

A criação de Zé Carioca: o brasileiro em Hollywood

The creation of Zé Carioca: the Brazilian in Hollywood

Anderson Alves da ROCHA¹

Resumo

O Brasil tem sua representação na cultura de massa mundial ligada à alguns elementos de fácil identificação, como musicalidade e alegria. No cinema de Hollywood alguns personagens e artistas foram responsáveis por cristalizar essa imagem na percepção coletiva sobre o país. Entre eles está o papagaio da Disney Zé Carioca. Este trabalho apresentará, por meio de pesquisa bibliográfica e documental, a história da criação desse personagem, mergulhado em interesses políticos, ideológicos e econômicos. Os elementos de construção de Zé Carioca. E a representação brasileira refletida no personagem da Disney.

Palavras-chave: Representação. Zé Carioca. Cinema.

Abstract

Brazil has its representation in the world-wide culture linked to some elements of easy identification, such as musicality and joy. In Hollywood cinema, some characters and artists were responsible for crystallizing this image in the collective perception of the country. Among them is the Disney parrot Zé Carioca. This work will present, through bibliographic and documentary research, the history of the creation of this character, immersed in political, ideological and economic interests. The construction elements of Zé Carioca. And the Brazilian representation reflected in the Disney character.

Keywords: Representation. Zé Carioca. Cinema.

Introdução

Samba, mulata, carnaval, futebol e cachaça. Esses são elementos facilmente reconhecidos como parte do cotidiano brasileiro em produtos de comunicação que tentam representar o país. Somado a estes componentes, nas produções de Hollywood, o

¹ Doutorando em Processos Comunicacionais pela Universidade Metodista de São Paulo. Pesquisador do Grupo Mídia, Arte e Cultura (MAC). Bolsista CAPES. E-mail: anderson_arocho@yahoo.com.br

Brasil ganhou mais um item que simboliza o país no cinema: o papagaio. Representante nativo, carrega as cores da bandeira nacional em sua plumagem. A sua figura não é nova nas produções cinematográficas que retrataram o Brasil.

O personagem Zé Carioca nasceu nos Estados Unidos, criado pelos estúdios Walt Disney, e se apresentou pela primeira vez na animação “*Saludos Amigos!*”² (Alô, Amigos - 1943), onde os famosos personagens criados por Disney “descobriam” a América do Sul (Brasil, Argentina, Chile e Peru). A animação fez parte da campanha dos EUA no combate ao nazi-fascismo, com o propósito de difundir a cultura dos EUA pela América (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 10).

O trecho que faz referência direta ao Brasil é nomeado “*Watercolors of Brazil*” (“Aquarela do Brasil”), com duração aproximada de 8 minutos. No curta-metragem, o famoso Pato Donald e o nativo Zé Carioca passeiam por lugares turísticos do Rio de Janeiro.

A tentativa de ilustrar o Brasil por meio do cinema não é recente. Esse processo começou no filme “*The Girl from Rio*”³(1927), quando a cidade do Rio de Janeiro foi pela primeira vez retratada em Hollywood (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 8). Daí em diante, impulsionado por interesses comerciais e ideológicos de se aproximar da América Latina, o cinema americano passou a desenvolver obras tendo o Brasil (na maioria dos casos representados pelo Rio de Janeiro) como pano de fundo para as produções.

Nessa escalada da relação entre os EUA e o Brasil, deve-se destacar como perpetuadora da identidade brasileira fora do país, na década de 1930, a cantora e atriz portuguesa Carmen Miranda⁴. A exclamação “sim, nós temos bananas” associou a imagem do país à festividade, à música alegre, às roupas ousadas e coloridas e à simplória fruta que passou a simbolizar o país. A “*Brazilian Bombshell*”⁵, como passaria a ser conhecida, explodia na cena americana com suas canções de letras indecifráveis, com seu exotismo e seu excesso” (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 18). Foi ela quem divulgou o “brasileiro” fora do país. Nos anos 1940, na sequência do

² Distribuído por Walt Disney Productions e produzido pela RKO Radio Pictures

³ RKO Radio Pictures, direção de Herbert Brenon.

