y la juventud en darle

forma a la opinión pública de las relaciones hemisféricas, y las implicaciones de estas para los futuros desarrollistas de las economías de postguerra. Es decir, la presencia visible de los niños y jóvenes es leída e interpretada por el público informado como el reconocimiento colectivo, aunque pasivamente recibido, de lo que significaba ser niño en ese preciso momento histórico. Volvamos primero a una descripción de la naturaleza y razonamiento del intercambio diplomático juvenil de los dos Robertos, para luego discutir su significado en el contexto del sutil alejamiento de la Política del Buen Vecino que tuvo lugar antes de la guerra. Detrás de una fachada inocente de bondad juvenil, estaban en marcha los motores de las potencias políticas y sus intereses económicos.

Desde la segunda parte de los años treinta, el Instituto Brasil-Estados Unidos y la División de Relaciones Culturales de la Unión Panamericana buscaban promover intercambios binacionales, sobre todo entre los jóvenes profesionales, para convertir la retórica de la hermandad americana en asociaciones con fines tangibles de largo plazo (Kropf, 2020). Mientras escalaba la guerra en el teatro europeo, Brasil, con Getúlio Vargas, se negaba a declarar su apoyo a la alianza liderada por los Estados Unidos. Fue un momento auspicioso para estrenar el espectáculo de la hermandad internacional modelado por dos niños encantadores, fenómeno que dirigió la narrativa de una asociación mutuamente productiva. Con ese fin se convocó a Bobby Gallagher y a Roberto Paulo Cezar de Andrade como embajadores de buena voluntad, en un par de viajes a sus respectivos países sin ningún motivo declarado, pero con el patrocinio de la compañía IBM, la *Comissão Brasileira de Fomento Inter-Americano*, el *Madison Square Boys Club*, y los *Diários Associados do Brasil*, incluyendo el *Grande Consórcio Suplementos Nacionais Ltda.* (sobre todo los periódicos *Suplemento Juvenil* y *O Jornal*). Aunque no tuvo ningún papel oficial, el Departamento de Estado del gobierno de los Estados Unidos aprobó el intercambio. A lo largo de sus mutuas visitas, los muchachos disfrutaron de un acceso extremadamente privilegiado a los líderes políticos, empresarios e industriales.

A lo largo de un mes durante aquel verano de 1941, los dos Robertos fueron presentados por los intereses que los manejaban variablemente como niños, escolares, jóvenes, hombres, íconos románticos y agentes políticos. Su adolescencia facilitó interpretaciones fluidas de su edad cronológica, el significado social de su identidad y las respectivas responsabilidades o capacidades que se asociaban con ellos. Tal como observa Beatriz Alcubierre, existe una tensión entre el valor emocional de retratar a estos sujetos como menores de edad y el poder político de representarlos como jóvenes agentes históricos. En el caso de las representaciones de los Niños Héroe de Chapultepec (de México, siglo XIX), la paulatina infantilización de su imagen en la cultura impresa “[...] estuvo sin duda ligada a su mitificación” (Alcubierre, 2022, p. 1631). Su estado social entre niño y hombre fue tierra fértil para el cultivo de múltiples significados entre los varios agentes que se interesaron por su movilidad. La interpretación de sus viajes, entonces, también estuvo sujeta al régimen de información del momento histórico, en el que apreciamos la tensión entre el “[...] fijamiento de significados y la potencia de riqueza y ambigüedad” (Holland, 2004, p. 6). En el análisis del capital político que su intercambio generó, también se toma en cuenta el poder

que ejercía la política discursiva de la infancia en generar la opinión pública sobre las relaciones internacionales en ese momento crítico de la historia hemisférica.

