

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO
ESCOLA DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA**

PAULA DE CASTRO BRODA

“This is our fight!”: as animações de Hollywood utilizadas como
propaganda política durante a II Guerra Mundial

GUARULHOS

2017

PAULA DE CASTRO BRODA

“This is our fight!”: as animações de Hollywood utilizadas como
propaganda política durante a II Guerra Mundial

Dissertação de mestrado apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-graduação em História da Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade Federal de São Paulo como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em História

Linha de Pesquisa: Poder, Cultura e Saberes

Orientação: Profa. Dra. Mariana Martins Villaça

GUARULHOS

2017

BRODA, Paula de Castro.

"This is our fight!": as animações de Hollywood utilizadas como propaganda política durante a II Guerra Mundial

Dissertação de Mestrado em História – Universidade Federal de São Paulo, Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Guarulhos, 2017.

Orientação: Profa. Dra. Mariana Martins Villaça.

This is our fight!: Hollywood animations used as propaganda during the World War II

1. Estados Unidos 2.II Guerra Mundial. 3. Cinema e História. 4. Cinema de Animação.

PAULA DE CASTRO BRODA
***“THIS IS OUR FIGHT!”: AS ANIMAÇÕES DE HOLLYWOOD UTILIZADAS COMO
PROPAGANDA POLÍTICA DURANTE A II GUERRA MUNDIAL***

Dissertação de mestrado apresentada Pa
Banca Examinadora do Programa de Pós-
graduação em História da Escola de Filosofia,
Letras e Ciências Humanas da Universidade
Federal de São Paulo como exigência parcial para
obtenção do título de Mestre em História

Linha de Pesquisa: Poder, Cultura e
Saberes

Aprovação: ____/____/_____

Prof. Dra. Mariana Martins Villaça
Universidade Federal de São Paulo

Prof. Dra. Mary Anne Junqueira
Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Luis Coelho Ferla
Universidade Federal de São Paulo

Prof. Dr. Fernando Atique (Suplente interno)
Universidade Federal de São Paulo

Prof. Dr. Eduardo Victorio Morettin (Suplente Externo)
Universidade de São Paulo

Aos meus pais, Regiane e Alberto, pelo
começo, meio e fim. À Dalva (*in memoriam*)
pelo infinito (e além)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente...

Chegar ao final de um trabalho que envolve tanto esforço significa, também, agradecer a todas e todos aqueles que foram fundamentais nessa caminhada. Assim, começo pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) por ter financiado esta pesquisa com a bolsa nacional e a Bolsa Estágio de Pesquisa no Exterior (BEPE), sem as quais os resultados aqui apresentados não seriam possíveis.

Agradeço à minha orientadora, professora Mariana Villaça, pela confiança e orientação desde a graduação, e por mais uma vez ter me ajudado no desafio de entender a História por meio das Animações. Ao meu supervisor nos Estados Unidos, professor Jonathan Risner, pela atenção dada durante minha estada na Universidade de Indiana, por cada discussão e o carinho, especialmente pelo seu esforço de falar em português comigo para ter certeza de que eu entendia perfeitamente suas ideias. Foi uma honra ter sido sua primeira orientanda de intercâmbio e na IU.

Aos professores Mary Junqueira e Luis Ferla, não apenas pela participação nas bancas de qualificação e defesa, mas pelos preciosíssimos apontamentos dados, em especial as dicas de “sobrevivência” sobre como fazer uma pesquisa em outro país. Ao professor Eduardo Morettin, por ter sido um dos primeiros para quem apresentei o projeto de mestrado e, por isso, tê-lo enriquecido muito com seus comentários, além de ter dado valioso auxílio para que fosse possível fazer o intercâmbio na Universidade de Indiana. À professora Darlene Sadler, que me introduziu ao Departamento de Português e Espanhol da Universidade de Indiana e me ajudou tanto com os contatos e documentação necessária para poder ser uma *hoosier* por seis meses. Ao professor Luís Filipe Silvério Lima pelas discussões proporcionadas durante as aulas. Ao professor Clifford Welch, por cada dúvida sobre o cotidiano dos Estados Unidos e o acesso aos arquivos em Washington, assim como a professora Stella Maris Scatena Vilaradaga, sem a qual eu provavelmente ainda estaria perdida na Biblioteca do Congresso. Finalmente, agradeço ao professor e querido amigo Fernando Atique pelos dias de estadia, pelos cafés, pelo ombro e por partilhar de todos os meus desabafos.

À professora Luciana Namorato, chefe do departamento, pelo amparo principalmente nos meus primeiros dias em Bloomington. A todos os colegas e professores do Departamento de Português e Espanhol, aos funcionários da Biblioteca do Congresso e do *National Archives II*, em Washington, D. C., da Biblioteca Herman B. Wells, *Lilly library* e *Indiana University Libraries Moving Image Archive*, todos da Universidade de Indiana, em Bloomington, por sua

gentiliza e paciência com minhas incontáveis dúvidas e auxílio com os equipamentos. À Vanesa Sonia Calpachay, amiga argentina, pela companhia, pelos passeios e, acima de tudo, por me apresentar a gastronomia turca. Agradeço Jorge Mário Sánchez, amigo colombiano, pela filosofia regada à cerveja e por dizer comigo “futebol” e gritar “gol” na terra do *soccer*. Obrigada, queridos amigos, por me ajudarem a me ver e descobrir como latino-americana.

À UNIFESP, por todos esses anos, por todas as experiências, todas as vivências. Por me ensinar novos conceitos e me fazer reafirmar alguns velhos valores pessoais, talvez até meio fora de moda e sentimentais, mas dos quais não abro mão. Aos meus queridos amigos *hydrantes*, não consigo pensar em palavras que expressem minha gratidão por ter encontrado vocês nesse caminho. Que sorte a minha poder contar com pessoas tão maravilhosas e empenhadas, não apenas em transformar o projeto da Revista Hydra em realidade, mas pela irmandade que formamos, a cumplicidade criada, as inúmeras discussões enriquecedoras, o apoio incondicional e as muitas cervejas tomadas. Maria Clara Castro, Gabriela Nery, Arthur Santos, Victor Figols, Carlos Malaguti, Caio Gerbelli, André Rocha, Lucas Alvarenga, Anita Lazarim, Rafael Domingos e demais membros do Conselho Editorial, eternamente, muito obrigada.

À Larissa Costa, por estarmos juntas em mais essa etapa. À Alessandra Santana pelo sorriso lindo. À Lígia Yamaguti pelos momentos e risos partilhados. À Patrícia Zarpelon por sempre brilhar e me dar o abraço que tanto preciso.

À Michele Dias, por tanto na vida que eu não sei nem mais explicar: escutar-me quando eu precisei e rir da minha cara quando o drama era demais, assim como me deixar (ou não) rir da *sua* cara sempre que *eu* achei necessário. Agradeço a você por: sofrer comigo por filmes e séries, sofrer comigo pela Unifesp, sofrer comigo no processo de escrita, sofrer com o meu sofrimento, enfim, por me acompanhar nessa “sofrência” toda. Por contar as horas para que eu voltasse dos “istéitis”, me manter respirando quando eu achei que não ia conseguir e ameaçar pegar o avião só para me chutar quando foi necessário. Enfim, por não soltar minha mão.

Meu muito obrigada também para Vanessa Neri, por me deixar acompanhar tão de perto a transformação de uma menina tímida que se descobre uma mulher linda e forte. Por me ensinar todo dia com seu empoderamento e a sua luta. Por me possibilitar a sorte de ter você ao meu lado nesses 20 anos de história.

Essa dissertação com certeza seria muito diferente, não fosse o companheirismo de Jesse Vieira, a quem agradeço pela paciência, pela companhia e pela diferença que me faz todo dia, mesmo que seja para estragar meu prazer em curtir um dia frio. Falando em dias

frios (ou quando acham que está frio...), agradeço enormemente à Priscila Brito, meu alvo favorito de *bullying* no mundo, mas o ombro (e a orelha) com quem sempre posso contar para chorar ou rir, e recorrer no momento de desespero para fazer a correção do texto. O mesmo também vale para Jouviã Magno, a quem agradeço pela leitura do texto, os comentários e a partilha dos sentimentos cada vez que eu precisava choramingar sobre algo. Por fim, à Lígia Biz, Valesca Brites, Henrique Ribas e Patrícia Newlands por todo apoio e torcida sempre, não apenas nessa etapa, mas para a vida.

Como não poderia deixar de ser, agradeço ao meu companheiro de luta e jornada, Vinicius, por mais esses passos dados comigo e aguentar firme a distância durante o intercâmbio. Pela enorme paciência comigo e meu mau humor gigantesco, por cada “sim” e “não”, por partilhar discussões intermináveis sobre desenhos e quadrinhos, pelas alegrias e tristezas, bons e maus momentos. Enfim: por mais que tudo.

Ao meu avô Francisco, agradeço por todas as histórias contadas. À minha avó Dalva, continuar me guiando e iluminando. Por ser, principalmente, aquela a quem eu sempre vou pensar e buscar quando preciso ter forças para seguir em frente.

Finalmente, aos principais responsáveis por tudo: minha mãe Regiane e meu pai Alberto. Agradeço não apenas pela disposição por me acompanhar e apoiar ao longo dessa dissertação, mas também por, literalmente, atravessar um continente para estar comigo quando eu precisei. Obrigada por me manterem forte, mesmo quando eu queria ser fraca. Por não me deixarem desistir, mesmo quando eu quase implorei por isso. Por serem os maiores exemplos de responsabilidade, humanidade e, acima de tudo, amor que eu poderia ter na vida. Obrigada por serem meus pais.

Quando decidi, ainda durante a adolescência, cursar História, tinha a expectativa de viver trancada dentro de uma biblioteca, com a cara nos livros, sem qualquer contato humano. Ainda bem que como toda boa adolescente, eu estava completamente errada: esse estudo não teria sido possível sem a ajuda, amparo, paciência e carinho de tantas pessoas. Peço desculpas àqueles cujos nomes não estão aqui por traição da memória. Do fundo do coração: obrigada pela companhia nessa caminhada.

"Ao meu ver, criar animações significa criar um mundo ficcional. Esse mundo acalma o espírito dos que estão desanimados e exaustos de lidar com os limites extremos da realidade, ou aqueles que estão sofrendo de uma distorção míope das suas emoções. Quando o público está assistindo a uma animação, ele está apto a se sentir leve e alegre ou purificado e renovado."

Hayao Miyazaki

RESUMO

A II Guerra Mundial marcou um período de grande importância para a história do cinema dos Estados Unidos. Com a entrada do país no conflito, o governo liderado pelo presidente Franklin Delano Roosevelt – para quem os filmes tinham uma tripla função (informar, convencer e entreter) – começou a atuar com os estúdios de Hollywood para que as produções cinematográficas colaborassem nos esforços de guerra e motivassem a população a fazer sua parte naquela que seria uma *luta de todos*. Assim, essa pesquisa pretende compreender qual foi o lugar dos Estados Unidos na II Guerra Mundial construído pelos desenhos animados produzidos entre 1939 e 1945. Nesses anos, as animações realizadas pelos estúdios hollywoodianos para circular na sociedade estadunidense procuravam vilanizar os inimigos, valorizar o patriotismo e convencer o público sobre a importância da aquisição dos bônus de guerra. Ao mesmo tempo, propagavam a ideia de que todo cidadão, ainda que não estivesse nos *fronts* de batalha, tinha um papel decisivo no conflito.

Por meio da análise fílmica e historiográfica, a dissertação analisa a propaganda política consolidada nas animações, as tensões e contradições presentes nessas fontes, que procuravam opor o soldado/cidadão estadunidense ao inimigo (em especial, o alemão e o japonês). Ao mesmo tempo, a narrativa dos desenhos forçava uma aproximação de aliados latino-americanos, russos e chineses, apagando conflitos e reescrevendo as relações dos Estados Unidos com esses países. Além disso, é possível notar disputas sociais internas com a presença de mulheres e negros nesses curtas-metragens, os quais eram chamados para suprir a ausência dos trabalhadores convocados para guerra, mas que, ao final, permaneciam representados de maneira estereotipada, machista e racista.

Palavras-chave: Estados Unidos. II Guerra Mundial. Cinema e História. Cinema de Animação

ABSTRACT

The World War II marked a period of great importance for the history of American cinema. With the country's entry into the conflict, the government led by President Franklin Delano Roosevelt - to whom the films had a triple role (informing, persuading and entertaining) - began to work with Hollywood studios to create the war efforts and motivated the population to do their part in what would be a struggle for all. Thus, this research aims to understand the place of the United States in World War II built by the Hollywood wartime cartoons between 1939 and 1945. In those years, the animations produced by Hollywood studios circulate in American society sought to vilify the enemies, to valorize the patriotism and convince the public about the importance of acquiring war bonds. At the same time, they transmitted the idea that every citizen, even if he or she was not on the battle fronts, could take part in a decisive role in the conflict.

Through film and historiographical analysis, the thesis analyzes the political propaganda elaborated in the animations, the tensions and contradictions present in these sources, which opposed the US soldier / citizen to the enemy (especially the German and Japanese one). At the same time, the narrative of the cartoons forced an approximation of Latin American, Russian and Chinese allies, erasing conflicts and rewriting the relations of the United States with those countries. In addition, it is possible to observe internal social disputes with the presence of women and blacks in these short films, which were called to fill the absence of workers recruited, but remained, in the end, represented in a stereotyped, sexist and racist way.

Keywords: United States. World War II. Movies and History. Animation.

SUMÁRIO

Introdução	11
Capítulo I – Jogos e disputas de poder: Hollywood como estratégia de guerra	
1.1 – Hollywood e o Governo	25
1.2 – Propaganda nos filmes: entre a liberdade e o controle	28
1.3 – O governo em Hollywood: o <i>Office of War Information</i> e o <i>Bureau of Motion Pictures</i>	35
1.4 – O <i>Government Information Manual for the Motion Picture Industry</i>	39
1.5 – Os problemas de atuação do <i>Bureau of Motion Pictures</i>	49
Capítulo II – Humanos, patos, galinhas, coelhos e porcos nos fronts: a mobilização para a guerra pelas animações	
2.1 – Animações antes e durante a guerra: patos e galinhas se preparam para o combate	55
2.2 – Alemães e japoneses na tela: ditadores, dentuços, traiçoeiros e estúpidos	69
2.3 – Heróis, engraçados e jovens: os soldados no protagonismo das animações	101
2.4 – Antigos inimigos, novos amigos: a “reconstrução” dos Aliados.	120
Capítulo III – Mangas arregaçadas e penas para todo lado: a guerra no front interno	
3.1 – Quando a sociedade entra em guerra	133
3.2 – O <i>Home front</i> : espaço de vigilância e atenção redobradas	136
3.3 – Racionamento e produção: a guerra nos detalhes do cotidiano	144
3.4 – Crianças: mini soldados saem em defesa da nação	149
3.5 – <i>We can do it!</i> As mulheres dentro e fora das fábricas	154
3.6 – <i>Boogie woogie</i> na guerra: musicalidade, racismo e a participação negra	184
Considerações finais ou “quando a guerra acabar...”	199
Filmografia	207
Fontes escritas	213
Bibliografia	214

Introdução

Um preâmbulo necessário

Cara leitora, caro leitor, aqui vão, antes de iniciar a sua leitura, algumas palavras de alerta: se você, assim como eu, teve sua infância ou parte dela vivida durante a década de 1990, há uma possibilidade de o trabalho a seguir lhe causar alguns incômodos. Sei que essas palavras podem não fazer muito sentido para o leitor que não teve sua época de criança nesse período, mas aqueles que a tiveram sabem o que significava a programação matinal e diurna da televisão aberta brasileira: uma enorme quantidade de desenhos animados em diferentes canais, dos mais variados gostos e gêneros.

Afirmo que a leitura pode causar incômodo porque assim o foi para mim ao me deparar com estas fontes fílmicas – quando escolhi meu objeto de pesquisa e a década de 1940, imaginei que esta seria uma distância segura para que eu pudesse realizar a análise das animações do período. Qual não foi minha surpresa ao descobrir que, além de muitos dos desenhos levantados me serem totalmente familiares, muitos deles ainda circula(va)m pela programação infantil. Mesmo agora, apesar da restrição de programas, não era nenhum espanto as diversas vezes em que eu ligava a TV em alguma emissora fechada especializada em programação infantil e me deparava com Popeye, Pernalonga e Donald lutando contra alemães e japoneses, ou exaltando os soldados estadunidenses.

A estranha constatação de que até hoje a propaganda política estadunidense da II Guerra Mundial circula me levou a repensar nas estratégias utilizadas para essa pesquisa, uma vez que claramente eu seria forçada a lidar com uma memória afetiva de muitos desenhos e personagens que me são queridos até os dias de hoje, exatamente por entender que há a necessidade de criar uma distância entre fonte e historiador, para garantir uma análise crítica e rigorosa. Por isso, prezada leitora, prezado leitor, gostaria de deixar claro que esta pesquisa foi mais difícil de lidar do que eu imaginava, talvez até um pouco dolorosa para a criança que ainda existe em mim, mas ao mesmo tempo serviu para que eu repensasse minhas crenças e posicionamentos sobre o cinema de animação, entendendo-o não apenas como entretenimento, mas também como um instrumento político de seu tempo, que pode, enquanto força mobilizadora, assim como o Cinema (com letra maiúscula), nos indicar conflitos, visões de mundo, disputas e tensões das sociedades na História.

Acreditando que as animações são tanto documentos históricos valiosos quanto interessantes objetos de pesquisa para o historiador, essa pesquisa procura compreender qual foi o lugar dos Estados Unidos na II Guerra Mundial construído pelos desenhos animados do

período. Nesse sentido, pretende analisar a produção de animações estadunidenses voltadas para a propaganda de guerra entre 1939-1945, parte do período no qual Hollywood viveu sua “época de ouro”¹. Nesses anos, os desenhos produzidos pelos estúdios hollywoodianos (tais como Walt Disney, Warner Bros., MGM e Universal) para circular na sociedade estadunidense procuravam vilanizar os inimigos, valorizar o patriotismo e convencer o público sobre a importância da aquisição dos bônus de guerra. Ao mesmo tempo, propagavam a ideia de que todo cidadão, ainda que não estivesse nos *fronts* de batalha, tinha um papel decisivo no conflito. Por meio da análise fílmica e historiográfica, procurei analisar como essa propaganda política foi construída nas animações, valendo-se, entre outras estratégias, da construção do soldado/cidadão estadunidense em oposição ao dos inimigos (em especial, o alemão e o japonês), ao mesmo tempo em que forçava uma construção “americanizada” e democrática de aliados como os latino-americanos, os russos e os chineses, homogeneizando a cultura dessas populações, apagando conflitos e reescrevendo as relações dos Estados Unidos com esses países. Tal apagamento também se deu internamente, principalmente quando houve a necessidade de recrutamento de minorias como as mulheres e negros para o aumento da produção industrial bélica. Apesar disso, muitas animações continuavam insistindo em estereótipos racistas e machistas, apropriando-se da cultura urbana negra e transformando a mulher em prêmios para motivar os soldados no pós-guerra.

O período da II Guerra Mundial também foi importante por marcar um momento em que houve uma intervenção estatal direta na produção de Hollywood. O então presidente Franklin Delano Roosevelt considerava muito importante que os filmes hollywoodianos tivessem a função de informar, entreter e, sobretudo, convencer.² Por isso, após o ataque japonês à Pearl Harbor, ele nomeou o jornalista Lowell Mellett como coordenador dos filmes de propaganda e mediador das negociações entre Hollywood e o governo dos EUA. Mellett estipulou que os estúdios de Hollywood que estivessem colaborando com os esforços de guerra deveriam realizar produções que tratassem, basicamente, de seis assuntos específicos: as justificativas da guerra; os inimigos; os aliados; trabalho e produção interna; o *front* interno; as Forças Armadas dos EUA e Aliados. Em 1942, com a criação do *Office of War Information* (OWI), a relação entre Hollywood e o governo estadunidense assumiu dimensões

¹ A chamada “época de ouro” das animações hollywoodianas costuma ser considerada entre o final dos anos 1920 e o início da década de 1960. In DENIS, Sébastien. *O cinema de animação*. Lisboa: Texto & Grafia, 2010. p. 119.

² PEREIRA, Wagner P. *O poder das imagens: cinema e política nos governos de Adolf Hitler e de Franklin D. Roosevelt (1933-1945)*. São Paulo: Ed. Alameda, 2012. p. 231.

mais estritas, já que o órgão atuava diretamente no mercado interno e externo, difundindo informações sobre a guerra para as populações estadunidenses e aliadas não apenas por meio do cinema, como também da imprensa e do rádio. Dentre as produções do OWI estão as fontes desta pesquisa. Tais animações são importantes, pois revelam determinadas estratégias de propaganda, a preocupação com a amplitude do público (diferentemente do que se possa esperar, essas produções *não eram* voltadas apenas para o público infantil), questões políticas vigentes, representações e estereótipos sobre os próprios estadunidenses, seus aliados e seus inimigos, bem como algumas tensões entre os órgãos governamentais e os estúdios de cinema.

Assim, ao longo da pesquisa, foram realizados diversos levantamentos das animações produzidas entre 1939 e 1945. No início, por meio da Internet, foi possível localizar 94 curtas produzidos pelos estúdios Walt Disney, Warner Bros., Paramount, Metro-Goldwyn-Mayer e Universal/Walter Lantz Studios. Dos 94, oito curtas não foram encontrados na íntegra: apenas sinopses ou comentários com descrições. Com a possibilidade ofertada pela Bolsa Estágio de Pesquisa no Exterior (BEPE), consegui rastrear e ter acesso a outros desenhos que estão na Biblioteca do Congresso, em Washington D.C., no *National Archives II*, em Maryland e nos arquivos da Biblioteca Herman B. Wells, da Universidade de Indiana, fazendo o número inicial subir para 250 produções.

Vale lembrar, no entanto, que no levantamento foram considerados apenas curtas-metragens, excluindo os longas-metragens como *Alô, amigos* (Walt Disney, 1942) e *Você já foi à Bahia?* (Walt Disney, 1944), por considerarmos que há uma grande quantidade de trabalhos que analisam essas produções no contexto da Política de Boa Vizinhança.³ Também foram consideradas animações que exploravam temáticas gerais da guerra ou que foram exibidas nos cinemas para diferentes públicos, incluindo os que inicialmente eram planejados exclusivamente para as Forças Armadas, mas posteriormente foram para o circuito comercial. Essa regra de inclusão também serviu para as produções voltadas para os aliados, como foram os casos dos desenhos para a América Latina. Assim, desenhos técnicos, que explicavam o funcionamento de aviões, condições meteorológicas ou tanques, por exemplo, e tinham como público alvo o exército ou a marinha foram descartados. Outro ponto relevante é que as produções de *George Pal's "Puppetoon"* foram incluídas no levantamento por utilizarem a técnica de *stop motion*, ainda que trabalhando com marionetes e mesmo que tais curtas não

³ Como exemplo, podemos citar o trabalho de FREIRE-MEDEIROS, Bianca. *O Rio de Janeiro que Hollywood inventou*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

tenham sido analisados aqui. Portanto, é preciso ressaltar que o número de curtas-metragens utilizado nesta pesquisa não reflete a quantidade total das produções de Hollywood, entre curtas e longas, técnicos e comerciais do período.

Para realização da escrita da dissertação, a seleção de fontes começou com o critério do acesso e a qualidade da imagem e do som: aqueles que não possuíam uma boa qualidade foram cortados da lista final de animações utilizadas. A seguir, foram eliminados os curtas que foram encontrados editados e/ou censurados, dando-se prioridade para os que poderiam ser problematizados sem intervenções posteriores e que apresentassem as discussões da época. Apesar dos cortes, as referências e indicações de alguns curtas que não analisei foram mantidas para exemplificar determinadas questões trabalhadas na pesquisa.

Dessa forma, as características dessas animações que saltaram à primeira avaliação foram: abordagem frequente do inimigo a ser derrotado (geralmente o japonês ou o alemão); uma notável ausência do italiano enquanto potencial perigo; a propaganda anti-japonesa e seu aspecto racializado; uma clara diferenciação do povo alemão *versus* o nazista que se deixa convencer por um discurso de ódio; a descrição do papel do cidadão que não foi convocado; a missão do trabalhador, seja na fábrica ou na fazenda, como o grande responsável pela manutenção das Forças Armadas e o caminho para a vitória; a atuação e envolvimento das crianças no *home defense*, isto é, como elas poderiam ajudar na vigilância e busca por inimigos ou em grupos de ajuda em suas cidades; o exército (seja para provocar humor ou pelo incentivo ao alistamento e sua exaltação enquanto heróis nacionais); a caracterização das mulheres do Eixo e a idealização da mulher estadunidense; os aliados e seu exotismo; o cotidiano interno dos EUA durante a guerra e a “guerra” e a “paz” propriamente ditas, sejam de forma direta ou metaforicamente. Assim, para a escrita da dissertação, foram eleitos seis temas centrais que procuram apresentar o lugar dos Estados Unidos na guerra: a) os inimigos; b) os soldados; c) os Aliados; d) o *home front*; e) as mulheres; f) a população negra.

Para entender as animações neste trabalho, vale fazer uma ressalva a respeito do significado da animação e seus sinônimos aqui utilizados. Assim, concordo com o historiador francês de cinema Sébastien Denis, que entende a animação como um tipo de cinema, e não um gênero cinematográfico. Segundo Denis, o cinema de animação é

uma técnica (ou melhor, um conjunto de técnicas), e não um gênero. Essas diferenças técnicas permitem de facto realizar filmes que pertencem a todos os gêneros (...) inclusive nos modos de documentário e experimental, e

responder a tentativas artísticas e comerciais tão variadas como o cinema em filmagem real.⁴

Nesse sentido, ainda que o cinema comercial seja o que mais se utilize da animação (tanto para grandes produções, como para publicidade ou propaganda política), vale ressaltar o seu caráter experimental e multiforme, que procura reinventar maneiras para alcançar seu principal objetivo: o movimento. É o movimento o responsável por dar vida (e também morte) às personagens, ações e ideias em uma animação. Ao mesmo tempo, diferentemente de filmagens reais, cada imagem das animações é produzida individualmente, impedindo repetições e não deixando espaço para improvisos. Por isso, por mais que as técnicas modernas e a tecnologia hoje disponível facilitem o trabalho do animador, a realização de uma animação continua sendo um trabalho bastante minucioso e demorado.

Justamente por sua especificidade tão detalhada, é bastante impressionante que em um período de seis anos, os grandes estúdios de Hollywood tenham realizado, juntos, mais de 250 curtas animados para o circuito comercial, sem considerar os desenhos técnicos e os longas-metragens. Vale ressaltar, ainda, que na década de 1940, a técnica dominante costumava ser a pintura em acetato, na qual o desenhista trabalha cada imagem do frame em folha de celuloide (acetato ou papel vegetal transparente) sobre um fundo fixo (o cenário).

No caso das animações tradicionais, raramente busca-se a perfeição do movimento ou uma aproximação com a realidade (bastante diferente da proposta da técnica do 3D, uso da computação gráfica e texturas, que permitem criar uma ilusão no espectador, levando-nos a confundir muitas vezes realidade com animação).⁵ Tal distanciamento do real remete-se ao próprio caráter fantástico da animação, que dá vida e transforma em personagens críveis animais antropomorfizados e objetos inanimados. Esta era, aliás, uma das perguntas que motivaram a minha pesquisa no início: por que representar a sociedade estadunidense por meio de galinhas, patos, cães e ratos, para além dos humanos?

Novamente de acordo com Denis, a animação ainda guarda em si um pouco da filosofia animista, isto é, a ideia de que todos os seres (como animais, plantas e objetos) possuem alma e, portanto, tem a capacidade de falar e até pensar. Essa característica é bastante comum nas fábulas de Esopo e foi seguida por autores como Ovídio, La Fontaine, Perrault, Andersen e os irmãos Grimm. Com a tomada dessa filosofia para o mundo da fantasia e do irreal no

⁴ DENIS, Sébastien. *Op. cit.*, p. 7.

⁵ Idem.

Ocidente, a animação acabou sendo o mundo onde inversões de situações acontecem. Assim, tornam-se animadas coisas que “esperamos que não [sejam] (...) [assim], na época em que o animismo estava vivo como crença, a animação não seria provavelmente uma transgressão, mas um facto natural”.⁶ Nesse sentido, animais antropomorfizados trabalhando e comandando outros nos esforços de guerra ou nas frentes de batalha não seriam uma crítica ou um estereótipo, mas justamente o contrário: são os estereótipos que foram adicionados – e exagerados – em personagens que já existiam no universo de animação. Em outras palavras, quando os estúdios Warner Bros. escolheram um pato psicótico para representar Adolf Hitler, foram os trejeitos e modo de falar (caricaturizados) do ditador que acabaram compondo a personagem, não a escolha do animal em si.

O uso do exagero e da caricatura, também típicos das animações, pode ser atribuído aos primeiros animadores, como James Stuart Blackton, George Méliès, Émile Cohl, Paul Terry, entre outros, que trabalhavam na imprensa escrita como caricaturistas, o que também explica a precisão de traços nas primeiras produções animadas. Além das caricaturas e das tiras de jornal, o cinema de animação deve muito aos quadrinhos a valorização dos enredos para construção de histórias e na narrativa utilizada.⁷

Deste modo, é importante ressaltar que neste trabalho, para fins de leitura, os termos “animação” e “desenho animado” serão utilizados como sinônimos, já que são geralmente associados, mesmo que seus conceitos sejam diferentes. Vale lembrar que animação não significa sempre movimento de *desenhos*. A técnica *stop motion*, por exemplo, utiliza materiais (como argila, massa de modelar, madeira, etc.) para produzir objetos ou bonecos e fotografá-los quadro a quadro. Já o *desenho animado* é um gênero tipicamente estadunidense, tal como os filmes de faroeste, baseado em *gags*, piadas rápidas ou ações que buscam uma sequência de efeitos cômicos (como jargões, gestos e situações). O espírito do desenho animado está na caricatura (visto que é uma tradução quase literal), no absurdo (também chamado de *nonsense*), no delírio devastador, na quebra da norma e na repetição de piadas, pautado sempre pelo duplo sentido e/ou em mensagens sutis e subentendidas. Ainda que os diferentes conceitos de “animação” e “desenho animado” possam nos soar estranho, Henri Langlois, diretor da Cinemateca Francesa, ajuda a explicar a confusão e o sucesso do gênero:

A guerra de 1914 revelou o desenho americano, que iria dominar a arte cinematográfica durante 30 anos. Os seus realizadores foram tão grandes, e a

⁶ *Ibidem*, p. 16.

⁷ *Ibidem*, p. 49.

sua personalidade tão forte, que todas as tentativas de ressurreição do filme animado europeu eram esmagadas pela impossibilidade de se libertar dos parâmetros do gênero, impostos pelo cinema americano.⁸

Tais mensagens de duplo sentido e subentendidas presentes nas animações daquele período podem levar o leitor de *hoje* a entender os exageros e ridicularizações como uma crítica dura ao conflito e às instituições da época. Essas interpretações são verdadeiras se considerarmos a polissemia destas fontes históricas, já que as contradições e ironias presentes revelam, com maior ou menor intensidade, tensões sociais e políticas importantes daquele período na sociedade estadunidense. No entanto, é preciso ressaltar que os curtas-metragens tinham lugar garantido sempre nas sessões de cinema, as quais geralmente eram compostas de um cinejornal, a animação e o longa-metragem principal. Por isso, o humor dos curtas animados também se tornava responsável por promover o patriotismo, valorizar os ideais estadunidenses e, ao mesmo tempo, aliviar as tensões do momento, mesmo que provocando o riso de si mesmo. As situações vividas por personagens como o Pato Donald e Patolino no exército, por exemplo, podiam até beirar o ridículo, mas serviam para descontrair soldados e tentar dar uma visão mais positiva para as audiências que iam ao cinema durante a guerra.

Ainda com o uso dos exageros e absurdos, as animações construíram um universo que procurava apontar para a audiência (principalmente interna, ainda que alguns desenhos tenham sido exportados para países aliados) o lugar dos Estados Unidos naquela guerra. Desta maneira, ainda que seja clara a construção do inimigo – o “outro”, aquele que ameaçava a democracia planejando dominar o mundo – por meio da demonização, ridicularização e desumanização, como já dito, havia uma tentativa de aproximar os Aliados mediante simplificações e apagamento de diferenças. Mesmo assim, os Aliados podiam ser *parecidos* com os estadunidenses, mas nunca iguais de fato. O tom dos desenhos, em geral, acabava reforçando uma ideia de “*nós*” e “*eles*”, fossem estes inimigos ou Aliados.

Edward Said, ao falar da construção do Oriente pelo Ocidente e do que significava ser o “outro” para o europeu aponta que há um jogo de oposições entre o ocidental racional, virtuoso, lógico, “normal”, contra o oriental depravado, infantil, irracional, “diferente”. Tais contraposições geravam um conhecimento sobre o Oriente, o oriental e seu mundo.⁹ Segundo o autor, essa relação do Ocidente com o Oriente constituía, em última análise, “visão política da realidade, cuja estrutura promovia a diferença entre o familiar (a Europa, o Ocidental,

⁸ LANGLOIS *apud* DENIS, Sébastien. *Op. cit.*, p. 115.

⁹ SAID, Edward. *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 73-74.

“nós”) e o estranho (o Oriente, o Leste, “eles”).¹⁰ Tais oposições desiguais podem ser encontradas nas narrativas das animações, mesmo para tratar de outros setores da sociedade estadunidense: mulheres, negros, nativos e descendentes de outros povos nascidos no país.

Percebemos, assim, que há, nos desenhos, uma predominante valorização e identificação dos Estados Unidos com uma parcela muito específica: *homens*. Preferencialmente brancos e, porque não, soldados (os grandes heróis de Hollywood). Nesse sentido, podemos dizer que mesmo dentre “nós” há uma diferenciação e hierarquização da própria população estadunidense. Ainda que a guerra fosse de todos, eram os soldados – *brancos* – quem, para filmes e animações, verdadeiramente davam a vida pelo país e pela vitória da democracia. Isso colocava mulheres e negros como cidadãos de segunda classe que, embora importantes para a manutenção da produção bélica, têm sua atenção constantemente desviada para outros assuntos que não os esforços de guerra, como a beleza (no caso feminino) e a dança ou tudo o que for lascivo (no caso afro-americano).

Já o “outro” que vem *de fora* é construído de diversas formas. No caso japonês, os desenhos procuravam caracterizá-los de maneira racista, enquanto o soldado nazista era entendido como alguém de mente fraca, que se deixa convencer por um argumento que inferioriza os países democráticos. Os chineses, ainda que também tenham sido personagens racializados ao longo de décadas em Hollywood, são apontados como um povo infantil e inocente, que precisam de uma liderança (e proteção) para construir uma democracia. O mesmo vale para latino-americanos, os “vizinhos” sempre felizes e festivos. Já para os novos “amigos” soviéticos, o desafio foi transformar um velho inimigo em aliado.

No limite, as animações, filmes e manuais governamentais de produção cinematográfica para Hollywood¹¹ procuravam afinar o discurso para promover uma mobilização total da sociedade para os esforços de guerra. Nesse sentido, a guerra era de *todos*. Com o envolvimento de países dos cinco continentes e, internamente, de todos os setores, do campo à cidade, do pobre ao rico, aquela era uma guerra total. Segundo Eric Hobsbawm, ainda que a II Guerra Mundial seja uma consequência ou continuação da Primeira, ela se destaca por sua intransigência mútua entre os países beligerantes. Mais que uma guerra de ideologias, era uma

¹⁰ *Ibidem*, p. 78.

¹¹ É preciso ressaltar que o termo *Hollywood* é entendido no trabalho como o conjunto de estúdios, empresários, produtores e demais trabalhadores da produção de filmes e animação. Sobre o funcionamento de Hollywood desde o surgimento da indústria fílmica e suas transformações até a primeira década do século XXI, como o *star system* e o *studio system*, ver: MATTOS, Antônio C. de G. *Do Cinetoscópio ao cinema digital: breve história do cinema americano*. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2006.

guerra de vida ou morte para quase todas as partes envolvidas, que levou a extremos como o extermínio sistemático dos judeus (e de outras minorias) e duas bombas atômicas no Japão. Esta falta de limites, de um conflito levado até seu fim completo, sem qualquer possibilidade de acordo para os lados fez, de acordo com o historiador, a Segunda Guerra ampliar maciçamente a própria ideia de guerra, transformando-a em *total*.

Em outras palavras, uma guerra total envolve todos os cidadãos e os mobiliza (ou, pelo menos, a maioria) e: “é travada com armamentos que exigem um desvio de toda a economia para sua produção (...), produz indizível destruição e domina e transforma absolutamente a vida dos países envolvidos”.¹² Tal mobilização das massas só poderia ser mantida, ainda para o historiador, por economias industrializadas com alta produtividade. Por isso a necessidade de recrutar setores que não foram convocados para o combate direto e transformá-los em parte essencial daquela luta.

Não à toa Hollywood procurava manter em sua propaganda, nas animações ou nos filmes, uma mensagem positiva de mobilização constante, a fim de conscientizar os diversos setores da sociedade e convencê-los de que cada um tinha uma parte a ser feita na busca pela vitória com o mesmo empenho e dedicação quanto os soldados que estavam nos *fronts*. Entretanto, como bem apontado por Hobsbawm, para além das consequências trágicas “naturais” de uma guerra (destruição e morte), é característico das grandes guerras do século XX um aumento da brutalidade dos conflitos e a desumanização completa dos inimigos. Essa impessoalidade da guerra, na qual tirar a vida de outro ser humano ou incentivar o extermínio de um povo (seja da maneira realizada pela propaganda nazista contra os judeus, seja como apontado pelas animações estadunidenses contra japoneses) resume-se a um simples apertar de botões e gera consequências graves até hoje, implicando num aumento vertiginoso dos discursos de ódio, da falta de diálogo e dos massacres de minorias pelo mundo. De acordo com o historiador, “a tecnologia tornava as vítimas invisíveis, como não se podia fazer com pessoas evisceradas por baionetas ou vistas pelas miras de armas de fogo”¹³. Este foi um período de grande otimização das técnicas de animação que resultou na aceleração de sua produção. Por isso, é possível afirmar que os desenhos que contribuíram com a propaganda na época certamente ajudaram a disseminar tais sentimentos.

¹² HOBBSBAWM, Eric. *Era dos extremos: O breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013. p. 51.

¹³ *Ibidem*, p. 57.

Assim, tendo em vista a importância da propaganda nesse contexto, ressalto que nesta pesquisa trabalharemos com este conceito entendendo-o, conforme discutido por Maria Helena Capelato ao tratar da propaganda política durante o período varguista e peronista, como uma política de massas voltada para a mobilização social, que pretendia a construção de uma sociedade unida e harmônica, através da circulação de imagens e símbolos que tivessem como fim transmitir mensagens e conteúdo “carregados de carga emotiva, capazes de obter respostas no mesmo nível, ou seja, reações de consentimento e apoio ao poder”.¹⁴ Ainda que a ideia de propaganda tenha um senso pejorativo, comumente relacionada às estratégias manipuladoras das lutas ideológicas do século XX, o historiador Wagner Pereira ressalta que já é possível encontrar o termo na época moderna, referindo-se à difusão de ideias políticas e religiosas. Já a propaganda moderna surgiu com a percepção, durante a I Guerra Mundial, de que os métodos tradicionais de alistamento não eram mais eficazes, sendo necessário aproximar e conquistar o apoio da opinião pública. Assim, além da mobilização social já explicitada, compreendemos que a propaganda se valia dos meios de comunicação em massa para aumentar as possibilidades de persuasão e propagação e ideias no imaginário dos indivíduos, através da censura, manipulação de informações e guerra psicológica contra a moral do inimigo.¹⁵

Nesse sentido, o cinema, enquanto meio de comunicação de massas, é peça importante para difusão e consolidação de ideias e representações políticas no imaginário social, conforme apontado por Capelato. Partindo do conceito de representação apresentado pelo historiador Roger Chartier, que se define como o trabalho de produção de sentidos múltiplos para o real (sendo a realidade construída de maneira diversa, de acordo com os diferentes grupos sociais)¹⁶, mobilizarei nesta pesquisa as representações políticas para compreendermos de que maneira o poder político se apropria das animações para divulgar uma crença e a consolidação de um posicionamento perante o conflito, bem como verificar de que maneira os desenhos se apropriam do poder para ressignificar símbolos, imagens e mitos, tanto sobre os inimigos, quanto sobre a própria população estadunidense.

¹⁴ CAPELATO, Maria H. R. *Multidões em cena: Propaganda política no varguismo e no peronismo*. São Paulo: Editora Unesp, 2009. p. 35.

¹⁵ PEREIRA, Wagner P. *Op. cit.*, p. 16-17.

¹⁶ Sobre o conceito de representação, ver: CHARTIER, Roger. “O mundo como representação”. *Estudos Avançados* 11 (5), p. 172-191, 1991; _____. “História intelectual e história das mentalidades”. In: *A história cultural entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, 1990.

De acordo com Maria Helena Capelato e Eliane Dutra, *representação política e imaginário* são recursos dos historiadores políticos para darem conta da análise dos sistemas de representação e sua relação com a vida social, a natureza do poder e o exercício do poder político.¹⁷ Nesse sentido, trabalharemos com a definição do conceito de imaginário social proposto pelo historiador Bronislaw Baczko. Para este autor, imaginário social é “um aspecto da vida social, da actividade global dos agentes sociais, cujas particularidades se manifestam na diversidade dos seus produtos”. Assim, por meio dos imaginários sociais a coletividade consegue definir “sua identidade; elabora certa representação de si; estabelece a distribuição dos papéis e das posições sociais; exprime e impõe crenças comuns”.¹⁸ Para o historiador, o imaginário social é uma das forças reguladoras da vida, consolidando formas de pertencimento dos indivíduos a uma sociedade, mas que também as regula, sendo importante para o exercício da autoridade e do poder. É, portanto, um lugar e objeto de conflitos sociais. Deste modo, a construção de um imaginário social pelo discurso oficial, o cinema e o rádio (não somente dos Estados Unidos, mas dos países do Eixo também), por exemplo, permitem criar um espaço de disputa e enfiamento, nos quais as imagens e representações “respondem aos conflitos sociais e às relações antagônicas, elas têm um peso muito grande nas práticas políticas de arregimentação: mobilizam ressentimentos, frustrações, medos e esperanças com intuito persuasivo.”¹⁹

Para além dos autores e conceitos já citados, ressalto para esta pesquisa a importância de obras como *Tio Sam chega ao Brasil*, de Gerson Moura e *Para ler o Pato Donald*, de Ariel Dorfman e Armand Matterlart. Ainda que obras bastante discutidas e criticadas devido às suas visões anti-imperialistas, análises com as quais concordo por acreditar que a cultura não está separada da política, tais livros foram importantes para localizar o contexto e o debate posterior sobre a produção midiática dos Estados Unidos e sua força como meio de propagação da propaganda.

Sobre o envolvimento dos Estados Unidos na guerra, as disputas internas e sua penetração cultural nos países latino-americanos, foram imprescindíveis os trabalhos *Ao sul do Rio Grande* e *Estados Unidos: A Consolidação da Nação*, ambos de Mary Junqueira, *O*

¹⁷ Sobre *representação política*, ver: CAPELATO, Maria Helena; DUTRA, Eliane. Representação Política. O reconhecimento de um conceito na historiografia brasileira. In: CARDOSO, Ciro F.; MALERBA, Jurandir (org). *Representações. Contribuição a um debate transdisciplinar*. Campinas: Papirus, 2000.

¹⁸ BACZKO, Bronislaw. "Imaginação social". In: *Enciclopédia Einaudi*. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, Editora Portuguesa, 1985. p. 309-311.

¹⁹ CAPELATO, Maria Helena. *Op. cit.*, 2009. p. 33.

imperialismo Sedutor, de Antônio Pedro Tota e *Americans all*, de Darlene Sadlier. Também foi fundamental o livro de Gregory Black e Clayton Koppes, *Hollywood goes to war*, sobre as relações do governo estadunidense com Hollywood, assim como as pesquisas de Wagner Pereira em *O poder das imagens* e de Michael Shull e David Wilt, *Hollywood war films (1937-1945)*, a respeito do envolvimento de Hollywood na guerra e a disseminação de propaganda política em suas produções. Ainda da mesma dupla de autores, destaco *Doing their bit*, um mapeamento importantíssimo das animações comerciais voltadas para os esforços de guerra, produzidas entre 1939 e 1945 nos Estados Unidos. Finalmente, sobre o racismo e estereótipos de japoneses presentes nas produções hollywoodianas do período, *War without mercy*, de John Dower.²⁰

Em relação à história do cinema de animação, suas técnicas e atuação durante a guerra, aponto os livros *O Cinema de Animação*, de Sébatien Denis; *Understanding animation, Animation and America* e *The animated bestiary*, de Paul Wells; *Animating Culture*, de Eric Smoodin; *Of mice and magic* de Leonard Maltin; *Before Mickey* de Donald Crafton e *Enchanted drawings* de Charles Solomon.²¹

A dissertação será estruturada em três capítulos, de modo que se possa, gradativamente, explicitar as relações do governo estadunidense com Hollywood e as discussões em torno do uso da propaganda nos desenhos animados durante a guerra. No primeiro capítulo, “*Jogos e disputas de poder: Hollywood como estratégia de guerra*”, procurei apresentar o panorama

²⁰ MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1986; DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para ler o Pato Donald: comunicação de massa e colonialismo*. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002; JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao sul do Rio Grande: imaginando a América Latina em seleções Oeste, Wilderness e Fronteira (1942-1970)*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000; _____. *Estados Unidos: A Consolidação da Nação*. São Paulo: Contexto, 2001; TOTA, Antônio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: A americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000; SADLIER, Darlene J. *Americans all: good neighbor cultural diplomacy in World War II*. Austin: University of Texas Press, 2012; BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R. *Hollywood goes to war: How politics, Profits and Propaganda shaped World War II Movies*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1990; SHULL, Michael; WILT, David. *Hollywood war films, 1937-1945: an exhaustive filmography of American feature-length motion pictures relating to World War II*. Jefferson: McFarland & Co., 1996; _____. *Doing their bit: Wartime American animated short films (1939-1945)*. Jefferson, London: McFarland & Company, Inc. Publishers, 2004; DOWER, John. *War without mercy: Race & Power in the Pacific War*. New York: Pantheon Books, 1986.

²¹ DENIS, Sébastien. *O cinema de animação*. Lisboa: Texto & Grafia, 2010; WELLS, Paul. *Understanding Animation*. London; New York: Routledge, 1998; _____. *Animation and America*. New Brunswick: Rutgers University Press, 2002; _____. *The animated bestiary: animals, cartoons, and culture*. New Brunswick: Rutgers University Press, 2009; SMOODIN, Eric. *Animating Culture: Hollywood Cartoons from the Sound Era*. New Brunswick: Rutgers University Press, 1993; MALTIN, Leonard. *Of mice and magic: a history of American animated cartoons*. New York: McGraw-Hill, 1980; CRAFTON, Donald. *Before Mickey: the animated film, 1898-1928*. Cambridge: MIT Press, 1982; SOLOMON, Charles. *Enchanted drawings: the history of animation*. New York: Knopf, 1989.

do período, mostrando de que maneira as tensões presentes na Europa já se manifestavam politicamente em Hollywood, por meio de suas organizações de apoio ou isolacionistas, e nas telas, com filmes e animações que faziam referência direta ou indireta a situações e acontecimentos. Nesse sentido, os debates do governo contra ou a favor do uso dos filmes como instrumento de propaganda foram uma questão delicada e bastante truncada até o ataque à Pearl Harbor, quando os Estados Unidos entram definitivamente no conflito e Hollywood se torna um instrumento fundamental na divulgação da propaganda de guerra, para incentivar o patriotismo estadunidense e a atuação de cada um para a conquista da vitória. O capítulo trata, ainda, dos embates entre os estúdios e o governo, principalmente a respeito da censura, e das disputas internas entre as agências criadas para controlar a informação e direcionar a produção da indústria fílmica para os assuntos considerados principais pela administração Roosevelt.

O capítulo dois “*Humanos, patos, galinhas, coelhos e porcos nos fronts: a mobilização para a guerra pelas animações*” procura explicar como se dava a produção dos desenhos na época, apontando a atuação dos principais estúdios e como as temáticas como patriotismo, compra de bônus de guerra e alistamento (voluntário ou não) foram trabalhadas pelas animações durante a guerra. O capítulo apresenta, ainda, a análise dos dois primeiros grupos: sobre os inimigos, apresentamos um grupo com animações que propõem uma diferenciação entre os japoneses, apontados como pragas racializadas e traiçoeiras, e os alemães, separando a população alemã dos soldados nazistas, ou personificando o inimigo em Hitler. Trata, ainda, da questão das Forças Armadas, construindo uma caracterização do soldado estadunidense como bravo, viril e patriota, trabalhando o cotidiano árduo de treinamento com humor, verdadeiro modelo no qual todo cidadão deveria se orgulhar e inspirar. Por fim, analisa a construção dos aliados e suas representações, como a América Latina, e da maneira como as animações procuraram justificar alianças militares com a União Soviética e a China, apagando diferenças históricas e culturais, inventando nações democráticas e parecidas com os Estados Unidos em seus valores e ideais.

Finalmente, o último capítulo, *Mangas arregaçadas e penas para todo lado: a guerra no front interno*, discute, num primeiro momento, a atuação do cidadão no *home front*, isto é, a questão do trabalho, constante vigilância para com os “perigos” (ou seja, ideologias e pessoas) externos e o cuidado com os boatos e rumores para evitar que falsas informações não levem a população à descrença nas Forças Armadas e na vitória dos Estados Unidos. Fala ainda da participação infantil e suas representações – geralmente positivas – nos desenhos. Posteriormente, o texto procura apresentar as caracterizações das mulheres, sejam as inimigas

ou as aliadas do período, com um enfoque especial na mulher estadunidense, que divide sua função de mãe e trabalhadora que vai para as fábricas ajudar na produção, ao mesmo tempo em que é colocada como fútil e vaidosa ou uma espécie de premiação para os soldados que retornassem da guerra. Analiso, ainda, alguns curtas que abordavam a presença negra tanto no exército, quanto nas forças de produção industrial e agrícola e seus estereótipos racistas que provocaram debates e graves tensões raciais naquele momento.

As análises das animações selecionadas para a dissertação pautam-se, também, em fichas produzidas pelo *Bureau of Motion Picture* (BMP), um órgão governamental encarregado de intermediar as relações entre a administração Roosevelt e os estúdios, que encontram-se disponíveis para consulta na Biblioteca do Congresso, em Washington D.C.²² e em diversos memorandos, cartas e relatórios oficiais das divisões de cinema do *Office of War Information*, responsável pelo BMP, que estão no *National Archives II* em Maryland, também aberto para pesquisadores. Além disso, cabe alertar que a apreciação dos desenhos será abordada de forma mais detalhada apenas quando o enredo for relevante. Fiz, portanto, recortes e optei, em alguns casos, por destacar algumas situações ou personagens pontualmente de maneira a explicitar melhor o tema elencado e não alongar demais na escrita, dada a grande quantidade de material fílmico que obtive.

Ainda que os capítulos tenham sido divididos por tópicos, isso não quer dizer que os assuntos apareçam isolados nas animações. Ao contrário, é possível afirmar que toda a produção do período possui diversos temas transversais e que, de alguma maneira, os desenhos aqui selecionados são apenas exemplos de um universo maior de animações que tiveram uma atuação importantíssima e são uma fonte rica para a história dos Estados Unidos e da II Guerra Mundial.

²² É preciso ressaltar, no entanto, que nem todas as animações trabalhadas na pesquisa possuem uma ficha de análise produzida pelo BMP, seja porque os desenhos não chegaram a ser submetidos para uma verificação, ou pela possibilidade de perda do documento. Além disso, muitos dos pareceres não possuem quaisquer comentários sobre os curtas-metragens ou apresentam apenas uma sinopse.

Capítulo I - Jogos e disputas de poder: Hollywood como estratégia de guerra

1.1 – Hollywood e o Governo

Em 1939, Hollywood vivia sua “Era de Ouro”. Para aliviar a tensão do período que se seguiu a Depressão, dois terços da população (cerca de 80 milhões de estadunidenses) do período procuravam ir ao cinema semanalmente assistir uma combinação de um cinejornal, um curta-metragem (normalmente um desenho animado) e um longa-metragem, cuja temática variava entre romance, comédia, musical, fantasia, enfim, temas escapistas que procuravam dar fôlego para os espectadores e um momento longe dos problemas que assolavam os Estados Unidos no pós-1929. Por esse motivo, não é difícil notar a quantidade de filmes com tramas e soluções homogêneas, sempre com final feliz.

Entre 1910 e 1920, empresários e produtores organizaram e expandiram Hollywood. As chamadas *Big Eight companies*²³ estruturaram uma indústria fílmica verticalmente integrada, isto é, controlavam todo o processo de recrutamento de roteiristas, diretores e atores, a produção das películas e sua distribuição e exibição em cinemas que, invariavelmente, também pertenciam às grandes companhias ou a seus parceiros.²⁴

Los Angeles foi escolhida para sediar os estúdios por questões econômicas e geográficas: apresentava dias mais claros e com maior duração de luz do sol ao longo do ano, mesmo durante o inverno, diferentemente de Chicago ou Nova York. Também possui uma topografia variada, com colinas, terrenos planos, lagos, florestas e desertos próximos, eliminando a necessidade de realizar longas viagens para filmar em tais paisagens. Por fim, a região apresentava grandes terrenos baratos para compra, abundância de mão-de-obra para construção das instalações dos estúdios e facilidade de se encontrar atores de teatro experientes.²⁵

Para além desses motivos, Los Angeles corporizava romanticamente um elemento-chave para aquele povo: a fronteira²⁶. Tanto a oeste, quanto na divisa com o México, a

²³ O nome refere-se aos “cinco grandes” estúdios: Loew’s Inc. (do qual a Metro-Golden-Mayer fazia parte), Twentieth Century-Fox, Paramount, Warner Brothers e Radio-Keith-Orpheum (RKO) e os “três pequenos”: Universal, Columbia e United Artists.

²⁴ BLACK, Gregory D.; KOPPEL, Clayton R. *Hollywood goes to war: How politics, Profits and Propaganda shaped World War II Movies*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1990, p. 4.

²⁵ MATTOS, Antônio C. de G. *Do Cinetoscópio ao cinema digital: breve história do cinema americano*. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2006. p. 37.