⁴ Maria do Carmo Miranda da Cunha nasceu em Porto, Portugal em 1909, e morreu em Los Angeles, EUA em 1955. Apesar de Portuguesa foi marcada nos EUA como “Baiana”, portanto brasileira.

⁵ A mulher sensual do Brasil, tradução livre.

sucesso da atriz e cantora, os estúdios Walt Disney apresentaram o filme “Saludos Amigos!” e com ele o pássaro “José (Joe) Carioca”, como mais um personagem representativo da identidade brasileira.

Assim o objetivo deste trabalho é apresentar, por meio de uma pesquisa bibliográfica e documental, retratar o momento histórico e político da criação de um dos mais conhecidos personagens representantes do Brasil na cultura de massa dos Estados Unidos. Zé Carioca, produto da Disney, foi criado em meio a um conjunto de interesses econômicos e ideológicos, na tentativa da empresa americana de abertura de novos mercados, e ao mesmo tempo, sob busca dos EUA de expandir sua área de influência sobre todo o continente. A pesquisa do próprio Walt Disney e sua equipe de desenvolvimento em sua passagem pela América Latina – incluindo o Brasil – resultou na figura, trejeitos e na musicalidade do personagem que se tornou um símbolo da representação do brasileiro no imaginário distribuído pela cultura de massa.

Essa caracterização do brasileiro é carregada também pelas mensagens difundidas pelo cinema, cristalizando-se nos sentidos do senso comum. [...] Essa cara do Brasil ganha força através do filme, e por ele se legitima na cultura (ROCHA, 2017, p. 95)

É importante ressaltar que o cinema é fonte de prazer e significados para grande parte da população em nossa cultura. Na perspectiva de Turner, “o cinema é revelado não tanto quanto uma disciplina separada, mas como um conjunto de práticas sociais distintas, um conjunto de linguagens e uma indústria” (1997, p. 49). Assim, os modos de produção de Hollywood e o cinema, podem ser percebidos como criador de realidades, e, portanto, um dos divulgadores da “identidade brasileira”. Tendo em vista a proposta a qual esse trabalho se dedica, pode afirmar que o cinema ressignifica a realidade, uma representação da identidade brasileira, baseado em estereótipos, personagens e fantasias e distribui ao mundo esse brasileiro cinematográfico.

O Brasileiro de Hollywood

O Brasil e o brasileiro têm seus ícones de representação facilmente visualizados na cultura pop dentro e fora do país. As expressões, costumes e características que marcam essa brasilidade estão visíveis no cotidiano, e congelam no imaginário a figura simbólica do brasileiro por meios de alguns de seus representantes.

Em reproduções estereotipadas, o Brasil aparece sempre representado pelas mesmas imagens: a mulata, a baiana e o malandro se tornaram os arquétipos deste país.

No caso do cinema de Hollywood, na sua Era de Ouro, existiram diversas películas que desenharam dentro das salas de cinema um perfil, muitas vezes ilustradas por um único personagem. Diversos filmes tentaram retratar o Brasil, na maioria das vezes tendo como cenário o Rio de Janeiro, sua então capital. No início, essas tentativas tiveram pouco sucesso. O filme *“The Girl from Rio”* (“A garota do Rio”, tradução nossa), de 1927, é um exemplo. “As personagens cariocas tinham nomes hispânicos e o Rio era apresentado como uma vila esquálida. Alguns anos mais tarde, o governo brasileiro pediria a retirada de circulação de uma outra produção de Hollywood, *“Rio’s Road to Hell”* (1931), mas a solicitação foi negada” (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 8). Esse período é marcado por uma visão preconceituosa e de pouco interesse do cinema americano para com os países latinos.