Embajadores de Pantalón Corto

Desde niño, Bobby Gallagher fue elegido y reconocido como miembro destacado del *Madison Square Boys Club*, organización juvenil en su barrio en la ciudad de Nueva York. Ganador de varios concursos físicos, extrovertido y con un parecido impresionante a la estrella de cine Mickey Rooney, Bobby era representativo de lo que la prensa llamó “*a typical American boy*”. Ya desde temprana edad se había vinculado con los circuitos del poder. En 1937, fue invitado a una cena en honor del *National Association of Boys’ Clubs* y se sentó con el ex presidente de los Estados Unidos Herbert Hoover (imagen 2). Como invitado distinguido, Hoover habló sobre el poder socializador que tenían los clubes juveniles para dirigir la energía de los niños para fines productivos. Viendo a su alrededor, incluyendo a su compañero de mesa Bobby, Hoover proclamó que “[...] cuando veo a estos miles de niños brotando de alegría, deseo que el mundo industrial y el mundo político puedan tener algún tipo de club espiritual” (The New York Times, 1941b, p. 9). El primer mandatario quedó encantado con la conversación de Bobby y la energía proto-masculina que zumbaba en el ámbito del evento, y comentó que quisiera poder canalizar esa energía para los esfuerzos políticos e industriales del mundo. Entonces a nadie le extrañaba que Bobby fuera seleccionado para replicar el viaje del Roberto brasileño. Para la prensa, Bobby parecía representar todo lo bueno que los Estados Unidos podrían ofrecerle al mundo: un espíritu emprendedor, una actitud positiva y una personalidad abierta y sociable (imagen 3).

Por su parte, Roberto Paulo Cezar de Andrade venía de una familia carioca reconocida y acomodada, hijo de un cirujano. Fue seleccionado para el viaje por un comité de hombres influyentes, con la aprobación personal del entonces presidente Getúlio Vargas. En Washington, Roberto fue recibido personalmente por la primera dama Eleanor Roosevelt. En Boston, lo fotografiaron en una ceremonia de apertura de un centro juvenil, socializando con los distinguidos invitados, incluyendo al senador Henry Cabot Lodge (imagen 4). En la foto, Roberto aparece como aprendiz o heredero de este círculo de hombres ilustres, vestido de traje y posando con ellos en una actitud de masculinidad segura y cómoda. De Boston, viajó a la ciudad de Detroit, sitio de la creciente fábrica de automóviles de Henry Ford. Ahí el joven Roberto pasó horas aprendiendo sobre la industria automotriz y hasta conoció a Edsel Ford, hijo del famoso industrialista. Le dieron un pequeño paseo por la región en motocicleta, algo que le estremeció, antes de su salida para Nueva York, donde conoció a su contraparte Bobby. Roberto asistió a una fiesta panamericana donde cerca de tres mil niños estadounidenses lo recibieron con interés y juntos vieron películas documentales sobre las Américas (Suplemento Juvenil, 1941a, p. 14; The New York Times, 1941a, p. 12).

A lo largo de la estancia de Roberto en los Estados Unidos, los reporteros tomaron la estrategia de señalar el interés del muchacho en los ideales, valores, costumbres e industrias de los Estados Unidos como una manera pasiva de

esquivar el tema de la ambivalencia oficial que el gobierno brasileño mantenía hacia una alianza política en tiempos de guerra. Incluso hicieron un esfuerzo en la prensa por mencionar su afinidad por las instituciones estadounidenses sobre cualquier interés por las alemanas (The New York Times, 1941a, p. 12). La calidad no-oficial, o semi-oficial, de su viaje de buena vecindad, además de su identidad de niño, permitía despolitizar la visita mientras se mostraban favorablemente los intereses del mundo de los negocios en la publicidad del viaje. Sin embargo, el viaje de Roberto no tuvo tanto impacto popular como el que tuvo el de Bobby a Brasil.

Los dos Robertos se volvieron inseparables en el viaje a vapor a Brasil; pronto los llamaron “*os dois Robertos*”. En Rio de Janeiro, desembarcaron vestidos en trajes claros idénticos, portando la misma mochila de hombro de cuero. Fueron recibidos por una manada de niños reclutados para su recepción. Pero una mirada crítica a su presentación en la prensa revela la asimetría geopolítica de los dos respectivos países que los niños representaban. Bobby apareció, como veremos a continuación, como un prototípico estadounidense feliz, relajado y de buen humor; como insistían en los diarios: “*Lanky and sandy-haired, he is a typical American boy,*” es decir, su personalidad y aspecto físico confirmaban cierta imagen del ideal estadounidense (O Jornal, 1941b, p. 3). Mientras tanto, el personaje público de Roberto tuvo que cumplir el doble deber de borrar el estereotipo de Brasil como un país atrasado, y proyectar su potencial modernizador y su valor como socio en la economía hemisférica. Los periódicos en los Estados Unidos enfatizaron que Roberto dominó el inglés, a pesar de nunca haber viajado fuera de Brasil. Roberto se mostró versado en los dominios asociados con la llamada cultura alta: la música clásica, las bellas artes y la oración (The Pan American, 1941, p. 1-31). Por su parte, Bobby sólo había estudiado algo de español y difícilmente aprendió algunas frases en portugués en la preparación para su llegada. Para Roberto, su éxito como embajador cultural dependía de su capacidad de llevar estos marcadores de la civilización, mientras se presentaba como lo suficientemente infantil para optimizar el capital político que los organizadores buscaban obtener del viaje.