²⁶ O mito da fronteira tem como marco histórico o ensaio escrito no século XIX: TURNER, Frederick Jackson. “O significado da fronteira na história americana”. In: KNAUSS, Paulo (Org). *Oeste Americano: quatro ensaios de história dos Estados Unidos da América de Frederick Jackson Turner*. Niterói: Ed. UFF, 2001, 23-54.

fronteira sempre representou no imaginário estadunidense um símbolo de liberdade, audácia e a possibilidade de criar um mundo (ainda que fantasioso) próprio e individual, longe das opressões da sociedade. Nesse sentido, nessa nova “terra prometida”, a juventude e o desejo de construir seu próprio destino eram louvados, apresentados como solução para curar as feridas da Depressão e, de alguma maneira, reconstruindo e reafirmando uma narrativa de nação escolhida e do homem que se reinventa e faz seu próprio caminho, o *self-made man*. Histórias de sucesso protagonizadas pela força da juventude eram projetadas na tela contando, na realidade, a trajetória dos próprios produtores e empresários de Hollywood para um público que queria – e precisava – acreditar em dias melhores.²⁷

Os filmes influenciavam o modo de viver das pessoas, que procuravam se inspirar nas personagens, adotando suas vestimentas, cortes de cabelo e até o modo de falar. Esses efeitos começaram a preocupar certos setores sociais, principalmente nas questões morais ou que envolvessem a formação das crianças. Durante a época de ouro de Hollywood, houve um profundo impacto do cinema na vida pessoal e política da sociedade estadunidense. Tal impacto surpreendeu a opinião pública e o governo.²⁸ Assim, em 1934, surgiu a censura mais importante imposta à indústria fílmica. Pressionados pela Depressão, os estúdios aumentaram a produção de filmes que trabalhavam com temas considerados tabus (nudez, drogas, quebra de regras, violência, etc.), o que forçou a criação da faixa de censura R e X. Essas temáticas alarmaram também alguns empresários de Los Angeles, em especial William Harrison Hays, que comandava o *Motion Picture Producers and Distributors of America*, mais conhecido como *Hays Office*. Para Hays, Hollywood deveria apenas produzir entretenimento *puro*, ou seja, o ideal era que as películas evitassem tocar em questões sociais e políticas. O que Hays e outros executivos temiam, principalmente, era uma possível interferência do governo federal na produção de filmes por meio da censura, o que poderia acarretar, no limite, a quebra de Hollywood.²⁹

Para evitar tal intervenção, os estúdios concordaram em aceitar um código de condutas elaborado por William Hays, que ficou conhecido como *Production Code Administration*

Diversos trabalhos analisam sua repercussão, tais como LOPES, Maria Aparecida de S. Lopes. “Frederick Jackson Turner e o lugar da fronteira na América”. In: GUTIÉRREZ, Horacio; NAXARA, Marcia R. C.; LOPES, Maria Aparecida de S. Lopes (Orgs.). *Fronteiras: paisagens, personagens, identidades*. Franca: UNESP; SP: Olho d’Água, 2003. pp. 13-33; JUNQUEIRA, Mary A. *Estados Unidos: a consolidação da Nação*. São Paulo: Editora Contexto, 2001.p. 57-63.

²⁷ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R *Op. cit.*, p. 5.

²⁸ VAUGHN, Stephen. “Morality and Entertainment: The Origins of the Motion Picture Production Code.” *The Journal of American History*, vol. 77, no. 1, 1990. p. 40-42.

²⁹ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R *Op. cit.*, p. 14.

(PCA). Sem o selo de aprovação do PCA, nenhum dos *Big Eight* poderia distribuir um filme.³⁰ Apesar dos protestos de alguns produtores, como os da Warner Bros., o *Production Code* foi uma forma de organizar a indústria de cinema, evitando conflitos morais com a sociedade civil e o governo. Segundo Clayton Koppes e Gregory Black,

O código, uma mistura de moralidade católica conservadora e propriedade burguesa, impôs uma forte restrição à ampla gama de temáticas dos filmes. Central para o código foi a insistência de que as irregularidades – uma necessidade dramática – fossem sempre punidas no final e que a simpatia da audiência nunca poderia recair no malfeitor. Exposição de pele foi drasticamente reduzida, bem como assuntos sexuais. Homens e mulheres não poderiam ser mostrados juntos na cama, ainda que casados. Aborto, homossexualidade e até mesmo controle de natalidade (...) não poderiam ser mencionados. Profanação foi proibida, bem como uma longa lista de gírias. A religião deveria ser sempre mostrada respeitosamente. O código ainda tinha um efeito político conservador (...): ele advertiu cineastas de defender as instituições políticas e judiciais estabelecidas. Crime ou corrupção foram mostrados como aberrações individuais, e não problemas sistêmicos.³¹

Apesar da proibição de assuntos que envolvessem política, a eclosão da guerra em 1939 foi uma verdadeira tentação para a indústria fílmica. Aquela seria uma difícil e complexa guerra, e tanto industriais, quanto políticos estadunidenses sabiam disso. Hollywood, então, acabou no centro da discussão entre isolacionistas e intervencionistas.³²

³⁰ VAUGHN, Stephen. *Op. cit.*, p. 56-57.

³¹ BLACK, Gregory D.; KOPPE, Clayton R *Op. cit.*, p. 15

³² Durante os últimos anos da década de 1930, um grande debate sobre uma possível participação dos Estados Unidos nas tensões europeias foi travado nas diversas instâncias do governo, mobilizando a opinião pública. De um lado, os intervencionistas, dentre os quais o Presidente Roosevelt, que acreditavam que o país deveria policiar o mundo, com a ajuda da Inglaterra e os demais aliados, para conter o avanço dos fascismos europeus (e o militarismo japonês). De outro, estavam os isolacionistas, quem não viam com bons olhos a entrada dos Estados Unidos no conflito, por diversas razões. Nesse grupo, os posicionamentos a respeito do isolacionismo eram diversos. Por exemplo, os isolacionistas totais desejavam que o país se limitasse às suas fronteiras e limitasse até mesmo o comércio com o exterior. Os isolacionistas internacionalistas defendiam que os Estados Unidos conseguiram se manter sozinhos economicamente, permitindo a redução do contato com países estrangeiros, exceto para o comércio. Por fim, os não-intervencionistas acreditavam que os EUA poderiam continuar negociando com outros países sem tomar lados na disputa. Defendendo a não intervenção estavam Henry Ford, Joseph P. Kennedy e Walt Disney.

1.2 – Propaganda nos filmes: entre a liberdade e o controle

Logo no primeiro ano do conflito, os estúdios produziram filmes que apontavam as tensões na Europa, ainda que de forma glamorosa e romaneando a vida militar.³³ Para setores isolacionistas, essas produções alimentavam um sentimento bélico da opinião pública para se tornar favorável à participação dos Estados Unidos no confronto. O *America First Committee*³⁴ lançou uma campanha pedindo a investigação, por parte do Congresso, dos filmes que estariam fazendo propaganda de guerra, representando os alemães como beligerantes. A disputa levou senadores isolacionistas a abrirem um processo investigativo em 1º de agosto de 1941. Houve troca de acusações: para esse setor do governo, Hollywood estaria empurrando a nação para dentro do conflito. Segundo o Senador republicano Geral P. Nye, a investigação era necessária para dar ao povo estadunidense a chance de defesa sobre o que ele considerava “a propaganda mais perversa que já foi lançada sobre um povo civilizado”³⁵. A proposta de investigação de Nye não pretendia criar mecanismos legais e/ou governamentais para a censura de filmes – ainda que, na época, os filmes não estivessem protegidos pela primeira emenda da Constituição, que versa sobre liberdade de expressão e de imprensa³⁶ – mas sim denunciar que os estúdios de Hollywood estavam usando do discurso

³³ Sobre tais produções, podemos citar como exemplo os filmes *Exiled from Shanghai*, *Last Train from Madrid* (ambos de 1937) e *Gateway* (1938), que usam a Guerra Civil Espanhola como motivo ou ponto de partida do enredo. Temos, ainda, *Beasts of Berlin* e *Confessions of a Nazi Spy*, produções de 1939, com discursos antinazistas, que criticavam a situação política da Alemanha no período. No mesmo ano, temos as animações *Naughty Neighbors* (Warner Bros.), *Peace on Earth* (MGM) e *Peaceful Neighbors* (Columbia) que transformaram a guerra em alegorias para promover um discurso pacifista.

³⁴ O *America First Committee* foi a principal organização contra a entrada dos Estados Unidos no conflito mundial, formada em 4 de setembro de 1940 e encerrada em 10 de dezembro de 1941. Entre seus membros e apoiadores, destacamos a participação de Herbert Hoover (presidente dos EUA entre 1929 e 1933), Gerald Ford (presidente dos EUA entre 1974 e 1977), Charles Lindbergh (aviador), E. E. Cummings (poeta), Lillian Gish (atriz que estrelou o filme de D. W. Griffith, *O Nascimento de uma Nação*, em 1915), entre outras personalidades do período. Além disso, a presença do senador democrata Burton K. Wheeler, do estado de Montana, o republicano Gerald P. Nye, da Dakota do Norte, e do líder do Partido Socialista Norman Thomas deixam claro a pluralidade de segmentos do grupo, ainda que o movimento apresentasse uma orientação Republicana- progressista, fazendo forte oposição a Roosevelt e os pró-intervencionistas. In: STARR, Kevin. *Embattled Dreams: California in War and Peace, 1940-50*. New York: Oxford University Press, 2002. p. 6-10.

³⁵ UNITED STATES. Congress. Senate. Committee on Interstate Commerce. *Propaganda in Motion Pictures: hearings before a Subcommittee of the Committee on Interstate Commerce, United States Senate, Seventy-Seventh Congress, first session, on S. Res. 152, a resolution authorizing an investigation of war propaganda disseminated by the motion-picture industry and of any monopoly in the production, distribution, or exhibition of motion pictures, Sept. 9 to 26, 1941*. Disponível em <<http://congressional.proquest.com/congcomp/getdoc?HEARING-ID=HRG-1941-ICS-0010>>, acessado em 10 de março de 2016. p. 6.

³⁶ “I Shall make it very clear in my statement my attitude upon anything resembling censorship. I hope it can be avoided (...) I would like to point out that no contention can validly be raised that any investigation of propaganda in the movies, amounts to censorship of freedom of speech or freedom of the press. The fact is, and the law is, that the movies are not part of the press of this country, and are not protected by the first amendment to our Constitution. (...) I am not asking for any governmental interference with the freedom of the movies. I

antisemita nazista para incitar ou desenvolver “ódios naturais”³⁷ que pudessem inflamar os Estados Unidos em prol da participação no conflito, apoiando “causas estrangeiras”³⁸.

Para a indústria, os congressistas estavam ferindo o direito constitucional de livre expressão. Segundo Wendell L. Wilkie, candidato do Partido Republicano que perdeu as eleições de 1940 para Roosevelt e foi o advogado contratado para representar as companhias, Hollywood seria um reflexo da própria construção plural dos Estados Unidos. Em sua fala, o defensor evoca a narrativa da consolidação da nação ao afirmar que a indústria de entretenimento era um lugar onde não haveria pré-requisitos étnicos, religiosos ou de origem para que o indivíduo fosse bem-sucedido, tal como “os princípios da vida Americana, como é conhecido por mais de 150 anos”.³⁹ Ainda segundo Wilkie, os filmes seriam um instrumento de entretenimento, educação e informação. Assim, a enorme contribuição dos Estúdios para o país e seus cidadãos se daria de forma coletiva e individual, visto que a indústria se permitia a liberdade de expressão.⁴⁰ Seria essa liberdade a garantia de que a imagem da Alemanha nazista apresentada nos filmes fosse baseada na realidade. O objetivo não era dizer a homens e mulheres estadunidenses o que eles deveriam fazer em relação ao regime de Hitler, mas sim dar-lhes conhecimento e suporte para formar opiniões corretas. Para o advogado, “é a verdade que faz e mantém livre os homens e é a supressão da verdade que ameaça a liberdade humana aonde quer que ocorra”.⁴¹ A discussão, que não pretende ser esgotada aqui, era claramente

entertain no desire for moving-picture censorship (...) I do hope, however, that the industry will more largely recognize the obligation it owes our country and its people, and that in times of peace for our country, that the industry will entertain that American courage which will boldly resist any effort by administration agents of our Government to dictate what kind of picture it shall or shall not make”. *Ibidem*, p.7.

³⁷ “(...) propaganda has been one-sided, has been an appeal to our natural hates or to hates that could be developed, and appeal to a growing fondness for other causes that might be involved in the same controversy”. *Ibidem*, p.11.

³⁸ “I will not consent to its being used to cover the tracks of those who have been pushing our country on the way to war with their propaganda intended to inflame the American mind with hatred for one foreign cause and magnified respect and glorification for another foreign cause, until we shall come to feel that wars elsewhere in the world are really after all our wars”. *Ibidem*, p.12.

³⁹ “We frankly stat that in the motion-picture industry there are in positions, both prominent and inconspicuous, both Nordies and non-Nordies, Jews and gentiles, Protestants, and Catholics, native and foreign-born. The industry, with many others of our country, demonstrates that neither race, creed, nor geographical origin is an essential qualification to participate in American business. This fact illustrates a basic principle of American life, as we have known it for over 150 years. The motion-picture industry, composed like other industries of loyal and patriotic Americans, despises the racial discrimination of nazi-ism and is devoted to the cause of human freedom both in this country and abroad”. *Idem*.

⁴⁰ “The motion-picture screen is an instrument of entertainment, education and information. Having been pioneered and developed in our country, it is peculiarly American. Its contribution to the country as a whole and to individual citizens has been enormous. The motion-picture industry has always been permitted freedom of expression” *Ibidem*, p. 21.

⁴¹ “If the committee will permit, we will offer witnesses, with a first-hand knowledge of Germany - men and women who have actually lived in Germany under Nazi-ism. They will prove to you that the motion-picture

perpassada pela tensão entre isolacionistas e intervencionistas do governo Roosevelt e seu programa *New Deal*. No entanto, apesar das longas investigações e análises de filmes por parte dos senadores isolacionistas, o processo acabou arquivado inconclusivo após o ataque à base de Pearl Harbor.⁴²

A ideia de que o cinema seria uma forma de entretenimento e informação também era partilhada pelo presidente Franklin Delano Roosevelt. Já durante a I Guerra, os EUA perceberam o poder das produções cinematográficas hollywoodianas na divulgação de discursos propagandísticos. Na II Guerra Mundial, a propaganda estadunidense foi dirigida para quatro tipos de público: o front interno e as tropas combatentes; países amigos; países neutros e países inimigos. Além disso, algumas produções encomendadas por órgãos governamentais também serviam para consumo interno dentro do próprio esquema de agências montado para o período da guerra. Esses curtas eram conhecidos como *staff film report*, destinados à circulação por meio de agências como o *Office of War Information*, *Office of Strategic Services* ou no próprio exército, organismos para os quais os estúdios Walt Disney produziram um grande número de curtas.⁴³

No entanto, o acesso à informação é entendido como essencial no modelo de democracia e cidadania proposto pelos Estados Unidos. Conseqüentemente, a ideia de *propaganda* foi vista pelos cidadãos estadunidenses com suspeita, carregada de conotação negativa e geralmente associada ao *estrangeiro*. De acordo com Koppes e Black, ainda que um momento de guerra fosse um período de mobilização total das massas, os governos democráticos perceberam que as máquinas de produção de propaganda eram indispensáveis para a manutenção da ordem, da moral civil e militar.⁴⁴

Mesmo assim, é importante ressaltar que os EUA foram o país que mais produziu propaganda para ser disseminada em filmes, cinejornais, desenhos animados e documentários. Essa passou a ser uma “estratégia” de guerra para o país se afirmar enquanto exemplo de um povo justo e democrático para as demais nações aliadas, ao mesmo tempo em que servia para

industry pictures Nazi Germany as it is. (...) the pictures portraying England and Germany do not purport to tell the American people what they should do about nazi-ism, save as the knowledge of the true facts may, as it always has, influence the judgment of right-thinking men and women. We believe that it is the truth which makes and keeps men free and that it is the suppression of the truth which is a menace to human liberty wherever it occurs”. *Ibidem*, p.20.

⁴² MYERS, James M. *The Bureau of Motion Pictures and its influence on film content during World War II: The reasons for its failure*. Lewinston: Edwin Mellen Press, 1998. p. 54.

⁴³ VALIM, Alexandre B. “Da boa vizinhança à cortina de ferro: política e cinema nas relações Brasil-EUA em meados do século XX”. In: MUNHOZ, Sidnei J.; SILVA, Francisco C. T. da. (Orgs.). *As relações Brasil-Estados Unidos: séculos XX e XXI*. Maringá: Eduem, 2011. p. 409.

⁴⁴ BLACK, Gregory D.; KOPPE, Clayton R. *Op. cit.*, p. 48.

menosprezar, demonizar e caricaturar seus inimigos, culpando-os pela guerra. Assim como os filmes, os desenhos animados do *front* interno procuravam vilanizar os inimigos, valorizando o patriotismo estadunidense e divulgando os *fundos* (ou bônus) *de guerra*⁴⁵, uma maneira de arrecadar recursos, tirar o dinheiro de circulação e evitar a inflação. Outro ponto que merece destaque é a recorrência de temas que envolviam as relações de trabalho, a fim de assegurar o crescimento e a continuidade da produção (bélica ou não) nacional.

Nesse sentido, chama atenção o uso da Psicologia Social pelas agências e estúdios de Hollywood. Os autores mais utilizados para embasar as produções cinematográficas desse período, de acordo com o historiador Alexandre Valim, foram Ellis Freeman, psicólogo social especialista em propaganda fascista, e Harold Lasweel, cientista político estadunidense, criador do conceito de *Estado entrincheirado*, no qual sugere que a melhor forma de militarizar a cultura do país, sem amplo questionamento, seria através da propaganda: “Uma das lições mais importantes que o governo aprendeu com os psicólogos sociais foi que uma das maneiras eficazes de chamar atenção de um adulto era se referindo a ele como se fosse um jovem”⁴⁶.

Isso foi tão importante que muitos roteiros para as animações foram encomendados a famosos escritores infanto-juvenis ou escritos de forma que lembrassem um conto ou fábula, com diálogos ritmados. Um exemplo foi a atuação de Theodor Seuss Geisel, conhecido como *Dr. Seuss*, famoso escritor e ilustrador de histórias infantis dos Estados Unidos. Dr. Seuss prestou serviços durante a II Guerra Mundial, quando trabalhou no Departamento de Animações do exército estadunidense⁴⁷ e escreveu roteiros de animações (dentre eles a série

⁴⁵ Os fundos ou bônus de guerra foram utilizados desde a I Guerra Mundial nos EUA para custear os gastos com o conflito. Na II Guerra Mundial, estima-se que foram gastos cerca de trezentos bilhões de dólares durante a participação estadunidense. Assim, como apenas o aumento dos impostos não daria conta de suprir essa demanda, os bônus de guerra foram vendidos ao longo de todo o período para ajudar a economia, voltados principalmente para custear o aparelhamento, recrutamento e treinamento de tropas para conflito armado, além da posterior reconstrução do país. Os fundos, assim, eram títulos de baixo custo emitidos pelo governo, que pretendiam captar a poupança popular mediante empréstimos voluntários ou compulsórios. Eles poderiam ser resgatados pela população ao longo de dez anos, após o término do conflito, acrescidos de juros. O valor de compra dos bônus variava de U\$25,00 à U\$10.000,00 e foram lançadas oito séries entre 1941 e 1945. Sobre os diferentes tipos de bônus de guerra, ver: KIMBLE, James J. *Mobilizing the Home Front: war Bonds and Domestic Propaganda*. College Station: Texas A & M University Press, 2006; ROEDER Jr., George H. “Censoring Disorder: American visual imagery of World War II”. In: ERENBERG, Lewis A.; HIRSCH, Susan E. (eds.). *The War in American Culture: Society and Consciousness during World War II*. Chicago: The University of Chicago Press, 1996; FERRAZ, Francisco C. A. F., RODRIGUES, Pauline B. “Os Estados Unidos e as bases sociais e institucionais para o retorno dos ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial”. *Maringá: Diálogos*, v. 14, n. 3, 2010; VALIM, Alexandre, *Op. cit.*, p. 413;

⁴⁶ VALIM, Alexandre, *Op. cit.*, p. 416.

⁴⁷ MINEAR, Richard. H. *Dr. Seuss Goes to War: The World War II Editorial Cartoons of Theodor Seuss Geisel*. New York: The New Press, 1999. p.9.

Private Snafu, que conta a vida de um cadete no exército que cai constantemente nas armadilhas dos inimigos) e documentários (o documentário *Design for Death*, um estudo sobre a cultura japonesa, chegou a ganhar o Oscar em 1947).⁴⁸ Obviamente, não se pode afirmar que essa propaganda foi absorvida de forma passiva pelo público. Muitos espectadores reclamavam do custo das produções que gastavam dinheiro público em propaganda e se incomodavam com a forma infantil pela qual as propagandas do governo e as produções hollywoodianas tratavam sua audiência, ainda que no período os desenhos não fossem entendidos como um nicho exclusivamente infantil.⁴⁹

Quando a guerra eclodiu em 1939, os EUA eram a única potência que não tinha uma agência oficial de propaganda. As propagandas soviéticas e nazistas já eram bastante conhecidas pelo seu extremo sucesso, mas, nos anos 1930, a propaganda se tornou internacional para a União soviética, Alemanha, Japão, Itália e Grã-Bretanha, países que se valiam de diferentes mídias para ultrapassar suas fronteiras. A súbita e controversa submissão de parte da França para o Nazismo, principalmente após a tomada de Paris pelas forças alemãs, no episódio que ficou conhecido como “Queda da França”, em 1940, levou especialistas da época a crer que isso havia ocorrido devido à falta de vontade e fé na democracia proposta pela propaganda alemã. Houve, então, a preocupação de que a propaganda fosse voltada para restaurar a confiança nos valores democráticos e chamar atenção para a vulnerabilidade estadunidense.⁵⁰ Roosevelt, nesse sentido, foi um político que utilizou a propaganda e a mídia para influenciar a opinião pública através de seus discursos, além de utilizar aparatos burocráticos para perturbar e desacreditar seus oponentes. Além disso, ele também sabia que utilizá-la excessivamente poderia ter um efeito contrário em suas intenções. Assim, a política de propaganda foi montada seguindo orientações do presidente de: cuidados, direções, duplicatas, e ambiguidade.⁵¹ Assim, a partir de 1939, os Estados Unidos criaram diversas agências nas quais a comunicação poderia e *deveria* ser controlada pelo governo, ainda que muitas vezes instituições e associações precisassem ser criadas para disfarçar esse caráter controlador do Estado, que ia contra sua própria constituição.⁵²

⁴⁸ MORGAN, Judith; MORGAN, Neil. *Dr. Seuss & Mr. Geisel: a biography*. New York: Da Capo Press, 1996. p.119-120.

⁴⁹ SMOODIN, Eric. *Animating Culture: Hollywood Cartoons from the Sound Era*. New Brunswick: Rutgers University Press, 1993. p. 181-182.

⁵⁰ BLACK, Gregory D.; KOPPEL, Clayton R. *Op. cit.*, p. 49.

⁵¹ MYERS, James M. *Op. cit.*, p. 51.

⁵² Segundo Wagner Pereira, em países democráticos a propaganda foi denominada de “Serviços de informações” ou de “educação pública”, para se distanciar do uso feito pela União Soviética e Alemanha, onde o conceito está

Logo nesse ano, Roosevelt ordenou a abertura do *Office of Government Reports* (OGR), que lidava estrategicamente com propaganda informativa. O órgão funcionava como uma espécie de crivo da informação que seria divulgada para a população, procurando repassar somente dados precisos e neutros, cuja intenção era consolidar a confiança da opinião pública no poder militar do país caso fosse necessária a sua utilização para *defesa*. O objetivo do OGR era elaborar uma atmosfera de garantia que poderia reforçar a maneira como o presidente pretendia desenvolver sua política externa no momento do conflito.⁵³ Lowell Mellett, jornalista e editor do *Washington Daily News*, fez uma defesa da agência e sua atuação em um momento em que o OGR sofria grande crítica por parte dos opositores do presidente, recebendo acusações de ser um instrumento de propagação do *New Deal*. A atitude de Mellett chamou a atenção do presidente, que o convidou para dirigir o OGR e, posteriormente, o *Bureau of Motion Pictures*, como veremos mais à frente.

Outras agências criadas por Roosevelt também procuravam lidar com a propaganda e o controle da informação (como a divisão de informação do *Office for Emergency Management*). Com a terceira reeleição do presidente em 1940, os grupos intervencionistas começaram a pressionar por uma agência mais forte, argumentando que convocações e a formação de militares não seriam suficientes se não houvesse *vontade*. Mellett, no entanto, continuava acreditando que era melhor lidar com propaganda informativa, acreditando que mensagens inspiradoras tinham mais desvantagens que vantagens.⁵⁴ Mas, conforme havia uma maior participação de grupos anti-isolacionistas no governo FDR, maior ficava a pressão por uma agência oficial de controle da informação e propaganda.

Em julho de 1941, Roosevelt cria o *Office of the Coordinator of Information* (COI), controlada por William Donovan, antigo amigo de Roosevelt que o convenceu da necessidade de criar uma agência de inteligência voltada para missões estrangeiras. O objetivo do COI era coordenar e encobrir ações. Em outras palavras, para Donovan, o uso de propaganda “negra” (*black propaganda*)⁵⁵, isto é, utilizar rumores e mentiras para confundir o inimigo espalhando

ligado à manipulação e a o totalitarismo. Segundo o autor, “esse afã por evitar a palavra foi motivado pela ideia de sua incompatibilidade com os ideais de democracia, já que a palavra *propaganda* foi sendo associada cada vez mais com os emergentes Estados unipartidaristas, tais como a União Soviética e a Alemanha nazista, que a empregaram abertamente em sua terminologia oficial”. In: PEREIRA, Wagner. *Op. cit.*, p. 17.

⁵³ BLACK, Gregory D.; KOPPEL, Clayton R *Op. cit.*, p. 50.

⁵⁴ *Ibidem*, p. 54-55.

⁵⁵ Segundo Leonard Doob, professor de psicologia de Yale, que ajudou como Coordenador de política externa do OWI, o ministro de propaganda nazista Joseph Goebbels definia a propaganda negra como o material divulgado cujas fontes são omitidas do público. Isso evitaria a checagem das informações e, conseqüentemente, o prejuízo ou o questionamento do governo. Ele também teria utilizado esse tipo de propaganda para combater rumores

“desinformação”, era necessário em tempos de guerra como uma estratégia de ataque, mesmo que esta parecesse com subversão.⁵⁶ Também ligado ao COI estava Robert Sherwood, outro amigo do presidente, que o convenceu de que era necessária uma voz voltada para o exterior, a fim de conter a propaganda nazista antiamericana. O presidente autorizou Sherwood a formar a *Foreign Information Service* dentro do COI. Posteriormente, com a criação do *Office of War Information*, essa subdivisão se tornou a Voz de América em 1942. Sherwood promovia propaganda inspiradora que elevava as glórias da democracia e do *American way of life*, ainda que sua maneira de atuação fosse contrária ao proposto por Donovan.

Ainda em 1941, a imprensa e setores contrários a Roosevelt criticavam a desorganização e confusão criada por tantas agências diferentes. Para resolver isso, em outubro daquele ano, o presidente dissolveu alguns escritórios e os reorganizou dentro do *Office of Facts and Figures* (OFF). O objetivo dos diretores da agência (Fiorello La Guardia, então prefeito de Nova York, e Archibald MacLeish, poeta e bibliotecário da Biblioteca do Congresso) era fazer desacreditar no que os repórteres diziam – que o OFF era outra agência de propaganda – apoiando-se na “estratégia da verdade”, sem qualquer tipo de controle ou regulação das informações.⁵⁷

Após o ataque à Pearl Harbor, a questão da propaganda e controle da informação por parte do governo foi, de certa forma, flexibilizada e melhor aceita em uma situação de “exceção”. Partindo da crença de que os filmes seriam um mecanismo de informar e educar a população, Roosevelt nomeou Mellett como supervisor dos filmes governamentais de propaganda (militares e técnicos), o *Office of Government Films*, em 18 de dezembro. O escritório tinha como objetivo verificar todos os filmes produzidos por órgãos do governo que se destinavam ao público civil com notícias sobre o progresso da guerra e das Forças Armadas. No dia seguinte, o presidente criou o *Office of Censorship*, sob a alegação de que, ainda que o povo dos EUA abominasse a censura, assim como a guerra, as nações em conflito demonstraram que aquela era necessária em tempos de guerra, “e nós estamos em guerra”.⁵⁸ Na ordem de criação do escritório, o governante deixou claro que as formas de censura

indesejados a respeito do Partido Nazista, uma vez que uma nota oficial poderia dar mais combustível para os boatos. Dessa forma, a propaganda “boca-a-boca” poderia ser uma solução que alcançaria os efeitos desejados, isto é, propagar informações menos críveis. In: DOOB, Leonard W. “Goebbels' Principles of Propaganda”. *The Public Opinion Quarterly*, Oxford: Oxford University Press. Vol. 14, No. 3 (Autumn), 1950. p. 433-434.

⁵⁶ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R *Op. cit.*, p. 55-56; MYERS, James M. *Op. cit.*, p. 51.

⁵⁷ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R *Op. cit.*, p. 56.

⁵⁸ ROOSEVELT, Franklin D. "Executive Order 8985 Establishing the Office of Censorship.," December 19, 1941. Online by Gerhard Peters and John T. Woolley, *The American Presidency Project*. Disponível em <<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=16068>>, acessado em: 12 de fevereiro de 2016.

necessárias deveriam ser administradas em harmonia com os anseios de liberdade por parte das instituições. Era importante garantir que as informações (em especial, militares ou quaisquer tipos que envolvessem o país estrategicamente) não passariam das fronteiras do país e chegariam ao inimigo por meio de correspondência, rádio ou qualquer outro meio. Segundo a ordem, “o Governo apelou à imprensa patriótica para abster-se voluntariamente da divulgação de determinados tipos de informações detalhadas, tais como relatórios dos movimentos de navios e tropas. A resposta indicou um desejo universal de cooperar”.⁵⁹

1.3 – O governo em Hollywood: o *Office of War Information* e o *Bureau of Motion Pictures*

Apesar do momento de guerra, a notícia de um órgão governamental de censura não foi bem recebida em Hollywood. Por isso, Roosevelt designou Mellett como um mediador entre os estúdios e o governo. Sua missão era convencer e garantir que as produções da Costa Oeste ajudariam nos esforços de guerra e, ao mesmo tempo, deixar claro que o governo não tinha intenção de interferir no processo criativo ou na liberdade de expressão dos produtores. Nem o *Office of Government Reports*, nem o posteriormente criado *Office of War Information* tinham qualquer poder de censura sobre os filmes. De acordo com o próprio presidente Franklin Roosevelt, na ordem de criação do *Government Films*:

O filme americano é um de nossos mais efetivos meios de informar e entreter nossos cidadãos. Os filmes devem permanecer livres na medida em que a segurança nacional permitir. Eu não quero nenhuma censura aos filmes. Eu não quero restrições que, se colocadas, possam prejudicar a utilidade do filme, com exceção das necessárias que a segurança torna imperativa.⁶⁰

Em janeiro de 1942, Mellett fez uma viagem até Hollywood. Perante o *War Activities Committee of the Motion Picture Industry* (WAC), grupo formado por executivos, produtores, roteiristas, diretores e atores de Hollywood em prol dos esforços de guerra, ele reafirmou sua crença na liberdade de tela e elogiou as atitudes dos estúdios por já terem iniciado um alerta à população a respeito dos perigos do fascismo com produções como *Confessions of a Nazi Spy* (Warner Bros., 1939).⁶¹ Assim, ele propôs um trato: que sua

⁵⁹ Idem.

⁶⁰ “The American motion picture”. Correspondência entre Franklin D. Roosevelt e Lowell Mellett. 18 de dezembro de 1941. R.G. 208, caixa 1498. NARA II.

⁶¹ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R *Op. cit.*, p. 57.

agência agisse como uma “câmara de compensação” para *todos* os acordos entre os estúdios e o governo e, em troca, esta respeitaria *todos* os interesses comerciais das salas de exibição.⁶² O objetivo de Mellett era acalmar os executivos de Hollywood, assegurando-lhes que os estúdios teriam seus negócios intocados pelo governo, uma vez que outros setores industriais (como os de ferro e automóveis) redirecionariam suas produções para a guerra. Desta maneira, o diretor do OGR poderia ter a certeza de que a indústria fílmica iria cooperar com os esforços de guerra. Ao mesmo tempo, os estúdios pressionavam o presidente Roosevelt por maiores instruções e direcionamentos claros sobre a forma de colaborar com a presidência – desde que não houvesse interferência nos negócios. Para tanto, o *Government Films* passou a ser chamado de *Bureau of Motion Pictures* (BMP), que serviria como interlocutor entre os estúdios e o governo. Em troca, o comando federal deveria garantir suprimento básico para a realização de filmes.⁶³

Em abril de 1942, Mellett estabeleceu um braço operacional do BMP sediado em Los Angeles, a fim de facilitar o contato com os estúdios. Como representante e coordenador dessa subdivisão, ele sugeriu Nelson Poynter, amigo de Mellett e editor do *St. Petersburg Times*, que era um completo desconhecido na indústria e não tinha qualquer conhecimento sobre filmes. Mesmo assim, Mellett acreditava que a experiência política de Poynter, que era um intervencionista defensor do *New Deal*, era mais importante que qualquer prática fílmica.

Em junho do mesmo ano, houve a necessidade de unificar as diversas agências de informação e propaganda em um só lugar. O principal motivo seria o orçamento de 41,7 milhões de dólares já gasto na manutenção de todos os órgãos. Assim, foi criado o *Office of War Information* (OWI), sob direção de Elmer Davis, repórter e radialista da CBS na época, que fundiu todos os escritórios, com exceção de dois: o *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, dirigido por Nelson Rockefeller e o *Office of the Coordinator of Information*. A justificativa de Donovan era a de que não seria interessante colocar um setor

⁶² Idem, grifo meu.

⁶³ Os executivos de Hollywood pressionaram para que a administração de Roosevelt reconhecesse a indústria fílmica como “indústria de guerra essencial”. Esse reconhecimento (e designação) era importante para que suprimentos de matéria-prima – como o nitrato de celulose – não fossem desviados dos estúdios para, por exemplo, as forças armadas (que os utilizavam para fazer filmagens da guerra ou filmes de treinamento). A denominação poderia evitar prejuízos econômicos e de mão-de-obra, já que se fosse considerada essencial, haveria uma justificativa para a recusa da convocação de diretores, roteiristas, produtores, operadores de câmera, animadores, coloristas e até mesmo atores e atrizes para o exército, uma vez que, logo em janeiro de 1942, a quantidade de recrutamentos já tinha reduzido 12% da força de trabalho de Hollywood. In: MYERS, James M. *Op. cit.*, p. 63.

de “propaganda negra” sob a administração de um órgão de caráter civil por conta dos riscos de vazamento de informação militar. Essa justificativa foi aceita pelo presidente.⁶⁴

Para Roosevelt, a necessidade de agregar as agências e ainda continuar com o controle da informação e da propaganda se dava pelo momento bélico. Assim, era um direito de todo cidadão, estadunidense ou de qualquer outro país que estivesse se opondo às forças do Eixo, ser plenamente informado sobre os esforços de guerra em conjunto.⁶⁵ Nesse sentido, além dessa função, o *Office of War Information* também deveria:

a) Formular e executar, por meio do uso da imprensa escrita, rádio, cinema, entre outros, programas informativos designados para facilitar o desenvolvimento de uma compreensão informada e inteligente, dentro e fora dos EUA, sobre o andamento e o progresso dos esforços de guerra e das políticas de guerra, atividades e intenções do governo;

b) Coordenar as atividades informativas de guerra de todos os departamentos federais e agências para o propósito de assegurar um fluxo preciso e consistente de informações de guerra para a população e para o mundo em geral.

c) Obter, estudar e analisar informações a respeito dos esforços de guerra e repassá-las às agências preocupadas com a disseminação dessas notícias de maneira apropriada e efetiva, a fim de manter o público adequada e corretamente informado.

d) Revisar, liberar e aprovar todos os programas de rádio e cinema patrocinados pelos departamentos federais e agências e servir de ponto central de liberação e contato para emissoras de rádio e indústria fílmica, em seus relacionamentos com departamentos Federais e agências a respeito de programas de governo;

e) Manter contato com outras agências de informação das Nações Unidas para notificá-las sobre os programas informativos do Governo e suas instituições;

f) Realizar outras funções e tarefas relacionadas à informação sobre a guerra conforme o Presidente possa determinar de tempos em tempos.⁶⁶

Além disso, Davis também estava autorizado a dar diretrizes a respeito da conduta sobre as informações de guerra para diferentes departamentos federais e agências. Podia, também, estabelecer e regular os tipos e classes de programas informativos, liberá-los e aprová-los antes de sua disseminação, assim como reduzir, proibir ou excluir quaisquer publicações ou serviços de informação que Davis julgasse prejudiciais aos esforços de guerra. Assim, o *Office of War Information* seria responsável por liderar as diferentes agências

⁶⁴ BLACK, Gregory D.; KOPPEL, Clayton R. *Op. cit.*, p. 58.

⁶⁵ ROOSEVELT, Franklin Delano. "Executive Order 9182 Establishing the Office of War Information.," June 13, 1942. Online by Gerhard Peters and John T. Woolley, *The American Presidency Project*. Disponível em: <<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=16273>>, acessado em: 12 de fevereiro de 2016.

⁶⁶ Idem.

criadas pelo governo na época e estabelecer um padrão a ser seguido, ou agir em conjunto com outras agências importantes, como o *Office of Censorship*. Em outras palavras,

A formulação e execução de programas informativos relativos exclusivamente às atividades autorizadas de vários departamentos e agências do Governo devem permanecer com os respectivos departamentos e agências, mas tais programas informativos devem estar em acordo com as políticas formuladas e aprovadas pelo *Office of War Information*. Os diversos departamentos e agências do Governo devem disponibilizar para o Diretor, ao seu pedido, tais informações e dados que forem necessários para que ele possa realizar suas funções e deveres (...) O Diretor do *Office of War Information* e o Diretor do [*Office of*] *Censorship* devem colaborar na realização de suas respectivas funções para os propósitos de facilitação de pronta e completa disseminação de toda informação disponível que não beneficiar o inimigo (...) O Diretor do *Office of War Information* e o *Defense Communications Board* devem colaborar para a realização de suas respectivas funções para os propósitos de facilitação da transmissão de informação de guerra para povos no exterior.⁶⁷

Como é possível perceber, o OWI agrupou e se tornou a principal secretaria de controle de informação e de propaganda federal. Elmer Davis deveria se reportar diretamente ao presidente, ainda que tivesse total liberdade para classificar, deliberar e ordenar os assuntos que julgasse necessário. Além disso, ele tinha poder de aprovação ou veto sobre decisões estratégicas.

Assim, as funções do *Office of Government Reports* foram absorvidas pelo OWI e o *Bureau of Motion Pictures* (BMP) foi absorvido pelo setor de Operações Domésticas e dividido em três partes: o escritório de Hollywood, considerado o mais importante e coordenado por Nelson Poynter; o escritório de Nova York, coordenado por Samuel Spewack e William Montague, que deveria revisar peças de teatro e toda forma de entretenimento que não fosse fílmica⁶⁸ e a sede em Washington, D.C., ainda dirigida por Lowell Mellett, que junto com Poynter, negociava diretamente com representantes dos estúdios.

A ideia era que o *Office*, por meio do BPM, “convertesse” Hollywood à causa do governo. Elmer Davis esperava que os *Big Eight* pudessem produzir filmes que dramatizassem as questões da guerra e levantassem a moral das Forças Armadas para a população. A crença do presidente Roosevelt de que os filmes seriam um importante instrumento de informação, educação e orientação da população foi expressa na concepção de

⁶⁷ Idem.

⁶⁸ Durante os anos de guerra, houve grande preocupação de verificar que tipos de entretenimento eram consumidos pelos estadunidenses. Além do cinema, outras maneiras de distração e lazer tiveram grande crescimento, como jogos de azar (principalmente o carteador), xadrez e venda de livros. In: MYERS, James M. *Op. cit.*, p. 52.

propaganda de Davis, que afirmou que “a forma mais fácil para injetar uma ideia de propaganda na mente da maioria da população é por meio de um filme de entretenimento, em que a população não se dá conta que está sendo induzida pela propaganda”.⁶⁹ O OWI esperava que os filmes pudessem promover uma propaganda “casual”, isto é, acrescentar pequenos detalhes que pudessem passar uma mensagem positiva e patriótica que alcançasse as massas. Um exemplo seria acrescentar mulheres de uniformes e adolescentes participando de atividades comunitárias, como o recolhimento de doações para a compra de bônus de guerra em cenas de multidões, ou a presença de pôsteres e notícias sobre os racionamentos em destaque nas cenas do cotidiano das personagens.

Já para Mellett e Poynter, seria através do diálogo e de um sistema voluntarista que a indústria seria convencida e colaboraria com o governo. Diversas reuniões foram realizadas com os executivos dos estúdios para falar sobre a necessidade de eliminar estereótipos de aliados e mesmo de inimigos e promover o patriotismo e a compreensão de que haveria a necessidade de sacrifício por parte de todos. Assim, no verão de 1942, as orientações do *Bureau* foram reunidas no *Government Information Manual for the Motion Picture Industry*. Para além de um manual, o documento procurava deixar clara a relação entre propaganda e filmes na concepção do OWI, e qual seria o significado da guerra para a administração Roosevelt.

1.4 – O *Government Information Manual for the Motion Picture Industry*

O *Government Information Manual for the Motion Picture Industry* era dividido em seis seções e quatorze subitens. No documento, há uma constante preocupação em esclarecer que o texto foi construído por causa dos apelos dos estúdios por orientação acerca da melhor maneira de colaborar nos esforços de guerra. O *Government Information Manual* reforçava, também, que tanto o *Office* não tinha qualquer poder de censura sobre as produções, quanto o BMP seria *apenas* um intermediário para o esclarecimento entre as agências federais e Hollywood, ou seja, sua função seria puramente *conselheira*, sem intenção de interferir na autonomia dos estúdios.⁷⁰

⁶⁹ Correspondência de Elmer Davis para Byron Price de 27 de janeiro de 1943. R.G 208, Caixa 1435. NARAI.

⁷⁰ OFFICE OF WAR INFORMATION, Bureau of Motion Pictures. “Introduction”. *Government information manual for the motion picture industry*. R. G. 208, Caixa 15. NARAI. s/p.

O documento enviado aos estúdios no verão de 1942 tinha como início um questionário para que os produtores refletissem a respeito de suas produções antes de executá-las. A seguir, eram exploradas seis temáticas que perpassavam a guerra, que vinham acompanhadas de uma explicação do porquê a indústria deveria investir naqueles itens, encerrando com sugestões sobre como isso poderia ser feito. Além disso, o BPM também enviava periodicamente suplementos do manual aos estúdios que complementavam os temas já comentados com novas questões, dados e apontamentos para que os produtores pudessem expandir seu leque de possibilidades. Esses diversos suplementos traziam discussões sobre o papel das mulheres da guerra, o papel das crianças, a produção e distribuição de comida pelo país, os racionamentos de energia e combustível, etc. Em março de 1943, diante de uma grande polêmica dos estúdios sobre a atuação do *Bureau*, houve uma pequena reformulação do *Government Information Manual* que trouxe mais quatro perguntas para reflexão e o reforço de algumas recomendações como, por exemplo, a caracterização das Forças Armadas, Aliados e inimigos, ainda que o conteúdo original permanecesse o mesmo. Em janeiro de 1944, houve uma terceira atualização, mas a essência continuava igual a de sua primeira versão.

As perguntas sobre as quais os produtores poderiam refletir antes de iniciar a produção de um filme procuravam entender qual o papel da guerra naquela obra e como poderia ser a repercussão – ou seu legado – na sociedade. O questionamento seria válido para todos os tipos de filmes, fossem eles diretamente relacionados à temática da guerra ou “escapistas”.

1. Esse filme ajudará a ganhar a guerra?
2. Qual informação de guerra procura ser esclarecida, dramatizada ou interpretada?
3. Se for um filme “escapista”, ele prejudicará os esforços de guerra criando uma imagem falsa da América, seus Aliados ou do mundo em que vivemos?
4. Ele usa a guerra como uma mera base para o filme ser rentável, não contribuindo com algo de real significado para o esforço de guerra e possivelmente diminuindo o efeito de outros filmes de maior importância?
5. Ele contribui com algo novo para nosso entendimento sobre o conflito mundial e as várias forças envolvidas, ou o assunto já foi adequadamente desenvolvido?
6. Quando o filme alcançar seu máximo de circulação na tela, irá ele refletir as condições como ela é ou já estará datada?
7. O filme fala a verdade ou os jovens de hoje terão razão para dizer que eles foram enganados pela propaganda?⁷¹

⁷¹ OFFICE OF WAR INFORMATION, Bureau of Motion Pictures. *Government information manual for the motion picture industry*. R. G. 208, Caixa 15. NARAI.

Em seguida, o manual discute seis tópicos pontuados por Franklin Roosevelt em seu discurso ao Congresso em 6 de janeiro de 1942. Pautado nesse pronunciamento, a compilação constrói seus argumentos baseados nas Quatro Liberdades elaboradas pelo presidente. Em cada ponto, há sempre uma citação de diversas pessoas ligadas ao governo que procurava reafirmar a importância da discussão proposta: do próprio presidente Roosevelt, de seu vice-presidente Henry Wallace, Summer Welles (secretário do Estado), Archibald MacLeish (diretor do *Office of Figures and Facts*), entre outros. A intenção era que as produções procurassem reforçar o patriotismo e o entendimento sobre a guerra, para que a população colaborasse e fizesse os sacrifícios necessários para a vitória.

Logo de saída o documento explica suas premissas: a maior parte da população estadunidense não tinha entendimento adequado sobre a guerra (porque começou, quem são seus causadores, porque os Estados Unidos estavam participando, quem eram seus aliados, etc.). No entanto, o *Government Information Manual* afirma que não era do interesse do governo ter seguidores cegos que não entendessem quais eram seus deveres na luta pela vitória. Essa seria a missão de Hollywood: conscientizar, explicar, ajudar a manter alta a confiança da população nos soldados, mesmo *quando* ou *se* houvessem revezes. A propaganda nos filmes seria necessária porque sem esclarecimento, os cidadãos poderiam não participar dos esforços de guerra para derrotar o Eixo.

Segundo o documento, o governo dos Estados Unidos tinha plena confiança em sua população e a certeza de que, uma vez bem instruída, ela não deixaria se levar por rumores e boatos que procurassem destruir a moral do país. A massa era inteligente e, se bem informada, apoiaria um programa que a respeitasse, desde que fosse “íntegro e decente”⁷², ou seja, desde que baseado na verdade. De acordo com o manual, a verdade seria a única maneira de fazer uma democracia funcionar – e esse era, na visão do *Office of War Information*, o principal erro dos países do Eixo: enganavam e mentiam para suas populações. A ignorância, frustração e pobreza (de alma e intelecto) seriam os caminhos mais curtos para o Fascismo e o militarismo.⁷³ Partindo dessas premissas, o *Government Information Manual* explica seus principais tópicos:

⁷² OFFICE OF WAR INFORMATION, Bureau of Motion Pictures. “Introduction”. *Government information manual for the motion picture industry*. R. G. 208, Caixa 15. NARAI. s/p.

⁷³ Idem.

1) *Por que nós lutamos? Que tipo de paz seguirá a Vitória.*⁷⁴

A principal preocupação do OWI era explicar os motivos que levaram os Estados Unidos à guerra e sua consequência, ou seja, esclarecer que para acabar com o conflito, não bastaria apenas uma vitória militar. Sacrifícios seriam exigidos em prol de um bem maior: a democracia. Segundo o manual, o mundo estava dividido em duas partes e os Aliados eram todos, *de fato*, sociedades *democráticas*⁷⁵. O que estava em jogo com a guerra era, na verdade, a própria sobrevivência da nação e seus princípios. Derrota significaria escravidão.

Nesse sentido, os filmes seriam a melhor forma de elucidar sobre o que realmente era uma vida democrática em sua plenitude. Para Roosevelt, essa ideia se resumia em suas Quatro Liberdades: a) Liberdade de pensamento e expressão; b) Liberdade religiosa e de culto; c) Liberdade de viver sem miséria e privações e d) Liberdade para viver sem medo. Essas liberdades não poderiam ser apenas discursos, a luta pela liberdade deveria assegurar que elas seriam estabelecidas no mundo sem qualquer divisão – incluindo nos países do Eixo, pois, do contrário, eles seriam para sempre uma ameaça para os Estados Unidos. O documento afirma que

Nós estamos lutando por um mundo mais decente - um mundo livre da força e do militarismo. Nós estamos lutando não somente para manter para nós mesmos os ganhos que fizemos no passado, mas também pelo direito de construir uma vida melhor e nova "para todos os povos e para gerações futuras". Nós estamos lutando pela democracia tanto entre nações e indivíduos, por uma comunidade mundial dedicada a livre circulação de comércio, ideias e culturas.⁷⁶

Os filmes, nesse sentido, deveriam colaborar para reforçar o sentimento coletivo de pertencimento à Nação. Aquela era uma “guerra do povo” e todos, independentemente de seus grupos políticos, étnicos, religiosos ou de classe, deveriam lutar pelo bem comum de acordo com suas habilidades. Assim, a narrativa de construção da nação é novamente retomada – para o OWI, a guerra era uma oportunidade de reforçar a herança americana e provar que o desenvolvimento histórico fez quem eles eram. Em outras palavras, 1942 seria uma consequência de 1776: ainda que o país tivesse desenvolvido um complexo sistema

⁷⁴ Os títulos dos subtópicos a seguir são traduções da documentação original que, em inglês, são as seguintes: I) The Issues - Why we fight. What kind of peace will follow victory; II) The Enemy - Whom we fight. The Nature of our adversary; III) The United Nations and Peoples - With whom we are allied in fighting. Our brothers-in-arms; IV) Work and Production - How each of us can fight. The war at home; V) The Home Front - What we must do. What we must give up to win the fight; VI) The Fighting Forces - The job of the fighting man at the Front.

⁷⁵ OFFICE OF WAR INFORMATION, Bureau of Motion Pictures. “Section I”. *Government information manual for the motion picture industry*. R. G. 208, Caixa 15. NARAI. s/p. Grifos meus.

⁷⁶ Idem.

socioeconômico, a nação ainda era baseada na doutrina que a levou à Independência. E, exatamente por esse motivo, aquela era uma luta de todos, inclusive das minorias oprimidas. Essas teriam muito a perder com uma eventual derrota, uma vez que, apenas na democracia haveria a chance real e permanente de progresso pessoal. As produções deveriam reforçar as contribuições de todos, incluindo estrangeiros e grupos minoritários, na construção da nação⁷⁷. Aquela era uma guerra de todos pela liberdade e o fim da opressão.

2) *O Inimigo: com quem lutamos. A natureza de nosso adversário.*

De acordo com o *Government Information Manual*, o inimigo não podia ser personalizado. Não era Hitler, Mussolini ou os “senhores de guerra japoneses”⁷⁸. Também era muito maior e mais antigo que os partidos Nazistas ou Fascistas. Para o *Office*, a luta era contra uma ideia: os regimes totalitários, genericamente chamados de militarismo, seriam fruto de uma antiga doutrina que convencia as pessoas de que não era possível conviver com outros grupos a menos que poucos homens dominassem os demais pela força física e violência. “Os inimigos são muitas pessoas infectadas pela doutrina do ódio, do poder que tira o direito (...) é uma guerra total. Qualquer um pode ser um amigo ou inimigo”.⁷⁹ Deste modo, o papel do cinema aqui seria imprescindível para que o povo estadunidense não se deixasse enganar. Era necessário entender a filosofia, objetivos e método de ação do inimigo. Era preciso fazer entender que apenas a derrota dos líderes políticos não implicaria na paz.

O perigo estava nos cidadãos que acreditavam que era possível realizar qualquer tipo de negociação com os países do Eixo. Uma citação de Arthur MacLeish lembra que Hitler não hesitou em quebrar o Pacto de Munique. Para o OWI, a situação era preocupante, pois demonstrava que algumas pessoas ainda não haviam compreendido totalmente *quem* era o inimigo ou *quais* as suas intenções. De acordo com o *Government Information Manual*, ainda que a guerra fosse utilizada como mecanismo de expansão dos países do Eixo, o objetivo

⁷⁷ O *Manual* claramente faz uma defesa do *New Deal* de Roosevelt, ainda que este não seja nomeado. Ao dar um exemplo do progresso que apenas a democracia permitiria, ele afirma que “os Negros tem a real, legal e permanente chance de melhorar seu *status* sob democracia e realmente nenhuma possibilidade sob ditadura”. *Idem*.

⁷⁸ Vale ressaltar a ambiguidade apresentada no *Manual* que em momento algum menciona o nome do Imperador Hirohito ou do primeiro-ministro Hideki Tojo, ao mesmo tempo em que faz referência direta à Hitler e Mussolini. Por mais que o documento diga que o inimigo é esperto e não se deve menosprezá-lo, é possível notar um certo tom de desdém ao diferenciar os líderes políticos ocidentais e caracterizar genericamente os japoneses como “senhores de guerra”. *In: OFFICE OF WAR INFORMATION, Bureau of Motion Pictures. “Section II”. *Government information manual for the motion picture industry*. R. G. 208, Caixa 15. NARAI. s/p.*

⁷⁹ *Idem*.

maior ainda era o de monopolização de recursos e escravização dos indivíduos para explorá-los, suprimindo seus direitos e liberdade. Assim, “aqueles que aderem a essa doutrina tem apenas desprezo pelo individual. Sob seus sistemas, o indivíduo é uma peça no maquinário militar, um número em um sistema econômico déspota. O indivíduo é um escravo”.⁸⁰

A tática inimiga, segundo o OWI, era “dividir para conquistar”. O inimigo espalhava mentiras, boatos, incentivava diferenças religiosas, raciais e econômicas entre os Aliados, amigos, vizinhos, colegas de trabalho, para separá-los e isolá-los. Ao mesmo tempo, procurava espalhar rumores, para que as pessoas tivessem falsas esperanças e se descuidassem da vigilância. E, uma vez que a esperança se esvaísse, sobraria apenas o derrotismo e a rendição. O *Government Information Manual* reforça: essa era a forma da *Quinta Coluna* atuar, atacando de fora e de dentro, sabotando as defesas e desestruturando a máquina de defesa.

Nesse sentido, foi incumbido para Hollywood a missão de alertar o cidadão estadunidense para que ele não baixasse sua guarda, enfatizando que o perigo poderia vir também de dentro, pela atuação de simpatizantes e nativos da Quinta Coluna, que preparam o ataque à Nação. Segue-se a essa afirmação uma fala do vice-presidente Wallace, lembrando que a sabotagem não visava apenas os planos militares, mas também às mentes.⁸¹

Apesar desse alerta e da necessidade de apresentar o poder, a crueldade e o cinismo do inimigo, fazia-se um apelo para que não fossem promovidas representações generalizantes de japoneses, alemães e italianos como bestas bárbaras e irracionais. Era preciso expor os planos e as táticas, sem nunca subestimar o Eixo: “Lembre-se que os Estados Unidos nunca perderam uma guerra – mas o Japão também nunca perdeu. O inimigo não é invencível, mas não é não é nem fraco, nem estúpido”.⁸²

⁸⁰ Idem.

⁸¹ Idem.

⁸² Idem.

3) *As Nações Unidas e povos: com quem somos aliados na luta. Nossos irmãos-de-armas.*

O *Government Information Manual* inicia esta seção afirmando que os Estados Unidos e seu povo não trabalham sozinhos e que somente juntos com as demais 28 nações que compunham as Nações Unidas⁸³ seria possível vencer.

Nesse sentido, o sentido pedagógico do cinema iria além: criaria laços. De acordo com o documento do OWI, era preciso que o povo estadunidense soubesse mais sobre os Aliados e que estes aprendessem mais sobre os EUA. Ou seja, era necessário lutar contra mentiras espalhadas pelo Eixo sobre, principalmente, Inglaterra e Rússia. Era necessário superar a atitude paternalista das relações com a China e reconhecer o país como uma potência mundial. Por isso, os filmes deveriam enfatizar o “poder e heroísmo de nossos aliados, todas as vitórias dos russos, as incríveis façanhas para resistir dos chineses, a resistência teimosa dos britânicos, a prontidão e o sucesso nos mares dos holandeses” e, do mesmo modo, saudar a “heroica resistência da França livre, iugoslavos, noruegueses e demais pessoas na Europa ocupada”.⁸⁴ Além disso, também deveriam ser aprofundados os laços com a América Latina e reconhecer que a amizade e cooperação mútuas seriam vitais para a segurança, a vitória e a paz.

Assim, as Nações Aliadas deveriam permanecer juntas, uma vez que eram numérica e potencialmente mais fortes que os países do Eixo, com uma força de produção e riquezas também superiores. O *Government Information Manual*, retomando as quatro liberdades postuladas no início, afirma: se trabalhassem juntos da mesma forma após a guerra, as Nações Unidas teriam poder para estabelecer para todas as pessoas e as futuras gerações um mundo com liberdade de expressão, de religião, sem miséria e medo.