Segundo Freire-Medeiros, essa relação se modificou a partir da Grande Depressão. *“Flying Down to Rio”* foi a primeira grande produção que apresentou um Brasil diferente. O filme bem produzido gerou grande expectativa e foi bem recebido no país. Foi indicado também ao Oscar em 1934 por Melhor Canção Original, *“The Carioca”*. A música era tocada em uma cena protagonizada pela atriz Dolores Del Rio⁶ e pelo dançarino Fred Astaire⁷.

O filme musical tinha um ar elogioso ao Brasil. Na cena de abertura, a tomada de avião apresentava as paisagens do Rio.

É possível acompanhar um desfile de imagens de cartão-postal que começa na Baía de Guanabara, passa pelo centro da cidade (onde figuras elegantes disputam, com os velozes carros da época, o espaço em frente à Confeitaria Colombo), vai ao Alto da Boa Vista, visita o moderno Jockey Club, dá a volta no Pão de Açúcar e se encerra no Jardim Botânico. (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 12)

O filme foi um sucesso tanto no Brasil como nos Estados Unidos, se tornando um dos mais rentáveis para a RKO no ano de 1933. O interesse do público nos EUA aumentou com relação ao Brasil, e ao vislumbre daquela terra que mostrava uma mistura equilibrada de exuberância natural, e modernidade. As revistas e a imprensa

⁶ Dolores Ansunsolo (1904 – 1983) foi uma atriz e dançarina mexicana.

⁷ Frederick Austerlitz (1899 -1987) foi um ator e dançarino americano, vencedor de um Oscar honorário em 1950 pelo conjunto de sua obra.

brasileira ficaram fascinadas por se ver nas telas de cinema, de uma maneira tão bem produzida, contando com a participação do ator brasileiro Raul Roulien⁸ entre os protagonistas da trama. A única reclamação foi a música vencedora do Oscar. “‘*The Carioca*’ (apesar de altamente apreciado pelo público americano, a ponto de ganhar o Oscar de melhor canção, o número foi criticado pelos brasileiros que reconheciam ali um maxixe e não um samba” (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 14).

Apesar do sucesso do filme, é somente com a deflagração da 2ª Guerra Mundial que o interesse dos Estados Unidos para América Latina vai ganhar força. Esse é um período de fortes ligações do Brasil e dos demais países da América Latina com os Estados Unidos.

Essa relação teve como um dos mais fortes ícones a “baiana” Carmen Miranda. Ela foi o primeiro ícone brasileiro no cinema dos EUA. Mesmo tendo nascido em Portugal e não no Brasil, Miranda criou a imagem no cinema da baiana brasileira. A “*Brazilian Bombshell*” se tornou o símbolo de um país que anunciava ao mundo uma ininterrupta de festividades, músicas alegres, sensualidade e beleza.

O primeiro filme estrelado pela artista nos Estados Unidos foi *Down Argentine Way* (Serenata tropical – 1940), uma produção da **20th CenturyFox**, antes de Carmen ser contratada pelo Estúdio. [...] Trajando sua baiana estilizada, aparece em duas cenas – uma logo no início e depois no meio do enredo – cantando numa casa noturna de Buenos Aires duas canções em português – a marcha ***Mamãe eu quero***, a embolada ***Bambu bambu*** – e uma composição norte-americana, ***South American Way***⁹, interpretada em inglês e em espanhol. (GOMES, 2004, p. 148, grifo do autor)

Apesar do investimento pesado do estúdio, o filme foi proibido de circular na Argentina e sofreu pesadas críticas no Brasil. “As críticas não foram, contudo, suficientes para abalar a fama ascendente de Carmen, que iria se tornar, em tempo recorde, a atriz mais bem paga do mundo” (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 18), e ainda em 1940 ela iniciou seu segundo filme, “*That Night in Rio*” (“Uma noite no Rio” – 1941), primeira película com falas da atriz. O filme pode ser visto como um marco na

⁸ Raul Pepe Acolti Gil (1905 – 2000), foi um ator e diretor brasileiro de cinema e teatro. Um dos primeiros brasileiros a atuar em um filme de Hollywood.