De hecho, la edad cronológica de los dos Robertos figuraba estratégicamente en su papel diplomático. Los dos ocupaban el pequeño rango de espacio entre la niñez y la adultez y, conscientes o no, sus acciones en el viaje explotaban el óptimo potencial de las dos categorías socialmente construidas. En su estudio de los intercambios diplomáticos infantiles entre los Estados Unidos y la Unión Soviética en los años tardíos de la Guerra Fría, la historiadora Margaret Peacock (2019) identificó la productividad política de “la edad liminal” de las niñas a las que estudia, quienes, a los once años, pudieron encarnar la percibida inocencia de la infancia frente al percibido protagonismo de los adultos. La capacidad de los niños-jóvenes-adultos de politizar o despolitizar el significado de sus acciones y movilidad en el extranjero es una cualidad única a los actores de esa edad especial. En el caso de Bobby y Roberto, en el lenguaje del *New York Times*, los patrocinadores esperaban que la amistad mutua entre las naciones “continuaría creciendo y creciendo”, al igual que los niños (The New York Times, 1941a, p. 12). Era importante señalar su infancia, un desafío que la prensa estadounidense

resolvió con facilidad al designarlos como “*short pants ambassadors*”, os diplomatas de calças curtas [embajadores de pantalones cortos], en referencia a la costumbre occidental del siglo XX de visibilizar la edad cronológica de un niño por vestirlo de pantalones cortos antes de que cumpliera 13 años.

A los catorce años, Roberto aún exudaba un aire juvenil. En su primera entrevista después de bajar del trasatlántico de los Estados Unidos, habló con entusiasmo sobre lo que había visto en su viaje, comparándolo con los cuentos de hadas (O Jornal, 1941c, p. 3). Mientras tanto, los diarios estadounidenses se aseguraron de señalar que Bobby era un “escolar” (*schoolboy*); la prensa brasileña presentó a un Bobby infantilizado como un “*menino*”, apareciendo en su versión más joven en fotos más antiguas. Sus credenciales como típicamente estadounidense se basaron en sus cualidades asociadas con la niñez: un espíritu deportivo, simplicidad encantadora y un sentido del humor innato.

La prensa brasileña se esforzó para promover la llegada de Bobby como un evento netamente infantil. El *Suplemento Infantil* presentó a Bobby en su portada, en un montaje fotográfico de cuerpo completo que lo caricaturizó junto a las figuras populares de dibujos animados que habitualmente habitaban las páginas (imagen 5) (Suplemento Juvenil, 1941b, portada). La casa editorial *Grande Consórcio Suplementos Nacionais* corrió la palabra entre los pequeños lectores de sus revistas infantiles durante varias semanas en anticipación a su llegada. La estrategia funcionó, y miles de niños de las escuelas locales estuvieron presentes, creando un aspecto que los reporteros llamaron “*lilliputian multitudes*” que frenéticamente recibieron a los dos jóvenes como celebridades. Los niños abrumaron a las fuerzas policiales, cayéndoles a abrazos a los dos Robertos, gritando, “*um, dois e três, ¡Boooooobbby! ¡Robertooooo!*” (Correio Da Manhã, 1941, p. 3; Suplemento Juvenil, 1941a, p. 7). Desde el punto de vista del observador, este espectáculo de la diplomacia fue una expresión espontánea de las masas infantiles y no el resultado de una campaña de publicidad y organización de parte de los patrocinadores del intercambio.

¿Por qué tanto énfasis en la puerilidad de estos jóvenes en transición a la edad adulta? El caso de los dos Robertos demuestra el poder de la idea de los niños como un dispositivo moral en la promulgación de un cambio cultural, en este caso, el clima de relaciones del Buen Vecino en medio de la escalada de tensiones en tiempos de guerra. Al observar la llegada de los jóvenes embajadores a Río, el escritor brasileño Austregésilo de Athayde señaló: “su mensaje debe ser bueno, inocente y auténtico. Pueden lograr lo que nunca pudimos, pero que siempre quisimos” (Diário da Noite, 1941a, p. 1-2) Para hacerlo, tendrían que dirigir lo mejor de sus cualidades juveniles hacia la masculinidad estrechamente construida dentro de los dominios políticos y empresariales. La transformación de Bobby, lejos de la niñez despreocupada idealizada, se presenta en los periódicos con los reportes sobre su deseo frustrado de nadar en el mar. La primera vez que vio Copacabana, exclamó: “¡Oigan, muchachos, esto es maravilloso!” y casi se quita la ropa para lanzarse al océano en una momentánea “ilusión infantil”. Pero como le recordaron sus manejadores, “[...] la diplomacia también tiene sus lados negativos” (O Jornal, 1941d, p. 6); La playa tendría que esperar.