Nesse sentido, o documento procura fazer um esforço para homogeneizar todas as nações como democráticas, justificar alianças e melhorar relações. Desta forma, ele afirma que é preciso reconhecer os esforços da China como uma “grande nação, culta e liberal”, que estava lutando desde 1933 e estaria proximamente ligada aos Estados Unidos no “mundo que virá”.⁸⁵ Sobre o imperialismo britânico, afirma-se que a opinião pública era crítica sobre seus

⁸³ O Documento afirma que além das 27 que assinaram até 01 de janeiro de 1942, posteriormente México e Filipinas se uniram à causa.

⁸⁴ OFFICE OF WAR INFORMATION, Bureau of Motion Pictures. “Section III”. *Government information manual for the motion picture industry*. R. G. 208, Caixa 15. NARAI. s/p.

⁸⁵ Idem.

métodos e propósitos, mas exaltava a importância da Inglaterra e suas colônias na “magnífica batalha” contra o Eixo.

Sobre a União Soviética, o *Government Information Manual* força ainda mais o tom, dizendo que “sim, nós americanos rejeitamos o comunismo, mas não rejeitamos os russos como aliados”, e que sem a coragem e resistência heroica às invasões nazistas, seria provável que nenhum dos Aliados tivesse esperança na vitória.

Por isso, o documento propunha cenas que pudessem possibilitar a identificação do público com os Aliados. Se no mundo real os chineses comumente lutavam contra tanques japoneses com armas ultrapassadas ou os russos evitavam destruir suas plantações para conter o avanço inimigo, no cinema isso não precisava necessariamente ser retratado dessa maneira. Os roteiros permitiam a criação de personagens heroicizadas e gloriosas, elevando a moral dos Aliados. Segundo o manual, eles não deveriam ser caricaturas diferentes “de nós”.⁸⁶

4) *Trabalho e produção: a guerra em casa. Como cada um de nós pode lutar.*

A questão do trabalho deveria ser enfatizada em dois pontos: a força do trabalhador (ou da trabalhadora), chamado de “soldado de macacão” e a rapidez na qual as indústrias foram convertidas em produção para a guerra. Segundo o *Government Information Manual*, chamava a atenção o fato de que a produção bélica estadunidense superava a do Eixo, ainda que este tivesse se preparado para tal por mais de uma década. Por isso, a matéria-prima essencial dos Estados Unidos era o tempo e clamava-se aos trabalhadores que não deixassem nenhum homem ou máquina inativos. Havia necessidade de rapidez para converter todas as fábricas para os esforços de guerra. Por isso, o cinema deveria se esforçar para encorajar e motivar os trabalhadores, mostrando que “linha de produção e front de batalha estão rigorosamente ligados”.⁸⁷ Atrasos ou descuidos na montagem poderiam custar a vida de um soldado. Os filmes deveriam, ainda, ressaltar a importância do fazendeiro, pois, sobre ele: “quando a vitória for conquistada, cairá a responsabilidade de alimentar os milhões de famintos da Europa e da Ásia”.⁸⁸ Também precisavam alertar para o perigo do excesso de um item e a escassez de outro.

⁸⁶ Idem.

⁸⁷ OFFICE OF WAR INFORMATION, Bureau of Motion Pictures. “Section IV”. *Government information manual for the motion picture industry*. R. G. 208, Caixa 15. NARAI. s/p.

⁸⁸ Idem.

As produções fílmicas, deste modo, deveriam incentivar a mobilização de comitês para discussão de problemas, otimização do tempo e o dever de união. Mostrar que era imprescindível a mão de obra de todos: do jovem ao velho, da chinesa, da negra, da grega, de quem fosse nova iorquino ou de San Francisco. “É o americano que acredita que ele tem o direito de dizer o que quer dizer, fazer o que quer fazer, adorar o deus que ele escolher e viver o tipo de vida que quiser conduzir”.⁸⁹

5) *O Front Interno: o que devemos fazer. Do que devemos abrir mão para ganhar a luta.*

Aquela era uma guerra total, de acordo com o OWI. Por isso, todo cidadão tinha deveres a serem cumpridos, para que a unidade funcionasse. O *Government Information Manual* dá exemplos de como os filmes poderiam conscientizar e incentivar seu público: ser voluntário em organizações como a Cruz Vermelha, colaborar para o controle da inflação comprando apenas o necessário e racionando – o que seria uma forma democrática de garantir que todos teriam sua parte na divisão⁹⁰ – comprar bônus de guerra e manter seus impostos em dia (e, quando possível, pagar adiantado). Deveria, ainda, estar sempre atento ao que ouve e diz, evitando espalhar rumores e boatos que poderiam levar à descrença das Forças Armadas. Às mulheres, cabia ainda o dever de manter sua família sempre saudável para o caso de marido, filhos, pais ou irmãos serem convocados. Além disso, elas deveriam ser apresentadas nos filmes de maneira proativa, vestindo uniformes das Forças Armadas ou assumindo postos de serviços anteriormente ocupados por homens.

Assim, os filmes deveriam mostrar todos se sacrificando de bom grado pela guerra, transmitindo uma mensagem de união. Unidade deveria ser a palavra-chave que comandaria a sociedade civil nos esforços de guerra. Toda contribuição era vital e necessária na “perpetuação da paz e na consolidação de uma sociedade de homens livres⁹¹”. O trabalhador precisava entender que, em caso de derrota, todos sofreriam, pois iriam perder tudo – direitos, liberdades, a própria comunidade.

⁸⁹ Idem.

⁹⁰ OFFICE OF WAR INFORMATION, Bureau of Motion Pictures. “Section V”. *Government information manual for the motion picture industry*. R. G. 208, Caixa 15. NARAI. s/p.

⁹¹ Idem.

6) *As Forças de Combate: o trabalho dos soldados no front.*

A guerra era um acontecimento trágico e mortal. Por isso, os filmes não deveriam explorar a dor e a angústia da violência, ultrapassando o melodrama, porém dramatizando de maneira que tornasse vívido para cada cidadão os horrores do conflito. Hollywood, nesse sentido, era especialista em apresentar essas situações de maneira otimista e alegre. Mas era preciso lembrar que guerra também era sinônimo de morte e não seria justo dar aos homens em combate ilusões sobre a gravidade da situação que enfrentavam.

Segundo o *Government Information Manual*, milhares de soldados assistiam às produções nos locais em que estavam servindo, transformando-se na audiência mais crítica. Para isso, os filmes deveriam ser realistas e demonstrar o aspecto mais democrático do exército, zelando pelo bem-estar, saúde e moral dos combatentes. Os sacrifícios individuais de soldados e marinheiros deveriam ser exaltados como exemplo para a audiência (interna ou nos campos de treinamento) se inspirar. Bandeiras flamulando, apesar de serem um ótimo fundo de cena, não seriam suficientes para representar a “herança de uma nação sobre a devoção dos homens que sempre tem estado, e estão hoje, dispostos a morrer por seu país”.⁹²

Era preciso sim glorificar o soldado estadunidense, mas o documento faz uma ressalva para que os estúdios não esquecessem de que a guerra era um momento de união. Por isso, era importante apresentar também situações em que unidades navais e tropas dos EUA estivessem sob ordens de Aliados e vice-versa. Além disso, havia um apelo para que os filmes não se esquecessem de abordar unidades menos glamorosas, como infantarias, os responsáveis pelo suprimento, a marinha mercante e os médicos.

Por fim, o *Government Information Manual* pedia que Hollywood investisse nas produções que apresentam a mulher no exército para além de suas belezas. Segundo o documento, eram elas as responsáveis por liberarem os homens para o combate ao assumirem atividades fora do campo de batalha.

⁹² OFFICE OF WAR INFORMATION, Bureau of Motion Pictures. “Section VI”. *Government information Manual for the motion picture industry*. R. G. 208, Caixa 15. NARAI. s/p.

1.5 – Os problemas de atuação do *Bureau of Motion Pictures*

Como visto, os longas e curtas metragens hollywoodianos procuravam construir a imagem dos EUA como “púlpito da liberdade”, e sua noção de democracia como a única saída frente ao terror nazista que assolava o mundo durante a II Guerra Mundial. O *Government Information Manual* proposto pelo BMP procurava orientar e inserir conteúdo nos filmes, ainda que não fosse uma obrigação dos estúdios segui-lo. Além disso, por ser menos rigoroso que o *Production Code Administration*, os dois códigos pouco conflitavam. Ambos tinham propostas diferentes, apesar de proporem reflexões aos produtores sobre o conteúdo dos filmes. Ainda que dividissem certa visão conservadora na forma como colocavam a legitimidade e justiça da sociedade e política estadunidenses, as condutas do OWI pretendiam exaltar o posicionamento político, enquanto o PCA procurava minimizá-los.

93

O manual acabou sendo bastante aceito pelos estúdios que tinham tendência mais liberal e progressista, como a Warner Bros. Apesar disso, o conjunto de indicações encontrou bastante resistência e críticas, inclusive por parte dos membros do Partido Comunista. A interpretação proposta pelo *Office of War Information* sobre os Estados Unidos, sua sociedade e os Aliados era bastante problemática. Como vimos, a ideia de democracia apresentada no manual pouco servia para a maioria dos países das Nações Unidas e a elasticidade desse conceito utilizado no documento acabou gerando mais questões do que explicações para os estúdios.

Além de orientar a propaganda, o *Bureau* tinha como missão tentar evitar o desinteresse do público. Pesquisas realizadas pelo BMP no verão de 1942 mostravam que havia uma saturação de filmes de espionagem que, além de se tornarem cansativos e passarem mensagens estereotipadas dos inimigos, pouco ajudavam nos esforços de guerra, já que espalhavam na população um sentimento de pânico e neurose sobre ataques-surpresa. Ademais, os dados apontavam que 21% dos filmes em produção tinham a guerra como temática principal ou secundária. Desses, 20% eram sobre os inimigos e 40% sobre as Forças Armadas. Nenhuma produção fazia qualquer menção às Nações Unidas ou à América Latina.

⁹⁴ A pressão do escritório por “menos e melhores filmes” deu certo e entre o verão de 1942 e 1943 houve uma queda considerável nos filmes de espionagem e destaque para os Aliados, como em *China* (Paramount, 1943) e *Saludo Amigos* (Walt Disney, 1943).

⁹³ BLACK, Gregory D.; KOPPEL, Clayton R. *Op. cit.*, p. 69.

⁹⁴ MYERS, James M. *Op. cit.*, p. 78.

A meta da BMP era conseguir um equilíbrio das produções sem perder os valores que motivariam a vitória sem exaurir o público. Para tanto, foram feitas inúmeras reuniões com os estúdios e Poynter ou Mellett sobre como os filmes poderiam incorporar melhor os temas propostos no *Government Information Manual*. A partir disso, o BMP desenvolveu um programa de metas curtas para que as produções atendessem a demanda de Hollywood e do governo.

Nas reuniões, Poynter procurava pontuar sempre que o *Bureau* ou o *Office* não tinham qualquer poder de censurar a indústria fílmica.⁹⁵ Ao contrário, o escritório tinha como missão prover as indústrias com informações e sugestões sobre como ajudar na guerra, atuar como ponto de coordenação entre estúdios e governo e fornecer orientações sobre os aspectos *domésticos* das produções. Poynter notou, ainda, que havia maior eficiência das produções quando as análises dos roteiros eram feitas a partir do seu envio prévio. No setor de análise da filial do *Bureau*, em Los Angeles, eram elaboradas sugestões por avaliadores experientes, que indicavam materiais e livros para que fossem corrigidas informações incorretas, comentários sobre caracterização ruim de Aliados e inimigos, fatos sobre a guerra e oportunidades de esclarecimento não utilizadas pelos estúdios. Segundo as instruções de Mellett, os estúdios não eram obrigados a acatar as recomendações.⁹⁶ Logo em seu primeiro ano de funcionamento, mesmo que não obrigados legalmente, a maioria dos estúdios submeteu seus roteiros para avaliação, com exceção da Paramount, que apresentou maior resistência, enviando apenas pequenas descrições e resumos dos filmes.

O setor de análise produzia, ainda, relatórios mensais que compilavam todos os assuntos recebidos para repassar aos estúdios quais as lacunas deixadas pelos filmes em produção ou lançamento; ou quais os temas de guerra que precisavam de maior tempo de tela. Esses relatórios tentavam mostrar a falta de descrição dos problemas cotidianos dos civis, além de ignorar os problemas que futuramente seriam enfrentados no pós-guerra. Um questionário desenvolvido pelo BPM entre março e setembro de 1942, apontava que Hollywood tinha feito grandes progressos em promover esclarecimento sobre a guerra para a população, mas

⁹⁵ Para acalmar a indústria, todas as publicações e reuniões do OWI que envolvessem Hollywood procuravam ressaltar a não intenção de interferir na produção dos filmes, sob o argumento de que os estúdios já tinham mecanismos próprios de censura, como o *Production Code* e alguns comitês de algumas cidades que decidiam sobre a exibição de certos filmes, com exceção dos filmes que lidassem com conteúdo técnico ou assuntos militares que pudessem dar algum tipo de vantagem para os inimigos e das produções que fossem lançadas no exterior, em países aliados. *In: OFFICE OF WAR INFORMATION. American Handbook. Washington D.C.: Public Affairs Press, 1945. p. 466.*

⁹⁶ Correspondência entre Lowell Mellett e George Bagnall, da United Artists Producers. 9 de dezembro de 1942. R.G. 208, caixa 1431. NARA II.

deixava claro que existia uma grande diferença entre o que o público ansiava ver na tela e o que o governo colocava como prioridade.⁹⁷ Entre o público e, principalmente, soldados, havia a preferência por filmes “escapistas”, comédias ou musicais, que propiciassem algum momento de lazer durante a tensão vivida no cotidiano.

Já no fim de 1942 os estúdios demonstraram boa vontade de reescrever, editar e até refilmar “cenas ofensivas”. No entanto, posicionamentos de Mellett sobre algumas questões da indústria, como sua defesa pelo fim das exibições duplas, e as constantes desavenças entre o *Bureau*, o *Office of Censorship* e o diretor do braço estrangeiro do OWI, Ulric Bell⁹⁸, levaram a indústria fílmica a desconfiar das reais pretensões do governo. Na verdade, como as funções do BMP e de Mellett não estavam plenamente claras, havia o medo de que ele pudesse estender seus poderes políticos para dentro de Hollywood e, assim, interferir nas produções.

Percebendo as tensões internas do governo e a liberdade dada por Lowell Mellett para os produtores decidirem o que era melhor para seus filmes, os estúdios por diversas vezes passaram a ignorar a presença do BMP como interlocutor. Filmes que necessitavam da autorização de outros departamentos, como o de Guerra (para os que tinham conteúdo militar) ou o de Estado (para garantir que as películas não reproduzissem imagens distorcidas do *American Way of Life*, especialmente para produções distribuídas para aliados, como a América Latina), pulavam a agência de Mellett e iam diretamente conseguir autorização nos demais órgãos.

Além disso, a sobreposição de funções dos escritórios doméstico e externo era mais um fator que levava os estúdios à descrença nas orientações. Enquanto Mellett e Poynter calcavam as políticas do BMP no voluntarismo e no diálogo, evitando exigir alguma coisa dos produtores, Bell queria que o BMP fosse mais rígido com os roteiros e obrigasse que cortes e edições fossem feitos. Segundo Bell, a morosidade e o sistema de cooperação propostos pelo

⁹⁷ RANDLE, Robert B. Major. *A study of war time controversy imposed on the civilian Motion Pictures Industry with some reference to those affecting the army*. Masters Thesis, University of Southern California, 1950. p. 33-34.

⁹⁸ Na prática, a agência de Bell tinha as mesmas funções do *Bureau of Motion Pictures*, apenas voltando suas questões para os filmes que seriam distribuídos fora dos EUA. Como Mellett e sua equipe agiam como interlocutores entre Hollywood e os demais departamentos do governo, Bell era pouco consultado, o que levava a constantes trocas de acusações e tensões entre ele e Mellett para o diretor do *Office of War Information*, Elmer Davis.

braço doméstico levavam os estúdios a utilizarem meios alternativos para conseguirem as aprovações para seus filmes.⁹⁹

Ademais esses problemas, ainda havia uma notória indiferença de outras agências para com as políticas do BMP. Órgãos como o *Office of Censorship* e o Departamento de Estado acabavam influenciando nos roteiros dos filmes sem considerar as orientações propostas pelo *Government Information Manual*. Segundo o historiador James Myers, a principal dificuldade se encontrava na sobreposição das inúmeras agências, que não se comunicavam entre si satisfatoriamente. Isso proporcionava aos estúdios a possibilidade de obter autorizações de departamentos “superiores” antes de ter o roteiro analisado pelo *Bureau*. Por exemplo, se um filme fosse aprovado para ser exportado diretamente pelo *Office of Censorship*, dificilmente o produtor se incomodaria em enviar o roteiro para análise de Poynter ou em executar as sugestões propostas.¹⁰⁰

Diante desse cenário, Poynter, Mellett e Bell enviaram diversas sugestões de atuação do BMP para Davis. Uma delas propunha que cada um ficasse responsável por uma quantidade específica de estúdios para se relacionar diretamente (Poynter seria responsável pela Warner Bros., MGM e Paramount; seu assistente Warren Pierce pela Columbia e a 20th Century Fox e Bell seria o interlocutor da Universal, RKO – e, portanto, Walt Disney –, United Artists e produtores independentes). A intenção era reposicionar o *Bureau* e o ramo estrangeiro como mediadores das relações entre Hollywood e agências. A proposta de Bell – que foi apoiada por alguns estúdios, como a RKO – foi se colocar como único contato entre Hollywood e obrigar a análise dos roteiros, o que Poynter apontou como uma ideia que poderia ser interpretada pelos estúdios como censura. Para ele e Mellett, se a análise fosse obrigatória, haveria maior resistência dos estúdios em colaborar com os esforços de guerra. Assim, as tensões internas entre os dois escritórios afundaram as diversas tentativas.¹⁰¹

Além disso, os próprios estúdios se demonstravam descontentes com os custos das refilmagens. Em janeiro de 1943, o *Academy of Motion Pictures Arts and Science* se colocou contra o *Office of War Information* e as orientações do *Bureau of Motion Pictures*, afirmando que as constantes intervenções eram uma maneira do governo censurar as produções. Não obstante, a associação ainda acusou o BMP de tratar o público estadunidense como criança e

⁹⁹ Carta de Ulric Bell para Elmer Davis em 8 de março de 1943. R. G. 208, Caixa 1433F. NARAI

¹⁰⁰ MYERS, James M. *Op. cit.*, p. 100.

¹⁰¹ *Ibidem*, p. 102.

ser indiferente ao que ele gostaria de ver nos filmes ao ignorar o trabalho de roteiristas e demais pessoas experientes em Hollywood.¹⁰²

Em abril de 1943, Elmer Davis, seguindo uma sugestão de Ulric Bell para exigir a conferência do roteiro antes da pré-produção, deu uma ordem para que qualquer filme que fosse prejudicial à imagem dos EUA fosse impedido de circular fora do país. A situação criou grande desconforto entre os estúdios de cinema e Lowell Mellett, que sugeriu que os roteiros fossem enviados antes do início das produções e, ao final, o filme fosse reavaliado pelo BMP, sempre se baseando em sua política voluntarista.

A sugestão de Mellett, no entanto, foi interpretada como censura pelos produtores, que afirmavam que o governo pretendia ter controle total da indústria. No entendimento dos diretores de estúdio, recusar-se a seguir as indicações do BMP poderia ser visto pela população como uma afronta ao governo, ou um gesto não patriótico. Havia o temor, ainda, de que aqueles que não seguissem o *Government Information Manual* pudessem ter a matéria-prima necessária para a produção das películas (como o nitrato de celulose) negada ou reduzida, uma vez que o diretor do *Bureau* também era membro do *War Production Board*, que fazia a divisão dos suprimentos entre os estúdios.

Por mais que Mellett e Poynter se esforçassem em reuniões com os estúdios para esclarecer o mal-entendido e garantir que os filmes fossem feitos sem consulta ou autorização de liberação, a falta de comunicação e interação entre as agências causou ainda mais ruído. O *Office of Censorship* piorou o mal-estar ao começar a banir filmes que mostravam racionamento, problemas econômicos ou qualquer assunto que pudesse levar as audiências estrangeiras a crer que, para os Estados Unidos, aquela seria uma guerra de longa duração.¹⁰³

Mellett perdeu totalmente sua credibilidade em Hollywood quando o presidente Roosevelt exigiu que a série de Frank Capra *Why we fight*, que originalmente era voltada apenas para militares, fosse exibida ao público civil. Essa ideia também foi apoiada por Davis e pelo *War Activities Committee*. Para Hollywood, esta tinha sido uma traição do diretor do BMP, que havia prometido que as produções do governo não iriam competir com os filmes nos cinemas. De fato, o primeiro episódio da série (*Prelude to war*) fez tanto sucesso que ganhou o Oscar de melhor documentário em 1942.¹⁰⁴

¹⁰² *Ibidem*, p. 156.

¹⁰³ *Ibidem*, p. 162-163.

¹⁰⁴ Em 1942, quatro curtas foram agraciados com o Oscar de melhor documentário (hoje conhecido como documentário de curta metragem): *Prelude to War*, produzido pelo United States Army Special Services, *Moscow Strikes Back*, da Artkino, *The Battle of Midway* do United States Navy e *Kokoda Front Line!*, parceria

O fim do *Bureau* foi decretado em junho de 1943. O Congresso investigou e questionou o OWI com relação a seus gastos de dinheiro público e reduziu o orçamento da agência. Além disso, durante a investigação, o Congresso concluiu que ter uma sessão doméstica para análise de roteiros de filmes (e outra externa) era uma maneira de controle e censura da indústria fílmica. Além disso, agravando a situação, tais agências não atuavam em conjunto com o *Office of Censorship*, e seus diretores constantemente entravam em conflito de opiniões. Davis apelou para o senado, procurando ressaltar o caráter voluntarista do sistema, mas, mesmo com o apoio de alguns setores e estúdios de Hollywood contra o encerramento do ramo doméstico, o *Bureau of Motion Pictures* acabou sendo encerrado, junto com outras subdivisões, em julho de 1943¹⁰⁵.

Desta forma, nesse jogo de forças entre estúdios e governo, as animações foram muito utilizadas para os mais diversos fins. Ainda que as preocupações que orientavam as grandes produções de Hollywood nem sempre aparecessem nos desenhos conforme o *Bureau of Motion Pictures* esperava, o amplo uso de estereótipos e a busca pelo humor que agradasse todas as idades continuaram causando mal-estar entre o *Bureau* e os estúdios.

entre a Australian News e o Information Bureau. Em todos os casos, os prêmios foram concedidos pela relevância artística, histórica e informativa dos curtas ou, no caso de *Kokoda Front Line!* e *Moscow Strikes Back*, por mostrar a “bravura” dos australianos e o “heroísmo” dos russos em batalha. Informações disponíveis em: Academy Awards Database < http://awardsdatabase.oscars.org/ampas_awards/DisplayMain.jsp?curTime=950792194710>, acessadas em 10/11/2015.

¹⁰⁵ Memorando de Elmer Davis para os chefes de ramos e escritórios, em 1 de julho de 1943. In: CULBERT, David H. (org). *Information Control and Propaganda: Records of the Office of War Information* - pt. 1. The Director's central files, 1942-1945. Biblioteca Herman B. Wells, microfilme.

Capítulo II – Humanos, patos, galinhas, coelhos e porcos nos fronts: a mobilização para a guerra pelas animações

2.1 – Animações antes e durante a guerra: patos e galinhas se preparam para o combate

Durante a guerra, as animações deixaram de ser simples atrações na programação do cinema que buscavam promover o puro entretenimento para encarnar figuras e alegorias que estavam em consonância com o contexto político da época. Em outras palavras, estúdios e governos se valeram das animações para alertar ou sensibilizar suas populações a respeito dos lados envolvidos no conflito. De acordo com Sébastien Denis, o poder do cinema de animação reside justamente na sua potencialidade de caricaturar o inimigo de forma extrema. Por meio dele, é possível “ensinar os espectadores a odiá-lo, utilizando-se todas as ferramentas tradicionais da comédia próprias do desenho animado. Em tempo de paz ou de guerra latente, as ideologias confrontaram-se”.¹⁰⁶

Ao redor do mundo, o uso da animação para veiculação de propaganda e ideologias era, também, bastante comum. Na URSS, a animação foi um dos meios de comunicação utilizados para denunciar o mundo capitalista, como nas animações *Black and White* (Ivan Ivanov-Vano, 1932) e *Novii Gulliver* [O novo Gulliver] (Aleksandr Ptuchko, 1935). O cinema soviético de animação deveria transmitir às crianças o mesmo discurso que os filmes do realismo socialista, ainda que seu uso fosse voltado para divertimento e educação popular das crianças. Por tal importância, houve um vertiginoso aumento da produção logo nos primeiros anos pós-revolução (de três filmes em 1923 para vinte e sete em 1928).¹⁰⁷ Já na Alemanha, em 1933, a arte abstrata foi proibida por ter sido considerada degenerada, acarretando no quase desaparecimento da animação experimental. Isso deu lugar a um desenho animado mais simples em roteiro e técnica, que tentava copiar a estética de Walt Disney. Essas animações buscavam o entretenimento e exaltavam a ideologia nazista, “ao mesmo tempo que destilavam os temas folclóricos muito valorizados pelo regime para enaltecer uma alma alemã, um povo por trás do *Führer*”.¹⁰⁸ Animações como *Vom Bäumlein, das andere Blätter hat gewollt* [Sobre a arvorezinha que desejava ter outras folhas] (Heinz Tischmeyer, 1940), no qual uma das folhas da árvore de ouro é furtada por um judeu, reforçavam o preconceito e o ódio contra

¹⁰⁶ DENIS, Sébastien. *O cinema de animação*. Lisboa: Texto & Grafia, 2010. p. 108.

¹⁰⁷ *Ibidem*, p. 110.

¹⁰⁸ *Ibidem*, p. 111.

essa parcela da população alemã. Mesmo com um grande financiamento do partido nazista, que foi importante para a indústria de animação alemã, a qualidade dos filmes ainda permaneceu quase primitiva, melhorando com a absorção de técnicas e animadores holandeses e tchecos na produção de novos curtas-metragens durante a ocupação nazista nesses territórios.¹⁰⁹

No Japão, a animação era menos ancorada na estética Disney até o final do conflito mundial. A primeira produção japonesa data de 1916, com grande evolução da técnica nos anos 1920. Na década seguinte, a animação se especializou em propagar o espírito nacionalista da época, motivado principalmente pela anexação da Manchúria em 1931 e a guerra com a China em 1937. Durante a II Guerra, o principal alvo de ataque foram os Estados Unidos, representado por Mickey Mouse como inimigo do povo japonês. Até o final do confronto, os desenhos militaristas de Momotaro, como *Momotarō no Umiwashi* [As águias marinhas de Momotaro] (Mitsuyo Seo, 1943) e *Momotarō: Umi no Shinpei* [Momotaro: os divinos guerreiros do mar] (Mitsuyo Seo, 1945) procuravam valorizar o patriotismo e as vitórias da personagem principal simbolizavam uma possível conquista japonesa sobre o Ocidente. Após a guerra, a estética Disney tornou-se majoritária, e as técnicas anteriores tradicionais “eram utilizadas para desenvolver um imaginário estritamente oriental”.¹¹⁰ Nesse mesmo período, a China produziu animações anti-japonesas, principalmente pelos Irmãos Wan (como *A dança do Camelo*, 1935, e *Princess Iron Fan*, primeiro longa-metragem de animação, em 1941).¹¹¹

Nos Estados Unidos, desde a I Guerra Mundial, as produções cinematográficas foram utilizadas para veiculação de discursos propagandísticos. Nos anos 1930, período de recessão devido à crise econômica, os filmes procuraram disseminar na população a confiança e otimismo na recuperação econômica do país. Exemplos dessa empreitada são *O galante Mr. Deeds*, de Frank Capra e uma das primeiras produções da Walt Disney, *Os três porquinhos*, na qual o Lobo Mau representava, simbolicamente, a depressão e, segundo certa interpretação, sua conhecida música tema “quem tem medo do lobo mau?” procurava rechaçar o medo e a desesperança coletiva.¹¹² Durante a II Guerra, como vimos, todos os estúdios estavam mobilizados para construir e consolidar uma imagem positiva do país. As animações,

¹⁰⁹ Idem.

¹¹⁰ Idem.

¹¹¹ *Ibidem*, p. 112.

¹¹² LEITE, Sidney Ferreira. “A guerra nas telas do cinema: a experiência de Hollywood”. *Líbero*, São Paulo, ano VI, vol 8, nº 11, 2004.

deste modo, estavam em consonância com essas produções comerciais, técnicas (geralmente voltadas para as Forças Armadas, produzidas pelos estúdios Walt Disney) e informativas para civis e soldados, com as séries da Warner Bros. para o exército (*Private Snafu*) e para marinha (*Mr. Hook*).

Nesse sentido, o *Government Information Manual for the Motion Picture Industry* procurava atribuir aos desenhos e filmes uma série de princípios fundamentais que tentavam nortear as produções do período, como a ênfase no heroísmo e na bravura dos soldados Aliados (em especial, os estadunidenses). Também incentivava a identificação de locais para entendimento do espectador, apresentar as dificuldades da guerra com otimismo, ressaltar o espírito de comunidade e união do país e explicar a natureza dos inimigos. Como veremos a seguir, as orientações voltadas ao reforço do patriotismo foram seguidas à risca, embora o mesmo não possa ser dito sobre a caracterização dos inimigos, minorias e até mesmo Aliados.



Figura 1 - Pernalonga vestido de marinheiro em *Super Rabbit* (1943)

As diversas produções dos Estúdios Warner Bros. ou de Walt Disney procuravam exaltar a imagem do soldado estadunidense como o herói que se sacrifica em prol da nação para levar a paz e a democracia pelo mundo, lutando contra o perigo dos regimes fascistas europeus. Pernalonga,¹¹³ famoso coelho da divisão de animação do estúdio, apareceu várias vezes vestido de militar ou exaltando o exército e a marinha dos Estados Unidos. Por outro lado, havia uma tendência de ridicularizar os inimigos ou caracterizá-los como monstros assustadores e



Figura 2 - Símbolos nazistas em *Der Fuehrer's Face* (1943)

¹¹³ Sempre que possível, o nome das personagens será mantido em português, para facilitar o entendimento do leitor.

cruéis, verdadeiros pesadelos – como no curta *Der fuehrer's face*, em que o Pato Donald sonha que é um morador da cidade de “Nazilândia”, uma clara alusão à Alemanha Nazista, mas que, após sofrer terríveis torturas no cotidiano da cidade, acorda com um susto e percebe que estava sonhando, sentindo-se aliviado por viver na democracia estadunidense. É importante ressaltar a ambiguidade presente neste desenho, pois, ainda que o objetivo da animação fosse criticar o governo alemão do período, ele acaba colocando em primeiro plano muitos símbolos e práticas nazistas. Assim, podemos dizer que, por mais que o desenho pretendesse ridicularizar os inimigos, existiam tensões que perturbavam esse objetivo, como o encantamento e a graça produzidos por certas representações ou “climas” construídos pela animação. Outros exemplos são as diversas animações¹¹⁴ que apostam em cenas com marchas inimigas, mas se valem de trilhas sonoras que carregam o sentimento épico do momento, supervalorizando a ação.

Muitas das animações com cunho motivacional ou propagandístico foram agraciadas com o Oscar de melhor curta de animação. Já em 1933, *Os três porquinhos* foi o vencedor daquele ano e, em 1942, *Der Furhrer's face*. Há, ainda, em 1938, o curta *Ferdinando, o Touro*,¹¹⁵ dos estúdios Walt Disney, que continha uma mensagem pacifista (enquanto o conflito mundial eclodia na Europa) e isolacionista, visto que Disney se opunha à participação dos Estados Unidos no conflito. Em 1944, houve também *The Yankee Doodle Mouse*,¹¹⁶ único curta da dupla *Tom & Jerry* a ter a II Guerra Mundial como temática, com roteiro de Joseph Barbera e William Hanna pelo estúdio Metro-Goldwyn-Mayer, ambos também premiados com a honraria do cinema.¹¹⁷

¹¹⁴ Podemos citar como exemplo *The Ducktators* (Warner Bros., 1942), *Education for Death* (Walt Disney, 1943) e *Seein' Red, White 'n' Blue* (Paramount, 1943).

¹¹⁵ O desenho conta a história de Ferdinando, um touro que gostava de viver pacificamente e tinha como hobby cheirar flores. Diferentemente de seus irmãos e amigos, ele passava o dia deitado embaixo de uma árvore. Certa vez, um grupo de homens sai à procura do touro mais forte e rápido para lutar contra um toureiro. Sem querer, Ferdinando acaba sentando-se em uma abelha, que o ferroa e o faz pular e gritar sem controle, levando o grupo a acreditar que aquele seria o animal ideal. No grande dia, o touro se recusa a lutar, acabando deitado no meio da arena, cheirando um buquê de flores e lambendo o toureiro que tinha uma tatuagem de margaridas no peito. Diante do “fiasco”, Ferdinando é arrastado para fora da arena e retorna à sombra da sua árvore, feliz ao redor de suas flores.

¹¹⁶ No curta, a famosa perseguição de Tom pelo ratinho Jerry faz analogias à guerra. O ratinho se esconde em um abrigo “anti-gatos” e ataca Tom com tomates, “granadas de galinha” (ou seja, os ovos) e rolhas de espumante. O tenente Jerry envia um comunicado para o Quartel General Rato, divisão Queijo, informando que sua localização estava sitiada por gatos. Após “afundar” Tom (que navegava em uma panela dentro de um taque) atirando tijolos e uma guerra de explosivos, Jerry ganha a batalha, mandando Tom para o céu amarrado em um foguete de fogos de artifícios que formam a bandeira dos Estados Unidos quando explodem. Finalmente, em um segundo comunicado, o Tenente informa o sucesso da operação e provoca: “Mandem mais gatos!”.

¹¹⁷ Informações acessadas em < <http://www.oscars.org/awardsdatabase/>>, acessado em: 14de agosto de 2014.

Para entendermos melhor a importância dos desenhos animados nesse período, vamos recuar no tempo para explicar de que maneira divisões e estúdios de animações ganharam importância em Hollywood, consolidando nomes de diretores e animadores.

Um pouco diferente dos *Big Eight*, os desenhos animados demoraram a serem reconhecidos pelos grandes estúdios, que passaram a investir mais nas pequenas divisões e produtoras conforme a popularidade das animações crescia entre o público, principalmente com a introdução do som.¹¹⁸ Essa transição para o som forçou uma readaptação de técnicas e roteiros dos animadores, como o caso de Walt Disney e Max Fleisher, pioneiros da indústria. Por esse motivo, é comum ouvirmos falar tanto de alguns nomes específicos, divisões ou pequenas produtoras que depois foram incorporadas.¹¹⁹ Os principais nomes dessa indústria eram: Leon Schlesinger (*Leon Schlesinger Studios*), Max Fleischer (*Fleischer Studios*), Paul Terry (*Terrytoons*), Walter Lantz (*Walter Lantz Studios*, que fornecia para a Universal) e Walt Disney.

Inicialmente, a MGM trabalhou com os produtores Hugh Harman e Rudy Ising, mas seus trabalhos foram ofuscados por Tex Avery e a equipe comandada por Joe Barbera e Bill



Figura 3 - Droopy (esq.) e Urso Barney (dir.)

Hanna, que criaram personagens como Droopy (ou Mingau, no Brasil), Urso Barney e a dupla Tom & Jerry, que acabaram assumindo o comando da divisão de animação. Já a Columbia Studios, por muito tempo ficou apenas distribuindo as animações de diversas produtoras independentes (como os primeiros desenhos de Walt Disney – antes de fundar seu próprio estúdio –

e do produtor Charles Mintz) até 1939, quando formou a *Screen Gems*, supervisionado por Frank Tashlin, Dave Fleischer, Paul Worth e Ray Katz.

Dos citados acima, pode-se dizer que o pioneiro da indústria era Max Fleischer, atuando desde antes da década de 1920 no mundo das animações e que já havia colaborado na I Guerra produzindo filmes técnicos.¹²⁰ Junto com seu irmão, Dave, criou diversos personagens famosos, como Betty Boop e o palhaço Koko. Com uma manobra judicial, a Paramount, estúdio que distribuía as produções dos Fleischer, obrigou os irmãos a fecharem o *Fleischer*

¹¹⁸ SOLOMON, Charles. *Enchanted drawings: the history of animation*. New York: Knopf, 1989. p. 116.

¹¹⁹ *Ibidem*, p. 73.

¹²⁰ MALTIN, Leonard. *Of mice and magic: a history of American animated cartoons*. New York: McGraw-Hill, 1980. p. 86.

Studios, absorvendo as criações existentes, incluindo personagens como Popeye, Superman e, posteriormente, Luluzinha.¹²¹

Leon Schlesinger não era nem desenhista, tão pouco animador, mas entrou no ramo da animação como investidor, contando com apoio financeiro de banqueiros durante a década de 1930. Com o dinheiro, fundou o *Leon Schlesinger Studios* e fez um acordo com a Warner Bros. para lançamento e distribuição de suas produções e, por 14 anos, Schlesinger gerenciou e supervisionou a criação das séries *Looney Tunes* e *Merrie Melodies*¹²², que contou com a direção de grandes nomes da indústria hollywoodiana. A liberdade criativa de produção e financeira dada por ele aos seus funcionários, somados ao contrato estabelecido com a Warner, possibilitou que sua divisão de animação fosse uma das mais produtivas durante o período do conflito¹²³ e mesmo depois, com seus personagens tornando-se um grande sucesso de público.¹²⁴ Com o término da guerra, Schlesinger vendeu o estúdio à Warner e se aposentou.

Walter Lantz, famoso criador de Pica-Pau e Panda Andy, também foi outro veterano da área, atuando com desenhos desde 1916. Em 1930, ele foi convidado para dirigir o departamento de animações da Universal, conhecido como *Walter Lantz Studios*, por onde lançou seus curtas até a década de 1970, quando se aposentou.¹²⁵



Figura 4 - Panda Andy

¹²¹ *Ibidem*, p 90.

¹²² As séries coexistiram entre 1930 e 1969. Originalmente, a série *Merrie Melodies* foi criada para apresentar curtas-metragens musicais em concorrência com a série *Silly Symphonies* de Walt Disney. Gradualmente, as personagens de *Merrie Melodies* e *Looney Tunes* começaram a fazer aparições em ambos e a diferença ficou restrita à música de abertura de cada uma. In: PUTTERMAN, Barry. “A Short Critical History of Warner Bros. Cartoons”. In: SANDLER, Kevin S. *Reading the rabbit: explorations in Warner Bros. animation*. New Brunswick: Rutgers University Press, 1998. p. 35-36.

¹²³ SHULL, Michael; WILT, David. *Doing their bit: Wartime American animated short films (1939-1945)*. Jefferson, London: McFarland & Company, Inc. Publishers, 2004. p.5.

¹²⁴ Ao final da guerra, os personagens da Warner Bros., principalmente Pernalonga e Patolino, superaram a então hegemonia de Walt Disney na preferência do público. Segundo Bob Clampett, animador e diretor da Warner, “Pernalonga era mais popular e causou mais comoção nos esforços de guerra que Pato Donald”. Isso pode ser observado nos mais diversos batalhões e esquadrões no qual o coelho se tornou a mascote símbolo e no fato de que Pernalonga terminou a guerra sendo Sargento Mestre honorário da Marinha. Essas informações estão disponíveis no site <http://looneytunes.wikia.com/wiki/Bugs_Bunny>, acessadas em 17 de junho de 2016. Sobre a fala de Bob Clampett, ver *Cartoons go to war*. Direção: Sharon K. Baker. Produção: Teleduction Associates, Inc. e A&E Network. Nova York, EUA: A&E Home Video, 1995, VHS.

¹²⁵ MALTIN, Leonard. *Op. cit.*, p. 184-187.



Figura 5 –
Cão Alonzo

Paul Terry era cartunista e desenhava a tirinha semanal do cachorro Alonzo para um jornal de San Francisco. Na década de 1910 se interessou por animação e, em 1917, fundou a *Paul Terry Productions*. Em parceria com Amadee J. Van Beuren, ele começou a lançar animações baseadas nas Fábulas de Esopo. No final da década de 1920 a parceria acabou e ele vendeu seus estúdios para a *Educational Pictures*, que tinha um acordo de distribuição com a 20th Century Fox. Ele continuou como animador independente, até sua aposentadoria em 1955, quando vendeu seus personagens – incluindo seu mais famoso, Super Mouse – para o canal CBS. Seu estúdio continuou funcionando até 1968.



Figura 6 - Super Mouse

Nos anos 1920, Walt Disney entrou na *Pesmen-Rubin Art Studio*, onde conheceu Ubbe Iwerks, cartunista com quem, posteriormente, Walt Disney trabalharia no pequeno estúdio, o *Laugh-O-Grams Studio*, junto com seu irmão Roy, na cidade de Kansas. Naquele estúdio, Disney e Iwerks produziram seus primeiros curtas animados, ganhando muita popularidade, até que resolveram se mudar para a Califórnia, a fim de trabalhar em Hollywood¹²⁶. Lá



Figura 7 – Oswald, the
Lucky Rabbit

desenharam e venderam para *Universal Studios* um personagem chamado *Oswald, the Lucky Rabbit*, que rapidamente conquistou alta popularidade. Entretanto, com o sucesso de Oswald, a Universal retirou os direitos do coelho de Disney que, após esse acontecimento, procurou outra mascote para substituir sua personagem famosa. Foi nesse momento que Iwerks recuperou rascunhos que Disney havia feito de um ratinho (baseado no animalzinho de estimação que acompanhava o desenhista) da época em que trabalharam juntos na *Laugh-o-Grams*. Assim, surgiu *Mickey Mouse*, principal imagem da marca Walt Disney até hoje.¹²⁷

Em 1923, Walt Disney fundou o *Disney Brothers Cartoon Studio* (renomeado para *Walt Disney Productions* em 1929) e o estúdio começou a produzir suas primeiras animações. É à Disney que são atribuídas diversas técnicas de animação, como o *pencil test* (isto é, desenhar primeiro a sequência à lápis antes de produzi-la no acetato), a introdução do som nos desenhos, em 1928, o primeiro uso do *Technicolor*, em 1932, o uso de *storyboards* para o

¹²⁶ GABLER, Neal. *Walt Disney: o triunfo da imaginação americana*. Osasco: Novo Século, 2009, p. 75.

¹²⁷ *Ibidem*, p. 129.

planejamento dos desenhos e o *multi-plane camera*, quando se usa figuras e fundos desenhados em três superfícies distintas, o que causa maior sensação de profundidade no desenho. Foi, também, o desenhista quem colocou as animações no mesmo patamar e lógica de produção dos grandes estúdios de Hollywood, rivalizando criativa, técnica e economicamente com os demais¹²⁸. Seu sucesso permitiu que a “estética Disney” se consolidasse no imaginário comum, transformando o cinema de animação e a marca Walt Disney praticamente em sinônimos¹²⁹. Durante seus primeiros anos, incluindo o período da II Guerra Mundial, seus longas e curtas-metragens foram distribuídos pela RKO, até o encerramento do contrato em 1954.

Desta forma, entre 1939 e 1945, estima-se que mais de 500 curtas de animação tenham sido produzidos pelos estúdios de Hollywood, excluindo-se os filmes de treinamento militar e pedagógicos. Desses, 68% do total foi lançado no pico da produção (1943).¹³⁰ Apesar disso, antes da guerra, é possível perceber um posicionamento um tanto pacifista (e, às vezes, isolacionista) dos estúdios – como *Bosko, the Doughboy* (Warner Bros, 1932), *Peace Conference* (Columbia, 1935), *Music Land* (Walt Disney, 1935), *The Pups’s Christmas* (MGM, 1936), e o já comentado *Ferdinando, the bull* (Walt Disney, 1938) –, e alusões às tensões na Europa e referências explícitas às movimentações militares naquele continente – por exemplo, *Cubby’s World Flight* (Van Beuren, 1933), *I like mountain music* (Warner Bros, 1933), *Buddy’s theatre* (Warner Bros, 1935) e *What Price Porky* (Warner Bros, 1938), que contam com menções ou aparições de Hitler e/ou Mussolini.

¹²⁸ NOGUEIRA, Luís. *Manuais de cinema II: Géneros cinematográficos*. Covilhã: Livros LabCom, 2010. Disponível em <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/14>>, p. 59. Acessado em: 12 de setembro de 2015. p. 67.

¹²⁹ Idem.

¹³⁰ SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 2004. p.3.

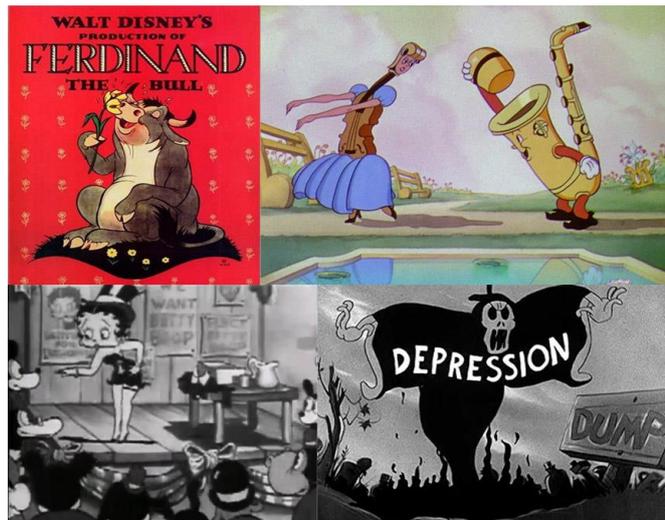


Figura 8 - Acima: *Ferdinando, o touro* (1938) e *Music Land* (1935). Abaixo: *Betty Boop for President* (1933) e *Confidence* (1933)

Isso não significa que a própria política interna tenha passado despercebida pelas animações: por exemplo, *Betty Boop for President* (Paramount, 1933), sobre as eleições americanas que elegeram Franklin Roosevelt um mês após o lançamento do curta; *Confidence* (Universal, 1933), curta em que o coelho Oswald precisa lidar com seus animais que sofrem os efeitos de uma entidade chamada *Old Man Depression*, que causa desânimo e desespero, além do caso já citado caso de *Three Little Pigs* (Walt Disney, 1933). Gradualmente, o conteúdo político presente foi aumentando nas animações, principalmente após o *Selective Service Act*, em 1940¹³¹. Vale ressaltar que a maioria dos desenhos citados como exemplos aqui ambientava suas histórias em pequenas fazendas ou galinheiros. Essa metáfora para a sociedade, como veremos, será amplamente utilizada ao longo da guerra.

É preciso frisar, antes de partir para a análise das fontes, que os desenhos do período não tinham como intenção atingir somente as crianças. Ao frequentar o cinema, o público geralmente acompanhava uma sequência que contava com um curta-metragem, um cinejornal, um curta de animação, lançamentos futuros e o filme principal. Assim, os desenhos, embora tivessem forte apelo entre o público infantil, utilizavam um humor estereotipado e generalizante, a fim de agradar a maior parte de sua audiência. Por esse motivo, apesar do conteúdo político, a lógica de entretenimento, informação e educação não funcionava, a

¹³¹ O *Selective Service Act* foi o primeiro alistamento militar em período de paz que selecionava homens entre 21 e 36 anos, os quais eram escolhidos por meio de sorteio para treinar por 12 meses. Com a entrada na guerra, todos os homens entre 18 e 45 anos deveriam se alistar.

princípio, para a produção dos desenhos (da mesma forma como era feito com os filmes) até a II Guerra Mundial. Segundo Michael Shull e David Wilt,

Os desenhos eram amplamente preocupados com as caretas de animais engraçados, eles eram produzidos (na maioria dos casos) com o propósito de fazer as audiências rirem ao invés de educar ou despertá-las para a ação. Os desenhos eram limitados com restrições de tempo e orçamento e a relativa variação de temas presente nos longas-metragens é ausente no mundo da animação, no qual a continuidade das séries e personagens é proeminente.¹³²

No entanto, como veremos, com a entrada dos EUA no conflito, ainda que as animações não tivessem inicialmente a intenção de serem totalmente pedagógicas, elas foram utilizadas para reafirmar mensagens e sentimentos patrióticos no público, incentivar a compra do bônus de guerra e alertar a população para questões como racionamento e a divulgação de boatos. Além disso, desenhos técnicos para as Forças Armadas foram muito utilizados por serem produções mais rápidas (com desenhos mais simples), baratas e didáticas do que realizar filmagens com atores, em cenários reais, com roteiros e diálogos bem escritos. Por meio do humor, geralmente exagerado, racista, machista e preconceituoso, os desenhos pretenderam construir uma caracterização dos Aliados e inimigos – em especial, o japonês –, incentivar o alistamento – com a glamorização da vida militar e a promessa de uma vida confortável, com mulheres bonitas como prêmio após o término da guerra – e reiterar estereótipos de gêneros.

Entre 1939 e 1945 é possível estabelecer certos padrões nos temas tratados pelas animações. Entre o último ano da década de 1930 e 1941, os desenhos que tocavam no assunto da guerra evitavam tomar partido, embora não fosse raro encontrar os que traziam uma mensagem pacifista, ainda que não necessariamente isolacionista. *Old Glory* (Warner Bros, 1939), por exemplo, curta lançado para comemorar a independência dos Estados Unidos, trocou a famosa fala de Paul Revere: “os ingleses estão chegando” para: “às armas!”, sugerindo uma luta contra a tirania, ainda que sem especificar qual.

Antes mesmo do ataque à Pearl Harbor, Roosevelt já vinha alterando aos poucos a produção civil para a defesa. Hollywood, que já tinha criado o *Motion Pictures Committee Cooperating for National Defense*, também criou o *War Activities Committee* imediatamente após a declaração de guerra. Esse comitê foi muito importante durante a guerra para coordenar, recolher fundos, maximizar a propaganda de guerra e, principalmente, por regular

¹³² SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 2004. p. 10.

as produções, junto com o Código Hays, e fazer pressão para evitar maiores intervenções do governo na indústria fílmica.

Os primeiros meses foram de grande tensão e união nacional, provocadas especialmente pela surpresa do ataque, mas também por um temor de um novo ataque. A agitação social se dava, de alguma maneira, pela incerteza sobre quanto tempo a guerra duraria, particularmente com a sequência de vitórias dos exércitos do Eixo. Nesse sentido, o *Government Information Manual* do *Bureau of Motion Pictures* procurava orientar os filmes (e animações) para que

ajudassem a população a se mobilizar. Assim, entre 1942 e 1943 é possível notar um aumento das referências militares e temas do cotidiano, como racionamento, defesa interna, escassez de combustível e alimentos.

Além disso, o repetido uso de símbolos e músicas para fomentar o sentimento patriótico foi amplo. Como exemplo, podemos citar o “V” de vitória, que foi bastante recorrente nas produções do período. Sua



Figura 9 - Cartaz de bônus de guerra

utilização foi tamanha que ele logo se esgotou em meados de 1943, sendo praticamente abolido daí ao final da guerra. O emprego de pôsteres e selos oficiais também foi grande, mas sua recorrência foi decaindo ao longo do primeiro ano de guerra, já que os animadores precisavam desenhar um a um, o que tomava muito tempo na produção.¹³³ Ademais, o público via constantemente essas imagens em seu dia-a-dia, como em supermercados e lojas, o que tornava cansativa a repetição no cinema.

O ano de 1943 é considerado o pico de produções de Hollywood por dois motivos: por ser o primeiro ano completo de participação no conflito dos Estados Unidos e, também, por ser um processo mais lento, já que as animações para cinema demoravam mais tempo para serem realizadas, uma vez que as imagens eram desenhadas uma a uma, ainda que seu custo fosse mais barato do que o de um curta ou longa-metragem com atores.

Nesse momento, é possível dizer que todos os estúdios de desenhos tinham sua produção voltada para a guerra. A Walt Disney, que em 1942 tinha produzido apenas quatro de um total de 19 curtas para o cinema comercial com temática relacionada à guerra

¹³³ *Ibidem*, p. 41.

(desconsiderando a produção militar e para serviços públicos), fechou 1943 com 11 desenhos, de um total de 13, sobre a guerra.¹³⁴

Apesar dos esforços do *Bureau of Motion Pictures*, este foi um ano em que a propaganda nos filmes se tornou mais racista, concentrando-se em estigmatizar uma raça ou grupo étnico. No caso das animações, o alvo preferido foi o povo japonês, ainda que, em nome do humor, sobravam piadas com negros, latino-americanos (em especial, mexicanos) e até mesmo judeus. Os apelos e críticas constantes de organizações que lutavam pelos Direitos Civis sobre a inferiorização de negros e asiáticos não pareciam ecoar nos curtas animados, ainda que esse cuidado nos longas-metragens com atores fosse maior. Acreditamos que isso se deve pela diferença da lógica de produção – os desenhos, por exigirem mais tempo de realização e terem roteiros mais constantes e difíceis de serem alterados, levavam seus produtores a valerem-se da política voluntarista de Lowell Mellett, ignorando as sugestões feitas pelo *Bureau of Motion Pictures*. Um exemplo para essa situação é a recorrente reclamação do setor de análise do BMP sobre os desenhos da Paramount de Popeye e Superman. Estas foram as primeiras animações claramente anti-japonesas que se ancoraram em estereótipos raciais e na caracterização das personagens como ratos como sanguinários e traiçoeiros. Philip T. Hartung, ao analisar o desenho estrelado por Popeye, *You're a Sap, Mr. Jap* (Paramount, 1942. 7 min. P&b. Dir.: Dan Gordon), diz que

Essa é uma propaganda pelo viés do absurdo. Ela apresenta os Japas (sic) como bobos enganadores que podem ser derrotados por um único homem. É claro que este é somente um desenho, mas eu acho que é ruim porque ri do inimigo de maneira a desacreditar seu perigo real¹³⁵

Em outra análise, de *The Eleventh Hour* (Paramount, 1942. 8 min. Color. Dir.: Dan Gordon), cujo personagem principal é o super-herói Superman, Hartung afirma:

Ainda que o filme seja só um desenho, parece-me que tem uma influência ruim. Os Japas (sic) não serão derrotados por um mítico Superman, mas pelos homens das Forças Unidas. Talvez o patriotismo do Superman deva ser elogiado, mas por enquanto nós não descobrimos nenhum Superman que podemos enviar para derrotar os Japas, e eles não serão derrotados por contos de fadas.¹³⁶

¹³⁴ *Ibidem*, p. 48 e 60. Os dados desconsideram, novamente, as produções para militares e os longas-metragens, como *Saludo Amigos* e *Victory through Air Power*.

¹³⁵ Análise de *You're a Sap, Mr. Jap* por Philip T. Hartung, em 21 de outubro de 1942. *Office of War Information Files*, Shorts. Caixa Y-Z-1294, arquivo, S-142. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

¹³⁶ Análise de *The Eleventh Hour* por Philip T. Hartung, em 10 de dezembro de 1942. *Office of War Information Files*, Shorts. Caixa D-E-1278, arquivo, S-241. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

Como podemos ver, as críticas são bastante parecidas em ambos: vendem uma imagem subestimada do inimigo, que aparenta ser bobo e fraco, facilmente derrotado por um homem, seja ele um super-herói ou marinheiro dotado de uma extraordinária força. Há, ainda, um problema maior que o não cumprimento das orientações do *Bureau*: no caso do desenho do Popeye, seu lançamento para os cinemas aconteceu em 7 de agosto de 1942, enquanto sua avaliação só pôde ser feita em 21 de outubro. O mesmo aconteceu com o curta de Superman, cuja exibição começou em 20 de novembro, mas sua verificação só se deu em 10 de dezembro. Havia, assim, uma demora entre o lançamento e o envio da animação (isso quando era enviada) já pronta para que o *Bureau* pudesse promover qualquer comentário a respeito. Mesmo assim, as sugestões pouco parecem ter sido incorporadas nos desenhos posteriores, visto que esse problema de averiguação é recorrente na maioria das fontes coletadas na Biblioteca do Congresso, em Washington, D. C.