⁹ A canção escrita por Jimmy Mac Hugh e Al Dubin para a revista *Streets of Paris* foi adaptada pelo Bando da Lua para o ritmo brasileiro. Aloysio de Oliveira escreveu os versos em português. *Bambu bambu* – embolada de Donga e Patrício Teixeira de 1926. *Mamãe eu quero* – marcha de Vicente de Paiva e Jararaca, 1937 (GOMES, 2004, p. 148).

relação de Hollywood e suas produções com o público e gostos da América Latina, em especial, neste caso, com o Brasil.

Depois do fiasco de *Serenata tropical* na América Latina, a preocupação da Fox em agradar tanto aos americanos do Sul quanto aos do Norte levou o estúdio a submeter o script de uma noite no Rio – baseado no roteiro original intitulado *Folies Bergères* – à Embaixada Brasileira, que, de fato, censurou várias cenas consideradas “pouco convincentes”. A Fox também requisitou, junto ao Departamento de Informação e Propaganda do governo Vargas, fotografias do Rio para assegurar uma (re)criação filem dos sets. (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 18-19).

Apesar das imagens onde apareciam muitas palmeiras e samambaias, não era o cenário que criava a representação do Brasil, mas sim a própria Carmen Miranda. Ela dançava, sorria e se comunicava de uma maneira que se tornaria a representação constante do brasileiro no cinema de Hollywood. O Rio de Janeiro e o Brasil refletiam uma terra de harmonias e alegrias. “Trata-se de uma cidade que deve ser celebrada não como terra de negros, brancos ou índios (sempre invisíveis nas representações do Rio oferecidas por Hollywood), mas como *locus* da democracia racial, como paraíso da *hibridez* que Carmen tão profundamente encarnava” (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 19-20).

Carmen Miranda iniciou essa representação do Brasil fora do país, e transferiu ao mundo essa figura do brasileiro mediado pelo cinema. É nesse mesmo período em que a atriz fazia sucesso representando o Brasil, que os estúdios Walt Disney produziram e lançaram o filme “*Saludos Amigos!*” apresentando o personagem “José Carioca”, como mais um brasileiro do cinema americano.

Foi em meio ao conflito da 2ª Guerra Mundial que nasceu nos Estados Unidos da América, produzido pelos estúdios *Walt Disney Company*, o personagem de cinema, televisão e quadrinhos “**José Carioca**”. Um papagaio, vestido estereotipadamente como o “malandro do Rio de Janeiro”. O personagem foi apresentado no desenho “*Saludos Amigos!*”, no qual os famosos animais antropomorfizados da *Walt Disney* – Donald e Pateta, passeavam pela América do Sul (Brasil, Argentina, Chile e Peru). A animação fazia parte da campanha de “boa vizinhança” dos EUA durante a Guerra. O antigo comportamento abertamente preconceituoso dos Estados Unidos para com a América Latina, que aparentemente havia se modificado durante a grande depressão, se intensificou no período da Guerra. “A velha fórmula da política da boa vizinhança foi

retomada em todos os jornais, as duas estações de rádio existentes à época, e obviamente Hollywood, foram conclamados a participar da luta contra o nazi-fascismo” (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 10). O propósito era disseminar a cultura dos EUA pela América e encorajar a opinião pública em favor dos interesses americanos em meio à Guerra.

Durante o conflito, o governo dos Estados Unidos aliou-se a produção fílmica de Hollywood. Todos os estúdios tinham sua parte nos esforços de guerra, e foram beneficiados por essa parceria. De maneira semelhante os estúdios Disney não ficaram de fora desse momento. Por isso, a criação do personagem Zé Carioca e a produção do filme não aconteceram ao “acaso”. Existia um cenário repleto de interesses para que essas criações acontecessem.