De hecho, a pesar de las apariencias, los chicos habían viajado para realizar un trabajo, y aunque su niñez era un dispositivo necesario para atraer al público, su virilidad naciente era un campo de pruebas igualmente importante para el mundo político y emprendedor que heredarían. La madurez precoz de los jóvenes fue un requisito previo importante en su selección para llevar a cabo esta misión panamericana, un feliz velo de vecindad que ocultaba una asociación bilateral más seria y orientada al desarrollo. Con ese fin, la cobertura de prensa de los Robertos evitó una presentación totalmente infantil, deslizándose en el territorio fluido de la adolescencia, la masculinidad y la sexualidad. Los lectores brasileños se enteraron de que los adolescentes de Nueva York consideraban exótico o “*tropicalísimo*” a su hijo nativo, Roberto (Suplemento Juvenil, 1941b, p. 14). Y a pesar de las repetidas referencias a los “diplomáticos de pantalones cortos”, algunas publicaciones enfatizaron el atractivo de Bobby para el sexo opuesto, llamándolo un “guapo *yankeeshinho*” o “*menino-gentleman*” (imagen 8). A los dieciséis años, Bobby ya tenía una novia en los Estados Unidos, se estaba preparando para tomar sus exámenes para entrar a la universidad y, comprensiblemente, le molestó el apodo infantilizante, siempre insistiendo con buen humor en que no había usado pantalones cortos durante más de cinco años (Correio Paulistano, 1941, p. 12).

Los itinerarios de los dos chicos ciertamente confirmaban el objetivo subyacente de sus viajes - no fueron a visitar campamentos de verano, parques de diversiones ni circos. Como ya vimos en el viaje de Roberto, él tuvo acceso a los más importantes líderes políticos e industriales de los Estados Unidos. En Brasil, Bobby siguió un recorrido diseñado por un comité de ejecutivos de la Bolsa de Importación y Exportación del *Banco do Brasil*, la *Comissão Brasileira do Fomento Interamericano*, o *Instituto Brasil-Estados Unidos* y el director del diario *O Jornal* (*O Jornal*, 1941a, p. 5). El vicepresidente de la *Comissão* era Jorge Bouças, hijo de Valentim Bouças, el encargado del ramo brasileño de IBM, y quien hospedó a Bobby en su casa durante su visita. Este grupo de hombres de élite agendaron encuentros a Bobby con el embajador de los Estados Unidos en Brasil, el Ministerio de Educación, el Ministerio de Relaciones Exteriores, el presidente de la compañía de llantas Goodyear, el Club Automovilista, el alcalde de Río de Janeiro, la *Casa do Estudante do Brasil* en São Paulo, la sede de la *Comissão do Fomento* y las oficinas de la prensa. A lo largo del asunto altamente publicitado, la prensa afirmó la capacidad de liderazgo de ambos chicos. “Bobby habla con confianza, como si ya hubiera aprendido el lenguaje diplomático”, se maravilló un informe. Los periodistas también notaron la valentía, la delicadeza y la eficiencia de Roberto, descripciones poco comunes para un joven de catorce años (*Diário da Noite*, 1941a, p. 1-2). Las fotos capturaron a los jóvenes sonriendo cómodamente en sus trajes entre presidentes, gobernadores y empresarios.