Em geral, em meados de 1943, a temática ultrapatriótica foi decaindo aos poucos nos desenhos, o que abriu mais espaço para o racismo contra o inimigo e o *home front*; o que, claro, não significa o desaparecimento completo da primeira. Segundo Wilt e Shull, após um ano de guerra, o público já tinha entendido a importância da mobilização e estava “acostumado ao cotidiano da guerra”.¹³⁷ Isso possibilitou algumas animações que ironizavam ou faziam piadas de situações enfrentadas, como o racionamento de combustível e os constantes apagões. A guerra nas telas, assim, tornou-se também um alívio cômico, contrariando em muito as orientações dadas pelo governo, que naquele momento já tinha atualizado o *Government Information Manual for the Motion Picture Industry* pela terceira vez. Para os estúdios, já “não havia mais a necessidade de educar a população”.¹³⁸

Nesse sentido, apenas Walt Disney continuou investindo no modelo de propaganda-entretenimento. Disney tinha uma vantagem perante outros industriais: além de ser contratado por diversos departamentos do governo para produzir, ele era o dono de seu próprio estúdio, o que facilitava muito a realização das animações, já que ele não precisava da aprovação de nenhum executivo ou investidor. Não é possível afirmar que apenas Disney tenha dominado a lógica do mercado cultural da época, mas sua escolha como embaixador da Política de Boa Vizinhança pelo governo Roosevelt lhe rendeu algumas vantagens. Por exemplo, uma das orientações do *Office of Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), dirigido por Nelson Rockefeller, era de que filmes de terror não fossem exportados, principalmente para a

¹³⁶ SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 2004. p. 57

¹³⁸ Idem.

América Latina. A justificativa era que tais filmes haviam sido feitos para intimidar e, por isso, seria melhor as produções que manifestassem impressões favoráveis dos EUA, como *Abraham Lincoln* (United Artists, 1930) e *Edison, the man* (MGM, 1940). Assim, com o apoio do governo, em 1941, Disney foi escolhido como o grande representante da cultura estadunidense. Essa escolha chegou a salvar o estúdio de uma grave crise financeira e contribuiu para que Disney não se envolvesse diretamente na greve feita por sua equipe de animadores naquele mesmo ano, que paralisaram seus serviços reivindicando melhores salários. Para se manter afastado da confusão, Roy Disney sugeriu efusivamente que Walt realizasse uma viagem.¹³⁹

Com o avanço da guerra e a propaganda nazista na América do Sul, a estratégia estadunidense foi de apostar em “grandes homens” para diferenciar a sua propaganda da alemã. Numa discussão sobre a estética da propaganda a ser direcionada para a América do Sul, Disney novamente foi sugerido por ser, primeiro, um pioneiro do uso do Technicolor – e o governo estava disposto a exportar conteúdo com boa qualidade tanto em relação ao roteiro, quanto ao aspecto tecnológico. Segundo, Disney era bastante famoso por seus curtas-metragens, que geralmente eram comédias do gênero “para rir conosco”.¹⁴⁰

Após a viagem de Disney como embaixador da Política da Boa Vizinhança, seus rascunhos e ideias para produções levantaram um problema sério: um título em língua espanhola poderia passar na maioria dos países falantes, mas talvez pudesse ser um problema grave no México, por conta da diferença de vocabulário. Ainda que a “sensibilidade” de Disney ao notar e realçar essa diferença fosse louvável, a complexidade linguística era a razão de grandes impasses. No entanto, isso demonstra que a propaganda que seria produzida por ele e direcionada para o sul deveria ser diferente da consumida internamente nos EUA. Disney, assim, seria o único capaz de produzir filmes para todos os países com pequenos ajustes para que as versões finais fossem individuais.¹⁴¹

¹³⁹ FERREIRA, Sidney F. “Walt Disney: política e indústria de entretenimento”. Revista *Communicare*, Vol, 2, nº1, 1º semestre de 2002. p. 64.

¹⁴⁰ SMOODIN, Eric. *Animating culture: Hollywood Cartoons from the Sound Era*. New Brunswick: Rutgers University Press, 1993. p. 140.

¹⁴¹ Idem. No entanto, vale lembrar que o esforço de tornar as produções para a América Latina não homogeneizantes não parecer ter sido encarado como uma questão. Um exemplo disso foi o imbróglie envolvendo o cartunista argentino Molina Campos, contratado por Disney para ajudar na produção do segmento sobre a Argentina em *Saludo Amigos*. Apesar dos avisos e reclamações de Molina, o desenho faz uma conexão fantasiosa e romântica entre o *cowboy* e o *gaucho*, tomado como a verdadeira essência do homem argentino. Para um aprofundamento da generalização da América Latina, ver, SMOODIN, Eric, *Op. cit.*; TOTA, Antônio Pedro. *Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000; FREIRE-MEDEIROS, Bianca. *O Rio de Janeiro que Hollywood inventou*. Rio de Janeiro: Zahar,

Apesar da boa produtividade dos estúdios em 1943, o ano seguinte e o último do conflito foram marcados por uma queda dos temas patrióticos nas animações e retorno dos desenhos tradicionais, cujo conteúdo variava entre a fantasia, situações cotidianas e históricas que, com o uso do exagero, tornavam-se cômicas. Entre o ano anterior e 1944, houve uma queda de 68% para 38% de animações que tinham qualquer temática relacionada ao conflito.

¹⁴² Até o final da guerra, de todos os estúdios, apenas a Warner continuou com uma produção relevante de desenhos antinazistas ou com foco no *home front* (ainda que fosse para satirizar a atuação das mulheres, que, segundo certas animações, costumavam faltar no serviço por questões familiares), enquanto os demais estúdios reduziram drasticamente os desenhos que falavam diretamente da guerra.

Nos anos finais, o público já não precisava mais ser educado, e também pouco reagia aos filmes, curtas e desenhos. O cansaço da guerra também esgotou a audiência, que procurava cada vez mais filmes escapistas e divertidos. Além disso, houve a percepção de que as animações ao final do conflito ficariam datadas, e talvez pouco fossem aproveitadas no mercado. Ainda que, por conta do tempo de produção, um ou outro desenho sobre a disputa tenha sido lançado após agosto de 1945, a maioria dos estúdios acabou reaproveitando roteiros omitindo o conflito ou tomando ideias de seus concorrentes para novas levadas de animações.

2. 2 – Alemães e japoneses na tela: ditadores, dentuços, traiçoeiros e estúpidos

Durante os primeiros anos da administração Roosevelt, o “grande inimigo” eleito por Hollywood estava relacionado à situação econômica enfrentada na época. Por conta da Depressão, o perigo era interno: o capitalista desonesto, principal responsável pelo sofrimento enfrentado pelo país. Ao mesmo tempo, a exaltação dos valores estadunidenses, da democracia liberal e do “sonho americano” dava o tom dos heróis que, pela figura do *selfmade-man*, acabavam reforçando a política econômica do *New Deal*.¹⁴³

2005; BRODA, Paula de Castro. *Health for the Americas: as animações dos Estúdios Walt Disney voltadas para as famílias latino-americanas no contexto da Política da Boa Vizinhança (1940-1946)*. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado e Licenciatura em História) – Universidade Federal de São Paulo, Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Guarulhos, 2013.

¹⁴² SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 2004. p. 69.

¹⁴³ PEREIRA, Wagner P. O poder das imagens: cinema e política nos governos de Adolf Hitler e de Franklin D. Roosevelt (1933-1945). São Paulo: Ed. Alameda, 2012. p. 485-486.

Assim, com a entrada dos Estados Unidos na guerra e o encerramento dos debates e investigações por apoiadores da política isolacionista, a produção hollywoodiana aperfeiçoou suas técnicas e se valeu ao máximo do maniqueísmo para deixar claro contra quem os Estados Unidos estavam lutando. Do lado Aliado, o bem se apresentava de forma heroica, brava e corajosa. Do lado do Eixo, o mal era incorporado por personagens astuciosos, cruéis, vis e dissimulados. O objetivo era “instigar e estimular a sociedade a lutar em todas as frentes contra a “ameaça totalitária” representada pelos inimigos da democracia americana: o alemão nazista, o italiano fascista e o japonês ‘sanguinário’”.¹⁴⁴

Nos filmes e animações do período, após o primeiro momento de explicação dos motivos da entrada na guerra, que costumavam reforçar o mito isolacionista de que os Estados Unidos foram *obrigados* a participar da disputa dado o ataque surpresa de Pearl Harbor,¹⁴⁵ a fase seguinte das produções foi voltada para o esclarecimento de quem eram os inimigos, o estímulo das Forças armadas, principalmente o exército estadunidense e, em menor número, a apresentação dos Aliados e sua celebração. Por isso, a construção do inimigo para as audiências passou por reducionismos e simplificações baseadas em meias verdades, qualidades negativas e distorções. Para Michael Shull e David Wilt, esperava-se que, por meio da repetição dessas caracterizações, fosse forjado um consenso nacional a respeito do “outro”. Nesse sentido, a atmosfera de guerra total foi criada por milhões de pôsteres, anúncios de rádios, propaganda impressa e roteiros maniqueístas dos filmes, que procuravam

¹⁴⁴ Idem.

¹⁴⁵ Essa ideia já se apresenta no primeiro discurso do Presidente Roosevelt após Pearl Harbor, quando, ao falar ao Congresso em 6 de janeiro de 1942, ele afirma que “Há exato um ano eu disse a esse Congresso: ‘Quando os ditadores... estiverem prontos para fazer guerra contra nós, eles não vão esperar por um ato de nossa parte... eles - não nós - vão escolher hora, lugar e o método de ataque. Agora nós sabemos a escolha deles de hora: uma pacífica manhã de Domingo - 7 de dezembro de 1941; nós sabemos a escolha de lugar: um posto avançado americano no Pacífico; nós sabemos sua escolha de método: o método do próprio Hitler’”. Durante a década de 1970 e 1980, esse mito de isolacionismo e pacifismo foi reforçado pela historiografia estadunidense. Segundo o historiador John Morton Blum, os Estados Unidos haviam sido arrastados para a guerra por conta do ataque a Pearl Harbor. Até mesmo hoje esse discurso é retomado para explicar a participação estadunidense no conflito. Sobre o discurso de Roosevelt, ver: ROOSEVELT, Franklin D. "State of the Union Address," January 6, 1942. Online by Gerhard Peters and John T. Woolley, *The American Presidency Project*. <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=16253>, acessado em 12 de janeiro de 2016. Sobre a historiografia dos anos 1970, ver: BLUM, John M. *V was for Victory: Politics and American Culture During World War II*. New York: Harcourt, Brace, Jovanovich, 1976, p. 70. Para as afirmações atuais, podemos citar como exemplo o historiador estadunidense de animação Leonard Maltin que, ao explicar a participação dos estúdios Walt Disney na II Guerra Mundial, ressalta que os Estados Unidos lançaram mão de todos os artifícios possíveis para ficar fora da guerra, mas foram *obrigados* a entrar nela. Esta afirmação está presente na introdução do DVD *Disney Treasures: On the front line – the war years*, revelando que o discurso oficial persiste em algumas historiografias e memórias sobre o período. MALTIN, Leonard. “Introduction with Leonard Maltin”. Direção: desconhecida. In: *Disney Treasures: On the front line – the war years*. Produção: Buena Vista Home Entertainment; Leonard Maltin, 2004. 2 DVDs, Vol. 1. 2 min., Color.

estimular a população a participar ativamente do conflito, fosse em pequenas ações, como coleta de metal, doação de sangue e compra dos bônus de guerra, fosse com a participação na transformação da produção industrial para a bélica ou por meio do alistamento voluntário. A sensação de perigo e vigilância constantes por conta de uma possível aproximação ou infiltração inimiga na sociedade levava a crer que aquela guerra poderia ser tudo, “menos inescapável”.¹⁴⁶

Nesse sentido, as armas de Hollywood contra o Eixo, nas animações, eram séries de repetições de palavras ou frases negativas em conjunto a um grupo de imagens visuais que associavam os alemães Nazistas e os japoneses em oposição à idealização dos Estados Unidos como sinônimo do que fosse bom e correto, criando divisões binárias: bem x mal, aliados humanos x inimigos desumanizados, cristianismo x paganismo ou hereges e mundo livre e democrático x escravidão e dominação. Obviamente, tal discurso ignorava as próprias contradições internas dos Estados Unidos, como a exploração de negros escravizados até 1863.

Além do discurso, a repetição iconográfica na indústria fílmica, principalmente nas animações, ajudava a eliminar o confronto direto entre personagens (fossem eles humanizados ou antropomórficos), o que ajudava a poupar custos de produção, além de ter um sentido pedagógico explícito. Situações em que o nome de Hitler, Mussolini ou Hirohito eram vilipendiados e menosprezados, ou a suástica nazista e a bandeira do sol nascente eram destruídas, explodidas ou queimadas atuavam como simbolismo para o incentivo à luta até a derrota total do Eixo. Da mesma maneira, não era necessário que um personagem (civil ou soldado) precisasse estar na cena para representar os Estados Unidos. Bastaria uma bandeira, uma estrela do exército, um V (de *Victory*) ou até mesmo uma bola ou taco de beisebol para que a mensagem fosse entendida pela audiência doméstica.

Como já foi visto, o *Government Information Manual* do *Office of War Information* não dava uma explicação precisa sobre o que era o fascismo ou o nazismo. Ao chamar genericamente de “militarismo”, o documento abria interpretação para que os filmes pudessem criar o que eram os Estados Unidos e, por oposição, o que *não eram* os inimigos. No entanto, é possível perceber que tanto filmes como animações procuravam fazer distinção entre nazistas e japoneses, com uma notável ausência do italiano fascista como um real inimigo. Como veremos a seguir, os poucos desenhos que apresentam Mussolini, apontam o general

¹⁴⁶ SHULL, Michael; WILT, David. *Hollywood war films, 1937-1945: an exhaustive filmography of American feature-length motion pictures relating to World War II*. Jefferson: McFarland & Co., 1996. p. 139-140.

como falastrão, bobo e sem imaginação, seguidor (ou, até mesmo, cópia) de Hitler. O soldado nazista, que costumava ser separado do povo alemão, apresentava um estereótipo do exército prussiano da I Guerra Mundial. O Nazismo seria, desta maneira, uma herança da Prússia, responsável pela Grande Guerra – e, por isso, é eleita pelos estúdios como a principal responsável pelo conflito da época.¹⁴⁷ Já os japoneses foram classificados como fanáticos e anti-ocidente, sendo apontados como diametralmente opostos à civilização judaico-cristã. Quando não eram personificados no imperador Hirohito ou no general Tojo, incontáveis vezes não tinham nome ou eram pejorativamente chamados de “Sukiyaki”.¹⁴⁸

O vago e distante Japão

A representação racial dos japoneses vem de questões e conflitos anteriores à II Guerra Mundial. Nos Estados Unidos, o preconceito contra asiáticos e o chamado “perigo amarelo” começou na segunda metade do século XIX, com a entrada de imigrantes chineses no país para substituir a mão-de-obra negra (especialmente nos estados do sul do país, após a Guerra Civil), uma vez que estes trabalhadores tinham custos muito baixos para os empregadores.

Os *coolies*, como eram chamados esses trabalhadores oriundos da Ásia, começaram a ir para a costa oeste americana a partir do tratado assinado entre China e Estados Unidos, em 1844. Segundo este acordo, os estadunidenses que estivessem em território chinês teriam direitos de extraterritorialidade, embora o contrário (chineses em territórios dos Estados Unidos) não fosse válido. Assim, entre 1850 e 1882, cerca de 320 mil imigrantes chineses entraram naquele país.¹⁴⁹

A Califórnia, principal área de estabelecimento desses trabalhadores, adotou diversas medidas excludentes a essas populações por conta dos conflitos da concorrência gerada pela oferta de mão-de-obra barata. Entre 1885 e 1886, foi discutida a questão chinesa, na qual os parlamentares californianos debatiam os prós (custo baixo dos trabalhadores) e contras (os chineses eram vistos como um povo pagão, uma civilização antiga e ultrapassada) da utilização dessa forma de trabalho. Para alguns políticos do período, que eram contra a imigração asiática para a costa oeste, a utilização desse tipo de mão-de-obra era uma maneira

¹⁴⁷ *Ibidem*, p. 144.

¹⁴⁸ *Idem*.

¹⁴⁹ DEZEM, Rogério. *Matizes do Amarelo: a gênese sobre os discursos sobre os orientais no Brasil (1878-1908)*. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2005. p. 78-79.

de escravidão. Em 1882, o movimento antichinês californiano tomou mais força e foi aprovado naquele estado o *Acto de Exclusão*, que proibiu a imigração de trabalhadores chineses por dez anos. Deste período até 1904, aconteceu o auge da violência e o acirramento da tensão entre estadunidenses e chineses, com diversos casos de agressão, assassinatos e expulsão de imigrantes.¹⁵⁰

Ao mesmo tempo em que esse acirramento acontecia, os Estados Unidos estabeleciam acordos com o Japão, que vinha abrindo seus portos para nações estrangeiras desde 1854. Grupos ligados à restauração Meiji tinham tomado os EUA como modelo para o projeto de modernização pretendida para o Japão, necessário para competir com Rússia e Alemanha pelo domínio do Extremo Oriente. Em 1869, os primeiros imigrantes japoneses chegaram aos EUA e, entre 1870 e 1890, o número de imigrantes subiu de 55 para 2039 indivíduos.¹⁵¹ No entanto, assim que os japoneses aportavam no novo mundo, eram imediatamente associados aos estereótipos chineses, sofrendo violência e preconceitos.

Para tentar se desvencilhar da imagem ligada aos chineses, os japoneses criaram, em 1900, a *Japanese Association of America*, para mostrar que eram diferentes dos chineses e mongóis. O objetivo não era demonstrar que eram melhores apenas no trabalho, mas tinham uma educação calcada em ideais nacionalistas e religião baseada no culto ao imperador, o que consolidava o ideal japonês de “missão a ser cumprida, ainda que fora de seu país”.¹⁵² É preciso ressaltar, ainda, que o processo de migração contou com a proteção do governo do Japão, já que os que deixavam o país eram vistos como “embaixadores mundo afora”, e que além de se apresentarem como “representantes da nação que se consolidava e se tornava reconhecida como potência, também buscavam, enquanto *raça*, o reconhecimento do Ocidente”.¹⁵³

No entanto, para os estadunidenses contrários às imigrações asiáticas, essa tutela estatal, somada à organização das colônias, capacidade de assimilação rápida do inglês e a ambição de progresso desses indivíduos foram fatores decisivos para que políticos, imprensa e, conseqüentemente, opinião pública da época, classificassem esses imigrantes como os mais nocivos dentro do grupo do “Perigo Amarelo”, chamado de *Yellow Peril*. A imprensa ajudou a fomentar o sentimento antinipônico, veiculando mitos de que os japoneses iam invadir a

¹⁵⁰ *Ibidem*, p. 81.

¹⁵¹ *Ibidem*, p. 183.

¹⁵² *Ibidem*, p. 181.

¹⁵³ *Idem*, grifo meu.

costa oeste, apontando que estes eram inassimiláveis, procriavam-se rapidamente, tinham maus hábitos de higiene e estavam associados a diferentes crimes.¹⁵⁴ Logo, com a contribuição da imprensa, o problema local na Califórnia se transformou em uma questão nacional. A consolidação do *Yellow Peril*, associado a estereótipos raciais e preconceituosos, foi crescente nos primeiros anos do século XX, atingindo seu auge com o ataque japonês à base de Pearl Harbor, em 1941.

Além da imprensa, o cinema e a música foram instrumentos de propagação de representações racistas que pretendiam tanto construir a imagem do inimigo asiático, quanto justificar as ações dos Estados Unidos, incluindo até o extermínio japonês, durante a guerra. Assim, é possível afirmar que recaiu no japonês um discurso de ódio, elegendo-o como o verdadeiro mal encarnado. Como já dito, havia a preocupação de apontar os japoneses como astutos e perigosos e as vitórias sobre a China em 1895, que culminou na anexação da ilha de Formosa, da guerra russo-japonesa em 1905, o controle sobre a província da Manchúria e da Coreia em 1910¹⁵⁵ destacavam o Japão como um forte país imperialista, que poderia ser uma ameaça à civilização ocidental.

Segundo o historiador Wagner Pereira, o “OWI procurava evitar identificar os japoneses através da raça, por que os afro-americanos e muitos imigrantes nos Estados Unidos tendiam a se identificar com os japoneses, pessoas de cor também excluídas da ordem branca”.¹⁵⁶ Ironicamente, as animações optaram por apresentar o nipônico como estúpido, irracional, selvagem e sanguinário, por mais que o *Government Information Manual* procurasse alertar que o uso de estereótipos físicos e generalizantes poderia ser prejudicial aos esforços de guerra, gerando uma falsa sensação de confiança numa vitória que poderia ocorrer facilmente perante um inimigo fraco.

Esse imaginário sobre um Japão atrasado e estúpido é o que acontece em *Tokio Jokio* (Warner Bros., 1943. 7 min. P&b. Dir.: Norman McCabe). No curta, a narrativa segue o estilo *mockumentary*¹⁵⁷ e faz uma paródia de como seria um cinejornal japonês durante a guerra. A animação é bastante simples, com cenários pouco detalhados ou inexistentes. Com uma

¹⁵⁴ Sobre esses preconceitos e a relação entre comportamentos criminosos ou antissociais associados ao biodeterminismo e outros marcadores biológicos como descendência, herança genética e hormonal, ver: FERLA, Luis. *Feios, sujos e malvados sob medida: a utopia médica do biodeterminismo*, São Paulo (1920-1945). São Paulo: Editora Alameda, 2009.

¹⁵⁵ PEREIRA, Wagner. *Op. cit.*, p. 531.

¹⁵⁶ *Ibidem*, p. 529.

¹⁵⁷ Filme ou programa de TV ficcional que se utiliza do formato de documentário para satirizar algo. Pode ou não ter teor cômico. In: TUETH, Michael V. *Reeling with laughter: American film comedies from Anarchy to Mockumentary*. Lambam, Toronto: The Scarecrow Press, INC. 2012. p. 179.

narrativa rápida, o narrador da história (que imita um sotaque japonês, fazendo com que a atração seja “local”) vai introduzindo para o espectador os assuntos tratados em cada um dos oito blocos com diversas esquetes, causando um efeito cômico por sua ironia e duplo sentido.

Nomeado de *Nipponews of the Week*, o “cinejornal” procura apresentar de que maneira o cotidiano da guerra era vivido no Japão. Logo de saída, o narrador pede a atenção do público para mostrar um exemplo típico da perversa propaganda “japonazi”. A seguir, o nome do programa é apresentado com um galo branco que está prestes a cacarejar, dando a impressão de que o cinejornal é matinal. Mas assim que o animal toma fôlego, suas “vestes” de galo



Figura 10 - Urubu com expressões japonesas

caem e surge um urubu preto, com óculos e denteço, esfregando as mãos num gesto clássico de vilania. Um “segundo” narrador (na verdade, o original, já que supostamente o cinejornal foi interceptado do inimigo), imitando um sotaque japonês, vai contando as situações. Ele é o responsável por introduzir cada sessão da produção, explicando as situações mostradas. Em alguns momentos, ele dá lugar às próprias personagens que comentam as ações, ou estabelece diálogo com elas.

No primeiro bloco, sobre defesa civil, nos é mostrado como a sirene para ataques aéreos no Japão funciona: é formada por dois homens que se espetam e gritam para alertar a população. Cada vez que um alfineta o outro, eles se cumprimentam e o ritual vai se repetindo. Um posto de escuta antiaérea nada mais é que um homem baixinho, com um bigode que lembra o de Hitler, ouvindo barulhos e conversas por buracos com formato de fechadura. Um avião de observação (chamado de *aircraft spotter*) é um avião pintado com bolinhas (um trocadilho entre *spotter* e *spot*, “ponto”) e o posto de prevenção de incêndios está todo queimado. No segundo bloco, “bombas incendiárias”, um homem de smoking e guarda-chuva se aproxima de uma bomba e lê o letreiro que diz “não se aproxime de bombas incendiárias pelos primeiros cinco segundos”. Ele conta e, passado o tempo, pega uma salsicha para assar sobre o explosivo que, obviamente, explode.



Figura 11 - Equipamentos japoneses de guerra

Na terceira parte, temos “Dicas de cozinha”, na qual o professor Tojo (em referência a Hideki Tojo, primeiro-ministro na época) ministra uma aula de culinária. Vestido de cozinheiro, ele demonstra como fazer um delicioso sanduíche japonês utilizando dois cartões (de papel) de racionamento: um de pão dividido em duas metades e outro de carne como recheio. No quarto segmento, *Nippon-Nifties Style show*, uma espécie de programa de variedades, é exibida a roupa de vitória japonesa que não tem punhos, pregas e lapela, ou seja, não há roupa – o que vemos é um homem vestindo o que deveria ser um *mawashi*, o cinto utilizado por lutadores de Sumô, mas na verdade é uma fralda, na neve, sob o frio. A sessão de esportes apresenta um japonês vestindo uniforme de beisebol tentando rebater uma mosca. Ele erra e a mosca o agride, levando embora a taça de campeão.



Figura 12 - Hideki Tojo e almirante Yamamoto

Em *headlines poisonalties* (trocadilho entre *poison* – venenoso – e *personalities*), o almirante Yamamoto¹⁵⁸ afirma que irá à Casa Branca declarar paz. Uma nota do editor interrompe o cinejornal, e mostra o quarto reservado para o almirante – uma sala com cadeira

¹⁵⁸ Isoroku Yamamoto foi responsável por elaborar o plano de ataque à Pearl Harbor.

elétrica. A seguir, vemos o general Homma¹⁵⁹ correndo de um lado para o outro (enquanto o narrador diz que ele demonstra “calma” e “tranquilidade”) para fugir de um ataque aéreo. Ele se esconde num tronco, de onde surge um gambá, que coloca uma máscara de gás, como se o homem cheirasse mal. A sequência seguinte pretende mostrar flashes com notícias internacionais sobre a Alemanha e a Itália. Em Berlim, um locutor (um burro que relincha) avisa que Hitler recebeu um postal de um amigo de férias. No cartão, escrito “Querido Adolf, gostaria que você estivesse aqui”, vemos Rudolph Hess¹⁶⁰ (que assina o cartão) num campo de concentração, enquanto Hitler olha para o público sem entender a mensagem. Em Roma, passamos por várias ruínas de estátuas e monumentos destruídos pela guerra (enquanto o narrador nos diz que aquela é uma “visita” para “celebrar” as ruínas da cidade), até chegar em Mussolini, sentado em uma coluna quebrada, jogando ioiô, descrito como “ruína #1”.

No último bloco, *Marinha japonesa: todos ao mar*, o narrador se vangloria de apresentar um submarino cuja construção está três semanas adiantada. O problema é que ele está sendo construído dentro da água. Vemos um operário desgarrado do grupo de construtores e ouvimos um barulho de explosão. A marcha fúnebre tem seus primeiros acordes tocados e o trabalhador tira seu boné em sinal de respeito. Dentro de outro submarino, o narrador exalta os marinheiros “trabalhando” em questões técnicas e difíceis do maquinário – na verdade, eles estão brincando com fliperamas (*pinball*, mutoscópio, caça-níqueis, etc.). Ainda sobre a Marinha, temos um marinheiro dentro de um “torpedo humano”¹⁶¹. Mais uma vez, o narrador diz que o homem está em um maquinário muito perigoso, mas ele, corajoso, não se importa.



Figura 13 - Postal para Hitler e Mussolini

¹⁵⁹ Masaharu Homma foi o comandante das tropas japonesas durante a ocupação das Filipinas, responsável pela “Marcha da Morte de Bataan”, como ficou conhecida a marcha forçada de 93 km que matou centenas de soldados estadunidenses e filipinos entre Bataan e o campo de prisioneiros O’Donnell, em 1942.

¹⁶⁰ Rudolf Hess foi secretário particular de Adolf Hitler e vice-líder do partido Nazista, considerado o terceiro homem mais importante na hierarquia. Foi responsável por redigir leis que retiraram direitos dos judeus.

¹⁶¹ O curioso da cena é que em 1944, o Japão realmente utilizou torpedos operados por militares chamados *Kaiten* em operações suicidas similares aos pilotos *kamikazes*.

Questionado se ele está feliz ou se gostaria de dizer algo ao público, o militar grita por socorro. Temos, ainda, a decolagem de aeronave dos porta-aviões japoneses: um grande estilingue lançando-os. De dentro do avião, sai um pequeno homem que pedala uma bicicleta para substituir o trem de pouso. Vemos, ainda, a principal frota aérea japonesa completamente destruída sendo rebocada por um navio. Por fim, um navio caça-minas, que vai varrendo minas no mar até que explode, encerra o curta.

Tokio Jokio é um dos poucos curtas que apresentam, entre as personagens, militares japoneses que tiveram atuação importante durante a II Guerra Mundial. O fato de seus nomes terem sido mantidos já indica uma relação direta com o espectador: esperava-se que esses soubessem de quem se tratavam, excluindo a necessidade de explicação dessas figuras históricas.

O curta constrói as personagens – civis e militares – completamente estúpidas. Todos os homens apresentados são baixinhos, usam óculos redondos, têm dentes e orelhas muito grandes, lembrando ratos. Essa maneira de representação do japonês é recorrente em desenhos e propaganda impressa na época, como jornais e revistas. A trilha sonora também é composta por uma música com características orientais, mudando apenas nos momentos em que os demais ditadores são apresentados. Por fim, há a ideia de que o japonês é fofoqueiro: ele escuta conversas que não lhe dizem respeito pela fechadura – o que os espectadores poderiam interpretar como um sinal para não confiar nas famílias que moravam nos EUA. Pior ainda, os nipônicos são falsos e traiçoeiros. Colocar um urubu na pele de um galo nos faz lembrar da metáfora do “lobo na pele de cordeiro”, ou seja, eles se passam por outros (como na tentativa do Imperador se passar por chinês, como veremos em *The Ducktators*), enganam e atacam de surpresa, encampanando uma guerra desleal – como foi o ataque à Pearl Harbor.

A ideia de que os japoneses eram burros, porém traiçoeiros e vis também está presente em *Bugs Bunny Nips the Nips* (Warner Bros., 1944. 8 min, Color. Dir.: Friz Freleng). Estrelado pelo coelho Pernalonga, esse desenho, diferente do anterior, tem seus cenários melhor detalhados (já que se passa em uma ilha), porém também fixos. A narrativa, como é característica da Warner Bros., é bastante rápida, alternando sucessões de piadas rápidas, sem a presença de narrador. É Pernalonga quem guia a história de acordo com o que encontra na ilha.

O título é um trocadilho entre o verbo *to nip* (beliscar, alfinetar, causar dor de alguma maneira) e uma das maneiras pejorativas pela qual os japoneses eram chamados (*Nips de Nippon*). Após os créditos, somos localizados por um letreiro onde o desenho se passa:

“Algum lugar no Pacífico”. Pernalonga está à deriva em um caixote, despreocupado, cantarolando *Someone’s rocking my dream boat*, famosa no período. Em um cenário com oceano e céu azuis, e nuvens brancas, o coelho nos diz que está apenas “matando tempo” enquanto espera por uma “ilha inevitável” aparecer “nesse tipo de filme”¹⁶² (onde toda a ação do curta acontecerá). Quando ele a avista, conforme previsto, Pernalonga se dirige ao lugar e se encanta com sua beleza, calma e tranquilidade, ao qual ele compara aos jardins do Éden e à Shangri-lá.

Ainda extasiado com a beleza da ilha, o coelho logo descobre seu principal problema: o local está tomado pelos japoneses. Ao tentar escapar do bombardeio, ele encontra um soldado baixinho, com bigode ralo, dentes e orelhas enormes e óculos. Ao dizer seu bordão “que que há, velhinho?”¹⁶³, o militar tenta atingi-lo com uma espada, enquanto diz coisas incompreensíveis.¹⁶⁴ Ele enterra o coelho em um buraco com uma bomba, que é posteriormente devolvida por Pernalonga. Este, por sua vez, surge vestido como Hirohito, enquanto a trilha sonora apresenta o começo do hino nacional japonês. O soldado se assusta, pede perdão pelo erro e pergunta se o imperador gostaria que ele fizesse *harakiri*. Ao notar que “Hirohito” o ignora e come uma cenoura, o oriental cochicha com a audiência concluindo que aquele não era seu líder, mas sim Pernalonga. Ele prontamente começa a imitar o coelho, comendo a cenoura e dizendo “que que há, honorável velhinho?”, o que assusta o dono original do bordão.

¹⁶² Com essa fala, Pernalonga está, de alguma forma, satirizando as próprias produções da Warner Bros. (e de Hollywood, num geral), que se passam em lugares idílicos, quase paradisíacos. No entanto, como veremos no capítulo seguinte, o uso de uma localização imprecisa no oceano Pacífico e de ilhas é bastante recorrente nas animações, que ajudam tanto para indicar em quais das frentes de batalha a história se passa, como para reforçar a noção de fábula do desenho. “Em algum lugar” pode ser entendido, dessa maneira, como “era uma vez” nesses desenhos.

¹⁶³ Em inglês, “what’s up, doc?”.

¹⁶⁴ Mel Blanc, responsável pelas vozes de todos as personagens do desenho, faz uso de uma maneira estereotipada de falantes não-nativos de inglês, geralmente utilizada para apontar asiáticos. Ela é caracterizada por um sotaque exagerado, pronúncia errada (por exemplo, trocando a letra L por R das palavras, prolongando ou substituindo a sílaba final por “ee” – como *ticket*, *tickee* –, excluindo pronomes e artigos ou conjugando errado os verbos na terceira pessoa), polidez extrema (beirando o óbvio ou o ridículo) e autodepreciação. Conhecido como *Engrish*, essa é uma maneira racista de se referir às dificuldades que imigrantes ou pessoas que não dominam o idioma têm para se expressar, incluindo japoneses, chineses (que, ao contrário do japonês, tem os fonemas com L em seu idioma), coreanos, indianos, etc.



Figura 14 - Soldado Japonês (esq.) Pernalonga vestido como o Imperador Hirohito (dir.)

Pernalonga, desvencilhando-se da fantasia de general, corre para um avião e parte. O militar o segue em outra aeronave, que foi amarrada numa árvore, fazendo com que o transporte se desmontasse. Ele pula e abre seus paraquedas, mas é alcançado pelo coelho em um avião,



Figura 15 – Pernalonga vestido como gueixa e lutador de sumô

que lhe entrega um pedaço de ferro dizendo “para o Japão, Moto!”¹⁶⁵, o que faz o homem cair. De volta à terra, Pernalonga pinta em uma árvore uma pequena bandeira do sol nascente, indicando o militar abatido, e logo esbarra com um lutador de sumô gigante. Ele, então, retorna à árvore, pinta uma bandeira ainda maior e parte para o enfrentamento. O coelho é rapidamente vencido, com nós em suas pernas, braços, orelhas e rabo. O lutador apaga a pintura e se depara com Pernalonga vestido de gueixa, que faz menção de beijá-lo. O homem fica tímido e, quando parte para o beijo, é atingindo na cabeça por um martelo. Zonzo, ele pinta novamente a bandeira na árvore e desaba no chão.

Percebendo a enorme quantidade de navios japoneses enviados à ilha, Pernalonga vê que precisa de uma estratégia para acabar com a presença ali. Ele aparece, então, com um caminhão de sorvete chamado *Good Rumor*,¹⁶⁶ que toca "Der Vogelfänger bin ich



Figura 16 - Pernalonga distribui sorvete aos soldados japoneses

¹⁶⁵ Pernalonga faz uma referência a Mr. Moto, agente secreto japonês em novelas ficcionais escritas por John P. Marquand.

¹⁶⁶ Paródia da marca *Good Humor*, conhecida no Brasil como *Kibon*.

ja", de Mozart. Dentro dos picolés, vemos uma granada de mão. Imediatamente, diversos militares aparecem para comprar o doce, os quais o coelho distribui chamando-os de “olhos grande” e “cara de macaco”. Após as explosões, um soldado com a farda toda rasgada retorna para trocar o brinde de seu palito – um sorvete grátis. Pernalonga entrega um picolé duplo “com prazer”.

Após o novo estouro, ele termina de pintar as bandeiras em várias árvores, pretendendo aproveitar a beleza e calma do lugar. Segundos depois, ele se irrita justamente com a tranquilidade da ilha e se desespera para sair de lá. Pernalonga avista um navio com a bandeira dos Estados Unidos passando e faz sinal para ser resgatado, afirmando que não quer passar o resto da vida ali. No entanto, ao notar a presença de uma coelha com flores nas orelhas e vestido, ele uiva e perde o controle, correndo atrás dela. O curta se encerra com Pernalonga saltando nas quatro patas enquanto a fêmea foge.

Assim como em *Tokio Jokio*, a representação dos japoneses é a mesma: com exceção do lutador de sumô, todos são baixinhos, orelhudos e dentuços, com óculos circulares. Pernalonga aqui não se apresenta como um soldado, mas sim como um cidadão comum, que tem como missão fazer sua parte na derrota do Japão. Sendo ele uma personagem conhecida por sua astúcia – afinal, é um coelho – e por aprontar com seus opositores, o animal sozinho consegue exterminar dezenas de homens do exército imperial, provocando-os e enganando-os com fantasias e sorvete. Novamente, percebemos que o japonês é apresentado com uma total ausência de inteligência.

Apesar da clara oposição entre racionalidade x irracionalidade, chama a atenção certa dualidade no curta, que tenta jogar com a ideia de que os homens japoneses facilmente podem ser enganados e manipulados diante da presença de uma mulher. No entanto, ele mesmo perde totalmente o controle ao ver uma coelha à beira da praia, fazendo-o se esquecer de sua vontade de ser resgatado da ilha. Esse discurso, de alguma forma, reforça a ideia da mulher como um prêmio a ser ganho ao final da guerra, como recompensa pelos esforços realizados. Discutiremos melhor o lugar das mulheres na guerra no capítulo seguinte.

Ambos os curtas são exemplos do ódio latente nas produções de Hollywood durante os anos da guerra. O momento em que Pernalonga é atacado sem trocar nenhum diálogo com o soldado estabelece uma conexão com o ataque à Pearl Harbor, associando a violência e a barbárie aos japoneses. Ao citar o general Masaharu Homma, *Tokio Jokio* faz o mesmo movimento, ainda que satirize o suposto “sangue frio” do militar, que comanda uma marcha da morte, ridicularizando-o com uma situação constrangedora de pânico em um bombardeio.

Ao mesmo tempo, os desenhos parecem trabalhar com uma ideia de fronteira entre o que é selvagem e o civilizado. Ainda que *Tokio Jokio* se pretenda um documentário “feito” no Japão, notamos que há uma comparação entre o *lá* e o *cá*, ou seja, entre japoneses e estadunidenses. Em *Bugs Bunny nips the Nips*, essa divisão é claramente deslocada para “em algum lugar no Pacífico”. O oceano assume, desta maneira, o lugar onde o exótico, porém não civilizado, se encontra com o progresso, já que por aquela rota passam navios Aliados e do Eixo.

O Pacífico, o Oriente, ou, mais precisamente, o Japão, configuram assim um lugar de *Wilderness*, mesmo que nenhuma das animações os qualifiquem diretamente assim. O que temos aqui são os sentimentos provocados – Pernalonga começa exaltando a beleza, tranquilidade e natureza do lugar, terminando por quase enlouquecer exatamente por esses motivos e o japonês se comporta como um bruto, que faz mau uso da tecnologia (ou sequer tem acesso, como nas sirenes que precisam ser disparadas por homens gritando – voluntariamente – de dor), que remetem a uma região onde o progresso ainda não chegou. Para o espectador, além da comédia, a sensação é de estranhamento e desorientação. Segundo Mary Junqueira,

A compreensão do *Wilderness*, geralmente, está relacionada a um lugar onde a percepção humana é abalada, amplia ou ainda perturbada. A relação é da permanência do homem num ambiente estranho, onde a civilização, que normalmente ordena e controla a sua vida, está ausente. É onde o homem perde as referências que governam a sua vida. Qualquer lugar em que o homem se sintam sem orientação pode ser chamado de *wilderness*.¹⁶⁷

Em ambos os desenhos, podemos notar essa completa ausência da civilização e do progresso como eixo norteador: em *Tokio Jokio*, temos uma sociedade bagunçada, que passa por situações de racionamento e se espelha no Ocidente para progredir, mas que, na visão do curta, não consegue por falta de inteligência, vontade e até mesmo crença exagerada em suas instituições ou líderes. Na segunda animação, a ilha “inevitável” se torna uma metáfora para um território ocupado pelos japoneses. De acordo com Wagner Pereira,

Numa “guerra civilizada” as regras poderiam ser compreendidas, mas não há regras no *wilderness*. Por isso é atribuída a aparente correlação entre as inescrupulosas táticas do Japão com o ambiente físico – ataque surpresa (Pearl Harbor), traição (negociação em Washington mesmo com o ataque ao Havaí premeditado), brutalidade (a marcha da morte em Bataan) e

¹⁶⁷ JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao sul do rio grande – imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000. p. 61.

tortura. Renomados especialistas afirmavam que os soldados japoneses se camuflavam tão engenhosamente que eles pareciam assumir os atributos da própria selva. Esse ambiente desconhecido – escuro, insuportavelmente quente e fechado – protegia o inimigo “subumano”. Tanto o ambiente quanto a questão racial na guerra do Pacífico reforçaram o senso de conflito como fora das fronteiras normais dos humanos.¹⁶⁸

Para o OWI, no entanto, esse tipo de representação era bastante problemática. Ainda que o *wilderness* e a fronteira entre civilização e barbárie fossem constantes reiteradas por Hollywood, apresentar os japoneses e seu exército como bestas bárbaras e/ou completos imbecis causava incômodo tanto no governo, quanto na audiência. Primeiro porque minimizar os soldados inimigos a personagens burros e incompetentes poderia ofender os Aliados que estavam morrendo no Pacífico. Segundo porque também ofendia os imigrantes e descendentes que estavam lutando pelos Estados Unidos.¹⁶⁹ Além disso, a recuperação de estereótipos anteriormente utilizados na propaganda antichinesa poderia causar constrangimentos para com a China, já que essas representações refletiam o país negativamente, motivando uma generalização do oriental.¹⁷⁰

No entanto, diferentemente dos desenhos de Popeye e Superman já comentados, a análise de *Tokio Jokio* apresenta apenas um comentário: para B Deming, responsável pela avaliação do BMP, o curta utilizava um tipo de ridicularização do inimigo que, para ele, era

¹⁶⁸ PEREIRA, Wagner. *Op. cit.*, p. 541.

¹⁶⁹ O problema da presença japonesa nos Estados Unidos passa também pela “realocação” de famílias imigrantes e niseis. Em diversas cartas e memorandos entre Milton Eisenhower, diretor do *War Relocation Authority (WRA)*, Elmer Davis, Dillon Myer, segundo diretor do WRA, e John McCloy, assistente do *War Department*, entre 1942 e 1944, podemos ver uma grande discussão a respeito da repercussão que os filmes estariam causando na população estadunidense, japonesa e nipo-americana. Uma das principais discussões da documentação é definir se os niseis, isto é, a primeira geração de descendentes nascidos nos Estados Unidos, poderiam ou não ser considerados cidadãos e, por isso, como representar na tela aqueles que eram fiéis ao país, já que os filmes vinham mostrando que todos os que tinham sangue nipônico eram, essencialmente, leais ao imperador Hirohito. Não é a intenção da pesquisa esgotar essa documentação, mas é importante ressaltar que os filmes e desenhos passavam por essa questão por influenciarem na maneira como estadunidenses lidavam com a comunidade imigrante, que também foi cerceada e levada para campos de concentração. Sobre a realocação e os campos de concentração japoneses nos Estados Unidos, ver DANIELS, Roger. *Prisoners Without Trial: Japanese Americans in World War II*. New York: Hill and Wang, 2004; DRINNON, Richard T. *Keeper of Concentration Camps: Dillon S. Myer and American Racism*. Berkeley: University of California Press, 1987. A documentação citada está disponível em CULBERT, David H. (org). *Information Control and Propaganda: Records of the Office of War Information - pt. 1. The Director's central files, 1942-1945*. Biblioteca Herman B. Wells, microfilme.

¹⁷⁰ Segundo Wagner Pereira, em 22 de dezembro de 1941, a revista *Time* publicou um artigo intitulado *How to tell Japs from the Chinese*, em que a matéria procurava ensinar formas de diferenciar japoneses e chineses a partir da aparência. Para a revista: “virtualmente, todos os japoneses eram pequenos, enquanto os chineses seriam altos. O japonês “frequentemente é magro, mas aparenta ser forte com a idade”, já o chinês geralmente é obeso”. Havia, ainda, diferentes traços de personalidades. Os japoneses, nesse sentido, seriam “dogmáticos e arrogantes, enquanto chineses são amáveis e serenos”. Por fim, os nipônicos seriam ainda “hesitantes, nervosos nas conversas e falam alto no momento errado”. Também andam desajeitadamente enquanto os chineses teriam “um passo simples”. In: PEREIRA, Wagner. *Op. cit.*, p. 535.

“insano”.¹⁷¹ Apesar do comentário simples, notamos que há uma contínua crítica dos avaliadores sobre a maneira como os inimigos são apresentados nos curtas. Infelizmente, a análise que encontramos de *Bugs Bunny bips the Nips* não apresenta nenhum comentário (em parte porque em 1944 o *Bureau of Motion Pictures* já tinha sido encerrado), mas não é difícil encontrar reclamações dos avaliadores sobre a maneira como as animações construam seu conteúdo, o que releva o descompasso entre a indústria de animação e o governo. Por esse motivo, a recorrência de piadas racistas e preconceituosas era constante nos desenhos para a visualização das diferenças entre o “eu” estadunidense e o “outro” japonês. Ao mesmo tempo, para inimigos que não podiam ser diferenciados por sua raça, como era o caso alemão, o uso do maniqueísmo foi essencial para a colocação dessas personagens nas animações.

A Alemanha enfeitada

Ideologicamente, a Alemanha nazista era um inimigo perfeito para Hollywood. A partir de reduções dicotômicas entre democracia e liberdade x ditadura e escravidão; cidadão patriota x super-homem militar, etc., a Alemanha nazista foi se construindo nas telas. Nos filmes, o homem nazista era fisicamente forte, mas mentalmente falho.

Ao observarmos a produção fílmica da II Guerra Mundial, notamos que, diferentemente do que ocorre com os japoneses, há uma tentativa de diferenciar o nazista (soldado ou político) do cidadão alemão comum. Esse último quase nunca era o alvo dos filmes e, quando fazia parte da história, geralmente era apresentado como vítima de um ditador obcecado por poder e seus aliados, ou bravos e corajosos resistentes que faziam o que podiam para conter uma loucura que devastava a liberdade.

Essa divisão, de certa forma, pode ser atribuída à herança branca partilhada por alemães e estadunidenses. Ao contrário do discurso racial atrelado aos japoneses, a ameaça nazista nas produções hollywoodianas raramente é lembrada por seu racismo, mas sim por uma pré-disposição bélica que seria característica de seus antepassados prussianos. Por isso, para Hollywood, a guerra vivida naquele momento representava a segunda vez em menos de 20 anos que os Estados Unidos foram *obrigados* a se lançar em uma “cruzada pela democracia ocidental contra uma coalisão autoritária – liderada pela Alemanha – por dominação

¹⁷¹ Análise de *Tokio Jokio* por B. Deming, em 22 de junho de 1943. *Office of War Information Files*, Shorts. Caixa T-1291, arquivo, S-445. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

mundial”.¹⁷² Não à toa o *Government Information Manual for the Motion Picture Industry* reforçava o discurso de que a paz só poderia ser alcançada se houvesse a total destruição do poder bélico de todos os regimes antidemocráticos, e não apenas a destruição de seus líderes.

A ideia de fraqueza mental e convencimento é o foco de *Reason and Emotion* (Walt Disney, 1943. 8 min. Color. Dir.: Bill Roberts). O curta de oito minutos foi pago pela publicação *Reader's digest*, baseado no livro *War, Politics and Emotion* de Geoffrey Bourne e produzido por Walter Wanger, diretor do *Motion Pictures Society for the Americas*. A animação chegou a ser indicada ao Oscar daquele ano, mas perdeu para *Der Fuehrer's Face*, também dos Estúdios Walt Disney. As cores são bastante fortes, com traços bem definidos, embora os cenários sejam simples. A narrativa é mais tranquila do que as das animações da Warner Bros. e a trilha sonora acompanha as sequências em que a animação se desenvolve, tornando-se mais carregada conforme a tensão aumenta, infantil em momentos inocentes ou engraçados e assume uma carga mais épica conforme o final se aproxima, exaltando o patriotismo das personagens principais. O narrador vai acompanhando toda a história, explicando cada situação para o espectador, e interagindo direto com as personagens próximo ao encerramento.

Originalmente chamado de *Emotion and Reason*, o desenho lida com as premissas já mencionadas antes: a Alemanha foi enfeitada por meio do medo e pelo poder da retórica de Hitler, um homem louco pelo poder, que foi capaz de jogar o mundo em um grande conflito em busca da dominação mundial. Com uma forte lição de moral a respeito dos problemas causados quando nos deixamos guiar pelas emoções, o curta conta a história de homens (e uma mulher) cujas vidas são guiadas por sua Razão – e o que acontece quando a Emoção toma conta.

O narrador, sempre presente, começa explicando que todos temos a capacidade de pensar (Razão) e sentir (Emoção). Quando nascemos, apenas a Emoção existe, o que nos motiva à curiosidade e descoberta do mundo. No entanto, a partir dos erros, nasce a Razão, responsável por medir as consequências dos atos e nos fazer agir com prudência. Assim, acompanhamos os primeiros passos de Junior, enquanto bebê de fraldas, e sua vida como um homem adulto. Focando sempre dentro da cabeça do rapaz, notamos que a Razão (vestido com terno e gravata) é o motorista de sua mente, enquanto a Emoção (usando uma túnica que nos remete a um homem das cavernas, com cabelo bagunçado) é um passageiro bastante

¹⁷² SHULL, Michael. WILT, David. *Op. cit.*, 1996. p. 214.

entediado. A Emoção reclama de seu tédio, afirmando que gostaria de viver perigosamente alguma aventura. A Razão corta a reclamação, alegando que enquanto ela estivesse no comando, não haveria espaço para tais absurdos.

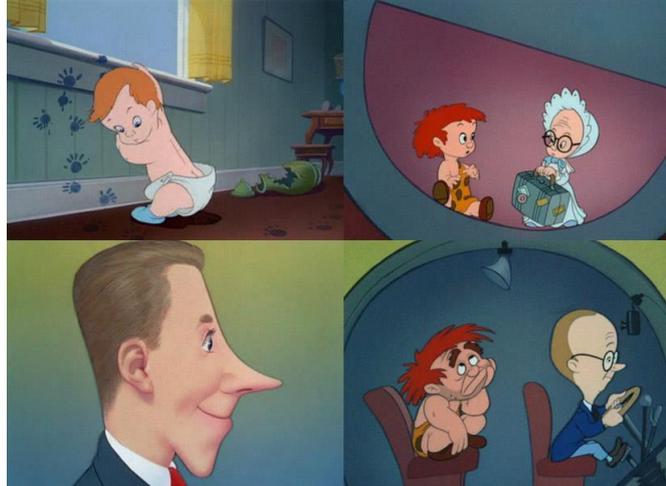


Figura 17 - Acima: Junior, Razão e Emoção bebês. Abaixo: Junior adulto e Emoção entediada, dirigida por Razão.

Caminhando pela rua, Junior vê uma bonita mulher. A Emoção logo se atíça e convence a Razão a voltar e dizer-lhe algumas palavras que a guia considera rude. Ele pede que a Emoção mantenha respeito pelo sexo feminino, mas esta não se convence e tenta agir sem o consentimento do colega. Na verdade, ela o atinge com um porrete e tira a Razão do controle, agindo impulsivamente. A consequência é um tapa no rosto de Junior. O narrador é claro: “é isso que você ganha por não ouvir a razão”.

Aproveitando a deixa, o narrador nos mostra como funciona a mente da mulher. Da mesma maneira, a Razão (vestindo um conjunto fechado e chapéu azul) guia a moça. Sua Emoção (usando um vestido tomara que caia rosa) reclama da atitude da colega, perguntando se ela quer que elas se tornem uma solteirona. A Razão intervém, recordando que elas são senhoras de respeito. A Emoção, por sua vez, diz que está cansada de ficar sentada sendo uma “senhora de respeito” e sugere uma pausa para um lanche. A Razão diz que não está com muita fome, mas poderiam comer algo leve como torradas e chá, enquanto a Emoção quer sanduíches e milk-shakes. Novamente, ela é advertida pela Razão, pedindo que sua colega reflita sobre o peso e a imagem que a mulher deve passar. Elas discutem, a Emoção toma o controle e vemos que a mulher se entrega às guloseimas. Como consequência, vemos gráficos que mostram o corpo engordando muito rápido e vários alertas disparando. A dieta e o sacrifício feitos até então foram completamente perdidos.



Figura 18 - Razão (dirigindo) e Emoção femininas

O narrador retoma, reafirmando os males que o “deixar-se levar” pela emoção pode causar. Em tempos como aqueles, em que diversas notícias podiam levar ao desespero, era preciso controlar o conflito entre razão e emoção. Passamos, então a acompanhar outro homem, John Doakes, que é inundado via rádio e jornais por notícias alarmantes sobre a guerra, fofocas e rumores, o que desencadeia uma briga entre a Razão, bastante calma, e a Emoção, completamente em pânico. Quando a Emoção está prestes a agredir a Razão, o narrador intervém e mostra como aquela situação é perfeita para Hitler.

De acordo com o narrador, Hitler é um demagogo que ataca a emoção para destruir a razão, utilizando-se do medo, simpatia, orgulho e ódio, tal como “ele fez com o povo alemão”. Conhecemos, então, o super-homem nazista: um homem loiro, com uma expressão perdida e abobalhada, ouvindo atentamente o discurso do Führer. Ao olharmos dentro de sua mente, vemos a Razão



encurralada em um canto, enquanto a Emoção (agora utilizando um capacete do exército prussiano) está absorvida pela exposição e reage às palavras do líder. Valendo-se do medo (dos campos de concentração, da Gestapo), ele faz a Emoção sentir o mesmo, abraçando e escondendo-se atrás da Razão, que o repreende. Chorando, Hitler faz a Emoção se emocionar junto. Novamente a Razão interfere, afirmando que o ditador é um mentiroso. A Emoção se ofende e agride o colega, concluindo que o mundo está contra o “querido Führer amante da paz”.