Na década de 1940, sob as tensões decorrentes da II Guerra Mundial, o estúdio e o próprio Walt Disney, apesar da continuidade da produção de longas de animação, teve seu foco voltado para o conflito. O estúdio passou a produzir animações que fariam parte do esforço de guerra, como parte do programa de treinamento de soldados e de conscientização para os esforços contra o Eixo. “De 1942 até 1946 o Estúdio Disney produziu diversos filmes para treinamento e instrução. Disney serviu ao departamento de Agricultura, ao Tesouro, e ao de Estado, e também à Marinha e ao Exército” (GOMERY, 1994, p. 74, tradução nossa). Além disso, o Governo Americano precisava de um embaixador, alguém que apresentasse um rosto simpático americano no mundo. Disney foi essa figura. Segundo Gomery, “era estimado que um a cada três habitantes do planeta tinham visto uma animação da Disney” (1994, p. 74, tradução nossa)

Nasce Zé Carioca, o brasileiro da Disney

A criação de Zé Carioca está diretamente ligada a essa passagem de Disney e sua equipe pelo Rio de Janeiro. A recontar a criação do personagem, Pegoraro (2012), conta que Walt Disney e os artistas foram recebidos em um evento, no Hotel Glória, e lá foram “oferecidos” diversos possíveis protagonistas para as animações, todos tirados da fauna brasileira. “Disney descobriu a importância do papagaio no imaginário do país” (p. 7). Os traços e roupas do papagaio, segundo Pegoraro, teriam sido influenciados por uma visita de Walt Disney à Escola de Samba Unidos da Portela e por um de seus

passistas, Paulo Portela. Embora o visual seja igualmente adequado à diversos tipos boêmios do Rio de Janeiro da década de 1940.

A voz que deu vida ao papagaio animado, curiosamente, não pertencia a um carioca. Ele foi dublado na animação por um paulista de Jundiaí, José do Patrocínio Oliveira.¹⁰

Ele era músico e, por influência de Carmen Miranda, foi selecionado para dublar o papagaio. Segundo o amigo José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, ex-diretor da Rede Globo, Zezinho não interpretava um personagem... “Era a voz dele mesmo!” Disney dizia que ele tinha até “nariz de papagaio” (PEGORARO, 2012, p. 8)

Uma das cenas que são consideradas um exemplo do contraste da brasilidade com o modo americano no trato pessoal, quando Donald estende a mão para cumprimentar Zé Carioca, e recebe um abraço, “um quebra-costelas, um bem carioca, bem amigo!”, foi inspirado quando um dos animadores viu de sua janela dois homens se cumprimentarem.

O trecho da animação que se refere ao Brasil foi nomeado “*Watercolors of Brazil*” (“Aquarela do Brasil”), dura pouco mais de 8 minutos, e mostra o personagem Pato Donald sendo apresentado ao Rio de Janeiro pelo nativo Zé Carioca. O desenho tem abertura com o samba “Aquarela do Brasil”. A tentativa era retratar a atmosfera festiva e musical.

“‘Alô, Amigos’, exaltava precisamente um país de coqueiros e mães-pretas, ‘o país do samba e do pandeiro’” (FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 21). Durante a passagem de Donald ele tem a oportunidade de conhecer cenários do Rio de Janeiro e experimentar a cachaça brasileira. Acompanhado de uma trilha sonora com o famoso chorinho Tico-Tico no Fubá³⁴.

Além do filme “*Saludos Amigos!*”, o personagem foi protagonista com Donald (e com um novo personagem, que participou dos outros filmes também: o pássaro Aracuã) de mais duas produções: “*The Three Caballeros*” e “*Blame It on the Samba*” (“A culpa é do Samba” – 1948) um curta-metragem inserido no longa “*Melody Time*” (“Tempo de Melodia”).

¹⁰ José do Patrocínio Oliveira (1904–1987), conhecido como Zezinho, foi um músico de dublador brasileiro, dublou o personagem Zé Carioca nas animações “*Saludos Amigos*” e “*The Three Caballeros*”. ³⁴ Composto por Zequinha de Abreu em 1917.

Zé Carioca também faz aparições no programa de televisão dos Estados Unidos “*Disneyland*”, nos seriados “*Mickey Mouse Works*” e “*Disney's House of Mouse*” e uma breve aparição no filme “*Who Framed Roger Rabbit*” (“Uma Cilada para Roger Rabbit” – 1988).