No ajeno a codearse con jefes de estado, Bobby asistió a un almuerzo en *Itanhangá Golf Club* con nada menos que el presidente brasileño Getúlio Vargas (imagen 6). No fue por casualidad que los organizadores del viaje lo habían incluido en su horario – como ha mostrado Colette Perold – como consejero de Vargas. Valentim Bouças había inventado el mercado de IBM en Brasil como una herramienta indispensable en cuantificar las metas centralizadoras del régimen,

y Bobby fue un regalo para señalar el auspicio futuro de una relación creciente con la empresa (Perold, 2020). En su reunión, Bobby le dio al afable dictador un apretón de manos al estilo estadounidense, “vigorosamente, como un hombre adulto”, se reportó. A diferencia de su reunión con Hoover unos años antes, los periodistas se vieron presionados a presentarlo como un niño inocente a la sombra de un líder mundial, cuando, en verdad, Bobby se elevó sobre el diminuto Vargas. Charlaron sobre la política. Vargas le pidió a Bobby su opinión sobre la guerra. Jugaron golf (Suplemento Juvenil, 1941b, p. 14; O Jornal, 1941e, p. 7). Supuestamente Bobby metió un hoyo en uno (un hecho imposible según su hijo, dado que nunca había jugado)¹. Pero el relato del hecho consolidó su reputación en Brasil como un chico maravilla, además de prefigurar su capacidad como sucesor a la par – literalmente – de la generación política que le precedió.

El intercambio de buena vecindad promulgado por los dos Robertos pretendía promover los objetivos de la reciprocidad, pero en 1941 la relación bilateral estuvo marcada por las crecientes tensiones de la guerra. Cualquier acto diplomático entre los Estados Unidos y Brasil durante ese verano tenso, fuera realizado por niños o por hombres, tuvo el peso de la construcción de consenso en tiempos de guerra. La cobertura brasileña del viaje de Bobby a menudo ocupaba un espacio conspicuo en los periódicos, pero la narrativa de su viaje se veía eclipsada en la página por los titulares de los frentes europeos. Sin duda, Bobby se esforzaba por dejar una buena impresión con Vargas, pero seguramente ese día el presidente estaba ocupado con otros asuntos: aquella mañana, Franklin Roosevelt había tomado la decisión de elevar al máximo nivel la capacidad militar de los Estados Unidos, alistándose para su eventual entrada en la guerra, asunto que apresuró la relación diplomática con Brasil (Diário da Noite, 1941b, p. 1). Las preocupaciones sobre las crecientes tendencias autoritarias de Vargas y su *Estado Novo* plantearon dudas sobre la autenticidad de la negación brasileña del fascismo europeo.

Para los Estados Unidos, la diplomacia cultural era una de las mejores estrategias para cimentar una relación beneficiosa, y los embajadores de pantalones cortos eran dos de las múltiples celebridades que llegaron a Brasil durante aquellos tiempos, tantas que el ministro de Relaciones Exteriores bromeó que, con una misión de buena voluntad más, Brasil declarararía la guerra contra los Estados Unidos (McCann, 2015). No fue hasta 1943 que las dos naciones llegaron a un acuerdo, con la participación de Brasil concretando el apoyo americano para la posición de los Estados Unidos². La trayectoria idealista de la Política del Buen Vecino había cambiado de curso, ahora con relaciones más pragmáticas y francamente unilaterales, bajo el liderazgo militar de los Estados Unidos.

La guerra también interrumpió la trayectoria personal de Bobby. Cuando regresó de Brasil, resplandeciente de su fama recién descubierta, parecía estar al borde de su ascenso político. Pero a pesar de sus acciones diplomáticas y su posición al lado de los hombres más poderosos del escenario brasileño, al pisar la tierra propia, se volvió un muchacho, “*a schoolboy again*” (imagen 7). Durante un

¹ Entrevista con Doug Gallagher, 30 de noviembre de 2020.

² Joint Statement: FDR and Brazil President, January 29, 1942. FDR Speech File 1449. Franklin D. Roosevelt Presidential Library and Museum.

año, continuó asistiendo a eventos públicos como un invitado distinguido, pero desapareció de la vida pública cuando se alistó en la Marina de los Estados Unidos en 1942³. Pero sus conexiones establecidas con los empresarios de Nueva York valieron la pena: entró decidido a la oficina de Thomas Watson, un alto ejecutivo de IBM, y le pidió un trabajo. Desde aquel momento, se inició su carrera de 42 años, trabajando en contabilidad para los mercados globales de la corporación (imagen 9). En el caso de Roberto, estableció la fundación filantrópica Brascan.