Figura 19 - Razão refém de Emoção

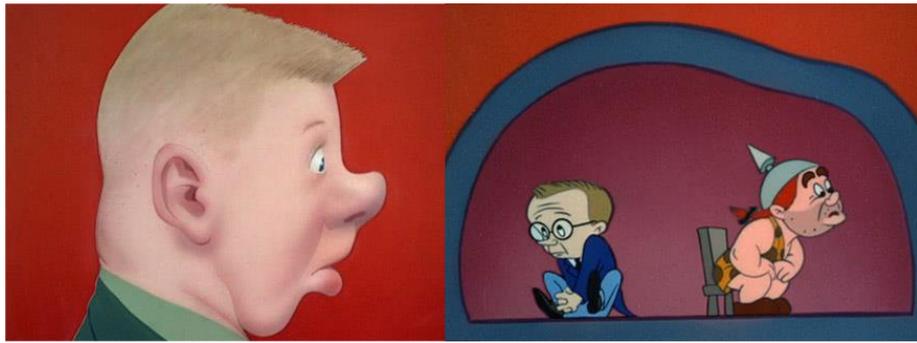


Figura 20 - Razão e Emoção de um soldado nazista



Figura 21 - Sentimentos mobilizados por Hitler em seus discursos

Com o orgulho, Hitler faz a Emoção dobrar de tamanho quando fala a respeito da superioridade ariana, diminuindo proporcionalmente a estatura da Razão, que aponta aquilo como uma “bobagem infantil”. Novamente, ela apanha da Emoção, que exalta Hitler como um gênio e um grande líder, fazendo repetidamente a saudação nazista e obrigando a Razão a fazer o mesmo. Finalmente, usando ódio – de um mundo livre e democrático –, Hitler leva a Emoção a prender a Razão em um campo de concentração e a gritar pelo fim da democracia. Essa loucura, segundo a Razão, foi a causa de sua escravização. O narrador assume, afirmando que quando a emoção se torna mestre da mente não resta nada a não ser ruínas. Nesse momento, há uma sobreposição de imagens, que troca as pernas da Emoção marchando na mente por botas pretas com a insígnia nazista andando por terrenos e prédios completamente destruídos.

Voltamos, então, à mente de Doakes, onde a Razão e a Emoção prestavam atenção na história contada. O narrador afirma que é o trabalho da Razão pensar, planejar e discriminar, enquanto a Emoção deve ser forte, amante do país e da liberdade. Juntos, eles devem estar determinados a lutar contra o inimigo. O curta termina com a Razão dirigindo e a Emoção sentada ao lado (e não mais atrás). Ambos usam uniforme de aviadores, tal como o dono da

mente que é guiado pela dupla. Vemos, por fim, um esquadrão de aviões voando por um céu avermelhado, com uma patriótica música ao fundo. O narrador afirma que, com a união da Razão e da Emoção: “vamos fazer o que precisamos fazer, e faremos certo”.



Figura 22 - Razão e Emoção de um piloto estadunidense

Como podemos ver, *Reason and Emotion* é um curta que trabalha com a ideia de juventude corrompida, que se rendeu a um poder discursivo e expressões emotivas. Diferente dos curtas sobre japoneses, aqui o título é claro: é uma oposição entre razão e emoção, não entre civilização e barbárie. Nos alemães, a razão continua por perto, ela só não está no comando. Não é uma questão de ausência ou inexistência, como no caso japonês. Segundo Barbara Symmes, avaliadora do curta à época, este é

Um estranho, mas interessante curta. Disney lida com dois assuntos intangíveis, Razão e Emoção, com vivacidade e imaginação característica. Ele tem uma lição clara para ensinar, e sucede em fazer isso vigorosamente, mas também com um animado e divertido senso de humor.¹⁷³

As ideias visuais, personificadas na forma como a Razão e a Emoção se vestem, deixam claro o caráter pedagógico, ainda que muito pautado no humor exagerado. Além disso, como será discutido adiante, na mente feminina, a Razão e a Emoção não estão relacionadas ao modelo patriótico a ser seguido, mas promovem uma discussão sobre aspectos físicos e comportamentais. O papel da mulher apresentado nos curtas da Disney costuma estar mais atrelado às tarefas domésticas do que bélicas. Assim, ainda que a mensagem de calma e desconfiança de todas as notícias que circulavam sobre a guerra valesse para todos, pode-se afirmar que a animação dialoga diretamente com jovens homens comuns que estão quase na idade certa ou já podem se alistar. O desenho, dessa maneira, procura construir o cidadão ideal – novamente, seguindo um padrão adotado pelo *Manual*, a partir de um distanciamento, do que o inimigo **não** é: calmo, racional e compassivo.

¹⁷³ Análise de *Reason and Emotion* por Barbara Symmes, em 22 de julho de 1943. *Office of War Information Files, Shorts*. Caixa R-S-1288, arquivo S-485. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

Procurando ridicularizar as *lideranças* nazistas (e não o povo), a animação *Herr meets Hare* (Warner Bros., 1945. 8 min. Color. Dir.: Friz Freleng) continua trabalhando na chave da emoção que controla os nazistas, o que justificaria líderes completamente idiotas. O curta é bastante colorido, com cenários fixos na floresta em que a história se passa. A narrativa é bastante dinâmica e frenética, com diversas piadas rápidas e referências à cultura alemã. Não há narrador, como é comum nos curtas estrelados por Pernalonga. A trilha sonora acompanha as ações das personagens, com destaque para o ballet interpretado pelo coelho de *Tanhäuser*.

Inicialmente, vemos uma antena de rádio emitindo sinais. Um locutor lança uma



Figura 23 - Göring e seu cachorro caçando

pergunta: onde está “Fatso” Hermann Göring? Há uma aposta correndo de que ele está esgotado e foi caçar na Floresta Negra para relaxar a mente. De fato, logo encontramos o grande e gordo alemão, vestindo roupas típicas tirolesas, medalhas (dentre elas, a Cruz de Ferro) no peito, marchando pela floresta com um cachorro dachshund, que o acompanha no mesmo ritmo. O cão vê um rastro e começa a farejá-lo. Do chão, surge Pernalonga com um mapa dos Estados Unidos explicando que está perdido porque errou o caminho. Göring aponta sua espingarda e surpreende o coelho (Pernalonga), que come uma cenoura e pergunta o caminho correto até Las Vegas. O alemão parece confuso e Pernalonga aproveita para lhe indicar o trajeto correto. Ele agradece a instrução e sai marchando, até se dar conta de que foi enganado, já que não há nenhuma Las Vegas na Alemanha. O coelho se assusta em saber que está em outro país e começa a ser perseguido pelo general. Ao pedir calma ao “gorducho”¹⁷⁴, Pernalonga tira alguma das medalhas de Göring, que começa a xingar em alemão. O coelho aproveita a deixa e, utilizando tinta preta, pinta um bigode e um pedaço da orelha, que ele dobra para parecer uma franja. Assim, ele se caracteriza de Hitler e encara o outro no momento em que ele chama o Führer de “bobo”. Ao

pergunta: onde está “Fatso” Hermann Göring? Há uma aposta correndo de que ele está esgotado e foi caçar na Floresta Negra para relaxar a mente. De fato, logo encontramos o grande e gordo alemão, vestindo roupas típicas tirolesas, medalhas (dentre elas, a Cruz de Ferro) no peito, marchando pela floresta com um cachorro dachshund, que o acompanha no mesmo ritmo. O cão vê um rastro e começa a farejá-lo. Do chão, surge Pernalonga com um mapa dos Estados Unidos explicando que está perdido porque errou o caminho. Göring aponta sua espingarda e surpreende o coelho (Pernalonga), que come uma cenoura e pergunta o caminho correto até Las Vegas.

O alemão parece confuso e Pernalonga aproveita para



Figura 24 - Pernalonga imita Hitler

¹⁷⁴ No original, *chubby*.

perceber a presença, Göring veste um uniforme nazista cheio de medalhas e faz a saudação, com a voz farfalhando. Pernalonga, então, começa a gritar palavras em alemão e gesticular, arranca as medalhas e a corda das calças do nazista, que caem e revelam um calção cor de rosa por baixo do uniforme.

Göring se ajoelha e pede perdão pelo erro, beija a mão e o rosto de “Hitler”, ficando com o bigode de tinta. Ele se vira e olha em um espelho e, quando se vê com a mancha no próprio rosto, faz a saudação nazista. Ao se dar conta do falso líder, ele se volta para o coelho, que foge. Logo, ouvimos um trecho do “Coro dos Peregrinos”, da ópera de Wagner,

Tanhäuser, e cavalcando sobre um cavalo robusto, surge



Pernalonga vestido de Brunilda (com um capacete com chifres, um escudo, cabelo trançado loiro e uma saia), personagem da mesma peça. Ele desmonta e Göring prontamente se veste de Siegfried (com uma túnica simples e um capacete viking). Ambos dançam e Pernalonga aproveita para fazer o alemão tropeçar ou dar com o rosto em seu escudo.

Figura 25 - Pernalonga vestido de Brunilda e Göring como Siegfried

Finalmente, livres das vestes da ópera, o nazista

retorna com um falcão para caçar o coelho. O pássaro, ao ouvir o sotaque do alemão, mostra com desdém uma placa que diz “Esse cara é obviamente um estrangeiro”. Göring repete a ordem, mas o falcão parece não entender, até Pernalonga voltar e imitá-lo, descrevendo um coelho. A ave parte para cima de sua caça e, como um bobo, confirma que entendeu a missão, voando em outra direção. Pernalonga, novamente com sua cenoura, questiona Göring se o falcão conseguirá pegá-lo. Este, por sua vez, afirma que o pássaro o fará antes que consiga dizer “Schicklgruber”¹⁷⁵.

¹⁷⁵ Schicklgruber é o sobrenome original do pai de Adolf Hitler, Alois.

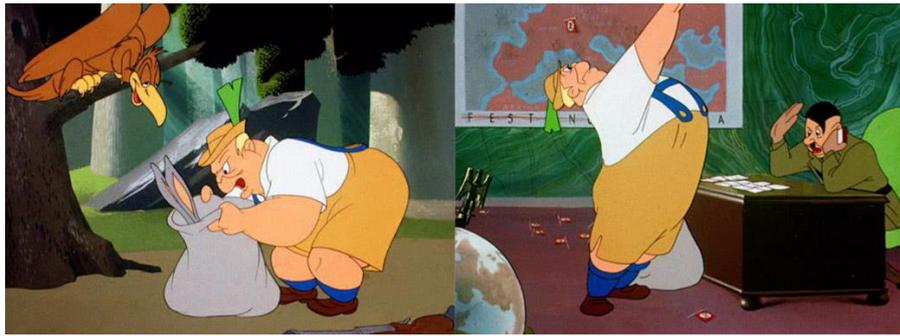


Figura 26 - Göring captura o coelho e o entrega a Hitler

Após uma nova perseguição, Pernalonga é capturado pelo falcão e preso em um saco. Göring, feliz, leva o prisioneiro até a sede do Reich, onde está Hitler. O Führer não parece se importar com a sua presença, o cumprimenta apenas esticando a mão para a saudação dizendo “Heil eu” e continua jogando cartas. Göring explica que capturou o coelho estadunidense, esperando alguma confirmação de que aquele foi um ato bom. Hitler pendura outra medalha “de decoração” no peito do general e olha o saco, onde só vemos um par de orelhas. Ele grita e sai correndo, desesperado. Estranhando, Göring também olha, grita e foge. Finalmente, de dentro da bolsa surge Pernalonga vestido de Stálin e fumando um cachimbo. Com sotaque russo, ele pergunta olhando para os espectadores se “ultimamente, seu tabaco tem gosto diferente?”, um slogan de uma companhia de fumo do período e o curta termina.



Figura 27 - Pernalonga imita Stálin

Assim, como vemos, há uma estreita relação entre a política do período a nomes do regime nazista em ambos os curtas. A caracterização também passa por imagens recuperadas de propagandas da I Guerra, especialmente as que remetem o conflito ao passado prussiano, como no capacete utilizado pela Emoção ao se render ao discurso nazista. Em comum, os dois curtas também não fogem de representações clichês do inimigo, ao apresentar Hitler e Göring com os uniformes nazistas, ostentando uma quantidade exagerada de medalhas no peito.

Diferentemente do desenho da Disney, não é possível classificar a produção da Warner como pedagógica. Como falamos, ao final da guerra, os estúdios já não sentiam mais a

necessidade de explicar os motivos ou contra quem se lutava, apenas reforçando o humor exagerado para fins de entretenimento (ainda que a propaganda prevalecesse). Pernalonga, assim como em *Bugs bunny nips the Nips*, se traveste de Hitler para provocar riso. Mas, diferente do imperador japonês, basta que ele pinte o bigode característico e use a orelha para fazer uma franja, sem qualquer necessidade de fala ou roupa. O mesmo não ocorre quando ele aparece imitando Stálin. Notamos, assim, que o uso do ridículo é direcionado apenas para o ditador alemão, enquanto o aliado russo é tratado com respeito, ainda que este também seja um momento cômico do desenho: o medo de Hitler apenas por olhar a representação de Stálin seria o suficiente, mas Pernalonga trajado também tem um efeito forte no desfecho. Ele não precisou fazer caretas ou estar em situações embaraçosas, bastou surgir do saco onde estava confinado e carregar no sotaque para dizer uma frase bastante conhecida da audiência estadunidense na época.

Apresentar nazistas como desequilibrados emocionalmente – especialmente Hitler – é uma ação recorrente em filmes e desenhos da época. Como veremos, os ataques de raiva do ditador, sua rudeza e brutalidade são características constantes que levam a um questionamento (e uma descrença): como uma pessoa tão histórica conseguiu controlar a Alemanha e inspirar lealdade quase fanática no Nazismo dessa forma? Percebemos que o uso do humor e do exagero no desenho da Warner (e em outros), nesse sentido, procurou desacreditar no poder de ação de Hitler e seu exército, ainda que o curta de Walt Disney pregasse cautela e atenção para com o inimigo. Tais discursos, apesar de parecerem conflitantes, faziam parte de uma construção dos líderes nazistas no imaginário estadunidense por Hollywood: o poder do Partido Nazista era o seu discurso, sua retórica. Uma vez que esse mal fosse extinto naquele país, o povo alemão poderia se recuperar do “transe” que vivia e construir novamente uma nação democrática.

Diferentemente dos japoneses, há, assim, a possibilidade de redenção mesmo para os soldados que estivessem sob o controle de Hitler. Tal ideia, ainda que raramente presente nas animações (o que não é o caso das citadas aqui), aparece em alguns filmes do período.¹⁷⁶ No entanto, o mesmo não é cogitado para os japoneses, que tem por natureza serem, supostamente, cruéis e traiçoeiros. Em parte, isso acontecia porque os Alemães, ainda que brutais e arrogantes, eram da mesma origem branca e europeia dos estadunidenses. Por esse motivo, Hitler e as lideranças nazistas são constantemente representados como os verdadeiros

¹⁷⁶ Como exemplo, podemos citar *The Master Race* (RKO, 1944) e *None shall escape* (Columbia, 1944).

símbolos corruptores da cultura ocidental, o que, de alguma forma, absolveria os alemães (exceto aqueles que supostamente se renderam conscientemente ao Nazismo) da culpa do conflito e dos crimes contra a humanidade.¹⁷⁷ Como veremos, o Nazismo e Hitler se tornaram a metáfora para uma ideologia perversa, utilizada por uma elite criminosa, para manipular diferentes populações e dominar o mundo.

O ditador megalomaniaco, o bonachão italiano e a réplica oriental

A noção de que foi a retórica de Hitler a principal responsável por jogar o mundo em mais uma guerra em menos de 20 anos é recorrente nas animações. Da mesma maneira, a ideia de que o italiano fascista não representava uma grande ameaça também aparece na maioria das produções de Hollywood. Em *The Ducktators* (Warner Bros., 1942. 8 min. P&b. Dir.: Norman McCabe) vemos o surgimento dos três líderes do Eixo e suas motivações – seguir e copiar o que o ditador alemão dizia.

A animação foi dirigida por Norman McCabe, também diretor de *Tokio Jokio*. Neste desenho, a narrativa é pouco acompanhada pelo narrador, que só se manifesta para explicar a origem dos três ditadores e como tentaram conquistar o poder. A trilha sonora é constante, tornando-se mais épica em momentos de tensão, ou com a associação de alguns ritmos às três nacionalidades (*Oh du lieber Augustin* para Hitler, “o barbeiro de Sevilha” para a presença de Mussolini e *The Japanese Sandman* para Hirohito).

O título do curta faz um trocadilho com a palavra *dictators*, indicando claramente de quem se falava na história, e faz uma sátira à II Guerra Mundial, procurando explicar de que maneira o conflito se iniciou. Aqui, é possível ver como a retórica de que os Estados Unidos foram forçados a entrar na disputa foi mobilizado por Hollywood em suas produções.

Na cena de introdução ao cenário vemos uma fazenda com diversas construções. O narrador diz que ali, há alguns anos, houve um acontecimento aparentemente sem importância, mas que estava destinado a mudar radicalmente a vida daquele pequeno mundo. A câmera passeia pelo local e animais ganham charutos, o que indica que alguém estava comemorando algo. O narrador avisa: a Senhora e o Senhor Pato estão grávidos. Em seu ninho, um ovo preto começa a se mexer. Ao rachar, de dentro sai um patinho negro com

¹⁷⁷ SHULL, Michael. WILT, David. *Op. cit.*, 1996. p. 216.

braçadeiras e suásticas, um bigodinho no bico e franja comprida. Ele estica a mão direita e grita “sieg heil!”.



Figura 28 - Pato-Hitler nasce

O tempo passa e o patinho, com aspirações artísticas, “sonhava com pincéis e palhetas, mas que acabou apenas com pincéis”. O Pato-Hitler cola nas paredes cartazes com suásticas, indicativas de sua ideologia. Logo, seus dotes “artísticos” são deixados de lado e ele arruma novos interesses – discursar. Em cima de uma caixa de madeira, gesticula e grita para os patos que passavam. O narrador censura a audiência que lhe dá ouvidos, chamando-os de “ouvintes crédulos”, mesmo quando o Pato-Hitler afirma que tudo que ele disse é verdade por ter sido sua mãe quem lhe disse.

Dentre as aves crédulas, notamos um ganso preto gordo, careca, que assiste ao discurso. Ele tem um forte sotaque italiano e ergue o braço, exibindo uma braçadeira com a suástica nazista, concordando com o falante do palanque. A trilha sonora também se altera e ouvimos a introdução da ópera “O barbeiro de Sevilha”. O ganso, que representa Mussolini, conversa com a câmera e afirma que ambas as aves são inteligentes e sabem o que dizem. Nesse momento há uma intervenção dos animadores, que interrompem a cena para colocar um aviso escrito: “Gostaríamos de pedir desculpas a todos os PATOS e GANSOS LEGAIS que podem estar na audiência. A direção”.

A ópera se liga a uma música militar e temos o Pato-Hitler passando uma tropa em vistoria. Ele para na frente de vários soldados, que estão carregando armas de madeira ou vassouras, em posição de sentido. O pato levanta o braço direito e diz “sieg Heil!”, seguido de todas as demais aves, nas quais vemos, conforme vão esticando seus braços, uma braçadeira com a suástica nazista. Entre os soldados, há um pato preto, baixinho e com sotaque do sul dos EUA, mas que afirma ser do sul da Alemanha.

Enquanto isso, o Ganso-Mussolini gesticula, grita, diz palavras aleatórias em italiano e faz uma pausa, esperando por algo, mas só recebe silêncio. Com a demora, ele pega uma placa onde se lê *aplausos*. Ouvimos palmas solitárias e uma fina voz de um pequeno pintinho, amarrado em uma bola de ferro, que o aplaude e estica o braço esquerdo (porém sem nenhuma braçadeira).

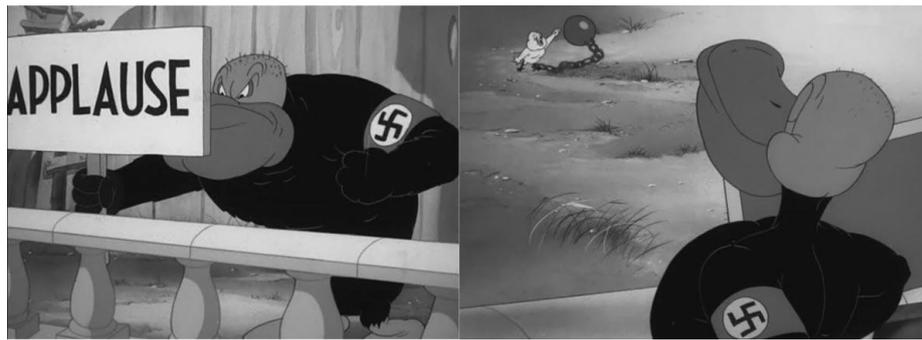


Figura 29 - Discurso de Ganso-Mussolini para um pintinho acorrentado

Em outro ponto da fazenda, onde há várias casinhas de pombos, ouvimos um lamento. Na frente da toca está uma pomba branca (cujas inscrições de sua casa nos avisa que esta é a pomba da paz) que lamenta e chora a respeito da paz esquecida.

Na cena seguinte vemos a entrada de um galinheiro com uma faixa dizendo “Conferência de paz”, com diversas suásticas enfeitando. Dentro, encontramos o Ganso-Mussolini jogando um ioiô e a sua frente um papel escrito “tratado”. O Pato-Hitler se aproxima com um rosto fechado, empurra o abobalhado Ganso-Mussolini e assina o papel. O pato leva o documento até uma caixa onde se lê: “para o depósito de documentos sagrados”. Ouvimos um barulho de motor, a câmera se abaixa e nos deparamos com o “tritador de tratados”, que transformou o acordo em confete. Após isso, o Pato-Hitler parte para a agressão dos demais presentes na reunião.



Figura 30 - Conferência de paz

Do oriente chega outro parceiro para fazer os próprios integrantes do Eixo “de bobo”. Vemos ao fundo a imagem do sol nascente, que logo se transforma em uma plaquinha carregada por um pato também negro, que usa chapéu, tem olhos puxados com óculos grandes, possui dentes enormes e uma braçadeira com a suástica nazista. O Pato-Hirohito

rema pelo oceano, passa por algo que aparenta ser uma pedra, pega sua placa com a imagem do sol nascente (na qual, do outro lado, está escrito: “ilha de mandato japonês”). A pedra se mexe e notamos que era um casco de tartaruga, que persegue o estrangeiro. O pato se desculpa repetidamente e diz que não é japonês, apresentando um *botom* que afirma sua suposta nacionalidade chinesa.



Figura 31 - Pato-Hirohito tenta se passar por chinês

Na cena seguinte temos um cenário sombrio, com nuvens pretas e carregadas, raios e apenas grama no chão. O narrador nos avisa que as nuvens de guerra se espalham e os integrantes do Eixo continuam marchando em direção ao “sonho de conquista”. Os três aparecem em fileira, do menor (Hirohito) para o maior (Hitler), intercalando marcha e dança. A pomba da paz surge esperando parar o trio e clama para que mudem sua visão bélica, mas é pisoteada por soldados antes que pudesse terminar sua frase. Tonta, ela se levanta e se enfurece.



Figura 32 - Ditadores e Pomba da paz

Indo em direção aos três inimigos, ela acerta um soco no bico e no estômago do Pato-Hirohito. O mesmo acontece com o alemão e o italiano. Do outro lado, vemos galinhas e galos comemorando a atitude (mesmo que violenta) contra o trio. Seguimos para uma sede da

“Gestinko”¹⁷⁸, onde há um grupo de patos que apoiavam os líderes também apanhando da população local. Durante a confusão, um soldado desenhado em um cartaz de incentivo à compra do bônus de guerra ganha vida e salta do papel, atirando contra o trio e seus apoiadores.

Ao final da confusão, a pomba da paz aparece sentada em uma poltrona e fumando um cachimbo com dois filhotes ao seu redor, *Paz* e *Silêncio*, indicando que o tempo passou. Ela diz aos filhos que não gosta de guerra, mas quando o conflito começou, ela escolheu não correr, afirmando com orgulho que não deixou os três escaparem. A câmera segue a direção na qual a pomba aponta e vemos a cabeça dos três ditadores empalhadas acima da lareira, com machucados, curativos e dentes e acessórios (como os óculos) quebrados.¹⁷⁹



Figura 33 - Pomba e seus filhotes

Antes do encerramento do curta, o volume da trilha sonora (uma marcha militar orquestrada) aumenta substancialmente e o seguinte texto aparece na imagem, lida pelo narrador: “se você gostaria que isso fosse verdade, isso é tudo o que você deve fazer”, o que significa comprar bônus de guerra.

O que chama a atenção em *The Ducktators* é o seu formato narrativo, que se assemelha ao da fábula. Aqui, diferente de *Pernalonga* que lida com humanos, todos os animais são antropomorfizados, o que dá um valor pedagógico à animação e suas intenções. Em grande parte, isso se deve por este ser um desenho lançado nos primeiros meses de participação dos Estados Unidos no conflito, quando havia a necessidade de esclarecimento da população. Vale ressaltar, ainda, que o recurso metalinguístico da animação procura mexer com as emoções do espectador. A música utilizada em momentos importantes, como o destaque do pôster, é ritmada e reforça a importância patriótica da atuação de todos no conflito.

¹⁷⁸ Trocadilho com Gestapo.

¹⁷⁹ Temos, aqui, o ponto de virada do desenho: a postura da pomba muda radicalmente. A violência gerada pela presença dos ditadores é uma catarse, e procura justificar a agressividade da ave. Esse tipo de cena é bastante comum nas animações e, neste caso, nos leva ao clímax do desenho.

Outro recurso aqui utilizado é a interpelação do espectador para torná-lo um interlocutor da animação que pretende provocar a empatia do público e, em certa medida, coloca-o como um terceiro elemento no desenvolvimento da história, como se narrador e personagens precisassem saber da reação do público fora da tela para continuar “atuando”. Pernalonga, nos demais desenhos analisados, também conversa francamente com o espectador em diversas ocasiões. Ao levantar uma placa indicando o momento para aplaudir, o Ganso-Mussolini também “obriga” o público nos cinemas a aplaudir – mesmo que contra sua vontade –, o que reforça a mensagem do discurso do ditador. Cabe ressaltar que essas interferências são, até hoje, uma marca constante das animações dos estúdios Warner Bros.

Além disso, o diálogo entre narrador-personagens-público, além de quebrar a quarta parede, ajuda a promover uma ideia de espectador-ativo, na qual o público também interage ou é motivado pelo que assiste. Ao apresentar uma mensagem pedindo desculpas pela ofensa aos patos e gansos legais, o narrador (e a equipe produtora) mostra uma consciência da audiência que está sendo atingida e da mensagem passada, que pode ser mal interpretada (visto que o *Bureau of Motion Pictures* insistia para que a generalização do inimigo – principalmente alemão e italiano – não ocorresse nas produções). Além disso, esse recurso nos permite notar uma consciência do narrador sobre sua própria existência no desenho e interferência nos rumos da história.¹⁸⁰

Assim como nos outros desenhos, a presença do japonês é ironizada e racializada. Além dos elementos já discutidos, o curta não se preocupa em diferenciar exatamente quem é o nome que representa o Japão. Embora trabalhemos com a hipótese de que o pato que vem do oriente é Hirohito, por ser o comandante geral (assim como Hitler e Mussolini), ele é caracterizado (quepe, óculos) lembrando mais Hideki Tojo, primeiro-ministro no período. Acreditamos que os produtores não sentiram necessidade de explicar exatamente a diferença entre o Imperador e o primeiro-ministro, o que também pode revelar certo preconceito ao homogeneizar os traços étnicos.¹⁸¹

¹⁸⁰ HERNÁNDEZ, María Lorenzo. “The *double*sense of animated images: a view on the Paradoxes of Animation as a Visual Language”. *Animation Studies Online Journal*. Vol.2, 2007, disponível em: <http://journal.animationstudies.org/wp-content/uploads/2008/01/ASVol2Art5ML_Hernandez.pdf>, acessado em 12 de outubro de 2015.

¹⁸¹ De acordo com o historiador Wagner Pereira, diversas propagandas anti-japonesas, como o filme de propaganda *Know your enemy – Japan* (Conheça seu inimigo – Japão) comparavam os japoneses a “foto copiadas do mesmo negativo”. Isso reforça nossa hipótese sobre a confusão na caracterização de Hirohito, pois o discurso racial do período não procurava identificar nem distinguir os indivíduos. Ainda segundo Pereira, citando o general estadunidense John L. De Witt, havia uma clara divisão: “enquanto os alemães e os italianos

A intenção explicativa do desenho não demonstra empenho em mostrar, por exemplo, porque o pato que vem do oriente usa uma braçadeira nazista ou como foi que ele teve acesso ao discurso de Hitler. O Pato-Hirohito é, assim, uma cópia malfeita do ditador alemão. Segundo o curta, pode-se inferir então que a ameaça à democracia é uma ideologia genericamente chamada de “militarismo” (como consta no Manual do BMP), mas é facilmente identificada com símbolos do partido Nazista.

O mesmo acontece com o Ganso-Mussolini. Considerado o mais fraco dos três, o ganso é apresentado como um mero repetidor de palavras. Seu público sequer é espontâneo, diferente de Hitler, que encontra seguidores para ouvi-lo. A representação aqui é de um italiano abobalhado e falastrão, já bastante utilizada por Hollywood nos anos 1930. A narrativa da animação leva o espectador a concluir que o ganso não possui nem inteligência, nem ideias próprias, sendo incapaz de construir seu governo e angariar a simpatia da população (por isso ele precisa amarrar seu público e obrigar que ele o aplauda). Nesse sentido, notamos que o desenho se constrói em torno da figura do Pato-Hitler, que é apontado como o grande responsável pelos problemas pelos quais a “fazenda” – a Europa – passava. De acordo com Wagner Pereira: “quando Hollywood trata o italiano fascista como inimigo, busca abordá-lo sempre através de forma caricata”¹⁸², não sendo considerado uma ameaça perigosa. Ele é, assim, o ponto inútil do Eixo, praticamente dispensável¹⁸³, como podemos ver em *Tokio Jokio*, no qual o único segmento em que Mussolini aparece, ele está sentado sobre ruínas, abatido e derrotado – coincidentemente, Roma foi tomada e bombardeada pelos Aliados em julho de 1943, dois meses depois do lançamento de *Tokio Jokio*.

Conforme dito no início, o desenho lida com o mito isolacionista, afirmando que os Estados Unidos foram *obrigados* a participar da guerra, tal como a pomba foi forçada a tomar uma atitude perante o trio. Apesar disso, vale ressaltar o caráter dúbio da pomba, que ao final aparece fumando um cachimbo que nos remete, também, à Winston Churchill. Ainda sobre a presença interna, vale destacar o pato negro com sotaque do sul dos Estados Unidos. Ao ser colocado no exército do Pato-Hitler, o desenho faz uma menção ainda às profundas diferenças entre brancos e negros, resquícios da Guerra Civil, ao racismo, à supremacia branca¹⁸⁴ e à questão do uso da mão-de-obra escrava que dividiu o país, bem como a falta de

poderiam ser tratados como indivíduos, os japoneses eram uma “raça” de fanáticos”. In: PEREIRA, Wagner. *Op. cit.*, p. 534.

¹⁸² *Ibidem*, p. 523.

¹⁸³ SHULL, Michael. WILT, David. *Op. cit.*, 1996. p. 218.

¹⁸⁴ JUNQUEIRA, Mary. *Estados Unidos: a consolidação da nação*. São Paulo: Editora Contexto, 2001. p. 89-91.

reconhecimento dessas populações negras enquanto cidadãs.¹⁸⁵ Essa relação, como veremos melhor adiante, causou incômodo em muitas associações e movimentos negros que lutaram pelos Estados Unidos.¹⁸⁶

Ao mesmo tempo em que as animações de Hollywood se ocupavam de explicar – e satirizar – o inimigo, existiu a preocupação de levantar a moral dos soldados e incentivar o alistamento militar. Como veremos, a construção do inimigo serviu para ser a oposição dos heróis da nação – os soldados, homens racionais, corajosos e dispostos a dar suas vidas pelo país e por um mundo livre e democrático.

2.3 – Heróis, engraçados e jovens: os soldados no protagonismo das animações

Quando o assunto eram as Forças Armadas, em especial, os soldados, havia uma preocupação do *Office of War Information* para que não fossem mostrados na tela longas e curtas-metragens muito realistas, que pudessem chocar a população para além do necessário. A intenção não era esconder que a guerra era cruel e difícil, mas evitar que a moral e a fé nos militares fossem reduzidas. Para os estúdios, a preocupação também passava por questões financeiras: além de não ser possível reproduzir cenas muito detalhadas, por falta de tempo e pelo custo, não havia um interesse do público em consumir esse tipo de filme. Assim, a saída mais comum (principalmente em musicais e comédias românticas), foi apresentar os soldados em momentos de lazer e descontração, sem deixar a coragem e a bravura de lado para os momentos em que fossem chamados a prestar serviços à pátria.

O conjunto de animações analisado a seguir pretende exaltar a figura do soldado, colocando-o como fundamental para a conquista da vitória. Apesar das dificuldades, os desenhos procuram também satirizar o ambiente militar, retratando com humor os momentos de lazer e procurando esclarecer que o exército, ainda que espaço da disciplina, também tinha seus momentos de diversão.

O primeiro passo para “estar” na guerra era, obviamente, entrar no exército. *Donald gets drafted* (Walt Disney, 1942. 9 min. Color. Dir.: Jack King) inicia a trajetória do Pato Donald na guerra justamente desse ponto. Este é o primeiro de seis curtas que mostram

¹⁸⁵ FERNANDES, Luiz E.; MORAIS, Marcus V. “A “casa dividida” e a Guerra de Secessão”. In: KARNAL, Leandro *et al.* *História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI*. São Paulo: Editora Contexto, 2007. p. 131-139.

¹⁸⁶ BLACK, Gregory D.; KOPPEL, Clayton R. *Hollywood goes to war: How politics, Profits and Propaganda shaped World War II Movies*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1990, p. 86.

Donald convocado para o exército dos EUA e seu cotidiano ali. O roteiro e a música tema foram escritos por Carl Barks, criador de Donald e os demais cidadãos de Patópolis. A trilha sonora é recorrente, porém utilizada para fins cômicos das cenas, sem chamar atenção, fato que se repete ao longo dos demais desenhos dessa sequência.

A animação tem início com uma canção chamada “*O exército não é mais o exército*”¹⁸⁷, composta por Barks, na qual a letra procura satirizar o cotidiano de um soldado no exército. Portando a carta de convocação, Donald se dirige a um posto militar para fazer sua inscrição. A música diz:

O exército não é mais o exército/ está melhor do que antes/ O corneteiro toca, mas às 7:15 isso não é o bastante/ Mas se você estiver cansado / fique dormindo até às 11h / Oh, o exército não é mais o exército

O ritmo leva o pato a fazer a caminhada marchando, enquanto a música pretende criar uma dúvida na audiência: será uma ironia? Será verdade? O tratamento do exército realmente mudou, mesmo em um momento com tão grave tensão? A empolgação do pato pode levar à dúvida, que só é respondida mais ao final. Ao longo do caminho, diversos cartazes com propaganda sobre o Exército, Marinha e Aeronáutica motivam Donald. Alguns dos pôsteres remetem a uma propaganda de circo, sugerindo que aquele é um ambiente alegre e espontâneo. A música prossegue: *Oh, o exército não é mais o exército / está melhor do que antes / você costumava andar uma milha por feijão / Mas agora eles trazem até você / E todos os generais dizem “olá!” como se eles realmente te conhecessem*. Percebemos, então, que a ironia caracteriza toda a letra da música ao apresentar o exército quase como um hotel cinco estrelas, o que acaba zombando da própria propaganda do órgão naquele período.

¹⁸⁷ *The army's not the army anymore*



Figura 34 - Cartazes de propaganda do exército

Donald continua saltitando entre os cartazes e dança no ritmo da música, observando com maior atenção o cartaz em que aparece uma mulher loira, com roupa de fanfarra e girando um bastão. Novamente, a letra enfatiza: *Oh, o exército não é como era antes*. O pato, então, leva a mão ao coração e suspira apaixonadamente, dirigindo-se para outro cartaz com uma mulher ruiva, vestindo o uniforme da aeronáutica. Novamente, a canção confirma a visão de Donald - *Eles têm várias aeromoças, as garotas são realmente bonitas* – O cartaz seguinte mostra um soldado com o uniforme também da aeronáutica e duas mulheres de cada lado do soldado, de braços dados. Todos sorriem e caminham, enquanto o soldado aparenta uma expressão de orgulho, com a cabeça bem erguida. No letreiro lê-se: “Seja irresistível! Aliste-se na Aeronáutica”. A música acompanha, dizendo: “*e entreter essas parceiras é parte dos seus afazeres regulares*”. Então, a imagem muda e o soldado é substituído por Donald, utilizando as mesmas roupas.



Figura 35 - Mulheres no exército

O pato, então, estala os dedos decididamente e segue em direção a um quartel para se alistar. A canção vai aos poucos se encerrando, em seu refrão: *Oh, o exército não é mais o exército*. Donald entra no local e entrega a convocatória para o oficial. Ele diz que gostaria de ser um aviador pois vem de uma família de aviadores (seu pai, seu tio e seu primo). Ele expressa seu desejo de continuar essa herança e demonstra bastante orgulho perante a possibilidade de cumprir sua missão. O oficial, entretanto, ignora o que Donald diz e apenas

lhe dá um papel e caneta para assinar. Ele assina e pergunta se já pode voar. O homem ri, afirmando que seria melhor fazer a avaliação física primeiro.

Donald, ainda marchando, vai para a próxima etapa, acreditando que essa seria uma tarefa fácil, mas, ao entrar, é agarrado pelo pescoço e logo vai passando por diversas pessoas que vestem jalecos brancos. Eles perguntam entre si o nome de Donald e ordenam procedimentos. O pato primeiro é jogado sobre uma mesa, onde tem o pulso medido e as batidas do coração ouvidas. Puxado para o outro lado mais uma vez, seu ouvido é verificado com uma luz (que reflete em suas narinas, fazendo o fecho de luz atravessar sua cabeça). O médico conclui: “nada aqui”, nos dando a entender que a cabeça do pato é oca. Novamente, ele é puxado, apertado e medido. O teste de visão consiste em uma sequência de cartazes com cores e seus nomes escritos, para que Donald diga a cor que vê. Um despertador é colocado em seu ouvido para saber se o pato consegue ouvir o barulho do relógio. Zonzo, ele acena que pode.¹⁸⁸

Donald é novamente agarrado pelo pescoço e colocado em cima de uma mesa, onde sua roupa é arrancada. Ele se cobre com as mãos, constrangido e tem sua cabeça, braços, pernas, rabo e altura medidos. Um casaco muito maior que ele é jogado sobre sua cabeça, seguido de um chapéu também enorme e um balde de água fria. A vestimenta então vai encolhendo até ficar do tamanho certo de Donald. Finalmente, ele recebe um carimbo escrito “OK” abaixo de seu rabo, sendo liberado para o treinamento.

¹⁸⁸ A piada com a forma rude e brutal com que Donald é tratado é uma referência à seleção geralmente mal feita dos reservistas nos anos iniciais de guerra, quando as Forças Armadas estavam desesperadas para aumentar a quantidade de homens servindo. In: BAXTER, John. *Disney during World War II: How the Walt Disney Studio contributed to victory in the war*. New York, Los Angeles: Disney Editions, 2014. p. 103.



Figura 36 - Donald entra no exército

A cena corta para aviões voando e Donald aparece marchando, segurando uma baioneta, olhando para os céus. Sabemos que alguns dias desde seu alistamento se passaram, pois ele reclama da ordem que recebeu (“Marchar pelo campo o dia todo, é tudo que fazemos, marchar, marchar, marchar!”). O pato, triste, lamenta que ainda está passando pelo treinamento inicial, apesar de sua ansiedade em se tornar aviador. Nesse momento, um sargento (Bafo)¹⁸⁹, chama a atenção de Donald, mandando-o voltar para a linha e continuar marchando. O oficial dá o comando para os soldados pararem, mas Donald, sem se atentar à ordem, continua o exercício, passando por debaixo das pernas dos demais companheiros. Bafo dá novas ordens e o recruta se atrapalha para executá-las, terminando por cortar a gravata do superior. Como lição, ele diz que vai lhe dar um treino especial. Donald, tremendo, bate continência e aceita a ordem.

Donald recebe seu primeiro treinamento: aprender a trocar a posição do armamento rapidamente. O segundo é apresentar armas. Em todas as situações, o pato se atrapalha, rasga seu uniforme e irrita profundamente o sargento, que conclui que o soldado não tem qualquer tipo de talento para o exército. Ele agride Donald, que cai no chão, bravo, gritando que quer desistir do alistamento. Os dois tem um momento de tensão que logo é controlado, pois para Bafo, Donald precisa aprender a ter disciplina. Mais uma ordem: Donald deve ficar estático no lugar, sem mexer um músculo.

No entanto, Donald está parado sobre um formigueiro e as formigas começam a subir em seu corpo. Ele começa a se mexer e o sargento o repreende. Donald sofre para cumprir a ordem e começa a se coçar. Finalmente, o pato chega ao seu limite e dá um pulo, gritando de dor e correndo. Ele usa sua arma para se livrar das formigas e atira para os lados, acertando Bafo, que precisa subir em uma árvore para fugir do tiroteio.



Figura 37 - Opinião de Donald

¹⁸⁹ Bafo é a forma comum dos personagens da Disney se referirem a João Bafo de Onça, nome como ficou conhecido no Brasil. Em inglês, é chamado de Peg Leg Pete. Foi o primeiro personagem “brutamontes” de Disney, servindo várias vezes como vilão das histórias estreladas por Mickey e Donald.

A sequência termina com Donald sentado na cozinha descascando e cortando batatas, de castigo por não ter conseguido ficar parado sobre o formigueiro. Enquanto isso, a música do início retorna, dizendo “*O exército não é mais o exército/ está melhor do que antes/ o sargento não é mais tão rígido/ ele é cuidadoso para não te perturbar / apenas diga-lhe quando estiver descascando batatas / e ele vai descascar por você*”. Com uma casca, ele escreve “decepção”,¹⁹⁰ olha para a câmera, dá uma piscada com o olho, balança a cabeça. A câmera se afasta e ele continua cortando batatas até o fim do curta, com a música dizendo “*O exército não é mais o exército / oh, o exército não é mais o exército*”.

Ao final do curta, ficamos com a impressão de que se trata mais de uma crítica ao exército do que uma propaganda que incentive o alistamento. Mesmo assim, a mensagem do desenho parece funcionar, ao apostar numa “herança” familiar de Donald de aviadores – afinal, é uma família de patos – e dar a esperança de que o soldado comum (que, na prática, não recebia treinamento especializado) teria a possibilidade de mudar de posto e alcançar um prestígio maior, visto que nos Estados Unidos, servir as Forças Armadas costuma ser sinônimo de honra e orgulho para a comunidade que envolve o combatente. Assim, percebemos que esta animação foi direcionada para o público jovem, preferencialmente na faixa etária do alistamento voluntário, para que servisse de reflexão aos que pensavam em ser soldados.

Notamos, também, que a animação traz uma recorrência das propagandas do exército: o apelo sexual, apresentando as mulheres (que serão melhor discutidas mais adiante) como prêmios dos soldados. Há, assim, um duplo propósito sentido aqui: tanto a audiência do desenho quanto o público alvo das propagandas do exército eram os jovens estadunidenses. Assim, ao atrair a atenção desses homens, há uma valorização da masculinidade, poder e a associação dessa virilidade ao exército. Além disso, a guerra é colocada como uma oportunidade de ascensão social, como demonstrado pela música que acompanha Donald em seu alistamento e nos cartazes das Forças Armadas no caminho. Essa noção de guerra como uma “oportunidade” de melhoria de vida e prestígio é recorrente em curtas, como veremos, especialmente nos que eram voltados para os soldados nos campos de treinamento, mas também foi uma narrativa presente em produções que pretendiam dialogar com algumas minorias, como era o caso dos negros que ingressavam no exército procurando por reconhecimentos sociais e políticos.

¹⁹⁰ Phooney, em inglês.

Em *Sky trooper* (Walt Disney, 1942. 7 min. Color. Dir.: Jack King), Donald continua seu treinamento como soldado e conquista uma nova posição dentro da hierarquia: de soldado raso para paraquedista.

O desenho se passa em uma base militar da aeronáutica, iniciando ao raiar do dia. Verificamos, assim, que o curta trabalha com temporalidades, desejando apresentar o cotidiano dos soldados. Como veremos a seguir, a questão do tempo explica a ansiedade de Donald, seu tédio e frustração com seu posto atual dentro da organização do exército – cortador de batatas.

A cena seguinte foca em primeiro plano em alguns aviões que fazem manobras de aterrissagem, passando por uma pequena janela. Através ela, Donald olha tristemente enquanto descasca batatas. Chorando, ele diz que quer voar, e corta batatas no formato de um avião. Ele joga a batata-avião, que voa pela cozinha e chega ao dormitório, onde o sargento Bafo está lendo uma revista. A batata tira seu casquete e voa pelo quarto, voltando para Donald, enquanto o sargento olha com uma expressão confusa, sem entender o que aconteceu. A batata-avião para próximo ao pato, que continua se lamentando. Sem notar, ele pega o casquete e o pica.



Figura 38 - Donald se lamenta por não conseguir voar

O sargento chama a atenção de Donald, perguntando se ele viu sua veste. O pato nega, até que o objeto estava em sua mão, todo destruído. Donald se encolhe no canto da cozinha e Bafo percebe que o tecido foi cortado no formato de diversos aviões. Ele pergunta se Donald tem alguma fixação por voar, e este confirma, novamente choroso, que quer voar. O sargento

então, ridicularizando Donald, abre uma comporta de onde caem milhares de batatas. Bafo diz que quando ele terminasse de descascar tudo, Donald poderia finalmente voar. O pato, animado, executa a tarefa rapidamente.

Ao terminar, ele corre para a sala do Sargento, que testa o equilíbrio de Donald. Para isso, o recruta precisa esticar bem os braços horizontalmente, fechar os olhos e unir perfeitamente apontados dois dedos indicadores à frente do corpo. Donald ri, já que o teste parecia fácil e tenta. Ele falha várias vezes, até que o Sargento resolve deixar seu dedo para que o pato encoste o dele. A seguir, ele precisa provar que tem bom senso de direção e, vendado, deve colocar uma empenagem (ponta traseira do avião) miniatura em uma imagem de avião na parede. Bafo venda Donald e o faz girar para ficar tonto. O pato sai andando cambaleante, vai até a janela, sai, anda pelo parapeito e derruba um vaso. O sargento ouve o barulho e vai até o local procurar o que aconteceu. Donald, então, vem ainda vendado por trás e espeta a empenagem em Bafo, que pula de dor e cai pela janela. O recruta tira a venda, querendo saber se conseguiu passar no teste, e vê que derrubou seu superior. Este, caído no chão, tira o objeto espetado e, contrariado, diz que ele conseguiu.

Nesse momento ouve-se um chamado vindo de outro ponto do campo de treinamento. A câmera mostra uma placa onde se lê: “tropas de paraquedas, decolagem” e diversos soldados entrando nos aviões. Bafo, então, tem uma ideia e chama Donald, ordenando-o a entrar no avião. O soldado fica empolgadíssimo, enquanto o sargento sobe logo atrás, puxa a porta do avião e, antes de fechá-la completamente, olha fixamente para a câmera, dando uma risada sinistra. Após um tempo de voo, Bafo se levanta e dá a ordem para os soldados começarem a saltar. Donald observa a fila se formar, acreditando estar no chão. Os soldados a sua frente riem dele e Donald agradece a carona, preparando-se para sair. Ao notar que, de fato, estava no ar e precisava saltar, ele entra em pânico e se recusa, agarrando-se a uma das cadeiras, enquanto seu superior luta com a ave para que ela pule.

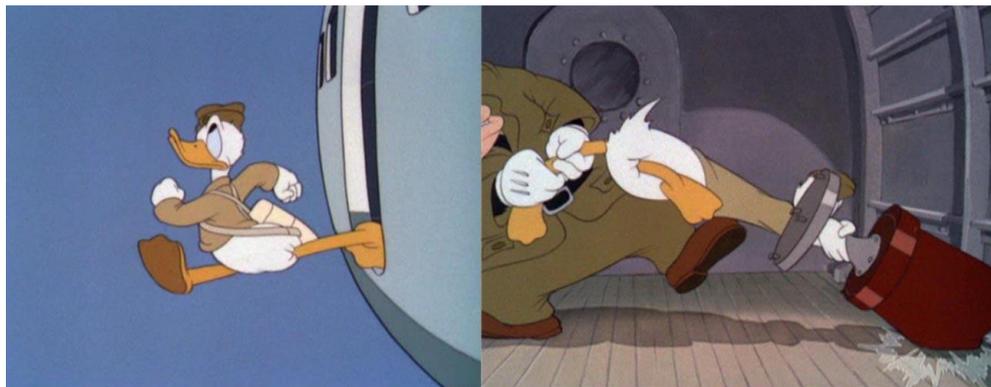


Figura 39 - Donald não consegue saltar

Bafo tenta jogar Donald diversas vezes fora do avião, mas ele sempre retorna. A luta continua até que o pato se apoia em uma bomba do avião. Esta se solta e ambos caem em queda livre, jogando o míssil um para o outro. Ao perceber que se aproximavam do chão com a bomba, Donald chuta Bafo e coloca a bomba em suas calças. Ambos caem e ouve-se uma explosão. Pedacos de madeira sobem e surge uma placa que identifica a sala do General.

Ao final, Donald aparece vestido com uma roupa azul, com o braço apoiado em uma tala, o pé, rabo e parte do rosto enrolados em faixas. Bafo também está com faixas na cabeça e a perna direita engessada, pendurada para cima. Ambos estão descascando batatas. O curta encerra com Donald murmurando reclamações, fazendo expressões de bravo, com uma batata em seu bico enfiada por seu superior.

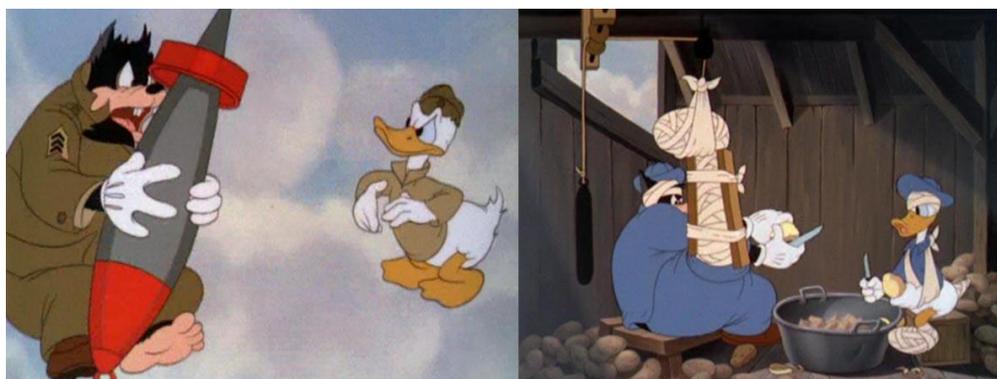


Figura 40 - Donald e Bafo acabam machucados após a queda

Apesar de este ser um curta que aparenta poucos sentidos políticos, notamos a crítica em relação às hierarquias e a forma como os soldados são tratados. Donald, que inicialmente queria ser aviador, acaba em um treinamento de paraquedista, o que irá refletir mais para frente em sua carreira no exército. Verificamos, ainda, que há uma valorização da aeronáutica, apresentada como corpo militar com um status bastante importante e, por isso, fica claro a frustração de Donald em sua má utilização enquanto soldado dentro daquela corporação. Esse sentimento irrita o pato, e o desestimula a participar, com a mesma empolgação vista em

Donald gets Drafted, dos esforços de guerra para levar os EUA à vitória, por mais que sua tristeza e mau humor sejam apresentados para a audiência de forma cômica.

Essa passagem de tempo, apesar de parecer pouco importante, carrega uma mensagem pedagógica: o exército permitiria uma ascensão, desde que o jovem fosse paciente e se esforçasse para alcançar novas oportunidades (embora na realidade dos reservistas, a possibilidade de escalada hierárquica fosse muito improvável). Nesse sentido, o desenho mostra que é importante passar por diferentes situações, mesmo que desagradáveis, para chegar a novas posições. Donald, que queria ser aviador, acaba se tornando paraquedista. Mesmo não sendo seu plano inicial, como veremos, ele agarra a chance – apesar de seu visível e cômico medo de altura – para servir seu país quando necessário.

Finalmente, o pato recebe uma missão importante em *Commando Duck* (Walt Disney, 1944. 7 min. Color. Dir.: Jack King): ele deve exterminar uma base inimiga. Este é o último da série de Donald no exército: O agora paraquedista Donald se prepara para pular com uma enorme mochila cheia de equipamentos e sua baioneta. Ouvimos uma voz (que não é de Bafo) que o chama e lhe diz que vai repassar suas ordens. Donald caminha até ele, assume a posição de sentido, responde positivamente e aguarda.

O superior indica onde ele deverá pular, apontando esta localização em um mapa, que tem um traçado entre árvores, o caminho de um rio, uma cachoeira e, em vermelho, a foz do rio, onde está desenhado um avião marcando “Objetivo”. Assim, Donald deverá saltar e pousar na floresta, seguir pelo rio e chegar à base inimiga. O superior o alerta para a presença de franco-atiradores e crocodilos no caminho. Donald gagueja, mas aceita a ordem recebida, suando, em pânico.

A ordem de Donald é a seguinte: chegar à base inimiga, contatá-la, cercá-la e eliminá-la (*wipe out*). Ele continua tremendo e confirma o entendimento da ordem. O superior enfatiza que “essa missão deve ser cumprida custe o que custar”. Nesse momento, os joelhos do pato tremem fortemente. Ele se posiciona na porta do avião, olha para baixo e fica tonto com a altura. Cobre os olhos e joga o corpo para fora. O paraquedas de Donald abre e causa um impacto que o faz bater contra sua mochila pesada com vários utensílios de cozinha. Enquanto ele desce, puxa um manual que o ensina a pousar.



Figura 41 - Donald segue instruções para o pouso

A figura diz para dobrar os joelhos. No entanto, enquanto se posiciona, Donald fica preso entre duas árvores graças ao paraquedas que engancha nos galhos. Ele continua lendo o manual, que diz para soltar o cinto do paraquedas e prontamente cai de uma grande altura, direto no rio. Ali, ele infla um bote emergencial que estava dentro de uma caixinha minúscula para navegar. Ao cruzar com uma árvore, percebemos feições de rosto humano: olhos puxados, um tronco que imita um nariz grande com um buraco na frente e boca com dentes que saltam para fora. Próximo à árvore está uma pedra. Assim que Donald passa por esses dois elementos, a pedra se ergue e, de uma janelinha, um rifle é apontado para o pato. Do “nariz” da árvore, outra arma surge. No entanto, enquanto a pedra se levanta, o rifle da árvore erra a mira e faz o tiro acertar a parte traseira da própria árvore, que começa a gritar de dor. A pedra curva-se para a árvore e diz “eu imploro meu perdão, eu dobro meu estômago para você, muito respeitoso”, em que a árvore responde que está tudo bem e deseja “feliz flor de cerejeira para você, por favor”, cumprimentando a pedra com a folhagem. Ambos começam a curvar-se um perante o outro incessantemente reivindicando a culpa pelo erro, até o diálogo ficar incompreensível e a cena ser cortada.



Figura 42 - Japoneses disfarçados

Donald continua navegando pelo rio e vários rifles são apontados para ele a partir da margem. Observamos sombras que se erguem das moitas e ouvimos os gatilhos sendo preparados. Um dos atiradores segue o soldado estadunidense, pronto para atirar, mas é impedido por uma mão, que diz “não, não, não, espere, por favor. O costume japonês diz atirar (sic) em um homem pelas costas, por favor”. O homem camuflado com o rifle agradece o lembrete e ri. Finalmente, diversos tiros são disparados contra Donald, que a princípio pensa que são mosquitos. Primeiro ele tenta “matá-los” com a mão e depois agitando o remo do barco. Quando ele nota seu remo todo furado, ele entende que está sob a mira do inimigo e tenta fugir.

Ele pula uma pequena ilha e começa a remar com rapidez, mas acaba indo em direção à cachoeira do rio. Ao perceber a queda, ele tenta remar ao contrário, parando à borda da cachoeira. Porém, sua mochila pesada leva Donald a cair. Ele tenta se prender a uma rocha e escala a cachoeira, segurando o bote e a mochila com as pernas. Quando ele alcança a borda novamente, um franco-atirador aparece em uma das margens, camuflado em uma moita, cumprimenta-o e mira na corda em que o pato se segura. Ele diz “precisar *acertar* (sic) a corda certo no meio do centro, assim como o Lone Ranger”.¹⁹¹

Donald, então, cai pela cachoeira, mas seu bote fica preso em um pequeno galho de árvore no meio da queda, já próximo ao chão. O bote de borracha começa, assim, a reter toda a água do rio e a inflar, aumentando de tamanho. Donald corre para salvar sua vida. Sua baioneta quase fura a borracha. O bote continua recebendo a água da cachoeira e triplicando sua extensão, sobrepondo-se as árvores e montanhas. Donald continua correndo e tentando proteger o bote de qualquer perigo que o leve à explosão. Finalmente, ele passa por um tronco de árvore seco com pontas agudas, que causa o estouro do bote e a liberação da água retida.