Mas, além do cinema e da televisão, o personagem tem uma grande trajetória nas tiras de jornais e revistas de histórias em quadrinhos. Segundo Alencar (2012), Zé Carioca fez sua primeira aparição nos Estados Unidos em 11 de outubro de 1942, nas tiras de jornal. A história intitulada “como almoçar de graça” tinha argumentos de de Hubie Karp, desenhos de Bob Grant e Paul Murry. “As tiras chegaram ao Brasil em 1945 por meio do Globo Juvenil” afirma Alencar (2012, p. 10). Em julho de 1950, no nº 1 da revista do Pato Donald que é lançada pela recém criada Editora Abril, Zé Carioca faz aparição na capa ao lado do de Donald. Em 1961, Zé Carioca ganha uma edição própria.

No início de sua publicação, não existia conteúdo suficiente para a produção das histórias de Zé Carioca, e a Abril passou a adaptar o personagem no lugar de enredos já existentes que apresentavam outras figuras da Disney, como Mickey ou Donald. Nessa época ele interagiu com cenários diferentes da proposta colocada para o personagem e contracenava com outros personagens Disney como Pateta, Mickey e Donald. Os sobrinhos de Zé Carioca, Zico e Zeca, foram criados para substituir os sobrinhos de Donald (Huginho, Zezinho e Luizinho). Só em 1972 a Abril conseguiu estruturar um estúdio que mantivesse uma produção constante do personagem, e enredos sempre originais.

Vale destacar alguns elementos sobre os personagens das histórias em quadrinhos: a personagem papagaio Rosinha, rica namorada de Zé; um malandro menos “bem sucedido”, amigo de Zé Carioca, o urubu Nestor; Rocha Vaz, o milionário pai de Rosinha, que condena a relação da filha com o “malandro”; os sobrinhos Zica e Zeca; e o rival Zé Galo. Além disso, o cenário que muitas vezes foi alterado pelas adaptações com os enredos americanos, alternava o Rio com Patópolis¹¹. Mas, por fim, foi criada a Vila Xurupita, bairro fictício, instalado no Morro do Papagaio, onde mora Zé Carioca.

¹¹ Cidade fictícia criada pelos estúdios Disney para comportar alguns de seus personagens, como Donald e Tio Patinhas entre os mais famosos. Na versão brasileira ela se confunde com “Ratópolis”, outra cidade fictícia onde vivem Mickey e Pateta.

As aventuras contam com um time de futebol: “Vila Xurupita Futebol Clube”; e uma escola de Samba: “Unidos da Vila Xurupita”.

Esses elementos do personagem de cinema, que depois se transpôs a outras mídias, compuseram as referências da cultura de massa nos Estados Unidos e no Brasil da figura do brasileiro. Zé Carioca se tornou um símbolo da brasilidade; e essas menções ao estilo brasileiro contidas nele, parece estar de pleno acordo com senso comum, com os estudiosos do período e com os interesses políticos, de formação de uma identidade nacional, daquela época. Zé Carioca é um resumo do brasileiro naquele momento. Conforme afirmou a pesquisadora Lilia Schwarcz, Zé Carioca era “[...] uma espécie de síntese local, ou ao menos uma boa imagem a ser exportada (1995, p. 3).

Segundo Simone de Sá (*apud* FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 22) “esses produtos artísticos nunca eram questionados internamente; ao contrário, eles passaram a ser conhecidos como ‘expressões autênticas’ da ‘alma brasileira’”. Assim, é possível visualizar essa relação das representações da identidade por meio do cinema reproduzindo para o mundo e para o Brasil essa “alma”. Além disso, essa imagem do brasileiro Zé Carioca, além de exportada, tinha o interesse de ser internalizada.

A equipe que participou da produção fez uma longa viagem por toda a América Latina, ficando no Brasil em duas cidades, Belém e Rio de Janeiro. Na capital carioca os desenhistas, roteiristas, produtores e músicos permaneceram por mais de três semanas. Segundo Rosa, “a equipe de Disney fez, antes da viagem, uma ampla pesquisa sobre aspectos culturais dos países a serem visitados, de modo a tentar esboçar ideias para o filme” (2010, p. 4).