Las fuerzas políticas, comerciales y diplomáticas que conspiraron para transportar a estos dos muchachos por la costa atlántica en el auge de la Segunda Guerra Mundial habían estado en movimiento desde el cambio de siglo. Jorge Bouças, el anfitrión de Bobby en Brasil, era también hijo de Valentim Bouças, fundador y ejecutivo del ramo de IBM en Brasil, y también consejero íntimo de Getúlio Vargas. Valentim Bouças también era socio del mismo Watson, quien le otorgó a Bobby su primer y único trabajo en la compañía. En su posición a cargo de IBM, Bouças aprovechó las tendencias autoritarias de Vargas con la introducción de sus aparatos de información sistemática dentro de la burocracia de un régimen centralizador. Fue Bouças quien convenció a Vargas a prorrogar las elecciones e inclinarse hacia la dictadura como la única manera de garantizar el crecimiento económico. En la esfera pública, Watson celebró la visión global de Bouças sobre fomentar un ambiente amigable para el negocio desde Brasil, pivoteando en una posición de nacionalismo económico (Perold, 2020). Los planes que tenían los empresarios de IBM, y su matriz de conexiones en las agencias gubernamentales, revelan una visión global para un clima empresarial que trascendió el nacionalismo económico introspectivo. Todas estas potencias ayudaron a determinar el futuro económico de Brasil como el mercado más grande del hemisferio, y todas ellas participaron directamente en la orquestación del intercambio diplomático de Roberto y Bobby.

Por último, el nuevo panamericanismo oficial sirvió para suavizar la imagen del imperialismo, utilizando una óptica agradable e infantil para vender la imagen de una nueva política de no intervención y reciprocidad. Se dependía mucho de la visibilidad de los intercambios infantiles y de un lenguaje cargado de imágenes familiares como metáforas de cómo deberían relacionarse los países hermanos. El reclutamiento de los niños, junto con la representación retórica de América Latina como una región infantilizada, fue fundamental para el éxito de ese modelo. La exposición de mensajes de fraternidad cuidadosamente arreglada para los niños y las muestras tropicalizadas de la gente y productos de América Latina alimentaron los discursos de desarrollo en las generaciones que proseguían. Los latinoamericanos, presentados como seres infantilizados a través de las encarnaciones de niños escolares estadounidenses, se quedaron como tropos en los ojos del norte. Era más fácil imaginar a América Latina como una región infantilizada después de dos décadas de saturar el medio ambiente con esas representaciones protagonizadas por niños en el escenario mundial.

³ Correspondencia con Doug Gallagher, 21 de noviembre de 2020.

Conclusiones

¿Qué significa una historia del capitalismo global y la política del desarrollo que se centra en la infancia? No es ningún secreto que las naciones latinoamericanas han luchado desde su independencia por ser percibidas como entidades soberanas (y distintas) a la mirada del Norte. El período de entreguerras sentó las bases para una era de intensa inversión en proyectos de desarrollo que seguía los lineamientos de modernización establecidos en el Norte, y que consolidaban la riqueza global en las manos de una élite global, profundizando la desigualdad de la sociedad. Las décadas del Buen Vecino establecieron la justificación del imperio blando con algunas realidades duras, que se hicieron más aceptables al hacer literales esas referencias metafóricas a una región infantilizada. La representación infantil en la diplomacia para establecer enlaces empresariales fue una de las estrategias menos percibidas y más eficaces para consolidar los consensos públicos y legitimar la normalización de cierto marco de masculinidad en ciernes como merecedor del acceso a los círculos del poder económico.

Esto es importante porque debemos reconocer, como hicieron los funcionarios políticos encargados de organizar el intercambio de los dos Robertos, el poder efectivo del niño como un dispositivo semiótico para involucrar corazones y mentes. Importa porque la lógica del capitalismo corre sobre el motor del discurso desarrollista: en él, la figura de la nación es en realidad una reproducción semántica de la ciencia del desarrollo humano, de débil y dependiente a empoderada y soberana. Inherentes en los discursos neoliberales del desarrollo son los códigos pasivamente recibidos sobre la infancia como una construcción social moderna. El conocimiento económico sobre lo que Brasil podría brindar a la economía global tuvo implicaciones para los caminos del desarrollo de las “dos Américas”, formando una generación de industrialistas e inversionistas en el Norte listos para reclamar su derecho de nacimiento al sur del Río Grande cuando fueran mayores de edad. Pero para los dos jóvenes no tenía tanto peso su significado político. Se veían a sí mismos como la prensa los proyectaba: como niños afortunados viviendo la aventura de sus vidas.