¹⁹¹Lone ranger foi um seriado estadunidense produzido em 1938, do gênero faroeste. Lone ranger é um herói mascarado do velho oeste que conta com a ajuda de um índio (Tonto) para libertar o Texas de um grupo de desertores que pretende controlar a região de forma ditatorial. A personagem principal é baseada em um programa de rádio que contava suas aventuras em 1932, originário de uma série de tiras de jornal do período.

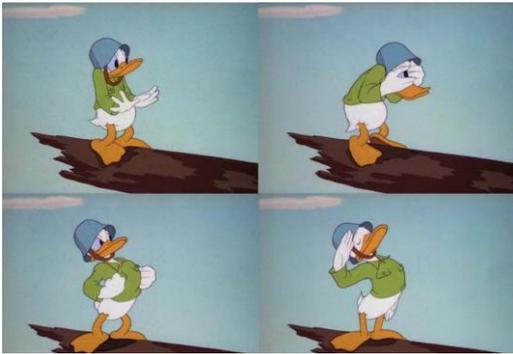


Figura 43 - Postura heróica

A explosão provoca uma chuva de pedras, que rolam atrás de Donald e o levam até a queda de uma segunda cachoeira. Ele para em cima de uma árvore à beira do penhasco, exatamente acima da base japonesa a qual ele deve eliminar. Ele, então, olha para trás e vê as pedras se aproximando, juntamente com a correnteza. O medo toma conta de seu corpo, e ele cobre os olhos, tremendo, enquanto

espera pelo pior. Mas, tomado por uma misteriosa bravura, Donald muda completamente de postura, inflando o peito e demonstrando coragem: sua expressão facial torna-se mais dura e fechada. Ele assume a posição de sentido, enquanto espera a água derrubá-lo da cachoeira. No entanto, as pedras chegam primeiro e batem no tronco, jogando Donald para cima, enquanto pedras e águas caem. O pato é lançado e cai em queda livre. Em um de seus giros, sua roupa engancha em um galho de árvore, e ele fica preso ali.

De onde está ele observa a água caindo violentamente pela cachoeira e inundando a base militar japonesa, com as pedras destruindo completamente o local. Após a destruição, veem-se pedaços de aviões por todos os lados, telhas, árvores caídas, alguns caças presos em cima de outras árvores ou presos pelos fios da rede elétrica da base, também destruídos. Finalmente, ele vê um avião preso entre duas estacas de madeira, sendo atravessado por uma terceira, como se fosse um frango assado, que gira em cima de uma estrutura de tijolos com carvão. Outros tantos aviões estão presos ao chão pelo bico, inundados pela água. O cenário, então, muda. Torna-se escuro, fazendo com que as caldas dos aviões pareçam túmulos e, ao fundo, aparece uma bandeira com o sol nascente.



Figura 44 - Destruição da base japonesa

Ainda preso, Donald dá risada, guarda o binóculo e pega uma lista com suas ordens. Ele escreve: “Inimigo contatado”, seguido de “*wiped*”, palavra a qual ele risca e reescreve “*washed out same*” (eliminados) e assina “Donald Duck”. O curta se encerra focando no nome escrito.

Os curtas-metragens de Donald analisados fazem parte de uma série de seis animações que mostram o pato se alistando no exército dos EUA e seu cotidiano ali. Alguns comentadores da produção de Walt Disney apontam que Donald foi escolhido por ser muito popular na época da guerra – o que explica o grande número de animações que ele protagonizou se comparado à quantidade de curtas que utilizaram Pateta ou Pluto como personagens principais ou mesmo a inexistência de animações de Mickey como protagonista na guerra.¹⁹² Assim, Donald é o representante do cidadão comum estadunidense¹⁹³ que se alista (às vezes, voluntariamente), acreditando em cartazes e propagandas do Exército que prometiam aos soldados fama e fortuna quando o conflito terminasse. No entanto, ironicamente, seu cotidiano se apresenta como uma verdadeira decepção. Donald se apresenta à convocação com um sonho – ser aviador –, o qual é bastante ridicularizado e colocado de lado. Ao final do treinamento, ele é responsável por uma missão solitária e perigosa, na qual precisa exterminar sozinho uma base inimiga japonesa, ainda que se mostre bastante despreparado para tal feito.

Segundo John Baxter, essa teria sido a solução encontrada por Walt Disney diante do impasse sobre a utilização de Donald como soldado na guerra. Quando partiu para o exército, os animadores procuraram deixar todos os seus defeitos característicos (falta de paciência, ansiedade, falta de coordenação e, principalmente, medo) e seu comportamento natural para criar situações em que os jovens que eram convocados na época pudessem se identificar melhor. O pato, assim como qualquer recruta recém-chegado, mostra-se indisciplinado,

¹⁹² De fato, havia uma questão sobre a participação direta dos personagens famosos de Walt Disney no conflito. Vale lembrar que, inicialmente, Disney era um isolacionista e, portanto, não queria colocar suas criações a serviço de uma guerra. Com a entrada dos EUA no conflito (ainda que o produtor já tivesse feito alguns curtas para o Canadá utilizando as personagens) e a necessidade de colaboração, o único a não ser envolvido diretamente foi Mickey. Primeiro porque, na época, a popularidade de Donald era maior do que a do rato. Segundo, era difícil encontrar material de guerra que combinasse com a personalidade inocente da personagem. A seriedade e violência que envolviam esses assuntos levaram ao protagonismo de personagens que naturalmente não seriam escolhidos para o serviço militar, como Minnie, Pluto e Pateta, para interpretar situações cotidianas e carregadas no humor. In: BAXTER, John. *Op. cit.*, p. 101.

¹⁹³ É importante ressaltar que essa representação não ficou restrita ao mercado interno estadunidense. Em momentos em que houve a necessidade de “conhecer” os vizinhos do sul dos Estados Unidos, essa personificação do cidadão comum no pato foi transportada para tela. É por isso que é Donald, e não Mickey, quem viaja pelo continente em *Alô amigos (Saludo Amigos, 1942)* e *Você já foi à Bahia? (The Three Caballeros, 1944)*.

combativo perante seus superiores e com dois “pés esquerdos”. E, desta forma, como todos os curtas das outras personagens, o tema da guerra procurava fazer referências indiretas e mais sutis, garantindo que as animações, posteriormente, pudessem ser veiculadas.¹⁹⁴ Por esse motivo, segundo Baxter

Nestes shorts, o recruta Donald nunca interpreta um pato americano esquentadinho e agressivo, ansioso para enfrentar os inimigos do seu país. Em vez disso, ele é o mesmo conjunto de fragilidades humanas [de seus desenhos do] pré-guerra, vestido de verde-oliva – situação familiar a muitos jovens convocados na época.¹⁹⁵

No entanto, apesar das reservas de Disney e de seus animadores quanto ao uso de seus personagens no conflito, é possível perceber nessas três animações a presença de uma série de itens que os códigos de produção do *Office of War Information* sugeriam, como a ênfase no heroísmo e bravura do soldado, identificação de cenários com mapas e alusão às dificuldades enfrentadas com reforço do otimismo sobre uma possível vitória. Donald combate nas frentes do Pacífico que procuravam recuperar territórios, visto que sua missão era destruir uma base japonesa, justamente em um momento de constantes vitórias para o lado Aliado na guerra. Curiosamente, a animação foi lançada em dois de junho e, quatro dias depois, os Estados Unidos deram início ao desembarque de tropas na costa da Normandia, França, operações cujo dia ficou conhecido como Dia D, que culminou com a abertura da frente de guerra no Oeste e a virada da guerra.¹⁹⁶

Diversas produções, não apenas da Walt Disney, procuravam enfatizar a imagem do soldado estadunidense como o herói que se sacrifica em prol da nação, para levar a paz e a democracia pelo mundo, lutando contra o perigo dos regimes fascistas europeus. Em *Donald gets drafted* e *Commando Duck*, esse heroísmo é exaltado com a empolgação e o foco de

¹⁹⁴ A esses curtas fazem-se exceção *Commando Duck*, que está relacionado com as coletâneas de desenhos voltadas para colecionadores e *How to be a sailor* (1944. 7 min. Color. Dir.: Jack Kinney), cujo final que sugere um extermínio dos navios japoneses foi editado do desenho e nunca mais circulou pela televisão. No caso das coleções de desenhos lançados em DVD, como o caso do *Disney Treasures*, a maioria dos curtas da época se inicia com a explicação do historiador Leonard Maltin sobre o contexto da época e um aviso para os pais de que talvez aquelas animações não sejam as mais aconselháveis para crianças pequenas. O mesmo aviso sobre os preconceitos e racismos da época aparece nas coletâneas da Warner Bros., *Looney Tunes Golden Collection*, em que a atriz Whoopie Goldberg explica os motivos dos curtas e o consenso da produtora que de tais ideias eram politicamente incorretas, cruéis e inaceitáveis mesmo para tempos como aqueles.

¹⁹⁵ BAXTER, John. Idem.

¹⁹⁶ Sobre o desembarque na Normandia e as viradas a partir desse episódio, ver: AMBROSE, Stephen E. *O Dia D - 6 de Junho de 1944: a batalha culminante da Segunda Grande Guerra*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003; HASTINGS, Max. *Operação Overlord: O Dia D e a batalha da Normandia* (1944). Alfragide: Editora Casa das Letras, 1984. Para uma descrição detalhada das batalhas no Pacífico, ver: FARRINGTON, Karen. *Segunda Guerra Mundial - Vitória no Pacífico: Do ataque a Pearl Harbor à Vitória em Okinawa*. São Paulo: M. Books, 2014; FOLLY, Martin H. *Atlas histórico de la Segunda Guerra Mundial*. Madrid: Ediciones Akal, 2008.

Donald na realização de suas missões (tanto se alistar após a convocatória quanto a destruição inimiga que lhe é confiada, apesar de seu visível medo).

É importante ressaltar, ainda, que a personagem muda completamente de postura entre as produções de 1942 e de 1944, amadurecendo como se espera de um herói/soldado: no início Donald entra no exército com a plena certeza de que suas fantasias seriam concretizadas, e o resultado de seu empenho conquistaria fama, fortuna e mulheres – esses últimos, vale ressaltar, foram estratégias bastante comuns em filmes e animações do período, prometendo aos jovens prêmios para ascender socialmente após o término do conflito. No entanto, ao se dar conta de sua condição no exército, o pato é humanizado: ele entra em pânico nas simulações e não consegue saltar de paraquedas, o mesmo acontece quando a situação é real, sendo necessário um chute do seu superior para fazê-lo pular (ou, no caso, cair do avião). Mas, em *Commando Duck*, ao perceber que estava na beira de uma cachoeira e a correnteza fatalmente o arrastaria, Donald acredita que não há saída e a sua morte é inevitável. Logo, a solução é uma só: ele assume uma postura honrosa, estufa o peito, bate continência e espera o desfecho da enchente que o persegue – que iria matá-lo, mas também o ajudaria a realizar a sua tarefa. Nesse sentido, sua morte não seria vã.

Apesar disso, há o tom da comédia – típica das situações que envolvem o pato, sempre muito atrapalhado – que pode deixar dúvida sobre a qualidade dos soldados que são enviados para a guerra: em *Sky trooper*, o treinamento se mostra insuficiente, doloroso e ridículo. Donald está pouquíssimo preparado para a missão, uma vez que além de não ter a coragem para saltar do avião, ele sequer tem o conhecimento sobre o modo correto de pousar, como fica claro em *Commando Duck*, e precisa recorrer a um manual de instruções com imagens. Há a possibilidade de que, para a audiência da época, essa não fosse exatamente uma questão, e servisse mais para divertir civis e soldados que tivessem acesso ao desenho, e que talvez se identificassem com algumas das situações atrapalhadas vividas por Donald.

O uso do exagero e do absurdo, recorrente nas animações da Disney, ajudam a dar ênfase nos momentos em que o cômico e o dramático se misturam, colaborando também para manter as características das animações de Donald: em *Sky Trooper*, o pato e seu superior caem dos céus sem paraquedas, atingindo o quartel general, onde ficava o depósito de batatas, que ajudam a amenizar o impacto. Em *Commando Duck*, é seu pequeno barco – que ele infla usando o próprio fôlego – que retém toda a água da cachoeira, responsável por inundar a base aérea japonesa.

Esse exagero também é usado para representar o inimigo – o japonês. Este é o único curta dos estúdios Walt Disney lançado para o mercado interno dos EUA que tem uma presença direta de um personagem japonês, diferentemente de outras animações, como as já vistas dos estúdios Warner Bros. Em todos os demais, a referência é sempre indireta: a bandeira do sol nascente no oceano e navios de guerra, algumas vezes com olhinhos puxados, usando óculos e expressões cínicas que indicam maldade ou traição. Em *Commando Duck*, nem todos os japoneses presentes na ação aparecem, mas eles são pejorativamente apresentados já nas árvores em que se escondem, a qual possui buracos que se assemelham aos traços físicos orientais. Notamos novamente, aqui, a demonização da figura do japonês, que está sempre caracterizado com traços exagerados e que lembram ratos por conta de seus dentes enormes. Além disso, a presença de atiradores escondidos dentro de troncos de árvores e em moitas, quase como esquilos, também levam à desumanização destas figuras. Segundo Wagner Pereira, a prática de associar japoneses a pragas e, portanto, incentivar seu extermínio, era bastante comum dentro a propaganda anti-japonesa.¹⁹⁷

Aqui, como em *Bugs bunny nips the Nips* e *Herr meets Hare*, há também outra forma de ridicularização do inimigo: pela cultura. Pernalonga satiriza o lutador de sumô e a mitologia nórdica. Em *Commando Duck*, transformar o respeito típico daquela cultura em gozação e tirar ações de seus contextos era uma maneira de apresentar o japonês como um ser selvagem¹⁹⁸, inculto e primitivo. Vemos, aqui, um inimigo sanguinário e, acima de tudo, traiçoeiro, desleal, cuja própria cultura prega a desonestidade. Enquanto Donald navega, o japonês também é apresentado ao público como desleal e sanguinário. No momento em que um se prepara para atirar, outro soldado diz: “não, não, espere! O costume japonês diz para atirar em um homem **sempre** pelas costas”. A questão da traição e do japonês sanguinário é recorrente em Hollywood e este curta segue a mesma linha. Segundo Pereira, após Pearl Harbor,

o primeiro impulso dos estúdios (...) foi capitalizar o tema da traição e brutalidade dos japoneses e em rotulá-los com epítetos raciais (...) Hollywood tinha pressa em lançar um grande número de filmes que trabalhassem com a metáfora da “facada nas costas” (...) [e repetissem] o tema do inimigo fanático e diabólico.¹⁹⁹

¹⁹⁷ PEREIRA, Wagner. *Op. cit.*, p. 537-538.

¹⁹⁸ MOON, Krystyn R. “There’s no yellow in the Red, White and Blue”: The creation of Anti-Japanese music during World War II. *Pacific Historical Review*. Vol. 72, No. 3, Aug, 2003. p. 337.

¹⁹⁹ PEREIRA, Wagner. *Op. cit.*, p. 541.

Além disso, o avião avistado por Donald lembra um corpo humano formado somente por “ossos” (pedaços de madeira do avião), curvado, com as asas para cima, quebrado em duas partes. Na parte de baixo vemos uma estrutura de madeira com duas bandeiras do sol nascente, como se fossem joelhos dobrados. O bico do avião, que representa a cabeça desse corpo, está abaixado em direção a esse joelho. Verificamos, assim, que a vingança por Pearl Harbor está realmente em questão, visto que ajoelhar-se perante o inimigo é encarado pelos japoneses como humilhação. A cena em que um avião é assado como um frango faz referência à “caça ao peru”, maneira como ficou conhecida a ação de abater aviões japoneses. Tal fato aconteceu em 1944, com a invasão de Saipan (maior ilha do arquipélago das Marianas, no Oceano Pacífico) quando a derrota japonesa foi divulgada pelos jornais da época como a “matança de perus”.²⁰⁰

Outro ponto importante para ser ressaltado quando se trata da temática do exército é a participação civil. Dos personagens famosos à época, como Popeye, Patolino, Pernalonga, etc., apenas Donald é o que responde ao chamado da convocatória sem expressar nenhuma reação negativa, ainda que ele tenha medo posteriormente. Como exemplo, podemos citar dois curtas que não serão analisados na pesquisa, mas tangenciam essa questão: em *Draftee Daffy* (Warner Bros., 1945, 7 min. Color. Dir.: Bob Clampett), Patolino foge de todas as maneiras possíveis do enviado do governo responsável por entregar a convocatória para o pato. Ele se esconde, tranca a casa, tenta colocar o homem em um cofre ou atira contra ele, chega mesmo a fugir para o inferno. Já em *Seein' Red White N' Blue* (Paramount, 1943, 7 min. P&b. Dir.: Dan Gordon), Brutus se finge de doente ao receber a convocatória. Ele muda brevemente de ideia quando Popeye envia uma boneca disfarçada de mulher para que o rival se interesse e se aliste, mas ao perceber a farsa, Brutus força diversos acidentes para se machucar propositalmente e ser impedido de entrar no exército.

Notamos, então, um discurso que nos parece bastante contraditório já que, em épocas de guerra, produções pensadas em incentivar o patriotismo e valorizar a presença dos soldados na guerra mostram personagens famosas recusando repetidamente a participação. Por outro lado, isso também humaniza as personagens, aproximando-as do civil que tem receio de ser convocado. No caso de Patolino, este curta foi o último lançado com a temática da guerra, após tantos outros em que o pato da Warner já havia participado de ações militares. Mas, no caso de Brutus, ao ver Popeye sendo agredido por japoneses infiltrados na sociedade

²⁰⁰ SHULL, Michael. WILT, David. *Op. cit.*, 1996. p. 177.

estadunidense, ele revê seu posicionamento e se alista, apontando para uma mudança de consciência. Assim, ainda que nos casos citados e nos curtas analisados do Pato Donald as críticas e o posicionamento das personagens soem desconexas com a proposta do período, é possível inferir que as animações trabalham com a premissa de que tanto o soldado, quanto o civil sejam heróis por natureza, e não se omitem frente ao horror (e barbárie) do inimigo (tanto por seus atos, quanto por sua simples presença). Há, nesse sentido, uma moral que convida o espectador a fazer um exame de consciência ao apresentar personagens humanizados, que sentem medo e dúvidas diante do risco de expor sua vida – e a sociedade – em um conflito violento.

Obviamente, nem todas as produções do período exaltavam os soldados como o *Bureau of Motion Pictures* esperava. Como nos casos já mencionados, muitas vezes o órgão do governo criticava o excesso de recursos humorísticos relacionados aos inimigos, que na prática se tornaram verdadeiros clichês no período. Além disso, algumas animações exageravam tanto na ênfase ao patriotismo que podiam provocar um desserviço. É o caso de *There's something about a soldier* (Columbia, 1943. 7 min. P&b. Dir.: Dave Fleischer), cujo roteiro evocava um país tão bucólico, funcional e belo que, para o OWI,

Esse desenho é tão chato quanto estúpido, tão mal desenhado quanto mal concebido. Falta imaginação, continuidade e, até mesmo, propósito. Esperava-se que ele promovesse o alistamento, mas é seguro dizer que ele falhou. A audiência deverá tentar muito para entender sobre o que é essa confusão, e é questionável se eles vão querer enfrentar o problema²⁰¹

Da mesma maneira, *Sky trooper* foi classificado como “sem graça”, “sem imaginação” e que faz “o exército parecer bobo e sem utilidade”.²⁰² Apesar da crítica, o curta funciona bem como propaganda pois, ao subverter a hierarquia a qual Donald está submetido, mostra que o exército, ainda que espaço de rigor, não é um lugar de clausura: há também espaço para diversão e riso. Tal possibilidade é explorada em *The Old Army Game* (Walt Disney, 1943. 6 min. Color. Dir.: Jack King), em que Donald e os demais soldados fogem da base para uma noitada (não autorizada) e retornam para seu alojamento bêbados. Nesse sentido, diferente de Patolino e Brutus, não há porque fugir de uma convocação.

²⁰¹ Análise de *There's something about a soldier* por L. Richter, em 19 de março de 1943. *Office of War Information Files*, Shorts. Caixa T-1291, arquivo S-332. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

²⁰² Análise de *Sky Trooper* por Philip T. Hartung, em 8 de junho de 1942. *Office of War Information Files*, Shorts. Caixa Sci-So-1289, arquivo S-4. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

Assim, percebemos que o *Bureau of Motion Pictures* tentou, por diversas vezes, apontar os problemas de produção nas animações. Como já dito, por conta do sistema voluntarista de Lowell Mellett, na maior parte das vezes as sugestões e críticas sobre os desenhos não surtiram efeito. A questão do humor, bastante delicada nos dias de hoje, parecia não encontrar barreiras no governo ou nos movimentos da época. A generalização, o racismo e os estereótipos foram as principais ferramentas utilizadas pelos estúdios para provocar o riso nas audiências. Embora de maneira mais moderada, é possível dizer que tais instrumentos foram mobilizados para apresentar os Aliados, tentar acabar com tensões existentes anteriormente (como no caso russo ou chinês) e, ainda sim, continuar apostando no humor para atrair multidões ao cinema.

2.4 – Antigos inimigos, novos amigos: a “reconstrução” dos Aliados

Nos anos em que os Estados Unidos estiveram na guerra, a maioria das produções de Hollywood fazia um esforço consciente – encorajado pelo governo – para apresentar e exaltar os Aliados para o público estadunidense. Não é difícil encontrar nos filmes do período alguma referência verbal ou visual sobre ações ou feitos militares de, principalmente, Rússia, Grã-Bretanha e China. Tais presenças, no entanto, também se devem a uma vontade de Hollywood de internacionalizar suas produções, procurando expandir seu mercado, já que Itália e Alemanha, além de países ocupados, tinham restringido o alcance das películas.²⁰³

No caso das animações, a presença dos Aliados era numericamente menor. Com exceção da América do Sul, que teve dois longas-metragens produzidos por Walt Disney (*Alo, Amigos* de 1942 e *Los Threes Caballeros*, de 1944), na maioria das vezes, Rússia e China eram representadas por suas “peculiaridades”, ou seja, seus mitos e fatos curiosos. Isso não significa que a aparição de chefes de estado fosse inexistente. Churchill e Stálin eram figuras recorrentes nas animações, nem que fossem por meio de personagens, como Pernalonga, fantasiados, ou de caricaturas. No entanto, “já que desenhos eram fundamentalmente baseados em humor, representar líderes amigáveis em tal contexto “vulgar” poderia ser considerado não educado”.²⁰⁴

No caso da América Latina, os desenhos costumavam recorrer à imagem de Carmen Miranda ou da musicalidade. Enquanto os filmes procuravam apresentar os latino-americanos

²⁰³ SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 1996. p.195.

²⁰⁴ *Ibidem*, p. 46.

como bons vizinhos e a sua solidariedade hemisférica contra o fascismo, os desenhos se preocupavam em exaltar os ritmos e a fauna e flora do sul do continente. Em *We're on way to Rio* (Paramount, 1944. 8 min. P&b/color. Dir.: I. Sparber), Popeye e Brutus chegam ao Rio de Janeiro montados em um boi. Cantando em um dueto, a dupla é recepcionada por diferentes pássaros, frutas tropicais (como bananas) e muitas flores coloridas. Em um café, eles assistem a um show de dança de Olivia Palito vestida de Carmen Miranda – que canta em português e inglês, embora em seus diálogos misture palavras em espanhol – e, como sempre, apaixonam-se pela moça, disputando sua atenção em uma competição de samba. O resultado é como o de costume: Brutus tenta prejudicar Popeye, que come uma lata de espinafre, passa a dançar maravilhosamente bem e ganha o coração da mocinha ao final.



Figura 45 - Popeye se diverte no Rio

Nos anos 1930, a música latino-americana estava em alta nos EUA, o que se refletia nas produções musicais. No entanto, tais filmes e animações permaneciam carregados de preconceitos e estereótipos, ainda que houvesse um esforço do *Production Code* e, posteriormente, do *Bureau of Motion Pictures* para evitar imagens ofensivas. Segundo a historiadora Darlene Sadlier, existiam seis estereótipos recorrentes em Hollywood sobre a América Latina que circulavam no imaginário estadunidense por meio dos filmes: a “República das bananas” com seus revolucionários ferozes; o dançarino de tango argentino e o gaúcho; a selva e sua vida natural mortal; o canal do Panamá – um oásis da civilização em meio à região tropical selvagem; a Ilha do Diabo (uma ilha na Guiana Francesa que serviu

como prisão nos séculos XIX e XX) e o exótico e sensual Caribe. Quando a guerra começou, as produções se encaminharam no sentido de apontar, nas películas, uma América Latina moderna com um predomínio da classe média branca.²⁰⁵

Apesar das várias referências à América Latina durante a guerra em filmes e animações, essas tinham pouca relevância para o contexto da história contada e mesmo sobre o conflito. Nesse sentido, pode-se afirmar que usualmente se insistia em performances musicais – como em *Meet John Doughboy* (Warner Bros., 1941; 8 min. P&b. Dir.: Bob Clampett), em que cavalos criados na América do Sul dançam conga e *Kickin' the Conga Round* (Paramount, 1942. 7 min. P&b/color. Dir.: Dave Fleischer), em que Olivia Palito é uma latino-americana de pele escura (mas que se veste à moda espanhola) que dança com Brutus e Popeye – e no clichê da figura de Carmen Mirada para piadas rápidas ou localização da audiência, como diferentes momentos em *Daffy's Southern Exposure* (Warner Bros., 1942. 7 min. Color./ P&b. Dir.: Norman McCabe), *Yankee Doodle Daffy* (Warner Bros., 1943. 7 min. P&b/color. Dir.: Norman McCabe) e *Pluto And The Armadillo* (Walt Disney, 1943. 7 min. Color. Dir.: Clyde Geronimi). No entanto, o grande número de musicais ou cenas com danças não deveria ser atribuído à guerra, mas sim ao interesse de estúdios e audiência pela música latino-americana e a promoção da solidariedade pan-americana,²⁰⁶ ainda que tal temática tivesse maior recorrência nos filmes do que nas animações.



Figura 46 - Dança (conga) e as roupas de Carmem Miranda são sinônimos de América do Sul

Se explicar a aliança com a América Latina foi uma consequência natural dos filmes de 1930, durante a guerra, justificar a luta ao lado de alguns Aliados, como União Soviética e China não foi tão fácil para Hollywood. Resolver esse dilema embaraçoso precisou de um esforço enorme de propaganda para reconstruir uma imagem que há muito era utilizada como símbolo de vilania e de tudo que era negado pela democracia estadunidense.

²⁰⁵ SADLIER, Darlene J. *Americans all: good neighbor cultural diplomacy in World War II*. Austin: University of Texas Press, 2012. p. 38.

²⁰⁶ SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 1996. p.194.

Por mais de 20 anos, as audiências estadunidenses eram regularmente avisadas sobre as políticas expansionistas da Rússia comunista e seu objetivo de dominação mundial. De filme em filme, lideranças soviéticas eram apresentadas como bolcheviques ateus que pretendiam destruir a liberdade estadunidense. Os soviéticos se transformaram nos vilões favoritos em épocas de estresse político para críticas (do governo) e para sátiras (de Hollywood). A mensagem era clara: não acredite nos russos. Esteja atento à ameaça vermelha.

A nova necessidade de aceitar e apresentar os antigos “inimigos comunistas” como os novos “irmãos-de-armas” dos EUA foi particularmente difícil de alcançar por conta do intenso sentimento antissoviético que havia aflorado entre 1939-1941. Os motivos teriam sido dois: primeiro, o pacto de não agressão entre Alemanha e Rússia em 1939 e a invasão da Polônia pelo exército nazista e URSS no mês seguinte. Já o ataque à Finlândia, entre 1939 e 1940, motivou uma reação cinematográfica rápida dos estúdios.²⁰⁷ Foi somente com a invasão de Hitler à Rússia em junho de 1941 que os filmes com mensagens antissoviéticas e anticomunistas cessaram, e o ataque à Pearl Harbor no final do mesmo ano obrigou Hollywood e o governo a repensarem suas políticas a respeito da União Soviética.

Se nas últimas duas décadas, a União Soviética foi inteiramente apresentada como a “semibárbara terra mãe de uma ideologia estrangeira e perigosa”, agora a meta dos governantes estadunidenses era “dissipar essa imagem rapidamente, ou pelo menos neutralizar medos e hostilidades residuais para a União Soviética e o comunismo, gerar e encorajar apoio entusiasta pelos esforços do exército vermelho contra Hitler”.²⁰⁸ O passo inicial foi assegurar a reconstrução da imagem da Rússia para garantir que referências negativas à nação e ao comunismo tivessem desaparecido dos filmes. Mas a principal medida foi o redirecionamento do olhar da audiência, a partir da transferência de imagens negativas (que antes eram associadas ao comunismo) aos atuais adversários. E, mais importante: projetando iconografia cinematográfica positiva estadunidense e seus ideais nas representações do *povo* russo (e nunca no exército).²⁰⁹ Sobre as Forças Armadas, havia a tentativa de promover uma equivalência entre russos e estadunidenses:

Já que o exército vermelho lutou sozinho no *front* oriental, os filmes de Hollywood apresentavam os soldados como patriotas ágeis e árdus, adaptados para correr rapidamente sobre campos cobertos de neve (...) se os recrutas americanos atacavam os inimigos nazistas em ilhas quentes e selvas

²⁰⁷ *Ibidem*, p. 261.

²⁰⁸ *Idem*.

²⁰⁹ *Ibidem*, p. 202.

distantes ou no deserto escaldante, a representação dos soldados russos deveria ter uma consistência similar, incluindo o meio onde luta.²¹⁰

Nesse sentido, os filmes pró-soviéticos contavam histórias de russos aventureiros e corajosos, lutando contra nazistas e com falta de equipamento adequado. A maioria das produções exagerava as relações de cooperação entre União Soviética e EUA. "Uma regra para propaganda de guerra era mostrar o conflito somente de um lado da história, usando material seletivo e meias verdades"²¹¹ e, assim, certos fatos históricos e relações da guerra foram omitidos para recontar a história da Rússia, como a invasão à Polônia.

Essa reconstrução da história colocava a população russa como amigável e numa perspectiva de igualdade com os Estados Unidos. Ou seja, eram simples, honestos e amavam exatamente as mesmas coisas que os estadunidenses gostavam: sua casa, sua família, seus amigos e a liberdade. Por isso, as discussões ideológicas eram evitadas para evidenciar características pessoais e relacionamentos amorosos entre, geralmente, homens estadunidenses e mulheres russas.²¹²

Outra forma de humanizar a União Soviética foi a inclusão da "cultura" russa nos filmes estadunidenses, com aparição de músicas populares e folclóricas (mas não tanto quanto a latino-americana). Nos desenhos, isso foi muito utilizado, ainda que as personagens favoritas das animações – os *gremlins* – não sejam exatamente parte do folclore russo, mas que acabaram famosas pelo trocadilho com *Kremlin* (referência ao Kremlin de Moscou, sede da União Soviética).

Em *Russian Rhapsody* (Warner Bros., 1944. 7 min. Color. Dir.: Bob Clampett), animação bastante típica da Warner, com piadas rápidas e uma marcação das ações e do humor das personagens com uma trilha sonora sutil, vemos o exército nazista precisando lidar com um problema grave: as diversas tentativas de bombardear Moscou falharam, já que os aviões teriam sumido misteriosamente. Os jornais especulam os motivos das falhas: poderiam ser gremlins? Cansado das falhas, o Führer em pessoa resolve ir até a capital russa bombardeá-la. No avião, diversas criaturinhas coloridas começam a surgir – os gremlins do Kremlin. Enquanto sabotam o avião, desparafusando peças, martelando e serrando partes, eles cantam:

We're gremlins from the Kremlin / Da da da da da
We're gremlins from the Kremlin / Da da da da da

²¹⁰ FYNE, Robert. *The Hollywood propaganda of World War II*. Metuchen: Scarecrow Press, 1994. p. 109-110

²¹¹ *Ibidem*, p. 108.

²¹² SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 1996. p. 202.

I'm a gremlin from the Kremlin (Ohhhhhhhhhhhhhhhhhhh)
 We are Russian gremlins / Up in the sky we're from
 Schickelgruber's²¹³ aeroplanes / We shake right to the ground
 We like nothing better than to mess up Messerschmitts²¹⁴
 And send their heavy bombers down to earth in teeny bits
 Napoleon and his army never got to first base
 Now we'll push those nasty Nazis in der fűehrer's face²¹⁵
 We're here, we're there, we're everywhere / We're in the Nazi's hair
 And when they try to catch us / We're the little men who weren't there
 And when they try to catch us / We're the little men who weren't there²¹⁶

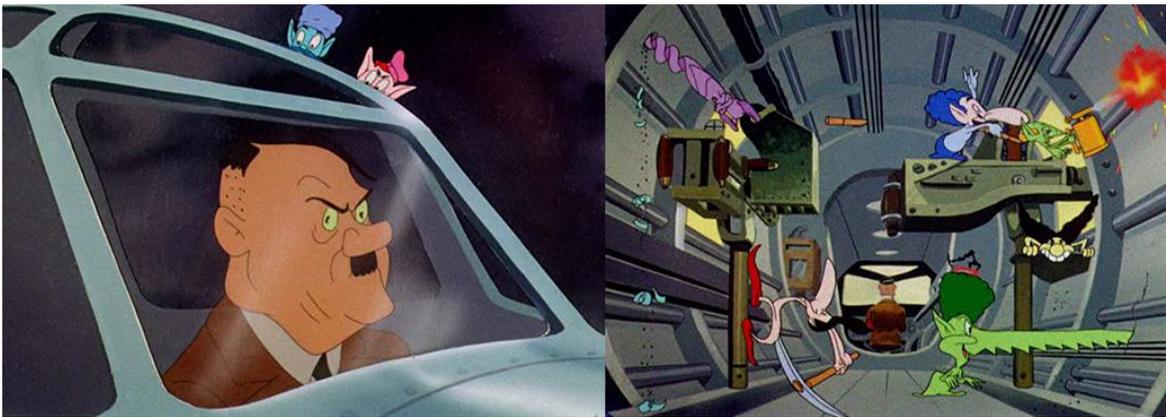


Figura 47 - Avião de Hitler é sabotado por Gremlins

A sabotagem continua: alguns recortam pedaços da lataria do avião, enquanto outro, dançando em roupas típicas, destrói a asa. Um gremlin azul e amarelo troca o selo de racionamento de combustível de C para A.²¹⁷ Uma dupla tenta alfinetar Hitler e, ao ser descoberta, dá choques no ditador. Enfurecido, ele persegue as criaturas, mas elas se defendem com uma máscara de Stálin, fazendo o nazista gritar histericamente. Os pequenos seres míticos conseguem empurrá-lo para fora do avião, jogando-o em sua cabeça. Hitler

²¹³ Schickelgruber era o sobrenome original de Hitler, muito utilizado pelas animações para fazer trocadilhos.

²¹⁴ Indústria aeronáutica alemã que produzia aviões durante a II Guerra Mundial.

²¹⁵ Referência ao curta da Disney, Der Fűehrer's Face (1942)

²¹⁶ Nós somos gremlins do Kremlin / lá lá lá lá

Nós somos gremlins do Kremlin / lá lá lá lá

Eu sou um gremlin do Kremlin (Ohhhhhhhhhhhhhhhhhhh)

Nós somos gremlins russos / nós somos do céu

Aviões Schickelgruber / nós mandaremos direto ao chão

Nós não gostamos de nada além de bagunçar Messerschmitts

E mandar seus bombardeiros pesados para terra em minúsculos pedaços

Napoleão e seu exército nunca chegaram à primeira base

Agora nós vamos empurrar aqueles nazistas nojentos de volta na cara do Fűehrer

Nós estamos aqui, nós estamos ali, nós estamos em todo lugar / nós estamos no cabelo do nazista

E quando eles tentam nos pegar / Nós somos os pequenos homens que não estavam lá

E quando eles tentam nos pegar / Nós somos os pequenos homens que não estavam lá

²¹⁷ O selo de combustível C indicava que aquele veículo poderia ter uma quantidade ilimitada de combustível por semana por ter um uso essencial. Já o A informava que o condutor deveria receber apenas uma pequena porção, geralmente para carros de passeio e uso pessoal.

afunda na terra, sugerindo sua morte e os gremlins cantam, celebrando sua vitória. Ele surge novamente da terra, com os olhos puxados e, com um inglês carregado de um sotaque japonês, afirma que os “nazistas são os mais loucos”. Um gremlin roxo acerta Hitler com um martelo na cabeça e o desenho se encerra.



Figura 48 - "túmulo" de Hitler

A ideia de seres mitológicos sabotadores de aviões começou, na verdade, entre os pilotos da Força Aérea Real Britânica a serviço no Oriente Médio durante a guerra. Segundo os soldados, essa era a única explicação encontrada na época para justificar acidentes frequentes que vinham acontecendo na ausência de inimigos. Em inglês antigo, gremlin significa “irritar” ou “incomodar”.²¹⁸ Esses personagens, que no curta são caricaturas de animadores e diretores da Warner Bros., também apareceram em *Falling Hare* (Warner Bros., 1943. 8 min. Color. Dir.: Bob Clampett), no qual um gremlin tenta sabotar um avião com Pernalonga dentro. Além disso, originalmente os estúdios Walt Disney pretendiam fazer um curta sobre os gremlins, mas que nunca saiu do planejamento.²¹⁹

Percebemos, assim, que as animações evitavam tocar diretamente em personagens russos, utilizando a imagem de Stálin (mas nunca sua personificação) apenas para piadas rápidas, como Pernalonga o faz em *Herr meets Hare*, para assustar os nazistas que o capturaram. Para além dos gremlins e da fantasia do coelho, apenas Pica-pau se passa por um diplomata russo em *The Dippy Diplomat* (Universal, 1945. 7 min. Color. Dir.: Shamus Culhane) chamado Ivan “Awfulitch” para comer de graça no churrasco promovido por Leôncio. Ao chegar, Pica-pau, usando uma enorme barba, casaco e chapéu, chega cantando e “dançando”. Ou seja: chutando o anfitrião. Mas, para além dessa piada, o desenho não faz

²¹⁸ BAXTER, John. *Op. cit.*, p. 137.

²¹⁹ *Ibidem*, p. 139-143.

qualquer outra referência aos russos, resumindo-se em tentativas do pássaro de roubar a comida da festa.

Assim, se por um lado os russos são aliados brancos com muitos traços e interesses em comum com os estadunidenses, os chineses tinham como características nos filmes uma combinação de docilidade, servidão e Confucionismo. Ocasionalmente, uma personagem oriental demonstrava comprometimento, mas na grande maioria dos casos, nenhum chinês poderia ser competente sem a ajuda, liderança e autoridade dos Estados Unidos. Hollywood criou um estereótipo de dependência: o chinês como um povo plácido e incompreensível, marcado por uma notável falta de liderança e iniciativa.²²⁰ Mesmo após Pearl Harbor, a China dos filmes continuou sendo uma nação sitiada, com forças armadas deploráveis e pouco equipadas para deter a invasão japonesa.²²¹ Ao mesmo tempo, eram ajudantes e leais à causa estadunidense e aquele que os traíssem seria severamente punido.

Em 1942, uma pesquisa de opinião mostrou que a confiança da população estadunidense nos soviéticos tinha crescido de 38% para 51% entre fevereiro e agosto, enquanto o sentimento pelos chineses, mesmo com toda desconfiança anterior sobre o perigo amarelo, continuava alta, atingindo 86% de pessoas que acreditavam em relações pós-guerra duradoras.²²² Para os entrevistados, Estados Unidos e China compartilhavam as mesmas visões de mundo. Em grande parte, essa resposta da população vinha de um esforço do governo de homogeneizar seus aliados, apagando diferenças culturais, para construir um imaginário sobre um povo chinês exótico, porém amante dos ideais democráticos estadunidenses.

Nesse sentido, as produções hollywoodianas procuravam apagar as disputas internas chinesas entre o governo nacionalista e o comunista. Segundo Michael Shull e David Wilt, essa realidade também era ignorada em Washington, enquanto a maior parte do povo estadunidense sequer demonstrava qualquer interesse em conhecer a realidade chinesa. Pesquisas do mesmo ano mostravam que 40% da população não sabia localizar a China no

²²⁰ FYNE, Robert. *Op. cit.*, p. 110.

²²¹ Tal visão contrasta com a importância dada ao país nas produções atuais de Hollywood, principalmente nos grandes *blockbusters*, como no caso de *Iron Man 3* (Shane Black, 2013), em que uma cena exclusiva com personagens chineses foi adicionada ao filme na versão exibida naquele país, em *Pacific Rim* (Guillermo del Toro, 2013), cujo clímax da história acontece em Hong Kong, apresentada como uma cidade bastante moderna e *Rogue One – a Star Wars Story* (Gareth Edwards, 2016), em que duas personagens centrais são chinesas e desempenham funções importantes para o andamento do roteiro.

²²² BLACK, Gregory D.; KOPPEL, Clayton R. *Op. cit.*, p. 223.

mapa, desconhecendo qualquer assunto sobre aquele lugar distante de pessoas que falavam uma língua muito diferente, comiam com palitinhos e adoravam os ancestrais.²²³

Em certa medida, pode-se dizer que transformar a China em aliado foi uma tarefa ainda mais árdua para Hollywood do que alterar a visão de sua audiência sobre a Rússia. Isso porque, ao longo de anos, o estereótipo chinês foi construído baseando-se na raça, não em divergências políticas. Até então, os filmes se pautavam em pelo menos três tipos de personagens: o vilão sinistro, cruel, ardiloso, que tem grande conhecimento de venenos, tortura e ciências ocultas (cujo principal representante é Fu Manchu e seus clones, personagem das novelas escritas por Sax Rohmer); o sábio oriental (como os detetives Charlie Chan ou Mr. Wong) e o prestador de serviços (tintureiro, entregador, etc.).

Assim, Hollywood reforçava essas impressões contraditórias dos chineses. Os roteiros, que guiavam os espectadores a incursões ocasionais no misterioso leste, mostravam uma China povoada de malvados vilões como Fu Manchu, cujos feitiços ininteligíveis desconcertavam ocidentais e que tinha como apoio guerreiros desumanos que aterrorizavam mulheres e crianças. Ao mesmo tempo, apostava em camponeses simples e gentis e em detetives cujo mote era a sacada de provérbios orientais em momentos-chaves das tramas, como o genial sábio Charlie Chan, que usavam a lógica confucionista para enganar os criminosos. Fosse benigno ou sinistro, o país era consistentemente retratado como atrasado, pobre e desconhecedor da ciência e da tecnologia moderna. A China, ao que parecia, precisava da ajuda ocidental para se modernizar e prosperar.²²⁴

Embora o manual do *Bureau of Motion Pictures* insistisse em um país democrático, Hollywood continuava apresentando o país como misterioso, distante e exótico, quase mítico. Essas interpretações não eram aceitas mais por Washington durante a guerra. A China de Chiang Kai-Shek deveria estar no caminho para a modernidade e democracia. Da mesma maneira como a propaganda pública e privada promoveram uma industrial e (de alguma maneira) democrática União Soviética, haveria a obrigação de criar também uma “nova” China.²²⁵ Aproveitando a mudança da opinião pública que, desde 1937, passou a simpatizar mais com personagens chinesas nos filmes (em parte por conta da invasão japonesa ao país em 1937), as produções hollywoodianas procuravam associar a figura de Chiang à China moderna. Assim, todos os estúdios procuraram fazer pelo menos um filme pró-China. No

²²³ *Ibidem*, p. 235.

²²⁴ *Idem*, p. 235.

²²⁵ *Idem*, p. 236.

entanto, ainda que isso tenha garantido empregos estáveis para atores sino-americanos, estes ficavam restritos a interpretar vilões japoneses, deixando personagens chinesas para atores caucasianos com maquiagem.²²⁶

Nas animações, não foi exatamente isso o que aconteceu. Ainda que os desenhos não tivessem a necessidade de trabalhar diretamente com a modernização e/ou democratização do país, novamente, as poucas referências a chineses ou mesmo à nação pareceram ignorar



Figura 49 - Representações chinesas

totalmente as recomendações do BMP, recorrente a estereótipos racistas para provocar riso. Por exemplo, em *First Aiders* (Walt Disney, 1944. 7 min. Color. Dir.: Jack Hannah), Pluto é perseguido pelo gatinho Figaro e cai em uma cesta. Ao retornar, surge envolto a panos que sugerem uma túnica e com olhos puxados, braços unidos a sua frente. A tampa da cesta cai em sua cabeça como um chapéu cônico, típico de representações chinesas. Em *Lights Fantastic* (Warner Bros., 1942. 6 min. Color. Dir.: Friz Freleng), um ônibus turístico guia os visitantes pela *Chinatown* do lugar por 50 centavos de dólar. Quando os lugares são preenchidos, o motorista entra e fecha as portas e chineses aparecem para carregar o transporte nos ombros. Em outro momento, um grupo de chineses se esforça e estica para ler uma placa

luminosa que corre rapidamente. Eles murmuram barulhos como se conversassem. Um letreiro oferece testes oftalmológicos grátis. O anúncio vai mostrando letreiros cada vez melhores, informando o grau de visão do espectador caso ele consiga ler as letras cada vez mais diminutas. Ao final, uma frase em mandarim surge, afirmando que caso o leitor conseguisse ler, ele seria chinês. Apenas em *School Daze* (20th Century Fox, 1942. 7 min. Color.), curta estrelado pela personagem das tirinhas de jornal Nancy, um grupo de crianças caminha e faz uma fanfarrada a fim de chamar atenção da população para a proteção e beleza da cidade. No grupo, há um menininho chinês que não pretende ser engraçado: ele faz parte

²²⁶ Idem, p. 209-210.

de um grupo liderado por Nancy para proteger a sorveteria da cidade contra ataques inimigos. Mas vale a ressalva de que, de todas as crianças, ele é o único vestindo roupas orientais.

O curta que mais desenvolveu a aliança Estados Unidos-China talvez seja *Aladdin's Lamp* (20th Century Fox, 1943. 6 min. Color. Dir.: Eddie Donnelly). Mesmo assim, o desenho ainda trabalha sob a perspectiva de lugar mítico, idílico e distante. Com uma trilha sonora comum e um traço bem simples, o desenho aposta em cores fortes para as vestimentas das personagens chinesas, enquanto cenários e os dois protagonistas tem uma coloração mais discreta.

A história começa com Ganso Gandy, que é um recruta, lendo um livro sobre o conto de Aladdin em uma noite chuvosa. Sargento Sourpuss, um gato, dorme na cama ao lado e começa a sonhar que está em uma missão com Gandy, pilotando um avião no Oriente. Devido a falhas mecânicas, eles caem no meio de um lago em uma cidadezinha chinesa (que remete à Cidade Proibida) e são resgatados por um patinho chinês em um barco escrito Aladdin. O pato não diz nada, apenas recebe os soldados, que lhes agradecem o salvamento. Aladdin faz diversas reverências aos visitantes (que retribuem o gesto) e lhes mostra uma lâmpada mágica.



Figura 50 - Aladdin saúda os estrangeiros

Ao bater na lâmpada, os três surgem em seu jardim, e ele os convida para entrar ainda sem dizer nada. Sourpuss se encanta com a beleza do lugar, enquanto Aladdin faz surgir uma mesa farta de frutas e vinho. Os três brindam à China e o pato dá ordem para entrada de três lanternas que pulam. De dentro delas, três meninas surgem (vestidas de amarelo, azul e branco), balançam leques, dançam e piscam para os rapazes. Os soldados se divertem e, dentro de uma tenda, deitados em almofadas, são adulados pelas mulheres, que tocam música,

os abanam e dão comida em suas bocas. Em outro momento, eles estão felizes, dançando jazz, enquanto as moças os observam de longe. Uma delas resolve pregar uma peça e acende fogos para assustar Gandy e Sourpuss. Eles correm atrás delas, mas ambos acordam, e brindam novamente à China.



Figura 51 - Meninas chinesas e um brinde à China

Como já dito, as animações não precisavam lidar diretamente com questões mais sérias e delicadas da guerra. A simplificação bastava para a mensagem final: celebrar a China. A questão aqui é a maneira pela qual o país é apresentado. Tudo começa com uma fábula, que se transforma em sonho. Nenhuma das personagens chinesas tem fala, restringem-se a servir e se curvar perante os soldados estadunidenses. As mulheres chinesas ficam à disposição dos rapazes e ainda dançam uma música típica dos Estados Unidos. A falta de diálogo também é latente em todos os curtas citados com a presença direta de personagens chinesas anteriormente. Deste modo, podemos afirmar que nas animações, a China é complementar às histórias contadas, mas servem como degrau para valorizar a posição dos Estados Unidos. Conforme apontado por Edward Said, o Oriente é, assim, um espaço imaginado a partir do Ocidente, mas ainda distante, vazio e nebuloso.²²⁷ É o lugar onde tudo começa com “era uma vez”, como no desenho. Tal fantasia se baseia em um choque de culturas, projeção de medos e desejos do Ocidente, um lugar que inspira novas reações e vontades. Não à toa, os militares ao

²²⁷ SAID, Edward. *Orientalismo: o oriente como invenção do ocidente*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2015. p. 94-96.

despertarem do sonho ainda continuam enamorados pelo que “viveram”, e brindam novamente em homenagem ao lugar onde, na realmente, nunca estiveram.²²⁸

Assim, pode-se dizer que Hollywood construiu um imaginário a respeito do front interno no qual o modelo estadunidense foi a base para a construção do “eu” e do “outro”. A partir da ridicularização e desumanização dos inimigos, o soldado surge como um herói a ser celebrado. Diametralmente contrário ao seu opositor, o jovem que se sacrifica pela nação é racional, inteligente, porém sensível e humano. Ao mesmo tempo, há a aproximação dos Aliados de uma democracia aos moldes capitalistas dos Estados Unidos, e uma apreciação de russos e chineses por seus valores. Os Aliados, nesse sentido, ainda que “próximos” (ao menos nos filmes e desenhos) culturalmente, ainda são exaltados por seus caracteres exóticos, como a festividade latino-americana e o misticismo chinês. Percebemos, assim, uma romantização da guerra e suas personagens, presente nas animações. Essa visão romântica também está nos desenhos que tratam do *front* doméstico, apostando no patriotismo e no sentimento de união para mobilizar a sociedade para os esforços de guerra. No entanto, como veremos, essa idealização dos estadunidenses acabou reforçando estereótipos racistas, machistas e preconceituosos, de forma que as narrativas, por mais que buscassem reforçar a ideia de “guerra de todos” e “essa também é sua luta”, acabavam também afastando muitos dos apoiadores dada a representação jocosa e irônica em busca do humor.

²²⁸ FULLER, Karla Rae. *Hollywood goes oriental: CaucAsian Performace in American Films*. Detroit: Wayne State University Press, 2010. p. 60-61.

Capítulo III – Mangas arregaçadas e penas para todo lado: a guerra no front interno

3.1 – Quando a sociedade entra em guerra

Ainda que a guerra se desenrolasse na Europa e na Ásia, é possível afirmar que todo o povo estadunidense foi, com maior ou menor intensidade, afetado pelo conflito. Pelo menos 10% da população serviram às Forças Armadas, fosse por convocação ou alistamento voluntário.²²⁹ No *front* interno – chamado de *home front* – a guerra obrigou uma nova ordenação do cotidiano e da lógica familiar. A escassez e racionamento de produtos como açúcar, manteiga, carne, gasolina e pneus obrigaram a população a se ajustar, criando caronas coletivas e utilizando o (pouco) transporte de massa disponível.

Quando os Estados Unidos entraram no conflito, o país não estava preparado estruturalmente para seu papel de produtor bélico. A convocação de homens para as Forças Armadas levou à escolha de mulheres e minorias como recurso humano para alcançar o “milagre da produção” na força de trabalho. Mas, além da substituição, foi necessária a ampliação da mão-de-obra para manutenção do consumo interno e externo, visto que os esforços de guerra também eram divididos entre Aliados. Nesse período, a produção manufatureira aumentou 96% e a agrícola, 22%.²³⁰ O desemprego, que assolava o país desde a quebra da bolsa de valores em 1929 diminuiu vertiginosamente, com mais de 53 milhões de trabalhadores atuando em fábricas, no setor de serviços, agricultura e outros.²³¹ Pesquisas de opinião realizadas em 1942 indicavam que “empregadores viam a contratação de mulheres como o menor dos problemas. Outras saídas incluíam a contratação de minorias (negros em especial) ou encorajar mudanças inteiras de populações para trazer novos trabalhadores às áreas industriais”.²³² Tais deslocamentos provocaram diversas tensões sociais e enfrentamentos motivados por diferenças de raça e classe.

O cotidiano se alterou profundamente. Mulheres foram para as ruas ocupar o lugar dos homens nos postos de trabalho – mesmo com salários até 40% menores. Mulheres negras recebiam a metade ou menos do salário das brancas. Sem ter com quem deixar seus filhos, a

²²⁹ BLACK, Gregory D.; KOPPEL, Clayton R. *Hollywood goes to war: How politics, Profits and Propaganda shaped World War II Movies*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1990. p. 142.

²³⁰ FERRAZ, Francisco C. A.; RODRIGUES, Pauline B. “Os Estados Unidos e as bases sociais e institucionais para o retorno dos ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial”. *Diálogos*. Maringá, v. 14, n. 3, p. 627-652, 2010. p.631.

²³¹ Idem.

²³² RENOV, Michael. *Hollywood's wartime Woman: Representation and Ideology*. London: U.M.I Research Press, 1988. p. 34.

delinquência juvenil aumentou em 20% no período.²³³ O serviço militar foi a forma que muitos negros e negras encontraram para tentar conseguir alguma ascensão social e econômica, ainda que o segregacionismo fosse prática recorrente também nas esferas militares. Nativos americanos, que também participaram dos esforços, representaram 25 mil soldados nos *fronts* de batalhas e outros tantos que trabalharam na indústria bélica, deslocados para comunidades criadas para esses indivíduos em cidades como Chicago e Los Angeles.²³⁴ Segundo Francisco Ferraz e Pauline Rodrigues, a situação dos índios durante a guerra pode ser interpretada como ainda mais complicada que a dos negros, pois,

A guerra, para alguns nativos, foi um impulso decisivo de assimilação; para muitos, porém, significou o aprofundamento de uma subversão cultural que já minava as identidades culturais das gerações mais jovens de descendentes de nativos estadunidenses. Desde 1924 eram considerados oficialmente cidadãos americanos, mas a prática era bem diferente da fria letra da lei. O "*Indian New Deal*" resultou na pressão constante, por parte da elite branca, da imposição de sua organização política nas estruturas tribais (...) não obstante, para os nativos, o *boom* econômico acabou junto com a guerra. Poucos conseguiram manter os empregos, muitos ainda não podiam votar ou estar aptos a receber os benefícios destinados aos veteranos no Pós-guerra. Além disso, ainda havia a perda da identidade: muitos nativos e suas famílias não conseguiam mais se adaptar a comunidades indígenas, ao mesmo tempo não eram vistos como cidadãos nos centros urbanos.²³⁵

Imigrantes europeus e descendentes sofreram perseguições. Comunidades alemãs e italianas eram constantemente vigiadas e precisavam cumprir toques de recolher. Como visto, o racismo contra japoneses se intensificou e muitos perderam seu direito à cidadania, inclusive os que eram nascidos no país (niseis). A maioria teve bens confiscados e foi enviada para campos de concentração dentro dos Estados Unidos.²³⁶ Apesar do esforço da imprensa e do governo para diferenciar etnias, os chineses também continuaram sendo bastante segregados da sociedade.²³⁷

Diante desse cenário, Hollywood viu o potencial tanto patriótico quanto melodramático (e, porque não, lucrativo) do *home front*. O *Bureau of Motion Pictures* procurava reforçar a ideia de que aquela era uma guerra de todos, na tentativa de mobilizar a sociedade. Já para os executivos de Hollywood, essa foi uma oportunidade de lucrar imputando na audiência

²³³ Ferraz, Francisco C. A; Rodrigues, Pauline. *Op. cit.*, p. 632.