A identidade, que é estabelecida por meio de momentos históricos, lutas, interesses e relações, é construída e apresentada utilizando-se desta mediação. Assim, o cinema pode ser entendido como difusor deste conteúdo apresentado, onde caminham as informações que construíram essa visão. É importante ressaltar que o cinema é fonte de prazer e significados para grande parte da população.

Segundo Graemer Turner (1997), o cinema se apresenta como representação do real e se apropria de diversos elementos que dizem respeito à cultura daquele local, proporcionando a disseminação de ideologias próprias daquele ambiente. Neste sentido, o consumo de filmes proporciona ao indivíduo um conhecimento de novos rituais e hábitos contribuindo para a hibridação cultural, fator comum na contemporaneidade. Na perspectiva de Turner, “o cinema é revelado não tanto quanto uma disciplina separada,

mas como um conjunto de práticas sociais distintas, um conjunto de linguagens e uma indústria” (1997, p. 49)

Na visão de Gonçalves (2011) os filmes americanos da década de 1930, por exemplo, carregavam uma ampla bagagem de mensagens sobre o modo de vida americano. Nos enquadramentos, comportamentos dos personagens, falas e cenários, nos itens técnicos e de drama, as peças cinematográficas continham mensagens que se reproduziram por meio do cinema.

Em sua análise sobre o filme e o personagem Zé Carioca, Lilia Schwarcz argumenta que “[...] é esse o período da criação do famoso Zé Carioca, que representava de forma mimética a simpática malandragem carioca, na recusa ao trabalho regular e na prática de expedientes temporários que garantiam uma boa sobrevivência” (SCHWARCZ, 1995).

Essa caracterização do brasileiro é carregada também pelas mensagens difundidas pelo cinema, cristalizando-se nos sentidos do senso comum. A identidade nacional, esse jeito, essa brasilidade se reproduzem, ganha força e segue em frente por meio deste produto midiático. Essa cara do Brasil ganha força através do filme, e por ele se legitima na cultura. Turner reforça essa ideia, afirmando que “o cinema desempenha uma função cultural, por meio de suas narrativas, que vai além do prazer da história” (1997, p. 69)

O cinema não é o retrato da realidade, ele participa na construção da realidade, discute e dramatiza o mundo, a partir de uma perspectiva para um público que o consome, mediado por suas crenças, ideologias, interesses. Nesse ponto de vista, há sempre um ressignificar, do conteúdo assimilado.

Considerações finais

A animação da Disney se insere em um momento de expansionismo americano e da presença dos Estados Unidos na América Latina, tentando criar laços de proximidade com os países vizinhos ao sul. A propagação do *american way of life*, as preocupações com a expansão nazi-facista, a política de boa vizinhança e os interesses comerciais de magnatas americanos, como Nelson Rockefeller¹², descreviam os interesses na realização

¹² Nelson Aldrich Rockefeller (1908 - 1979) foi o Vice-Presidente dos Estados Unidos, e governador de Nova Iorque, empresário milionário e filantropo.

do filme. Vale lembrar que na criação do Escritório de Coordenação de Assuntos Interamericanos (em 1940), a agência era considerada um “front de guerra”, que atuava nas relações culturais, comunicacionais e comerciais.

O Birô Interamericano “elegeu o cinema como um dos meios mais eficazes para promover uma aproximação favorável aos interesses estadunidense na América Latina” (GARCIA, 2004, p. 14). A relação das instituições americanas com o cinema é até hoje relevante, porém, naquele instante esse relacionamento montava as bases ideológicas da indústria cinematográfica (não diferente de outras indústrias) e de seus produtos.

O filme, em seu tempo, ajudou a construir representação cinematográfica do Brasil. É possível perceber como Zé Carioca serve de recurso para a criação desse brasileiro imaginado na cultura de massa, e repetido no senso comum ao pensarmos o Brasil.