REFERÊNCIAS

- ALBARRÁN, E. J. Infancia y la política cultural del desarrollo en el Día Panamericano, 1930-1948. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**, [s.l.], v. 19, n. 3, p. 1-26, 2021.
- ALCUBIERRE, B. Bara, Viala, y Escutia: El modelo del niño héroe y el sacrificio infantil en la retórica del patriotismo. **Historia Mexicana**, [s.l.], v. 71, n. 4, p. 1611-1648, 2022.
- CÁNDIDA SMITH, R. **Improvised Continent: Pan-Americanism and Cultural Exchange**. Philadelphia: Penn State University Press, 2017.
- CASTLE, D. B. Leo Stanton Rowe and the Meaning of Pan Americanism. In: SHEININ, D. (Org.). **Beyond the Ideal: Pan Americanism in Inter-American Affairs**. Westport, CT: Praeger, 2000. p. 33-44.
- Correio da Manhã. [s.l.], 19 de junio de 1941.
- Correio Paulistano. São Paulo, 6 de julio de 1941.
- CRANDALL, B. H.; CRANDALL, R. **"Our Hemisphere"? The United States in Latin America, from 1776 to the Twenty-First Century**. New Haven: Yale University Press, 2021.
- Diário da Noite. [s.l.], 19 de junio de 1941a.
- Diário da Noite. [s.l.], 15 de julio de 1941b.
- DORFMAN, A. Childhood as Underdevelopment. In: **The Empire's Old Clothes: What the Lone Ranger, Babar, and Other Innocent Heroes Do to Our Minds**. 2 ed. Durham: Duke University Press, 2010. p. 1-11.
- GALEANO, E. **Las venas abiertas de América Latina**. México: Siglo XXI Editores, 1971.
- HOLLAND, P. **Picturing Childhood: The Myth of the Child in Popular Imagery**. London: I.B. Tauris & Company, 2004.
- JOBS, R. I.; POMFRET, D. M. **Transnational Histories of Youth in the Twentieth Century**. Hampshire, UK: Palgrave Macmillan, 2015.
- JOBS, R. I. Youth Movements: Travel, Protest, and Europe in 1969. **The American Historical Review**, [s.l.], v. 114, n. 2, p. 376-404, 2009.
- KROPF, S. P. Good Neighbor Circuits: Cultural Diplomacy and Educational Exchange between Brazil and the United States During World War II. **Varia Historia, Belo Horizonte**, [s.l.], v. 36, n. 71, p. 531-568, 2020.
- LEONARD, T. M. The New Pan Americanism in U.S.- Central American Relations, 1933-1954. In: SHEININ, D. (Org.). **Beyond the Ideal: Pan Americanism in Inter-American Affairs**. Westport, CT: Praeger, 2000. p. 95-113.
- MCCANN, F. D. **The Brazilian-American Alliance, 1937-1945**. Princeton: Princeton University Press, 2015 (1974).
- The New York Times. Nova York, 28 de mayo de 1941a.
- The New York Times. Nova York, 18 de noviembre de 1941b.
- O Jornal. [s.l.], 17 de junio de 1941a.
- O Jornal. [s.l.], 18 de junio de 1941b.
- O Jornal. [s.l.], 19 de junio de 1941c.
- O Jornal. [s.l.], 20 de junio de 1941d.
- O Jornal. [s.l.], 24 de junio de 1941e.

The Pan American. [s.l.], v. 2, junio de 1941.

PEACOCK, M. Samantha Smith in the Land of the Bolsheviks: Peace and the Politics of Childhood in the Late Cold War. **Diplomatic History**, [s.l.], v. 43, n. 3, p. 418-444, 2019.

PEROLD, C. IBM's World Citizens: Valentim Bouças and the Politics of IT Expansion in Authoritarian Brazil. **IEEE Annals of the History of Computing**, [s.l.], v. 42, n. 3, p. 38-52, 2020.

STEARNS, P. N. **Childhood in World History**. 4. ed. New York: Routledge, 2021.

Suplemento Juvenil, año VIII, n. 1029, 24 de junio de 1941a.

Suplemento Juvenil, año VIII, n. 1030, 26 de junio de 1941b.