²³⁴ *Ibidem*, p. 635.

²³⁵ *Idem*.

²³⁶ DANIELS, Roger. *Concentration Camps USA: Japanese Americans and World War II*. New York: Hill and Wang, 1993. 26 -27.

²³⁷ DOVER, John. *War without mercy: Race & power in the pacific war*. New York: Pantheon books, 1986. p. 165-6.

mensagens com finais felizes sobre pessoas atraentes e bem-sucedidas. Mesmo os filmes melodramáticos levavam a classe média a um escapismo dos momentos difíceis do dia-a-dia. Essa caracterização idealizada de união, voluntarismo e disposição para os sacrifícios apresentada pelas películas estava em consonância com as propostas e sugestões do *Office of War Information*. No entanto, não raramente os roteiros eram motivos de disputas e conflitos entre governo e estúdios, seja porque estes queriam aproveitar temáticas como gangsterismo e delinquência juvenil (assuntos que sempre rendiam sucesso de bilheteria), seja porque o OWI tentava forjar em alguns projetos mensagens que insistiam que essa era uma guerra das *pessoas*, não racial ou classista, relacionando as histórias narradas à suposta política de liberdade e à segurança econômica prometida pelo *New Deal*. Mesmo assim, é preciso ressaltar que para ambas as instâncias, o uso de símbolos sentimentais e o apelo patriótico ajudavam a propaganda a ser bem-sucedida.²³⁸

Nesse sentido, os desenhos também caminhavam junto com as propostas de elevação da moral da população, incentivo à participação, ao trabalho e ao voluntarismo. De alguma maneira, era até mais fácil o diálogo entre produção e público, visto que não havia necessidade de as animações tratarem de questões delicadas como morte dos soldados e desemprego. Ao contrário, as produções do período procuravam sempre ressaltar a glória e valorizar o soldado. A morte, nas animações, é sempre vista como algo rápido e até mesmo cômico, principalmente quando o assunto era o inimigo. No *front* interno, as animações também discutiam a participação da mulher na força de trabalho, a presença negra e os racionamentos, mas sempre de forma humorada – ainda que para tal utilizasse estereótipos preconceituosos, racistas e machistas.

Às animações importava o incentivo da população ao trabalho – não apenas em fábricas, mas em hortas e jardins da vitória (pequenos lotes de terra cultivados em casa ou em jardins coletivos), treinamento de defesa civil para casos de ataque aéreo, prática de primeiros socorros, coleta e reciclagem de metal, economia e compra de bônus de guerra – mas também proporcionar um escapismo e uma oportunidade do espectador de rir (mesmo que fosse de sua própria desgraça). O desperdício de tempo poderia ser visto como traição. A divisão do tempo entre o tempo de trabalho e o tempo de lazer foi substituído pelo labor em prol da nação.²³⁹ A população via com maus olhos aqueles que tiravam um momento para descanso e lazer

²³⁸ BLACK, Gregory D.; KOPPEL, Clayton R. *Op. cit.*, p. 143-144.

²³⁹ Ferraz, Francisco C. A.; Rodrigues, Pauline. *Op. cit.*, p. 633.

próprios.²⁴⁰ Todas as ações, todos os momentos, energias e pensamentos deveriam ser voltados para os esforços de guerra, em busca da vitória. Aqueles que ficaram nos EUA deveriam estar sempre agindo em prol dos soldados que davam sua vida pelo país.

Para entender melhor como os desenhos apresentaram essas questões, selecionei a seguir uma série de curtas ou personagens que discutem o papel da mulher, das crianças, dos negros e da sociedade em conjunto. Também procurei mostrar de que maneira a atuação civil foi representada nas animações e quais ações poderiam – ou deveriam – ser celebradas como esforços da população para a vitória dos Estados Unidos.

3.2 – O *Home front*: espaço de vigilância e atenção redobradas

Como visto no capítulo um, o *front* interno era onde os “soldados-cidadãos” estavam. Estes tinham como responsabilidade lutar, resistir e (re)produzir “em casa” a luta dos homens e mulheres que estavam nas frentes de batalha. A ideia colocava para a população civil uma responsabilidade quase militar visando a defesa (patriótica) dos Estados Unidos e seus ideais republicanos de democracia.

Tal como apontado no quinto tópico no *Government Information Manual for the Motion Picture Industry*, era responsabilidade de cada cidadão estar muito atento ao *que diz, sobre o que diz, e onde diz*, pois, “cada palavra que um americano pronuncia pode ajudar ou prejudicar os esforços de guerra”.²⁴¹ Nesse sentido, a vigilância – não apenas de comunidades japonesas, italianas ou alemãs, mas também de famílias e vizinhos – era incentivada pelo governo e reforçada por Hollywood.

Os boatos e rumores também deveriam ser combatidos. “Desafiar o cínico e o apaziguador” e “não falar imprudentemente”²⁴² eram, segundo o *Office of War Information*, uma forma de garantir que o inimigo – que está sempre ouvindo – não tivesse acesso a qualquer tipo de informação que pudesse colocar os Estados Unidos (e Aliados) em desvantagem. Nesse sentido, Hollywood logo procurou mostrar em suas animações os malefícios da crença em informações não checadas – ou, de fontes não oficiais – e os problemas que boatos e histeria poderiam causar.

²⁴⁰ SHULL, Michael; WILT, David. *Hollywood war films, 1937-1945: an exhaustive filmography of American feature-length motion pictures relating to World War II*. Jefferson: McFarland & Co., 1996. p. 237.

²⁴¹ OFFICE OF WAR INFORMATION, Bureau of Motion Pictures. “Section IV”. *Government information manual for the motion picture industry*. R. G. 208, Caixa 15. NARAI. s/p.

²⁴² Idem.

Esse é o caso de *Chicken Little* (Walt Disney, 1943. 9 min. Color. Dir.: Clyde Geronimi), baseado no conto de mesmo nome em que a personagem principal acredita que o céu está caindo.²⁴³ Aqui, conhecemos a história de Chicken Little, um pintinho bobo e ingênuo que vive em uma pequena fazenda com outras aves. Por causa de sua ingenuidade e descuido, o pintinho passa a ouvir e ser induzido por uma voz “do céu” – na verdade, a raposa Foxy Loxy, que se vale dos buracos na cerca que protegem o celeiro para conseguir atrair as galinhas para uma armadilha e comê-las. O curta, produzido com cores fortes e uma animação bem desenvolvida, carrega um forte tom pedagógico: não acredite em tudo o que você ouve. Não repasse falsas informações. Não destrua a crença nos líderes que garantem a paz e a segurança da população.

O narrador da fábula, que acompanha toda a história sempre em diálogo direto com a audiência, nos apresenta as personagens na ordem em que aparecem: Cockey Locky é o galo diretor do galinheiro, inspetor e supervisor da produção de ovos; Henny Penny é uma galinha que está sempre se metendo nos assuntos dos outros, tricotando e conversando com suas colegas; Turkey Lurkey é um peru que passa o dia discutindo sobre o que há de errado com o mundo; Goosey Poosey, Ducky Lucky e os demais patos bebem e conversam o dia inteiro e, finalmente, Chicken Little aparece.



Figura 52 - Personagens da história

É um dia normal na fazenda: Cockey Locky anda pelo lugar, verificando se tudo está em ordem e Henny Penny joga *bridge* com outras galinhas, que cacarejam e riem animadamente,

²⁴³ A fábula “o céu está caindo” tem sua primeira versão escrita datada de 1823 (em holandês), ainda que muitos comentadores afirmem que esse é um dos contos recolhidos pelos Grimm. A história costuma ser sempre a mesma, com pequenos detalhes diferentes: em um reino algo cai em Chicken Little (algumas versões colocam uma noz, outros uma ervilha, um grão de milho, uma bola-de-gude, etc.), o que o leva a crer que o céu estava caindo. Ele decide contar ao rei o que acontecia e no caminho agrega outros animais com ele. Os finais variam bastante: em alguns, todos os animais são convidados a abandonar o reino e morar na casa da raposa, que acaba os comendo; outros, apenas o rei sobrevive; finalmente, há versões em que o rei convence seus súditos de que aquilo era um delírio histórico de Chicken Little e todos se salvam (há versões em que apenas Chicken Little é comido). Informações retiradas de: THE BIG Cartoon Database, disponível em: <<http://www.bcdb.com/cartoon/6317-Chicken-Little>>, acessado em 15 de abril de 2015; THE INTERNET Animation Database, disponível em: <http://www.intanibase.com/shorts.aspx?shortID=376&studioID=1#page=general_info>, acessado em 15 de abril de 2015; THE ENCYCLOPEDIA of Disney Animated Shorts: <<http://www.disneyshorts.org/shorts.aspx?shortID=376>>; acessado em: 15 de abril de 2015.

gesticulando e fazendo caretas. Em uma reunião de perus, liderados por Turkey Lurkey, todos tomam chá e usam óculos. Em outra ponta, temos Goosey Poosey, Ducky Lucky e seus amigos notavelmente bêbados, rindo alto, conversando, fumando e cambaleando. Segundo o narrador, esse grupo tem muita sede e estão sempre em volta de algo para beber.



Figura 53 - Chicken Little

Finalmente, avistamos Chicken Little, que anda desajeitadamente, brincando de ioiô. Como dito, mais um dia do cotidiano, confirmado pelo narrador, que reforça que os moradores com penas vivem tranquilamente, já que ali havia uma enorme cerca os protegendo. Cerca esta que possui alguns buracos e frestas. Nestes, notamos um olho que observa, pelo lado de fora, o que acontece naquele jardim. Os olhos vão subindo e continuam a espiar por diversos outros buracos, até que finalmente uma raposa vermelha e de focinho longo se apresenta. É Foxy Loxy, uma apreciadora de aves domésticas. O narrador nos informa de que Loxy tem um interesse culinário ali, e se pergunta por que a raposa simplesmente não pula dentro da cerca e faz um banquete –, mas Foxy Loxy não é uma raposa à toa. Ela pondera que há mais de uma maneira de atacar uma galinha sem correr riscos de ser pega: com psicologia, e nos mostra um livro que guiará suas ações. Afinal de contas, por que pegar apenas uma galinha quando se pode pegar todas? A raposa cita: “para influenciar as massas, foque no indivíduo menos inteligente”. O escolhido, obviamente, é Chicken Little.

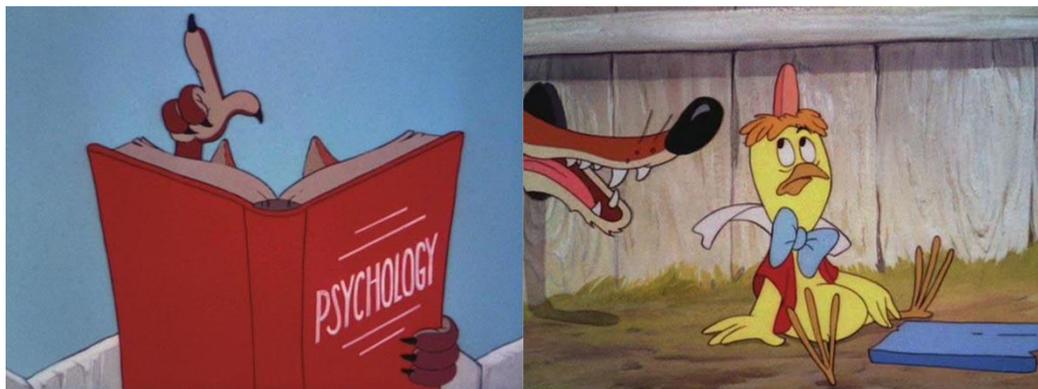


Figura 54 - Foxy Loxy convence Little

Com o alvo escolhido, ela nos lê o livro novamente: “Se você disser uma mentira, não diga uma pequena. Conte uma grande”. Loxy encontra uma placa de uma vidente com estrelas desenhadas. Ela quebra uma das estrelas, volta para a cerca com buracos, acende um charuto, traga e assopra a fumaça em Chicken Little, que se assusta com o cenário e o “trovão” (uma

placa de metal) inventado pela raposa. Finalmente, ela deixa a estrela de madeira cair na cabeça da criança, que faz um galo. Enquanto Little tenta entender o que aconteceu, ele ouve uma voz (da raposa) dizendo: “essa é voz da destruição falando, boletim de notícias especiais. O céu está caindo!” e a prova seria a “estrela” caída.

Chicken Little, ainda sem entender a situação, concorda com a “voz” que lhe diz para se manter calmo e sem medo. Então, com um grito, a raposa lhe manda correr para salvar sua vida e ele dispara em pânico, aterrorizando todos os demais moradores da fazenda que seguem o pintinho novamente até o local onde o pedaço de “céu” que lhe atingiu estava. A população desesperada grita que todos vão morrer. Nesse momento, surge Cocky Locky, que observa a situação e analisa o pedaço de madeira. Logo, o galo ri e esclarece o que era aquilo, provocando a ira da raposa e a tristeza do pintinho por ter passado como mentiroso da história.

Foxy Loxy, percebendo a interferência do líder, retoma o livro: “Acabe com a fé das massas em seus líderes”. Em outra cena, temos uma reunião de galinhas, que jogam *bridge*. Henny Penny afirma que acredita que Cocky Locky sabe o que está falando. Porém, do lado de fora da cerca, vemos Foxy Loxy vestido de mulher, questionando a confiabilidade do diretor do galinheiro e assustando as galinhas. “E se ele estiver errado? Ele é apenas um humano, você sabe. E se acontecer dele estar errado, nós poderemos ser mortos”. No grupo de perus, a raposa se passa por intelectual e afirma que: “Cocky Locky apresenta tendências totalitárias definidas. Ele está tentando tomar decisões por nós. Nós podemos julgar por nós mesmos se o céu está caindo ou não”.²⁴⁴ Em outro buraco, ouvimos patos e gansos. Loxy se aproxima e, se fingindo de bêbado, diz de forma bem lenta e enrolada: “Hei, amigos, eu ouvi que o velho Cocky Locky deu para beber agora. [solução] Vive na pinga, anda meio maluco [solução]”. As aves se surpreendem com a revelação e começam a passar a informação umas para as outras, em um longo telefone sem fio. O narrador chama atenção para a corrente de fofocas, em tom de reprovação. Os boatos dizem que o diretor perdeu o juízo, que é um perseguidor de galinhas e a falsa informação segue correndo a população, até chegar ao galo, que se assusta com o que ouve.

Novamente a cena muda e vemos a raposa lendo seu livro vermelho de psicologia: “Usando adulação, gente insignificante pode ser transformada em pessoas que olham para si

²⁴⁴ Ainda que o conceito de totalitarismo apareça explicitamente nessa fala, é possível perceber que o vocábulo assume o sentido de *autoritarismo e tirania*, isto é, valores contrários aos pregados pela liberdade de expressão, característica bastante aclamada e reivindicada pela sociedade estadunidense.

mesmas como líderes natos”. Chicken Little continua com seu machucado na cabeça, brincando tristemente com seu ioiô. Por outra fresta na cerca, a raposa inflama o pintinho para sua oportunidade de liderança. A ação dá certo e Little se posta como o novo líder da comunidade, único apto a salvar a vida de todos. Cocky Locky tenta contra-argumentar, explicando a impossibilidade de o céu cair, e pede provas de que isso possa realmente acontecer. Foxy Loxy age rapidamente e acerta o inspetor com outra estrela de madeira, que cai desacordado no chão. Os moradores, então, desesperam-se, acreditando que o pintinho está certo e imploram para que ele os salve. Little, surpreso, não sabe como agir. A raposa, então, sugere que todos corram para a caverna fora da cerca. A pequena ave assente e repassa a ideia.

Em pânico, as aves derrubam o portão e continuam em direção à caverna, atropelando e pisoteando umas às outras. Ao entrarem no buraco, a raposa olha vitoriosa para o público que a assiste, entra rapidamente e fecha a passagem com uma pedra, pendurando um aviso: “hora do almoço”. O narrador procura acalmar a audiência, dizendo que tudo ficaria bem. Mas a verdade é que lá dentro, vemos a raposa bastante gorda e estufada, com o guardanapo preso no pescoço, lambendo um ossinho da sorte. Ela suspira e garante que tudo estava delicioso, limpando delicadamente a boca com o pano branco. Nesse momento, a trilha sonora deixa de ser alegre e assume um tom sombrio, pesado, se assemelhando a uma marcha fúnebre, com tons graves e lentos. Foxy Loxy coloca o osso virado para baixo no chão, ao lado de outros ossos iguais. A câmera vai se afastando e percebemos que a terra revirada lembra covas, enquanto os ossos imitam lápides, indicando que ali estão enterrados os restos das aves. O narrador protesta, dizendo que aquilo não estava correto, não era desta forma que o conto terminava em seu livro. Loxy, ainda com o guardanapo preso no pescoço, aparece apoiado no livro de psicologia, com o ioiô de Chicken Little na mão esquerda e o charuto de Cocky Locky na direita, o qual fuma. Ela ridiculariza o narrador e, sarcasticamente, diz: “Ah é? Não acredite em tudo que você lê, irmão” e o curta se encerra.

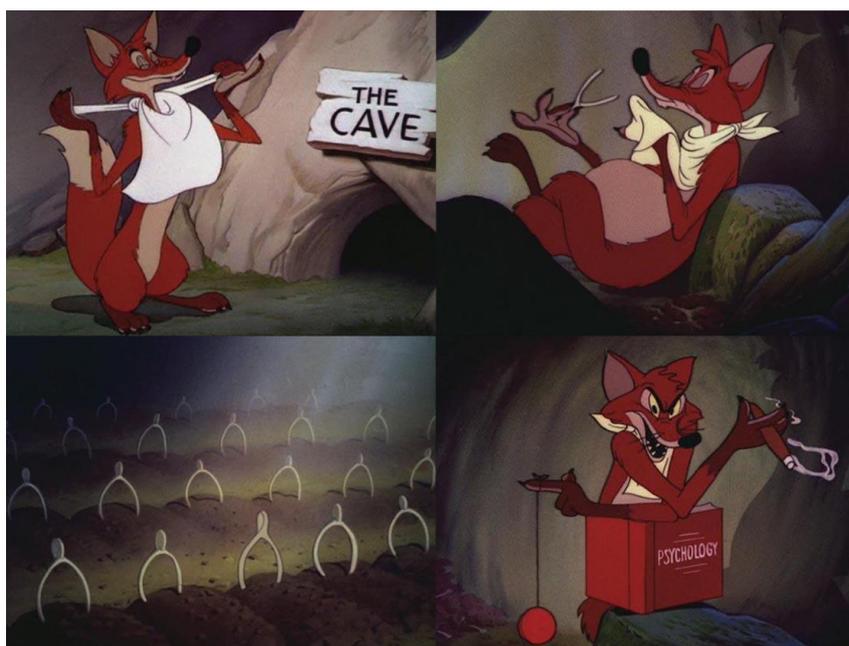


Figura 55 - Final trágico da história

É preciso dizer que poucos desenhos do período terminam assim, de forma trágica. Mas o desfecho reforça o tom pedagógico do desenho. Ao longo da animação, percebemos “personagens” da sociedade estadunidense e seu reflexo na guerra: Cocky Locky é o industrial, homem de negócios, responsável por manter a produção ativa. Ele nos parece ser uma personagem calma, sensata e focada em seus serviços. Também é o único que não se deixa levar pelo pânico e pelos absurdos. Em outras palavras, é quem tem a razão a seu lado. Já Turkey Lurkey e seu grupo representam os intelectualizados, cultos, mas que aparentam não fazer muito pela comunidade além de discutir questões. O fato de o peru ser a ave símbolo da nação estadunidense nos faz acreditar que o curta tece uma crítica aos intelectuais que discutiam a política e o andamento da guerra, mas pouco propunham soluções.

As personagens femininas, como Henny Penny e suas amigas, são apresentadas como fúteis, preocupadas com a aparência e estão sempre voltadas para as questões domésticas – chocar ovos e cuidar das crias – o que as deixavam com tempo de sobra para observar e comentar a vida dos demais moradores da comunidade, geralmente sentadas em suas cadeiras de balanço e com toda atenção ao que acontece na janela. O narrador, ao apresentar Penny e seu grupo, pergunta para o espectador se o grupo em questão não parece com pessoas reais e procura estabelecer para a audiência uma ponte com o cotidiano fora das telas. A crítica, assim, é bastante direta: a desocupação é um problema para a sociedade e a melhor forma de se combater a fofoca era conscientizando o cidadão que se reúne para conversar sobre os problemas causados quando o bate-papo se transforma em aglomerações para calúnias e circulação de falsas informações.

Ao estabelecer um paralelo com o cotidiano, notamos que a fazenda, aqui, novamente serve como uma representação em escala menor da sociedade estadunidense em geral, o que leva a crer que as situações explicitadas nessa animação poderiam ser aplicadas em qualquer comunidade do país. Exemplo disso seriam os patos e gansos que passam os dias bêbados. Esse grupo parece também falar das multidões de desempregados e desocupados, rescaldos da crise de 1929.

Acredito que a raposa, com sua astúcia e sua cor vermelha faça uma alusão ao inimigo – que é ardiloso e externo àquela comunidade. Ao longo do curta, percebemos que seu discurso é adaptável para qualquer situação, o que serve de alerta para o público: questionar sempre de onde vem as informações e não acreditar em boatos e fofocas. Vale dizer que originalmente o livro que Foxy Locky lia era a obra de Hitler, *Mein Kampf*. No entanto, para evitar que a animação ficasse datada e se perdesse entre tantas produções da Walt Disney, o título foi mudado para “psicologia”.²⁴⁵ Nota-se que o termo, aqui, serve de metáfora para *ideologia política*, aqui cabendo: nazismo, fascismo, socialismo, etc.

Os boatos e as mentiras, que na prática dizem respeito também às ideias discordantes do discurso oficial (como a ideologia nazista ou o comunismo), são criticados pela animação, já que seriam os responsáveis pela insegurança, difamação dos líderes e causadores do pânico, desestabilizando a sociedade. Além disso, eles desunificam a comunidade, tanto quanto as frestas na cerca que permitem que esse tipo de informação falsa adentre e se espalhe. Nesse sentido, o curta acaba reforçando a ideia de que a informação *deveria* ser controlada pelos órgãos responsáveis, a fim de filtrar mentiras, evitar o pânico e assegurar a tranquilidade da população civil. A cerca, um símbolo que deveria significar proteção e isolamento, tem fendas e buracos, é porosa. Simbolicamente, significaria fronteira, na qual dentro há segurança e igualdade. A ideia é de que nenhuma comunidade está totalmente protegida, e por isso a vigilância é importante, já que o perigo vem de fora, mas pode ser espalhado internamente pelos próprios cidadãos, mesmo que de maneira não intencional. Uma das morais do conto procura explorar justamente o problema da inocência. O inimigo se valia da boa-fé das pessoas para associar o momento político com imaginários religiosos, como o fim do mundo, a fim de criar pânico. Este terror desestabiliza a suposta segurança daquela terra prometida -

²⁴⁵ BAXTER, John. *Disney during World War II: How the Walt Disney Studio contributed to victory in the war*. New York, Los Angeles: Disney Editions, 2014. p. 70-71.

os Estados Unidos, a cerca – apostando em uma comoção geral para promoção da defesa nacional.²⁴⁶

Nesse sentido, a segurança do celeiro fica em risco quando há a substituição das lideranças. Como dito pela raposa, há uma diferenciação entre as pessoas: as que nasceram para ser governadas (Chicken Little) e as que nasceram para governar (Cocky Locky). Quando Foxy Loxy incentiva um *governado* a tomar a liderança, temos o final trágico, que carrega a moral da história: a população estadunidense *deve* sempre estar alerta sobre boatos e mentiras, *não deve* acreditar em tudo o que lê e muito menos repassar tais informações. Criase, assim, um controle de vigilância da sociedade, motivado principalmente pela desconfiança e a presença (invisível, porém quase onipresente) do inimigo.

Conforme mencionado antes, a responsabilidade do final trágico recai sobre a comunidade que acreditou em um falso líder e nos boatos espalhados irracionalmente. Paradoxalmente, na sociedade estadunidense, alguns velhos “boatos” eram reafirmados, naquele momento, como o que dizia respeito ao *perigo amarelo*, isto é, a crença que se seguiu à imigração japonesa nos Estados Unidos de que o povo japonês, por ser muito organizado, inteligente e apoiado pelo governo nipônico, tinha como intenção ocupar o território estadunidense e dominá-lo, tal como fazia em sua expansão asiática.

O discurso anti-japonês se iniciou com o início da imigração japonesa na década de 1860²⁴⁷ Segundo o historiador Rogério Dezem, foi a imprensa a principal responsável pela consolidação e repercussão da ideia do *perigo amarelo*. Além disso, em 1942, foi relançado um livro de 1909, escrito pelo oficial da marinha estadunidense Homer Lea. A obra, considerada um marco pela formulação e divulgação do *Yellow Peril* faz uma crítica e “alerta para o perigo da crença (*valor of ignorance*) de que os Estados Unidos estivessem livres de sofrer algum tipo de invasão ou ataque externo”.²⁴⁸ Por esse motivo, Lea foi considerado um “gênio militar”, pois teria previsto a invasão japonesa nas ilhas da Filipinas e o ataque à Pearl Harbor, desestabilizando até mesmo a própria ideia de terra prometida. Assim, não podemos

²⁴⁶ Como visto anteriormente, a ideia de terra prometida vem com a noção de “povo eleito por Deus”, na qual o discurso construído comparava os peregrinos com o povo hebreu que, ao atravessar o Mar Vermelho, chegariam à terra prometida. Assim, ao chegar no Novo Mundo, os peregrinos teriam alcançado tal lugar e construído ali uma sociedade onde poderiam exercer sua fé sem sofrer perseguições e com valores morais próprios. Nesse sentido, no período de guerra, trazer esse passado heroico (ainda que indiretamente) seria uma forma de apelar para a comoção nacional nos esforços de guerra. Sobre os peregrinos e o conceito de “povo eleito por Deus”, ver: JUNQUEIRA, Mary. *Estados Unidos: a consolidação da nação*. São Paulo: Editora Contexto, 2001 p. 30-33; p. 50-51.

²⁴⁷ DEZEM, Rogério. *Matizes do “Amarelo”*: a gênese dos discursos sobre os orientais no Brasil (1878-1908). São Paulo: Humanitas, 2005. p.179.

²⁴⁸ *Ibidem*, p. 191.

nos limitar a fazer uma análise do simples discurso veiculado pela voz fílmica do curta: mesmo a “lição” acerca dos boatos, que em primeira instância parece simples, coerente e direta, pode ser problematizada se ampliarmos nosso foco e verificarmos as estratégias de propaganda política empreendidas pelo governo estadunidense.

De todo modo, a mensagem deste curta, tal como é proferida, é indiscutivelmente forte, já que tem a função de provocar medo e alertar os espectadores. Além disso, a questão da circulação da informação é o mote da história: ao longo da fábula, percebemos que há dois livros, o de psicologia, utilizado pela raposa, e um segundo, no qual o narrador baseia seu conto. Nossa hipótese é que, em uma sociedade que prega um forte poder da lei e da palavra escrita, em um momento de tensão e circulação de informação anti-estadunidense, a checagem da informação pode parecer contraditória, porém se revela necessária. Há, assim, a reiteração da ideia de controle das informações (colocada aqui como fundamental para garantir o equilíbrio da comunidade) e, como dito anteriormente, a convocação da população para estar sempre atenta às conversas e atividades suspeitas de amigos, vizinhos e parentes, num claro incentivo à delação de supostos “inimigos internos” (princípio que será um dos cerne da Doutrina de Segurança Nacional nos anos 1960). Essa seria uma maneira de colaborar com os esforços de guerra.

3.3 – Racionamento e produção: a guerra nos detalhes do cotidiano

Além da vigilância e o cuidado com as informações, outros pontos importantes durante a guerra do *front* interno foram os racionamentos e a produção. Ainda que nos filmes esses assuntos nunca fossem os motivos principais, os roteiros procuravam mostrar quão rápido os Estados Unidos podiam se ajustar a momentos difíceis. Por exemplo, em *Hare Conditioned* (Warner Bros., 1945. 7 min. Color. Dir.: Chuck Jones), Pernalonga está fugindo de seu perseguidor e se disfarça de ascensorista de uma loja de departamentos. Ao chegar no sexto andar, o coelho diz “cintas, [meias de] nylon, despertadores, bourbon²⁴⁹, manteiga...e cartões postais!”, em referência aos itens esgotados ou não produzidos mais por conta da alteração da produção industrial para a guerra.

A gasolina e o racionamento de pneus também são alvos constantes de piada. Em *Falling Hare* (Warner Bros., 1943. 8 min. Color. Dir.: Bob Clampett), uma animação que não

²⁴⁹ Tipo de whisky de milho, malte e cevada.

pretende ser didática, apenas transformar uma situação em anedota, Pernalonga está em uma base militar do exército, onde absolutamente *todas* as informações são secretas e censuradas, como a localização da base, o número de homens trabalhando e o que esses acham do sargento. Ele não demonstra ter qualquer relação com aquele lugar, apenas está deitado em cima de uma bomba lendo *Victory Thru Hare Power* (uma referência ao livro *Victory Through Air Power*, que virou filme misturado com animação pelos estúdios Walt Disney no mesmo ano), sobre *gremlins* e seu suposto poder de sabotagem. Um gremlin aparece e tenta acabar com Pernalonga a todo custo. Ao final, a criatura derruba o avião em que ele e o coelho estavam mas, quase ao colidir com o chão, o motor para, impedindo a queda. O gremlin pede desculpas e explica que a gasolina acabou. Pernalonga aponta para um selo no avião escrito “A”. Esta é uma referência aos selos de racionamento de combustível do período. Automóveis marcados com este “A” recebiam a menor parte da divisão de combustível, direcionada para carros particulares utilizados para o lazer. Selos B autorizavam maior recebimento de gasolina por semana, já que significam transportes coletivos, como caronas partilhadas utilizadas para o deslocamento até o trabalho. C indicava “sem restrição”, para serviços essenciais como a polícia e médicos. Em alguns filmes é possível notar outros tipos de selos, como X, D, S, R, E ou T, que também indicavam as mesmas porções de combustível ao longo da guerra, já que o plano de racionamento se alterou várias vezes.²⁵⁰ O racionamento também é alvo de piada em *Donald's Tire Trouble* (Walt Disney, 1943. 8 min. Color. Dir.: Dick Lundy), no qual Donald fura a câmara de um dos pneus de seu carro. Enquanto ele tenta arrumar, vemos que a borracha já foi remendada várias outras vezes. Notando o problema, ele se irrita e reclama da escassez de borracha e do racionamento. Apesar desse tipo de comentário soar como uma crítica, diante das trapalhadas do pato para colocar o pneu de volta no carro, a situação acaba sendo cômica.

A produção e força de trabalho também são assuntos comuns nos desenhos entre 1941 e 1945. Para além da questão da mulher, que será tratada mais adiante, o cotidiano das fabricas, trabalhadores atrasados (ou extremamente pontuais), problemas com maquinário ou com a linha de produção eram todos motivos para piadas e situações engraçadas nos curtas. Também eram espaços onde a produção direcionada aos Aliados poderia ser, de alguma maneira, visualizada e celebrada. Em *The Swooner Crooner* (Warner Bros., 1944. 7 min. Color. Dir.: Frank Tashlin), Gaguinho é o gerente de uma fábrica produtora de ovos 100% orientada para

²⁵⁰ SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 1996. p. 268.

a guerra, de acordo com a placa de identificação e o “V” de vitória. Neste lugar, galinhas (que são devidamente identificadas como trabalhadoras e com crachás) batem o ponto todos os dias antes de iniciar o trabalho. O curta apresenta uma linha de produção mecanizada, cheia de esteiras e engrenagens que cuidam dos ovos do momento em que são postos (e fazem alusão a bombas caindo) às caixas que serão exportadas para os Aliados: Grã-Bretanha, Rússia e China. No entanto, a produção é interrompida quando as galinhas se distraem com o canto de um galo magro chamado Frankie (uma caricatura de Frank Sinatra). Diante de uma produção totalmente parada e diversos avisos de falta, Gaguinho se vê obrigado a fazer audições para encontrar um candidato que pudesse motivar suas trabalhadoras. Ele escolhe um galo com grandes olhos azuis, característicos de Bing Crosby. Os dois cantores passam a competir musicalmente pela atenção das galinhas e a produção de ovos cresce vertiginosamente diante da motivação.²⁵¹ Até mesmo o gerente, que é um porco, acaba motivado pela competição e põe uma pilha de ovos. O desenho, assim, procura celebrar o poderio das indústrias estadunidenses, seus ícones da indústria cultural e ressaltar o papel de liderança dos Estados Unidos para o abastecimento dos Aliados.

²⁵¹ Apesar das vozes muito parecidas, nenhum dos dois cantores deu a voz para as canções do desenho, que foram cantadas de modo muito semelhante a Frank Sinatra e Bing Crosby por um dos animadores da Warner Bros., que nunca foi creditado. Todas as músicas gravadas foram de sucessos de filmes do próprio estúdio, incluindo o trecho de *As Time Goes By*, pelo galo Frankie. Outro ponto curioso é que as canções de Crosby foram sucesso ao longo da década de 1930, enquanto nem todas as músicas atribuídas a Frank Sinatra foram gravadas por ele, com exceção do tema de *Casablanca* (1942), que foi interpretado pelo cantor somente na década de 1960. O curta também foi indicado ao Oscar de melhor curta de animação em 1944. Informações retiradas dos comentários do curta em *Looney Tunes Golden Collection: Volume 3* Produção: Leon Schlesinger, Eddie Selzer, John W. Burton, David H. DePatie. Distribuição: Warner Home Video, 2005. 4 DVDs. Color.

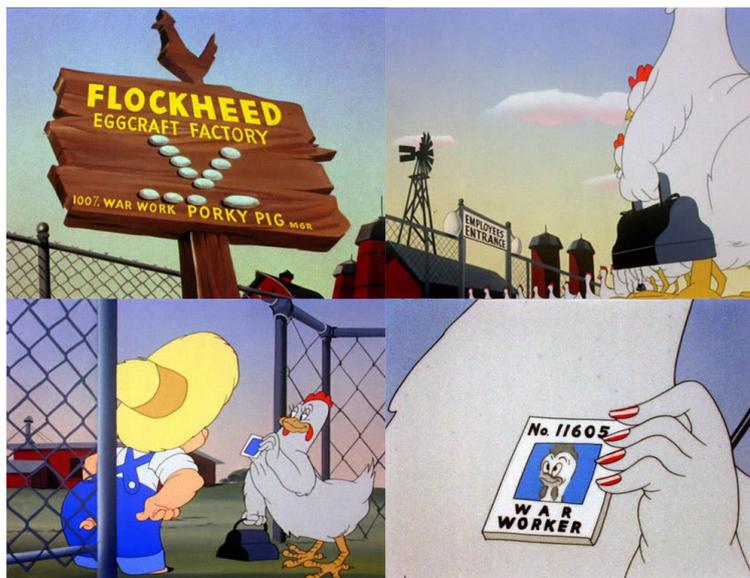


Figura 56 - Trabalhadoras da fábrica



Figura 57 - Produção em grande escala para Aliados

The Weekly Reporter (Warner Bros., 1944. 7 min. Color. Dir.: Chuck Jones) resume bem os problemas enfrentados durante a guerra. O desenho, bastante colorido e didático, é uma paródia de um cinejornal que pretende mostrar como a guerra afetou o cotidiano dos estadunidenses que ficaram no *front* interno. O “locutor” do jornal indica que a mobilização começa pelos símbolos da nação, como a Estátua da Liberdade, que usa uma braçadeira com o símbolo da defesa civil, assim como os capacetes usados pelos presidentes do Monte Rushmore. O narrador, sempre constante ao longo do desenho, aponta que poucos carros são vistos nas ruas, já que o combustível estava sendo racionado. Mesmo assim, a polícia rodoviária continua atenta aos motoristas nas estradas, mesmo que ele e o policial estejam a

pé.²⁵² Outro problema para aqueles que ainda tinham carro era a quantidade de selos de racionamento e rodízios a serem colados no para-brisa, obrigando o condutor a inventar uma maneira de conseguir enxergar mesmo que seja com a ajuda de um periscópio.

Outro momento cômico é a menção do curta à “partilha” do carro com estranhos. No caso do desenho, a partilha é feita literalmente: forma-se uma fila e cada pessoa recebe uma parte do automóvel: porta, um pneu, o capô, etc. Segundo o narrador, alguns viajantes patriotas levaram o programa de divisão de transporte tão a sério que usavam os próprios sapatos com outras três pessoas. Com a mobilização e os cuidados, a taxa de acidentes caiu, mas alguns aconteciam ainda. Nesses casos, uma ambulância logo era chamada para resgatar o bem mais precioso envolvido: o pneu.

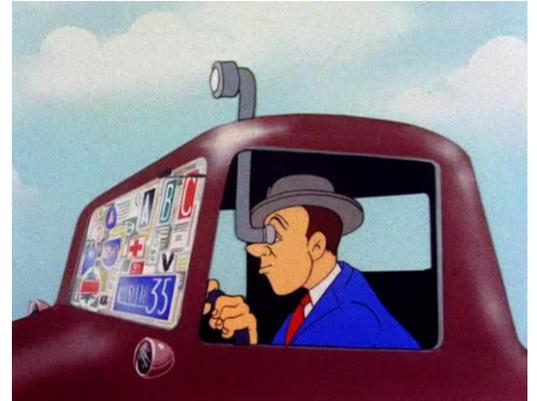


Figura 58 - "Adaptação" às exigências da época



Figura 59 - Racionamento de borracha

O suprimento de alguns itens de alimentação racionados, como a manteiga, era entregue nas casas com proteção militar, já que, segundo o narrador, há comida para todos, mas alguns itens se tornaram de luxo. Por conta do racionamento de carne, uma mulher entra num açougue, escolhe um corte, cheira-a profundamente e paga U\$1.19. Apesar do acúmulo de bens e elementos escassos, o narrador afirma que há uma reserva de bens permitida pelo Tio Sam: de bônus de guerra. Ao mesmo tempo, assaltantes invadem a loja *Tivanny's* (paródia da *Tiffany's*) para levar um despertador, já que metais eram reciclados na época. Uma mulher tenta usar seu charme e voz macia para convencer um homem a fazer o que ela quer: vender-

²⁵² Vale lembrar que, para incentivar a economia de combustível e pneus, o governo de federal reduziu a velocidade máxima das estradas para 35 mph (equivalente a 53 km/h). In: SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 1996. p. 264.

lhe dois pedaços de bife. Esses comentários procuravam levar a audiência ao esquecimento de seus problemas pelas horas que passava dentro do cinema e rir de si mesma, bem como de seus problemas.

O problema da carne, citado duas vezes pela animação, refere-se à grande flutuação do consumo da proteína durante o período. Em 1942, iniciou-se um controle dos abatedouros e distribuição, com medo de um colapso do abastecimento de carne no ano seguinte. Em grande parte, o aumento do consumo se deu pela alta demanda de alimentação das Forças Armadas. No ano seguinte, o racionamento iniciou-se para carne e banha, criando um sistema de pontuação para compra de itens escassos. Mesmo assim, houve momentos em que algumas peças (como o porco) custavam zero ponto para comprar, devido ao excesso de produção.²⁵³

Outro ponto incentivado pelo curta era a compra de bônus de guerra. O desenho chega a afirmar que este é o único acúmulo que tio Sam permitia. Como dito anteriormente, os bônus eram uma maneira de o governo financiar a guerra e tentar frear a inflação. A outra maneira era por meio dos impostos. Assim, não é difícil ver que os bônus – que não tinham caráter obrigatório, como os tributos – eram mais populares. Embora a venda já existisse desde 1940, após Pearl Harbor estas triplicaram, gerando mais de US\$ 1 bilhão por mês.²⁵⁴ As animações (e filmes), assim, procuravam mostrar uma união da sociedade em prol da guerra. Deste modo, cada um tinha seu papel e suas obrigações, o que incluía mesmo a mobilização de crianças e jovens.

3.4 – Crianças: mini soldados saem em defesa da nação

Como já visto, a delinquência juvenil era um tema bastante atrativo para os estúdios de Hollywood. No entanto, nas animações, tal temática praticamente inexistia. Diferente dos filmes, a relutância infantil em aderir aos esforços de guerra não era encarada como delinquência, mas sim como traquinagem. Como exemplo, temos o curta *Brother Brat* (Warner Bros., 1944. 7 min. Color. Dir.: Frank Tashlin), em que uma mãe pede a ajuda de Gaguinho para que cuidasse de seu filho enquanto ela estivesse fora trabalhando. Apelando para o patriotismo, ela afirma que aquela era uma maneira de também contribuir com o país na busca pela vitória. Ao deixar o bebê, ela entrega junto um manual de “psicologia infantil”. Durante o decorrer do curta, a criança joga cartas, lê uma revista com fotos de bebês de

²⁵³ *Ibidem*, p. 266

²⁵⁴ *Ibidem*, p. 255.

fraldas em poses sensuais, fuma charuto (imitando Winston Churchill) e persegue Gaguinho com um cutelo. O porco, que tenta todas as técnicas ensinadas pelo livro, quase vira vítima do bebê, até que sua mãe retorna e lhe mostra a maneira correta de utilizar a publicação: bater na criança nos momentos de malcriação.

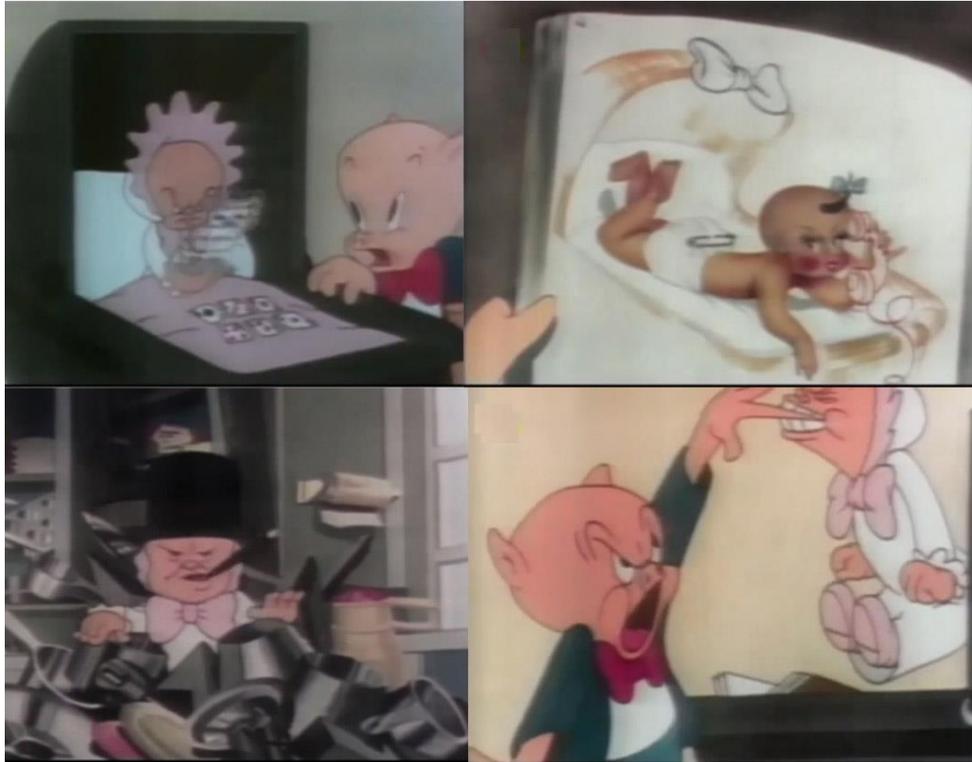


Figura 60 - Criança delinquente

Nos filmes²⁵⁵, a delinquência costuma ser uma consequência direta da guerra (mães ausentes trabalhando e pais nas batalhas ou mortos), apontando que as crianças Aliadas não são más por essência – diferentemente, por exemplo, da juventude hitlerista, apresentada nas películas com uma pré-disposição natural ao mal – e cujo desfecho geralmente envolvia a mudança de comportamento devido ao entendimento da importância de suas próprias atuações nos esforços de guerra ou uma lição patriótica recebida. Já nas animações, as crianças são apresentadas sempre positivamente, com energia e alegria para ajudar a ganhar a guerra, sem a necessidade de uma reviravolta que altere seus comportamentos.

Os jovens nos desenhos estão comumente relacionados a algumas atividades específicas do *front* interno, como a defesa e vigilância de bombardeios ou incêndios, fiscalização da vizinhança para garantir que todas as luzes estivessem apagadas em períodos de *blackout* total, coleta e reciclagem de metais, economia da mesada para comprar bônus de guerra e

²⁵⁵ Podemos citar como exemplos *My Pal, Wolf* (RKO, 1940), *Faces in the Fog* (Republic, 1944), *Twice Blessed* (MGM, 1945).

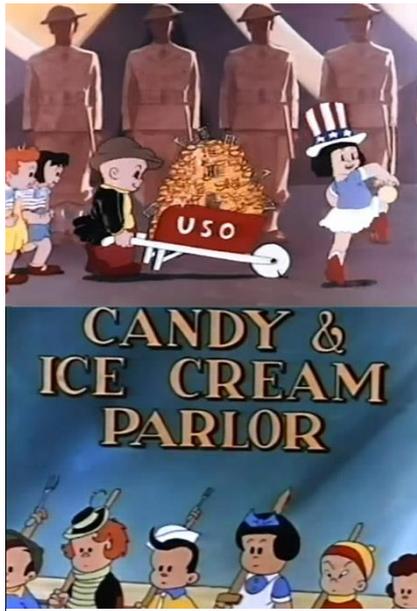


Figura 61 - Mobilização infantil

jardins da vitória. Nos dois curtas estrelados por Nancy,²⁵⁶ *Doing Their Bit* (20th Century Fox, 1942. 6 min. Color.) e *School Daze* (20th Century Fox, 1942. 7 min. Color), a menina patriota está se esforçando junto com seus amigos para conseguir fundos para a U.S.O. (*United Service Organizations*, parte do Departamento de Defesa). Para tanto, no primeiro desenho, um grupo de amigos planeja uma armadilha que assopra os chapéus dos homens que passam pela rua. Um dos meninos corre para buscá-lo e, em troca, ganha uma moeda que vai direto para a doação. Na segunda animação, as crianças organizam um parque de diversões com direito a um tiro ao alvo na porcelana japonesa, em que ganhavam trocados pelos brinquedos.

Depois, eles se organizam para proteger a parte mais importante da cidade de um possível ataque: a sorveteria.



Figura 62 - Aparelho de escuta

Estratégias de defesa e de vigilância também eram comuns. É o caso de *Home Defense* (Walt Disney, 1943. 9 min. Color. Dir.: Jack King), em que Donald é ajudado pelos três sobrinhos a montar guarda num posto de escuta que procura aviões para evitar ataques surpresas. Neste desenho, o pato não está no exército ou faz qualquer menção a ele. Em um terreno alto, a família participa do programa de vigilância

antiaérea quando Donald cai no sono e Huguinho, Zezinho e Luizinho resolvem aprontar com o tio para lhe ensinar uma lição. O trio lança um avião de brinquedo na área de escuta do aparelho utilizado por Donald, que acorda assustado e atira no aviãozinho, de onde caem biscoitos de gengibre em forma de homens amarrados em paraquedas. Novamente o pato entra em pânico com o “ataque” e procura abrigo. Ao perceber que tudo não passava de uma

²⁵⁶ A personagem foi baseada em na tirinha de jornal *Nancy and Sluggo*, cuja animação foi produzida por Terrytoons.

peça dos sobrinhos, Donald toma-lhes a espada de madeira e as braçadeiras de seus uniformes militares, pondo os três meninos de castigo. Irredutível aos pedidos chorosos das crianças, ele volta ao seu posto de escuta enquanto os meninos observam a paisagem, cabisbaixos. Mais uma vez, o pato se engana – mas dessa vez por uma abelha, que resolve descansar e se espreguiçar em sua engenhoca. Ele chama as crianças e lhes restitui suas “armas” e seus “postos” de ação. Dando coordenadas conforme ouve o barulho do suposto ataque, Donald orienta os sobrinhos a direcionar um canhão para o “inimigo”. Ao perceber que o canhão estava apontado para o próprio aparelho, um dos meninos tenta alertar o tio sobre isso, mas é reprimido. Ele então, seguindo as ordens dadas, atira. Donald, que tinha aumentado o volume da escuta, quase morre com o barulho da explosão, enquanto os meninos riem das trapalhadas do tio.

Segundo Shull e Wilt, histórias de prevenção de ataques aéreos no *home front* eram comuns e tais aparelhos estranhos de escuta eram bastante conhecidos da audiência estadunidense.²⁵⁷ O tipo de vigilância apresentada no desenho tinha relação com a *Civil Air Patrol*²⁵⁸, grupos de voluntários civis que patrulhavam a fronteira com o México e a costa do país. Como visto no desenho, Hollywood tinha uma predileção para tomar tais organizações o ponto de partida para roteiros de comédia. Nos desenhos, a vigilância era um ótimo momento para carregar nas trapalhadas dos personagens e nas traquinagens das crianças.

Ainda no âmbito da relação entre tios e sobrinhos, temos a animação *Ration For the Duration* (Paramount, 1943. 8 min. P&b. Dir.: Seymour Kneitel), em que Popeye está cultivando tomates e, obviamente, espinafre, em seu jardim da vitória quando nota que seus sobrinhos estão pegando minhocas. Ao serem repreendidas, as crianças dizem que preferiam ir pescar a ajudar na plantação. Popeye tenta ensinar uma lição aos pequenos perguntando se eles não sabiam o que aconteceu com o menino que plantou feijões e chegou a um reino com um gigante, mas as crianças ficam mais empolgadas com o ser mitológico da história do que com a moral. Logo, eles também começam a plantar feijão na esperança de conseguir ver um gigante. Nesse momento, o marinheiro aproveita a pausa para uma soneca e sonha que os feijões realmente o levaram até o castelo do gigante, acima das nuvens. Lá, ele encontra

²⁵⁷ SHULL, Michael; WILT, David. *Doing their bit: Wartime American animated short films (1939-1945)*. Jefferson, London: McFarland & Company, Inc. Publishers, 2004. p.144.

²⁵⁸ Essa organização era uma das centenas que foram criadas, com apoio do *Office of Civilian Defense*, para mobilizar a população estadunidense nos esforços de guerra. A grande maioria durou até meados de 1943, quando houve a certeza de que os EUA não seriam atacados em seu território. In: SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 1996. p.269.

fartura e acúmulo em diversos produtos racionados, como açúcar, pneus, manteiga, carne e sapatos. Impressionado com a quantidade de objetos, ele tenta saquear o dono do castelo na esperança de que tio Sam pudesse utilizá-los. Popeye cai das nuvens e desperta do sonho, percebendo que as crianças estão plantando “árvores” de pneus, sapatos, panelas etc.

Várias animações da época tocam nos “jardins da vitória” e incentivam a população a cultivá-los também. Tais jardins, que eram diferentes das produções em larga escala, eram entendidos como atos patrióticos (por isso a associação com crianças para sua manutenção) e, geralmente, pessoas que não os tivessem em suas residências – caso o espaço permitisse – eram mal vistas socialmente. Ainda que a produção não tenha significado queda no racionamento, a ideia era que esses jardins funcionassem como cultura de subsistência para a alimentação da família e da comunidade local, tentando diminuir o consumo de hortaliças, verduras e legumes das grandes fazendas, liberando comida para as Forças Armadas e Aliados. Entre 1942 e 1943, os jardins da vitória foram responsáveis por mais de oito mil toneladas de alimentos básicos em 200 milhões de lotes de terra com pequenas hortas.²⁵⁹

Outros curtas também se pautavam numa relação familiar, mas procuravam valorizar o aspecto cômico de situações comuns para os espectadores. Um exemplo desse uso cômico é o desenho *A Jolly Good Furlough* (Paramount, 1943. 7 min. P&b. Dir.: Dan Gordon). Nele, Popeye recebe uma licença para voltar para casa por uma semana após ter afundado um forte japonês no oceano Pacífico. Logo que chega em casa, é atropelado por Olivia Palito (dirigindo um carro em que, ao invés de rodas, tem três sapatos, indicando o racionamento de borracha). Ao se deitar na rede, ele é aprisionado por seus quatro sobrinhos, que imaginavam terem capturado um invasor japonês ou alemão. Ao descobrir a identidade do tio, as crianças querem saber sobre seus atos heroicos, mas Popeye pergunta de que forma elas estão fazendo sua parte pela vitória. Empolgadas, eles mostram suas insígnias de cada grupo que fazem parte no *home defense*: primeiros socorros, esquadrão de incêndio, de camuflagem e vigia de ataque aéreo. Os meninos resolvem mostrar para Popeye como funciona a defesa interna e o marinheiro apanha e sofre vários acidentes e machucados ao longo da demonstração: é “explodido” em uma simulação de ataque aéreo, pintado com tinta invisível (“perdendo” o troco, o braço e a perna) e picado por um enxame de abelhas dentro de uma máscara de gás. Ao ser enfaixado e imobilizado com cabides, ele resolve ir embora, mas é novamente atropelado por Olivia Palito, que questiona porque ele não estava descansando. Popeye

²⁵⁹ *Ibidem*, p. 237.



Figura 63 - Carro de Olivia e sobrinhos de Popeye

responde que iria, mas longe dali e retorna para o Pacífico. Mesmo recebendo uma nova licença de duas semanas, ele atira no passarinho mensageiro e se recusa a voltar para casa.

A mensagem do curta, apesar de engraçada, não agradou muito o *Bureau of Motion Pictures*, que avaliou o desenho como “confuso e bruto”.²⁶⁰ O mesmo para *Ration Fer the Duration*, classificado como “comum”.²⁶¹ Mesmo com a análise negativa e a insistência do BMP em apresentar as crianças como pequenos aprendizes nascidos para defender o país, em alguns casos, os estúdios continuaram utilizando a presença infantil em assuntos cotidianos, tornando-os cômicos para aliviar a pressão dos momentos e ampliar a identificação da audiência com aqueles momentos.

3.5 – *We can do it!* As mulheres dentro e fora das fábricas

A participação das mulheres no *front* interno foi resultado de muitas disputas e debates sociais, políticos e até mesmo morais no período da guerra. Como visto, o envio de tantos soldados para as batalhas acabou gerando a necessidade de empregar minorias nas indústrias e setores de serviço para garantir que a produção não seria prejudicada. No caso das mulheres,

²⁶⁰ Análise de *A Jolly good furlough* por Elisabeth Z. James, em 06 de julho 1943. *Office of War Information Files, Shorts*. Caixa I-J-1282, arquivo, S-455. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

²⁶¹ Análise de *Ration fer the duration* por Elisabeth Z. James, em 24 de junho 1943. *Office of War Information Files, Shorts*. Caixa R-S-1288, arquivo, S-442. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

foi necessário um esforço em conjunto de industriais, governo e propaganda para não somente inserir essa parcela da população nos esforços de guerra, mas efetivamente *convencer* mães e filhas de que sair de casa era *necessário e patriótico*.