Apesar do tempo e das novas produções que apresentam cenários e personagens brasileiros, o filme ajuda a construir essa representação latente do país, por meio de um personagem, produto do cinema, que identifica rapidamente o Brasil. E não só o personagem, mas também os cenários, as cores, as sensações musicais – por meio das trilhas sonoras –, os rituais, e até elementos intangíveis, como a alegria. Essa discussão remete ao pensamento de Eric Hobsbawm, sobre a utilização de elementos antigos na elaboração de tradições inventadas para fins bastante originais: “Sempre se pode encontrar, no passado de qualquer sociedade, um amplo repertório destes elementos; e sempre há uma linguagem elaborada, composta de práticas e comunicações simbólicas” (1984, p. 14).

Assim, esse trabalho apresenta os elementos da criação do personagem Zé Carioca, representante da Disney da cultura e identidade brasileira, dentro de seu contexto sócio-político. A indústria dos meios de comunicação de massa se apresenta como uma construtora de realidades, se apropriando de elementos, recursos e disponibilizando produtos culturais, que hibridizam o conhecimento já estabelecido, criando novas culturas. A história da criação do personagem demonstra esse processo, já que os elementos de sua criação estão ligados aos interesses políticos e econômicos, frutos daquele período histórico, mas também dos recursos culturais disponibilizados pela cultura brasileira, usada como base para a produções do personagem.

Estudar o cinema, tendo como viés os personagens brasileiros desenvolvidos das produções de Hollywood, é um dos itens fundamentais para entender a fabricação, os reforços e rupturas da chamada identidade brasileira, já que é também por meio do cinema que essa identidade se cria e recria. Hollywood, assim, exerceu papel fundamental na veiculação de informações sobre o Brasil e caracterização e identificação da cultura, dos cenários, dos tipos, dos gostos, dos afetos e dos personagens do país. É por meio dos meios de comunicação de massa, que as identidades culturais foram difundidas na modernidade, como antes também foram pela literatura, construindo por meio de representações da realidade e realimentando o mundo real.

Referências

ALENCAR, Marcelo. As tiras de Jornal. (in) **Zé Carioca: 70 anos**. Vol. 1. São Paulo: Abril, 2012.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. **O Rio de Janeiro que Hollywood inventou**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

GARCIA, T. C. **O “it verde e amarelo” de Carmen Miranda (1930 – 1946)**. São Paulo: Annablume; Fafesp, 2004.

GOMERY, Douglas. **Disney’s business history: a reinterpretation**. (in) Eric Smoodin. **Disney Discourse: Producing The Magic Kingdom**. New York: Routledge, 1994.

GONÇALVES, Maurício R. **Cinema e identidade nacional no Brasil 1898 – 1969**. São Paulo: LCTE Editora, 2011.

HOBBSAWM, Eric (Org). **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro Ed. Paz e Terra, 1997.

PEGORARO, Cebil Vagner. **A Criação do Zé Carioca**. (in) **Zé Carioca: 70 anos**. Vol. 1. São Paulo: Abril, 2012.

ROCHA, Anderson Alves. Cinema e a criação da identidade nacional na América Latina. **Comunicologia**. Brasília, v. 10, n. 1, jan/jul, 2017.

ROSA, Marli. Pato Donald no Batuque nos “Bons Amigos”: **Manifestações Culturais na Política na “Boa Vizinhança”**. 9º Encontro Internacional ANPHLAC, 2010. Disponível em: http://anphlac.org/upload/anais/encontro9/marli_rosa.pdf

SCHWARCZ, Lilia K. M. Complexo de Zé Carioca: notas sobre uma identidade mestiça e malandra. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, 1995. Disponível em: http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_29/rbcs29_03

TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus, 1997.

Referência audiovisual

Saludos Amigos. Walt Disney. Norman Ferguson. Estados Unidos: Walt Disney Productions, RKO Radio Pictures, 1942. 42 minutos. DVD, som, color, dublado.