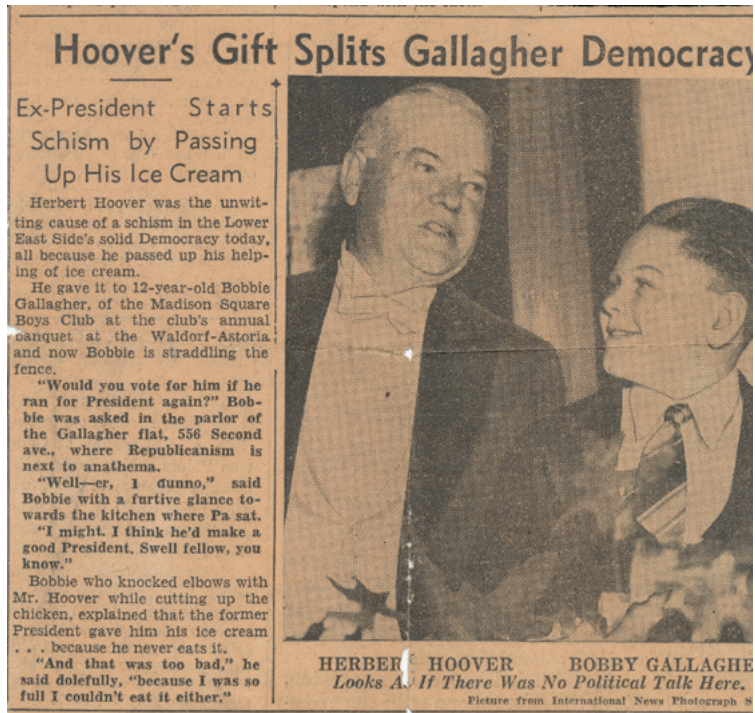
Imágenes

Imagen 1 - Bobby Gallagher y Roberto Paulo Cezar de Andrade, Rio de Janeiro, 1941



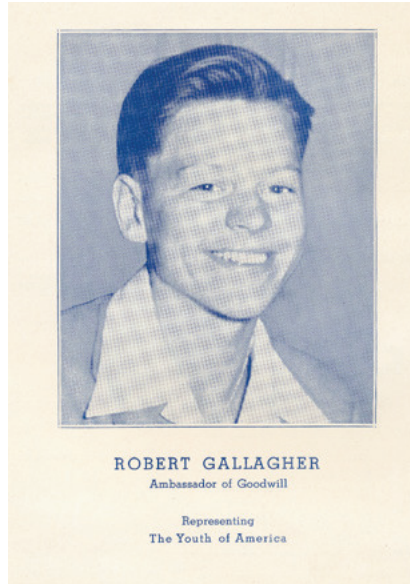
Fuente: Colección personal de Doug Gallagher.

Imagen 2 - Bobby Gallagher con el presidente Herbert Hoover, 1937



Fuente: Colección personal de Doug Gallagher.

Imagen 3 - Publicidad panamericana del viaje de Bobby Gallagher, s/f



Fuente: Colección personal de Doug Gallagher.

Imagen 4 - Roberto Paulo Cezar de Andrade en Boston con el Senador Henry Cabot Lodge (derecha) y otros dignitarios, 1941



Fuente: Northeastern University Special Collections.

Imagen 5 - Bobby Gallagher en la portada de *Suplemento Juvenil*



Fuente: Hemeroteca Nacional Digital do Brasil.

Imagen 6 - Roberto y Bobby con el presidente
Getúlio Vargas, 1941



Fuente: Colección personal de Doug Gallagher.

Imagen 7 - Bobby Gallagher en la prensa estadounidense, retratado como niño

'DIPLOMAT' IS BACK, A SCHOOLBOY AGAIN

**Bobby Gallagher, 16, Dubbed
'Short-Pants' Envoy, Returns
After 3 Weeks in Brazil**

PRAISES VARGAS STRONGLY

**He Reveals True Diplomatic
Form, Finding Latin Women
'Just About Like Ours'**

Bobby Gallagher, 16-year-old exponent of the good-neighbor policy, arrived on the liner Argentina yesterday morning after a three-week visit to Brazil. The poise and diplomacy that marked his homecoming impressed even the directors of the Madison Square Boys Club, who have known Bobby for ten years.

Full of praise for President Getulio Vargas, whom he described as "very democratic and a fine gentleman," the boy was tickled most over three accomplishments. He had been able to converse successfully in Portuguese, he had learned the "samba," Brazilian version of the conga, and he was able to report that Brazilian boys

GOOD-WILL 'ENVOY'



**Bobby Gallagher as he returned
yesterday from Brazil.**

Times Wide World

Fuente: *The New York Times*, 15 julio de 1941, p. 21.

Imagen 8 - Bobby Gallagher en Brasil, 1941



Fuente: Colección personal de Doug Gallagher.

Imagen 9 - Bobby firma autógrafos, acompañado por Thomas J. Watson, Sr., director de IBM.

Binghamton Sun, 19 julio de 1941



Fuente: Colección personal de Doug Gallagher.