De acordo com o professor de cinema Michael Renov, houve uma grande mudança nas imagens populares sobre as mulheres durante os anos de guerra. Segundo ele, tais representações fabricadas para o consumo das massas estavam profundamente embasadas em papéis de gênero e “enraizados em crenças que a cultura divide com funções e posições apropriadas para homens e mulheres”²⁶². Por esse motivo, mudar essa imagem e convencer as próprias mulheres a aderirem ao trabalho remunerado foi um processo baseado em propaganda publicitária (ainda que pensado e produzido sem qualquer participação de mulheres nas campanhas) por meio da glamorização do trabalho fora de casa.²⁶³

Até então, especialmente no período entre guerras, a imagem pública da mulher estava relacionada ao seu papel como mãe e esposa. A presença feminina em trabalhos remunerados era vista como um período provisório entre a infância e o casamento. Além disso, muitas mulheres eram impedidas de trabalhar até a década anterior. O *Economy Act* de 1933 proibia o emprego no governo de dois membros da mesma família. Tal lei forçava a discriminação sexual porque “a mulher – filha ou esposa – era invariavelmente o membro dispensável” e forçou a aposentadoria prematura de muitas trabalhadoras do setor público, gerando “uma tendência em restringir o emprego de mulheres casadas numa tentativa de “resolver” o desemprego crescente”.²⁶⁴ Essa medida logo se espalhou para o setor privado, resultando em um número enorme de mulheres desempregadas. No entanto, essas ações não foram vistas como discriminatórias por conta dos papéis de gênero que colocavam a mulher como a responsável por cuidar e apoiar os homens (pais ou maridos).²⁶⁵

Com a guerra, houve então a necessidade de o governo interferir – por meio da propaganda – no pensamento social. Nesse sentido, o OWI teve grande participação no recrutamento feminino: saturação do público via imprensa, rádio, filmes, discursos e propagandas nos jornais, endosso de lideranças de organizações femininas nos esforços do governo (incluindo capas de revistas que davam destaque a mulheres trabalhando, com direito a competição e exibição pública dessas capas no Museu de Arte Moderna em Nova York, em

²⁶² RENOV, Michael. *Op. cit.*, p. 33.

²⁶³ *Ibidem*, p.36

²⁶⁴ *Ibidem*, p. 34-35.

²⁶⁵ *Idem*.

setembro de 1942). O esforço acabou dando certo e mil referências de trabalho eram abertas por mês para mulheres entre 1942 e 1943.²⁶⁶

Os estúdios de Hollywood tinham a mesma missão: transformar a imagem da mulher que trabalhava, de ambiciosa, trapaceira e vingativa, comum até o final da década de 1930, para a trabalhadora esforçada, capaz, patriota e, acima de tudo, *bela*. A glamorização do trabalho foi comum no período, sem nunca deixar de apontar nas personagens femininas sua preocupação com a beleza. A ideia era mostrar que, embora fosse árduo, era possível continuar bonita mesmo trabalhando.

O *Bureau of Motion Pictures* estava atento ao que a mulher significou para os esforços da guerra e o que a guerra significou para mulheres. O órgão pressionou os estúdios para mostrar nos filmes mulheres tomando os espaços dos homens nos trabalhos e colocando as crianças em creches. Isso era endossado pelas próprias analistas femininas do *Bureau*, que diziam que as mulheres estadunidenses “estavam encontrando uma nova expressão nos trabalhos em que elas estavam assumindo, e que as mulheres não iam retornar em massa para a cozinha no final da guerra”.²⁶⁷ Assim, elas estariam preparadas para uma ampla oportunidade e pagamento igualitário e, por isso, o BMP apressou Hollywood para encontrar maneiras de interpretar esses novos papéis para o público em suas produções. Os estúdios até poderiam colocar uma soldadora em determinadas cenas, mas isso ainda seria pouco perante a nova expressão das mulheres e, portanto, significariam um desafio para diretores e produtores repensarem os lugares da mulher e da família.²⁶⁸ Ainda havia muita dificuldade de apresentar nas películas as mulheres, mesmo durante a guerra, como independentes e donas de suas vidas. Embora muitas sejam mostradas como esforçadas e dispostas aos sacrifícios de guerra e aptas para os trabalhos dos homens, raramente elas possuíam bons diálogos sobre as questões da guerra. Esses eram reservados aos homens.²⁶⁹

Nas animações há uma diferença crucial que impacta diretamente na forma como roteiros e personagens são construídos: como já dito, aqui não há a preocupação de ter que lidar diretamente com a morte dos soldados aliados. Na verdade, isso raramente era citado nos desenhos. Assim, o clichê utilizado por muitos filmes da mulher forte e trabalhadora, porém doce e guerreira (que continua criando sua família sozinha após a morte do pai ou marido)

²⁶⁶ *Ibidem*, p. 38.

²⁶⁷ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R. *Op. cit.*, p. 145.

²⁶⁸ *Idem*.

²⁶⁹ *Ibidem*, p. 166-167.

não existia nos desenhos. Elas eram idealizadas, mas com uma carga dramática bem menos intensa. Nesse sentido, ao longo do levantamento, foi possível identificar algumas categorias recorrentes nos desenhos: a mulher que serve o país militarmente, a trabalhadora e a dona de casa. Há, ainda, as *sweethearts*, mulheres que ficam no *front* interno basicamente esperando o retorno de seus maridos e namorados, muito comuns em animações voltadas para soldados, e as mulheres inimigas. As mulheres aliadas raramente aparecem nos curtas, assim como a mulher negra, o que também será discutido adiante.

A trabalhadora

Falar em mulheres trabalhando durante a II Guerra Mundial pode nos remeter automaticamente à imagem de *Rosie the Riveter*, a famosa gravura de uma mulher de uniforme azul, lenço vermelho com bolinhas brancas no cabelo, dizendo “*we can do it*”. Esta era a representação da “nova” trabalhadora dos Estados Unidos, e estava relacionada com fábricas de “vitória” (soldagem, rebitagem e montagem de navios e aviões). No entanto, esses trabalhos eram considerados de “elite”, os quais, por demandar muito fisicamente, pagavam melhor (mais que a média nacional), assim como também traziam glamour e status (por serem considerados vitais para a vitória na guerra) que não existiam na maioria dos serviços tediosos e mal pagos disponíveis para mulheres, como professoras, enfermeiras, nutricionistas, trabalhadoras em restaurantes e lavanderias, supervisoras de creches, caixas, taxistas, ferreiras, etc.²⁷⁰ Assim, apesar de *Rosie the Riveter*, os setores que mais empregavam mulheres eram o têxtil, vestuário e elétrico. Por esse motivo, não é difícil encontrar nas animações referências às mulheres trabalhando na guerra, nos mais variados postos: nas indústrias, como motoristas de ônibus e taxis ou no setor de serviços.

Como já vimos, em *The Weakly Reporter*, temos um cine documentário contando as mudanças no cotidiano estadunidense provocados pela guerra. Diferente de outros curtas da Warner Bros. já comentados, esse se destaca por sua narrativa um pouco menos frenética e absurda do que se comparado aos demais desenhos, tentando realmente apostar no formato “documentário”. Na segunda parte do curta, ao entrar no assunto sobre as mulheres, a animação inicia o discurso propagandístico mudando a locução de um homem para uma narradora, que aponta que “durante o tempo de guerra, as senhoritas também devem fazer sua

²⁷⁰ RENOV, Michael. *Op. cit.*, p. 39.

parte”. Estamos olhando para uma loja de produtos de beleza. Vemos uma moça entrando de cabelo comprido e saindo de cabelo curto, seguida por outra com o penteado oposto: de curto para comprido. Dentro, a vendedora sugere para uma das freguesas um novo modelo de

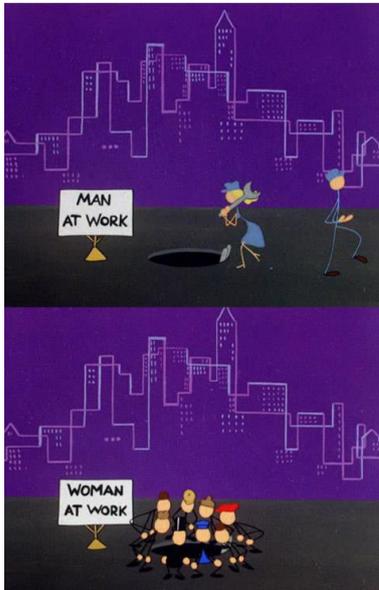


Figura 64 - Trabalhadora chama atenção

“chapéu” muito na moda – uma máscara de solda, usada por uma mulher de macacão. A narradora prossegue afirmando que as cintas, anteriormente utilizadas para moldar o corpo divinamente, agora foram para guerra para servir de armadilhas para prender os inimigos. Como resultado, se antes víamos um casal esguio andando pela rua, agora vemos uma mulher arrumada e magra andando ao lado de um homem gordo (indicando que a cinta, apesar de ser um item de beleza feminina, era utilizada pelo homem).

O narrador retoma, mostrando que mulheres estavam cada vez mais preenchendo espaços de trabalho deixado pelos homens. Vemos uma figura feminina descendo um bueiro na rua com uma chave de fenda, enquanto outros homens se aglomeram na beirada para vê-la. A seguir, o narrador destaca que mesmo o exército abriu suas portas para mulheres. A sequência, que tem desenhos simples (um círculo indicando a cabeça e as mãos, e linhas retas) exibe uma figura feminina se aproximando vagarosamente de um inimigo e lhe acerta a cabeça. Ambos estão armados com baionetas, com a diferença de que a dela tem um rolo de macarrão amarrado na ponta da arma ao invés da faca ou punhal característico. As WAACs²⁷¹ também estão na guerra, e vemos uma recruta com uma máscara de gás no rosto, passando batom no tubo de respiração. Esses grupos estão fazendo sua parte aprendendo táticas de combate para poder enfrentar multidões em vendas de meias de nylon – e elas lutam “sujo”, segundo o narrador.



Figura 65 - Mulheres na guerra

²⁷¹ Sigla para Women's Army Auxiliary Corps.

Ele prossegue afirmando que a guerra também é produzida pela intriga feminina. Vemos, então, uma figura de vestido se aproximar sensualmente de um soldado, que lhe entrega uma caixa com supostamente uma bomba. Ao abrir a caixa, um monstro de brinquedo salta e ela desmaia. Essa mesma sensualidade é utilizada por uma mulher para convencer o açougueiro a lhe vender dois pedaços de bife. Uma fábrica de borracha sintética cresce e se estica para comportar a entrada de várias mulheres trabalhadoras. Nela, há um homem operando uma máquina que para, travando toda a produção do país. Logo uma mulher é chamada para, com um grampo de cabelo, resolver o problema e tudo voltar ao normal, produzindo navios, aviões, tanques e armas com uma rapidez jamais vista antes. O desenho se encerra com uma senhora batizando um navio que é finalizado no momento em que ela fala, demonstrando toda a agilidade da produção estadunidense.

Este desenho toca em diversos pontos importantes na representação feminina e no cotidiano. A primeira é, como já dissemos, a atuação em fábricas e no aumento da produção dos Estados Unidos. Segundo a bibliografia consultada, os números de mulheres na força de trabalho variam de 50% da população à 2/3, tanto casadas quanto solteiras.²⁷² As diferenças de salários eram baseadas em trabalhos “leves” e “árdus”. Notoriamente, os trabalhos femininos eram constantemente classificados como leves, independentemente das obrigações. O governo demorava para agir perante essas injustiças, já que a raiz do problema era que o trabalho da mulher de saída já valia menos no mercado de trabalho. A justificativa da crença comum era que se uma mulher poderia fazer, então o serviço deveria valer pouco. Além disso, organizações de trabalhadores geralmente se opunham veementemente à contratação de mulheres. Os líderes, homens em sua maioria, geralmente colocavam nomes ausentes de homens para listas de gratificações e promoção. Alguns faziam dura oposição às mulheres ao recebimento de benefícios por doença ou morte. As trabalhadoras também tinham sua voz negada nas atividades das organizações, mas eram constantemente acusadas de má vontade ou nenhuma participação.²⁷³

A associação da mulher com a beleza também se faz presente nesta animação, reforçando a ideia de que era possível ser trabalhadora sem abrir mão da vaidade. De fato, não era raro ver campanhas de publicidade do governo que escolhiam trabalhadoras para serem vestidas, maquiadas e fotografadas em Hollywood ou propagandas de produtos de beleza que

²⁷² RENOV, Michael. *Op. cit.* p. 40.

²⁷³ *Ibidem*, p. 41.

apostavam em trabalhadoras de fábricas como modelos.²⁷⁴ Muitos desenhos colocavam os cuidados com a imagem e a beleza como primários para a mulher estadunidense, o que poderia gerar algumas consequências. Em *Mess Production* (Paramount, 1945. 6 min. Color. Dir.: Seymour Kneitel), por exemplo, Olivia Palito é a responsável por atrapalhar o trabalho de Popeye e Brutus em uma linha de montagem. O motivo da perturbação é apenas um: ela seria muito bonita e distraía a concentração dos funcionários. O mesmo acontece em *The Weakly Reporter*, no momento em que mulheres assumem o trabalho de homens: os que continuaram no emprego param suas atividades para ver a nova funcionária. Há, nesse sentido, uma mensagem dúbia das animações: enquanto as mulheres são necessárias para os esforços de guerra, elas também podem ser um problema ao causarem esses “transtornos”. Tanto aqui, como em *The Swooner Crooner*, no momento em que as galinhas param a produção de ovos para ouvir os cantores, parece haver uma associação entre mulher e futilidade. Isso revela, de alguma maneira, uma desconfiança no trabalho da mulher, em sua capacidade de aguentar tanto a demanda do serviço quanto as suas reais intenções “patrióticas” em participar dos esforços de guerra.

A mulher sensual e traiçoeira também é citada. Embora seja mais comum que essas características fossem atribuídas à mulher inimiga, como veremos a diante, o alerta dado mostra a certa dificuldade de Hollywood em se adaptar aos novos tempos, retornando as imagens negativas das mulheres que não se encaixavam em um padrão de “mãe” e “esposa” do lar.

Mães que trabalham

A maternidade sempre foi uma questão para as mulheres. Quando convocadas para auxiliar no *home front*, essa dúvida tornou-se mais forte, gerando verdadeiros problemas. Como vimos, a delinquência juvenil era um prato cheio para Hollywood mas, na vida real, a preocupação de diversas mães era uma só: como trabalhar sem ter com quem ou onde deixar as crianças?

Notavelmente, o foco no *front* interno nas animações satirizava as mulheres nas indústrias, tanto por uma suposta obsessão com a beleza, quanto pela quantidade de faltas que eram comuns no trabalho. O problema da ausência de mulheres era duas vezes maior que a

²⁷⁴ Idem.

dos homens. As dificuldades começavam com as triplas jornadas: além do emprego, era esperado que a mulher cumprisse (bem) suas atividades domésticas e na criação das crianças. 3/4 das mulheres no período eram casadas e tinham filhos, geralmente pequenos e, por isso, tarefas domésticas ou doença das crianças acabavam resultando em perda de dias de trabalho.²⁷⁵ Durante a guerra, pesquisas apontavam que 56% das mulheres entrevistadas não arrumariam um emprego mesmo que o cuidado gratuito das crianças fosse oferecido.²⁷⁶ Geralmente, as mulheres que trabalhavam recebiam os piores turnos (noturnos ou durante a madrugada) por seu tempo menor de empresa que os demais funcionários. Outra razão era a falta de transporte que as levassem aos centros de trabalho (muitas vezes afastados das áreas residenciais). O racionamento de pneu e gasolina, a escassez de transporte de massa, horas de trabalho estranhas e os locais de trabalho que ameaçavam a segurança pessoal combinavam para causar uma grande taxa de ausência entre as mulheres trabalhadoras.

Um dos poucos desenhos que não tratam a questão da falta como mera opção – como faz *The Swooner Crooner*, em que as galinhas deliberadamente abandonam seus postos de serviço para ouvir os cantores – e sim como um problema enfrentado por muitas trabalhadoras é a animação *Brother Brat*, já discutida previamente. Em pouco mais de sete minutos, a história conta o drama de uma mãe trabalhadora que quer servir melhor seu país, mas não tem com quem deixar seu bebê, o que atrapalha seu serviço e, conseqüentemente, a produção de guerra do país. Logo no início do desenho, o narrador exalta a resposta magnífica das mulheres estadunidenses às demandas da nação em guerra. Segundo ele, a necessidade de trabalhadores habilidosos foi rapidamente preenchida por mulheres patriotas. O desenho glorifica o trabalho de mulheres na montagem, soldagem e rebtagem de navios, aviões, tanques e demais maquinários necessários para os soldados vencerem. O narrador é enfático em apontar que, do meio da crise, surge uma nova mulher – uma supermulher – que irá superar problemas e obstáculos, exceto: “onde raios ela vai colocar as crianças enquanto trabalha?!” questiona-se o narrador.

Uma trabalhadora (soldadora) dá seu depoimento: ela confirma que o narrador não está brincando. Ela se sente mal, pois não consegue ninguém para olhar seu bebê, mas também não quer ser uma operária ausente. O que uma moça pode fazer? Ela precisa dar um jeito nisso e, para tanto, vai até a casa de Gaguinho pedir-lhe que fique com a criança. Inicialmente, ele se assusta com a aparência (e a máscara) da mulher, que logo se identifica

²⁷⁵ *Ibidem*, p. 42.

²⁷⁶ *Idem*.

como montadora de aviões. Ela o questiona sobre sua atuação para ajudar as nações unidas na batalha contra nazistas e japoneses, a fim de eliminá-los da terra. Diante da confirmação do porco de que ele gostaria de ser mais participativo, a mulher lhe entrega um carrinho de bebê e um livro, e sai para “fazer” aviões, retornando próximo ao encerramento.



Figura 66 - Exaltação da mulher como trabalhadora em *Brother Brat*

Como demonstrado no desenho, a falta de lugares ou pessoas com quem deixar as crianças era um problema real para muitas mulheres – e reconhecido pelo narrador. Como cobrar dessas mães uma participação efetiva na guerra sem o devido amparo? Como exigir patriotismo se a consequência desse “abandono” infantil acabou gerando delinquência e uma juventude sem assistência (como os próprios filmes gostavam de deixar claro)? Percebemos, assim, que o cuidado com as crianças era um dos principais bloqueios para a participação total das mulheres nos esforços de guerra. *Brother Brat* chama atenção, nesse sentido, pela ação da mãe, ao repassar a responsabilidade do cuidado das crianças para a comunidade onde aquela família está inserida. Ou seja, uma das maneiras de servir ao país seria *também* cuidando das crianças enquanto suas responsáveis estão cumprindo seus turnos.

De acordo com Michael Renov, burocraticamente, as creches federais eram um desastre, com pouca estrutura e pessoas para vigiar os pequenos. Além disso, muitas mulheres relutavam em deixar seus filhos num estabelecimento público. Para as mães que tinham vivenciado a depressão e o socorro do governo, aqueles programas pareciam caridade. Em 1933, um projeto de escola de enfermagem que servia como creche para crianças desfavorecidas acarretou em um estigma social nas novas tentativas de organizar jardins-de-infância para trabalhadoras de diferentes estratos sociais.²⁷⁷ A maioria das mulheres preferia deixar as crianças com familiares ou amigos, embora os deslocamentos provocados pela guerra tenham isolado as famílias de seus parentes. Essa é uma contradição de mulheres que foram instigadas pela propaganda para conseguir empregos, enquanto sua condição social lhes

²⁷⁷ *Ibidem*, p. 42.

tinha ensinado que a maternidade era prioritária em suas vidas. “Para muitas mulheres, a culpa (de utilizar) creches públicas era mais forte que o apelo pelo patriotismo e o auto sacrifício”²⁷⁸.

Ainda que raras, algumas empresas chegaram a organizar locais no próprio estabelecimento para a supervisão das crianças. Ao todo, estima-se que aproximadamente dois milhões de crianças tinham necessidades de cuidados por creches por conta do emprego de suas mães e menos de 10% das crianças eram atendidas pelos programas de governo, dado sua demora e ineficácia de planejamento para isso. O congresso acreditava que os fundos públicos não deveriam ser utilizados para planos de cuidados das crianças, a menos que isso significasse liberação de mais mulheres para o trabalho. Por outro lado, as creches dificilmente atendiam os horários inapropriados que muitas mulheres trabalhavam. Isso, associado ao estigma da caridade e da culpa da ausência tornava a questão das crianças delicada e, posteriormente, tornou-se uma forma de estimular a saída das mulheres do mercado de trabalho com o fim da guerra.²⁷⁹

A mulher no serviço militar

Em *The Weakly Reporter* há a associação da mulher militar à beleza. Mesmo em situações difíceis, personagens de desenhos e atrizes estavam sempre bem maquiadas e penteadas, mostrando que a feminilidade era um potencial motivador. Essa tentativa de mostrar que as mulheres não teriam que renegar sua aparência para servir às Forças Armadas pode ser entendida como um incentivo ao alistamento feminino, mas também como uma visão machista que reduz a vontade de participação na guerra e o sentimento patriota de muitas jovens a uma mera obsessão com sua aparência. Nas animações, como veremos, há ainda a exaltação sexual da figura feminina para agradar o olhar masculino das audiências (principalmente os militares).

Não raro alguns filmes e animações usavam a WAAC ou enfermeiras para situações cômicas. Embora o serviço militar tenha começado apenas na primavera de 1942, nos Estados Unidos, os filmes de Hollywood, desde o ano anterior, já exibiam enfermeiras no *front* de guerra ou mulheres de uniforme que ajudavam na transição dos homens recém-admitidos no serviço militar. Havia, ainda, a presença de voluntárias da Cruz Vermelha, geralmente aliadas

²⁷⁸ *Ibidem*, p. 42-43.

²⁷⁹ *Ibidem*, p. 46.

britânicas ou russas, ajudando seus países. Apesar disso, dificilmente essas personagens tinham um bom desenvolvimento na trama, quando não estavam apenas no meio de uma multidão ao fundo de uma cena e logo desapareciam da história.

Das diversas organizações, as WACs (*The Women's Army Corps*, do qual as WAACs faziam parte) e WAVES (*Women Accepted for Volunteer Emergency Service*, parte do *The United States Naval Reserve*) eram as mais populares em filmes e animações. Na prática, o primeiro grupo foi criado em maio de 1942, mas só ganhou status militar em 1943,²⁸⁰ enquanto o segundo apenas em julho de 1942. Entre 1943 e 1945 houve um aumento da participação militar feminina nas produções hollywoodianas devido à necessidade de alistamento. Ao todo, mais de 100 mil mulheres se alistaram voluntariamente nas Forças Armadas durante a guerra.²⁸¹

Apesar de situações atrapalhadas e cômicas em musicais e desenhos, na maioria das vezes as mulheres convocadas eram apresentadas como sérias, competentes e, diferentemente dos homens, sempre com algum tipo de experiência que comprovasse que elas estavam aptas ao trabalho que lhes foi confiado. São exemplos morais e patriotas, capazes e corajosas para fazer de bom grado os sacrifícios necessários para ajudar na vitória na guerra. O que não quer dizer que não existia objetificação, isto é, a banalização e instrumentalização de seus corpos e personalidades nesses papéis.

Um exemplo dessas mulheres-modelos que inspiram as mais jovens é o curta *Barnyard WAAC* (MGM, 1942. 6 min. Color. Dir.: Eddie Donnelly). Em um galinheiro, algumas galinhas estão treinando primeiros-socorros. Ao encontrarem com uma elegante e esguia galinha com uniforme da WAAC (e salto alto!), todas se interessam e partem para o alistamento. O galo, ao perceber que todas o abandonaram e aos ovos, fica perdido, sem saber o que fazer quando os pintinhos nascem. Nesse momento, um grupo de raposas tenta comer os bebês e o galinheiro é defendido pelas aves de uniforme, que afugentam o perigo e ainda cortam seus rabos como prêmio pela vitória. Assim, percebemos que há uma idealização da mulher patriota que serve o país. Além de bela (afinal, elas lutam elegantemente de salto alto), essas voluntárias ainda cumprem um papel de moral na defesa do país e no apoio aos soldados. Para o OWI, o desenho foi considerado “uma sátira humorada, porém inofensiva, do

²⁸⁰ SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 2004. p.113.

²⁸¹ SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 1996, p.183.

WAAC”.²⁸² Em *Spinach-Packin’ Popeye* (Paramount, 1944. 7 min. Color. Dir.: I. Sparber), Olivia Palito aparece em dois momentos, vestida um uniforme de WAAC e depois de WAVE, parecendo orgulhosa de sua roupa.



Figura 67 - WAACs derrotam inimigo

Notamos, assim, que embora a presença da trabalhadora nas animações seja numericamente muito superior à mulher militar, esta é sempre vista como um apoio necessário, fonte de inspiração. No entanto, vale ressaltar que casos como *Barnyard WAAC*, em que há atuação feminina direta em um conflito, eram muito raros, ficando restrito a pequenas cenas como a de Olivia realizando tarefas cotidianas, como primeiros socorros ou burocráticas. Segundo a historiadora estadunidense D’Ann Campbell, a ação da mulher nos postos militares não teve plena aceitação social. Na verdade, tais debates não ocorreram apenas nos Estados, mas também na Alemanha Nazista e Inglaterra. Assim, podemos afirmar que a participação das mulheres na guerra era um debate moral.²⁸³ Para Campbell, a atuação e

²⁸² Análise de *Barnyard WAAC* por B. Symmes, em 13 de janeiro 1943. *Office of War Information Files*, Shorts. Caixa B-1276, arquivo, S-240. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

²⁸³ Com exceção da União Soviética, que utilizava a participação de mulheres como propaganda, nos Estados Unidos, Alemanha e Grã-Bretanha, alguns cargos eram mantidos em segredo, para que não fossem divulgados. Muito disso era por conta de uma possível “desmoralização” que os exércitos poderiam sofrer para com a

transformação do papel da mulher durante o conflito foram, nesse sentido, colocadas mais pela necessidade do momento do que por uma revolução social. No entanto, é inegável que tais mudanças influenciaram fortemente os movimentos feministas dos anos 1960 e 1970.

Sweethearts e donas de casa

De todas as animações levantadas, apenas as que fazem referência direta ao trabalho doméstico da mulher são as dos estúdios Walt Disney, *Out of the Frying Pan, Into the Firing Line* (Walt Disney, 1942. 3 min. Color. Dir.: Ben Sharpsteen) e *First Aiders* (Walt Disney, 1944. 7 min. Color. Dir.: Jack Hannah), ambos com a participação de Minnie Mouse e Pluto. No primeiro curta, com três minutos de duração, que foi produzido pelo estúdio e encomendado e pago pelo *War Production Board*, Minnie está fritando ovos e bacon, prestes a jogar a gordura no prato de Pluto, quando o locutor do rádio alerta as donas-de-casa que ouviam a programação sobre a importância de guardar o óleo das frituras para transformá-lo em glicerina e, assim, em munição contra o Eixo. No segundo desenho, Minnie, vestindo um chapéu de enfermeira, treina primeiros socorros e manobra de reanimação cardiopulmonar em Pluto, enquanto este é atormentado pelo gatinho Fígaro. Enquanto a ratinha sai para comprar mais bandagens, os dois se perseguem pela casa e acabam se machucando. Ao retornar, Minnie faz os primeiros socorros nos animais, que acabam enrolados em faixas e talas de imobilização.



Figura 68 - Minnie pratica primeiros socorros

É curioso notar que Minnie é a única a ser chamada de dona-de-casa nas animações levantadas. Além disso, ainda que seja a única “humana” da história, ela nunca é a personagem principal, cabendo ao cão Pluto o protagonismo. Assim, nessa visão

opinião pública, além do fato dos próprios soldados e superiores acreditarem que aquele não era um lugar para mulheres. CAMPBELL, D’Ann. “Women in Combat: The World War II Experience in the United States, Great Britain, Germany, and the Soviet Union”. *The Journal of Military History*, Vol. 57, No. 2 (Apr., 1993). p. 320-321.

conservadora do estúdio, cabia à mulher a tarefa de zelar pelo lar e auxiliar no tratamento de feridos em caso de ataques aéreos. O estúdio Disney é o único que apresenta a mulher como um elemento puramente doméstico, e a possibilidade de trabalho fora não é sequer cogitada pelos desenhos. Dos curtas levantados, apenas Madame Poulet, de *Chicken Little*, é dona de um cabeleireiro, mas não tem qualquer relevância para a história, aparecendo em cena por pouquíssimos segundos.

Esse mesmo posicionamento aparece a respeito da mulher latino-americana. Na série *Health for the Americas*, produzido pelos estúdios Walt Disney exclusivamente para a América Latina a pedido do *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), todas as referências à mulher estão restritas ao cuidado com a casa e dos filhos. Segundo Diana Disney Miller, filha de Disney, tal visão conservadora sobre a atuação das latino-americanas vinha da interpretação do animador das sociedades nas quais passou durante sua viagem pelo continente, em 1941. Segundo Miller, por diversas vezes sua mãe Lillian Disney foi retirada de fotos oficiais e momentos no qual o pai tratava de negócios. Ela diz que

os latino-americanos achavam que o lugar das mulheres é em casa. Lá uma mulher não segue o marido em viagens nem aparece em público com êle; por isso mamãe estava sendo constantemente empurrada para fora do caminho²⁸⁴.

Para a família Disney, isso significou, como colocado por Miller, que a mulher latino-americana não era ativa na sociedade senão no âmbito doméstico. Essa visão da mulher aparece no curta *Infant Care and Feeding* (Walt Disney, 1945. 9 min. Color), em que o papel da mulher enquanto *indivíduo* é anulado, existindo apenas sua atuação como *mãe*. Neste desenho, uma família composta por pai, mãe, dois meninos e uma menina está à espera de um novo integrante. Assim, a mãe tem como responsabilidade principal comer corretamente durante e após a gravidez, momento no qual ela alimenta a criança com o que consome diariamente (enquanto a criança ainda está na barriga da mãe e após, através do leite materno).²⁸⁵ No entanto, mesmo com essas justificativas, não encontramos outros motivos para a relação de Minnie com a casa. Da mesma maneira, como mencionado em *Reason and Emotion*, a preocupação da razão da mulher é se manter dentro do peso e ser uma moça “de

²⁸⁴ MILLER, Diana Disney. *A história de Walt Disney (como foi contada à Pete Martin)*. Rio de Janeiro: Editora Vecchi, 1960. p.154.

²⁸⁵ Sobre a série *Health for the Americas* e sua produção, ver: BRODA, Paula de Castro. *Health for the Americas: as animações dos Estúdios Walt Disney voltadas para as famílias latino-americanas no contexto da Política da Boa Vizinhaça (1940-1946)*. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado e Licenciatura em História) – Universidade Federal de São Paulo, Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Guarulhos, 2013.

respeito”. Nesse sentido, é possível dizer que na visão conservadora das produções de Walt Disney dos anos 1940, para ajudar na guerra, o ideal seria que as mulheres fossem “belas”, “recatadas” e “do lar”.



Figura 69 - Mulher latino-americana

Além da dona-de-casa, temos também as “namoradinhas” e esposas que esperam pelo retorno dos soldados em casa. Muito comuns em animações sobre recrutas, essas mulheres são apresentadas como a motivação dos homens para lutar e sobreviver à guerra. Nesses desenhos, e em muitos filmes, mesmo as mulheres que trabalham tem suas vidas e expectativas orientadas a partir da perspectiva de retorno de seus maridos e namorados. Assim como no caso de Minnie, essas mulheres servem de ponto de escalada para a motivação masculina (heroísmo) e sua ascensão social, não sendo nunca as protagonistas das histórias em que participam. Nos desenhos de Superman (Paramount), Lois Lane está sempre em alguma situação de perigo que leva o herói a salvá-la. O mesmo acontece com Olivia Palito em diversos curtas já mencionados e em outros tantos de Popeye ao longo da guerra. Palito é sempre o alvo de disputa entre o marinheiro e Brutus, que se encantam por seu charme, mas ela raramente tem diálogos longos ou mesmo relevantes.²⁸⁶



Figura 70 - Louis é resgatada e Popeye ajuda Olivia

Embora a animação *The Return of Mr. Hook* (Warner Bros., 1944-1945. 4 min. P&b) tenha sido produzida para os soldados no *front* de guerra, e não para o público civil como os demais desenhos analisados até o momento, este ilustra bem o papel da namoradinha. O curta,

²⁸⁶ SHULL, Michael; WILT, David; *Op. cit.*, 2004, p. 71.

de apenas quatro minutos de duração em preto e branco, mostra Mr. Hook, um marinheiro servindo em um navio no Pacífico utilizando seu salário para comprar bônus de guerra. Ao ser questionado por seus companheiros, que veem com desdém o ato, Hook afirma que a compra tem um motivo maior: planos para o futuro. Com a troca dos títulos por dinheiro ao final da guerra, o marinheiro pretende comprar um bom terno, ir até a casa da bela Cookie, sua namorada – que está esperando seu retorno – e pedi-la em casamento. Depois, deseja comprar uma bonita casa, escolher a cama de casal e realizar a celebração. Olhando o “sonho” de Hook, vemos o casal observando feliz seus vários filhos brincando ao redor da casa. Ao ouvir sobre seus planos, os demais companheiros do marinheiro também decidem comprar os bônus de guerra. Já em *Tokyo Woes* (Warner Bros., 1944-1945. 4 min. P&b), ao final do desenho, Mr. Hook retorna aos Estados Unidos e, com (muito) dinheiro trocado pelo bônus de guerra e um carro novo, o marinheiro prontamente arruma uma namorada (diferente de Cookie) que rapidamente o enche de beijos.

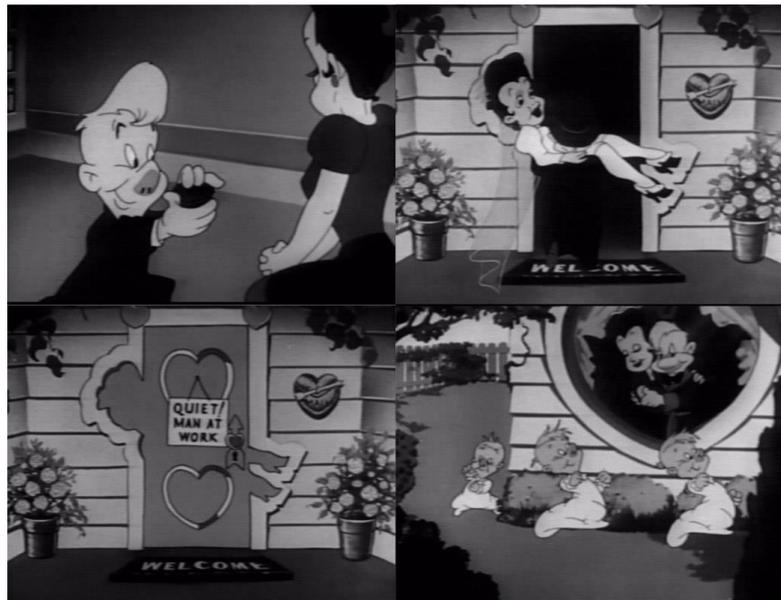


Figura 71 - Mr. Hook se casa com sua namorada e tem muitos filhos



Figura 72 - Hook encontra namorada assim que retorna

Percebemos, deste modo, que a mulher – assim como o carro – acaba se tornando, nos desenhos, um prêmio para o soldado que retorna. Ela proporciona, nesse sentido, prestígio

social, além de ser a motivação dos soldados na guerra. Mas também são as responsáveis pela perda do controle e da racionalidade do homem perante um belo corpo feminino.

Objetificação e hipersexualização dos corpos femininos

Em muitas animações não é raro ver homens (ou lobos) perseguindo mulheres. Nos exemplos anteriores dados, as trabalhadoras distraem e desviam homens de suas funções. Olivia causa problemas e acidentes entre Popeye e Brutus, que disputam sua atenção. Pernalonga em *Bugs Bunny nips the Nips* perde completamente o controle ao ver uma coelha nativa da ilha em que estava e passa a persegui-la, mudando totalmente de ideia sobre ser resgatado. Em *Swing Shift Cinderella* (MGM, 1945. 7 min. Color. Dir.: Tex Avery), uma Cinderela sexy (que se parece com a atriz Katherine Hepburn) é perseguida por um lobo sedutor, porém extremamente invasivo. Ele entra diversas vezes em sua casa e tenta lhe agarrar ou beijar a força. Cinderela pede ajuda de sua fada madrinha, que se empolga e também assedia o lobo. A fada dá um vestido justo e vermelho para Cinderela ir a um clube noturno, onde ela canta. Já a senhora se veste para atacar o lobo com seu traje de “Miss Repulsiva 1898”.



Figura 73 - Fada madrinha e Lobo

O homem foge para a boate em uma limusine, para continuar suas investidas claramente sexuais em Cinderela, mas é seguido pela fada madrinha, que o “captura”. À meia noite, Cinderela vai embora às pressas, e surge vestida com um macacão de soldadora. Descobrimos

que no horário combinado não era a magia que acabava, mas ela que perderia o ônibus para seu turno de trabalho. Uma vez lá dentro, ela se sente aliviada por ter se livrado do lobo. No entanto, ela ouve um coro de vozes lhe dizendo que estava enganada. Ao se virar, Cinderela está cercada de lobos/trabalhadores que também uivam e se excitam com a presença da moça.



Figura 74 - Cinderela é assediada por Lobos

Dois anos antes, uma animação bastante parecida já havia sido lançada. *Red Hot Riding Hood* (MGM, 1943. 7 min. Color. Dir.: Tex Avery) também aposta no assédio feminino – dessa vez, uma Chapeuzinho Vermelho sexy, também parecida com Hepburn – por um lobo, que também é perseguido por uma velhinha – a avó de Chapeuzinho, que é igualzinha à fada madrinha. A principal diferença entre os desenhos é que, aqui, Chapeuzinho canta na boate, mas não trabalha em fábricas e o lobo consegue se livrar da avó, prometendo que se mataria antes de se apaixonar novamente por outra mulher bonita, o que prontamente acontece assim que ele vê Chapeuzinho cantando outra vez.



Figura 75 - Chapeuzinho vermelho cantando em boate

Nossa hipótese é que, indiretamente por meio da hipersexualização da mulher, os curtas estão falando das *Victory Girls* e das *Patriotutes*. Segundo Marilyn E. Hegarty, a união do

patriotismo feminino e sua sexualidade no termo "patriotute" apontam para uma conexão bastante próxima entre o conceito de cidadania e serviço militar (soldado-cidadão). De acordo com a autora, há uma relação entre cidadania e serviços militares (historicamente masculino). Para Leisa D. Meyer, o serviço militar está relacionado ao Estado e pode ser determinante para os direitos de cidadãos. Ao longo do tempo, homens e mulheres tiveram relações diferentes com o estado e fatores para definir cidadania incluíam (mas não se limitavam a) raça, classe, etnia, religião e sexualidade.²⁸⁷

Vale lembrar que o sexo (e o estupro) foram muito utilizados pelas Forças Armadas como “motivador” dos soldados durante a guerra.²⁸⁸ Em um primeiro momento, diversas agências governamentais estadunidenses desenvolveram políticas para tentar controlar doenças venéreas entre os soldados, principalmente por meio da repressão da prostituição feminina. Por trás da preocupação sobre a saúde dos recrutas, Hegarty aponta que havia um discurso oficial de guerra que incluía planos para usar a sexualidade feminina no apoio dos esforços de guerra. Imagens estereotipadas de homens e mulheres, cheias de pretensões sobre seus corpos eram lugar comum nas discussões oficiais.²⁸⁹ Houve a valorização da sexualidade masculina militarizada, reforçando a persistente noção de que soldados "viris" poderiam normalmente procurar mulheres para sexo. No entanto, o mesmo processo apontava a sexualidade feminina como ameaçadora não apenas para os esforços de guerra, mas também para a sociedade, o que justificou a repressão da potencialmente “perigosa” e “doente”

²⁸⁷ Podemos citar, como exemplos dessas ações: a Cruz Vermelha encorajava a doação de sangue como exemplo de uma "nova forma de cidadania democrática", mas segregava e marcava o sangue dos afro-americanos e japoneses de segunda geração (nisseis) repetidamente precisavam reafirmar sua lealdade aos EUA. Mulheres negras estadunidenses viam no serviço militar, apesar da segregação, uma maneira de ganhar direitos civis plenos. In: HEGARTY, Marilyn E. *Victory girls, khaki-wackies, and patriotutes: the regulation of female sexuality during World War II*. New York : New York University Press, 2008. p. 3-4.

²⁸⁸ Por exemplo, temos os estupros em massa de mulheres alemãs por soldados soviéticos e estadunidenses após a tomada de Berlim, o uso das “mulheres de conforto” pelo exército japonês e o episódio conhecido como “Estupro de Nanquim”, durante a guerra sino-japonesa, em que milhares de mulheres foram estupradas coletivamente e assassinadas pelos militares. Sobre os casos, ver: ASH, Lucy. "70 anos após fim da guerra, estupro coletivo de alemãs ainda é episódio pouco conhecido". *BBC Brasil/ BBC News*. Berlim, 8 de maio de 2015. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/05/150508_estupro_berlim_segunda_guerra_fn>, acessado em: 05 de janeiro de 2017; WIEGREFE, Klaus. "Historiadora alemã acusa norte-americanos de milhares de estupros no pós-guerra". *UOL Notícias Internacional/ Der Spiegel. Berlim*, 04 de março de 2015. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/derspiegel/2015/03/04/historiadora-alema-acusa-norte-americanos-de-milhares-de-estupros-no-pos-guerra.htm>>, acessado em: 05 de janeiro de 2017; Anônimo. "Who were Comfort Women?". *Comfort-Women.org*. Disponível em: <<http://web.archive.org/web/20070615011715/http://www.comfort-women.org/v2/faqs.html>>, acessado em: 05 de janeiro de 2017; TREVISAN, Claudia. "O Estupro de Nanquim". *Estadão Internacional*. São Paulo, 08 de fevereiro de 2009. Disponível em: <<http://internacional.estadao.com.br/blogs/claudia-trevisan/o-estupro-de-nanquim/>>, acessado em 05 de janeiro de 2017.

²⁸⁹ HEGARTY, Marilyn E. *Op. cit.*, p. 2.

sexualidade da mulher²⁹⁰, como podemos observar no caso da avó de Chapeuzinho Vermelho e na Fada Madrinha. No desenho, seus corpos eram “repulsivos” e, portanto, elas não têm qualquer direito à sexualidade, sendo representadas como loucas e maníacas por sexo – enquanto o comportamento abusivo dos lobos é colocado como “normal” diante a presença de uma mulher bonita.

Essa política de guerra fazia parte de um sistema maior e mais complexo de apoio sexual às forças armadas de praticamente todos os países que participaram do conflito, como as *comfort women*, mulheres escravizadas (geralmente coreanas e chinesas) pelo exército japonês para trabalhar em estações de “conforto” (prostituição) sempre que o exército japonês julgasse “necessário” para os esforços de guerra. Na Alemanha, prostitutas e lésbicas eram mandadas para campos de concentração ou obrigadas a trabalhar em bordéis improvisados nesses lugares. Inglaterra, França, Portugal e outros países também tiveram políticas militares para mulheres e prostitutas.²⁹¹

A objetificação dos corpos femininos também acontece com as mulheres negras em *Coal Black and de Sebben Dwarfs* (Warner Bros., 1943. 7 min. Color. Dir.: Bob Clampett) e *Goldilocks and The Jivin Bears* (Warner Bros., 1944. 7 min. Color. Dir.: Friz Freleng). No primeiro, *So White* (uma paródia de Branca de Neve), ela aparece diversas vezes de costas, dançando sensualmente, com a câmera dando closes em seus seios e quadril. Já *Goldilocks* (paródia de Cachinhos dourados) dança com um lobo que acabou de conhecer (e a perseguiu) até ele fugir por não aguentar a “energia” da moça.



Figura 76 - So White (esq.) e Goldilocks (dir.)

Nesse sentido, ao mesmo tempo a propaganda incentivava homens ao alistamento por meio da exploração do corpo e da imagem da mulher, como vimos em *Donald Gets Drafted*, em que tanto os cartazes, quanto a canção apontam que uma das obrigações de Donald seria entreter (ou seja, conquistar e namorar) as moças que serviam às Forças

²⁹⁰ Idem.

²⁹¹ *Ibidem*, p. 3.

Armadas. Até mesmo o *Women's Army Corps* sofria diretamente com ataques, acusadas de serem prostitutas. Há diversos relatos de abusos sexuais durante o período de serviço.²⁹² Oficialmente, diversos programas de saúde pública como "Programa para prevenção de jovens meninas e mulheres no envolvimento com prostituição e promiscuidade" mostram os discursos paralelos sobre a percepção do perigo da sexualidade feminina. Ainda segundo Hegarty,

Durante a segunda guerra, o corpo das mulheres foi nacionalizado e sua sexualidade militarizada: o trabalho das mulheres e seus corpos foram "convocados" pelo período. A convocação chamava homens para servir seu país, e mulheres, da mesma forma, recebiam suas ordens de serem patriotas e apoiar os esforços de guerra, em parte mantendo a moral dos militares.²⁹³

As mulheres inimigas

Embora rara, a presença de mulheres inimigas não foi nula nas animações do período. A mulher japonesa é o tema de *Tokyo Woes*, um dos episódios da série de quatro curtas²⁹⁴ que narra o cotidiano de Mr. Hook na Marinha dos Estados Unidos. Como já visto, Hook, que é marinheiro, sempre ressalta a importância de utilizar os honorários militares para comprar e guardar os bônus de guerra. Tal ação se deve ao fato de que animações foram encomendadas pela entidade militar e tinham como objetivo divulgar a compra dos bônus de guerra entre seus oficiais, sendo considerados filmes de propaganda e não institucionais.²⁹⁵ Em *Tokyo Woes* começamos a história no Japão, de onde é transmitido um programa de rádio. Apresentado por um homem japonês com todas as características já discutidas anteriormente, ele nos apresenta Tokyo Rose.²⁹⁶ Como em um teatro, a câmera segue vagarosamente para o

²⁹² Idem.

²⁹³ Idem, p. 7

²⁹⁴ O primeiro curta foi produzido pela Walter Lantz Productions, denominado *Take Heed Mr. Tojo*, de 1943. É a única animação colorida da série. Os demais foram realizados pela Warner Bros. Cartoons, todos em preto e branco. Os desenhos possuem histórias independentes e não têm qualquer relação entre seus roteiros.

²⁹⁵ ANÔNIMO. "Tokyo Woes". *Looney Tunes Wiki*. In: <http://looneytunes.wikia.com/wiki/Tokyo_Woes>, acessado em: 07/10/2015.

²⁹⁶ O nome "Tokyo Rose" foi dado pelas tropas aliadas que lutaram no Pacífico às mulheres japonesas que falavam inglês e transmitiam do Japão, via rádio, mensagens que procuravam desestimular os inimigos com a propaganda japonesa durante o conflito. Durante a II Guerra Mundial, Tokyo Rose foi considerada uma das mais perigosas e sedutoras locutoras das rádios japonesas a fazer propaganda para as tropas americanas. O nome mais famoso relacionado a essa personagem é a de Iva Toguri, embora "Madame Tojo" e "Miss Tokyo" também sejam apelidos dados para outras "Tokyo Roses" que apresentavam o programa "The Zero Hour". Na verdade, Toguri nunca chegou a se apresentar como Tokyo Rose, mas sim como "Orfã Ann". No entanto, não há consenso sobre o que ou quem foi Tokyo Rose. Nos anos posteriores à guerra, muitos soldados deram depoimentos relatando o que ouviam da transmissão japonesa e como isso os afetava. Em suas falas, os soldados relatam como as mensagens de Rose podiam encorajá-los, sendo uma companhia durante o conflito, avisando-os sobre possíveis ataques ou sendo o estopim para a loucura e a desmoralização, já que alguns relatos apontam que

outro lado do recinto, onde vemos diversas portas se abrindo. Quando a última porta finalmente se abre, vemos uma moça com trajes típicos japoneses (quimono, biote²⁹⁷ no cabelo e tamancos de madeira) sentada com as pernas visíveis para o espectador, lendo um jornal.

Ela se assusta e se levanta, revelando grande altura e postura ereta, com as mãos para dentro do quimono, rosto sereno, olhos fechados e pés cobertos pelas vestes. Tokyo Rose desliza pelo chão e começa a desviar de obstáculos como se tivesse rodinhas em seus pés. Ela calmamente para em frente ao microfone, faz uma reverência, tudo com muita tranquilidade e delicadeza. Entretanto, quando vai falar, sua aparência muda completamente: seus dentes se revelam enormes, seu corpo é muito magro, o quimono levanta



Figura 77 - Rose lendo jornal

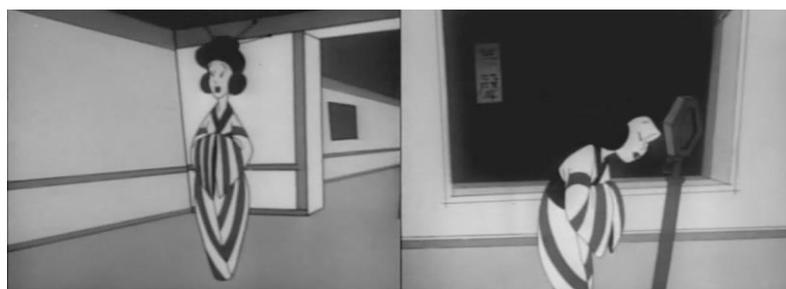


Figura 78 - Rose se movimenta delicadamente

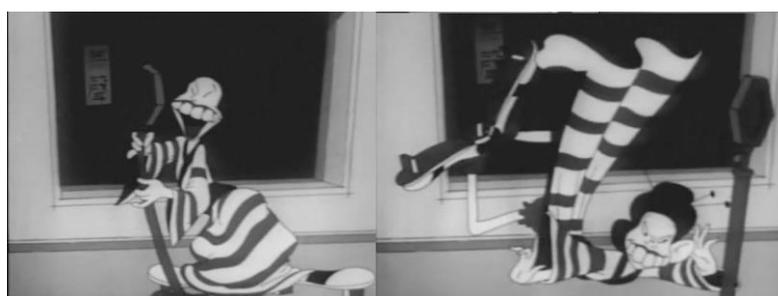


Figura 79 - A "verdadeira" Rose

e é possível ver suas pernas finas e tortas, pés largos e o sapato se assemelhando a um de palhaço. Sua voz é estridente. Ela agarra o microfone e vai falando e dançando ao ritmo da música (anteriormente pesada e lenta, agora animada e rápida). Cumprimenta os ouvintes, lhes dá boas vindas ao *jungle network* e toca o programa, chamando um “convidado” (um suposto prisioneiro estadunidense, que na

a locutora costumava falar sobre como os cidadãos estadunidenses que não estavam nos fronts continuavam vivendo suas vidas sem se importar ou pensar nos soldados e que, possivelmente, suas esposas ou namoradas também pouco se importavam com eles, fomentando graves suspeitas de traição e infidelidade. Poucas provas das transmissões realizadas existem, sendo os processos que levaram Iva Toguri à cadeia baseadas em memórias, cartas e memorando dos soldados que geralmente relatavam o que ouviam da transmissão, ou o que se lembravam delas. No entanto, é comum observar nos depoimentos a voz de Tokyo Rose caracterizada como “suave”, “sexy”, “sensual” e “delicada”. Assim, é possível perceber que a voz esganiçada e histérica da personagem apresentada no curta da Warner Bros. possui a intenção de desconstruir e ridicularizar a imagem relatada pelos soldados, desmoralizando o poder de ação dessas transmissões. Sobre Tokyo Rose, ver: PFLAU, Ann E. “The legend of Tokyo Rose”. In: _____. *Gls, Gender and Domesticity during World War II*. Disponível em: <<http://www.gutenberg-e.org/pfau/chapter5.html>>, acessado em: 09/10/2015. s/p.

²⁹⁷ Biotos são popularmente conhecidos como “palitos” para cabelo.

verdade é outro japonês) para falar de como estava sendo bem tratado e porque pretendia se mudar para Tóquio ao final da guerra. Após o convidado, Rose retorna, questionando os ouvintes sobre qual é a real necessidade de comprar os bônus de guerra, se eles não ajudam em nada os oficiais que investem. Mr. Hook, contrariado, “mostra” a utilidade da compra e dispara um míssil contra a estação de onde Rose e os dois homens narravam o programa, explodindo o lugar e, obviamente, matando todos de uma maneira cômica.

Assim, a animação começa apresentando uma mulher japonesa misteriosa, exótica. De acordo com Masako Endo, o próprio Japão elaborou para si um ideal sobre a feminilidade nipônica. Seguindo o conceito de *kokutai*, criado durante o governo Meiji, o Japão seria uma nação única no mundo porque sua origem era “divina”. A partir de 1897, foi elaborado um plano de educação para mulheres cuja finalidade principal deveria ser a contribuição para a consolidação do *kokutai*. Em outras palavras, as mulheres deveriam ser educadas para que fossem “boas mães”, ou seja, que criassem crianças/soldados sempre prontos para nascer e morrer pelo país.²⁹⁸ A prosperidade da nação, desta forma, foi associada à importância feminina, colocando a família (e sua manutenção) como a base que sustentaria a sociedade.

De acordo com Masako Miwata, educador de mulheres no período, era “essencial que eduquemos mulheres jovens com lealdade, piedade filial, ética feminina, senso comum e economia doméstica”.²⁹⁹ Tal educação produzia, por fim, *ryosai kenbo*, ou “boas esposas, mães sábias”.³⁰⁰ Vale ressaltar que esse slogan e, portanto, a educação de mulheres, representou uma quebra entre o passado japonês não civilizado e a missão do Japão moderno proposto pelo governo Meiji.³⁰¹ Tais conceitos e propostas educacionais levaram, na década de 1930, ao uso da mulher ideal e da feminilidade como propaganda de guerra japonesa.

Percebemos, assim, que a primeira aparição de Tokyo Rose é exatamente a construção da mulher idealizada japonesa (a qual, para os estadunidenses na virada do século XIX para o XX, significava uma mulher que usava quimono, ficava restrita ao ambiente doméstico, era submissa e cantava e dançava para o marido).³⁰² No momento em que ela se revela histórica, com pernas finas e tortas, orelhas e dentes enormes, há uma subversão desse imaginário idealizado. Temos, assim, a quebra abrupta do exotismo e da feminilidade para a

²⁹⁸ ENDO, Masako. “The Making of Japanese Femininity: Women, Civilization, and War, from 1868 to 1945”. *History Research*, New York. Vol. 2, No. 4, Apr. 2012. p. 289.

²⁹⁹ MITSU *apud* ENDO. *Op. cit.*, p. 289.

³⁰⁰ *Idem*.

³⁰¹ *Ibidem*, p. 189-190.

³⁰² MOON, Krystyn R. “There’s no yellow in the Red, White and Blue”: The creation of Anti-Japanese music during World War II. *Pacific Historical Review*. Vol. 72, No. 3, Aug, 2003. p. 336.

ridicularização e degradação do inimigo japonês. Esta estratégia desarmava a audiência e quebrava a tensão gerada pelo fascínio da mulher exótica que se representava ali. Novamente, há neste curta uma propaganda que pretende demonizar e ridicularizar o inimigo japonês. O desenho, mesmo falando da mulher japonesa, utilizou caricaturas que já circulavam em outros, como nos exemplos citados em *The Ducktators*, *Bugs Bunny nips the Nips* e *Commando Duck*, diferenciando o outro a partir de sua raça. Esses elementos raciais são utilizados para aproximar o nipônico de pragas como ratos e baratas, justificando seu extermínio total.

Além disso, a figura da mulher é inserida como um elemento perigoso e traidor, no qual não se deve confiar. O papel da mulher japonesa, nesse sentido, é de enganar: seja pela sua falsa aparência exótica, por sua voz (pouco) sedutora, pelo seu jeito de se portar e agir – que passa bem longe da proposta do governo japonês ao idealizar a feminilidade – ou pelo que diz. A imaginação (e os relatos dos soldados) acerca de Tokyo Rose é vasta. Ao (supostamente) se apresentar como uma “pequena órfã” e “garota japonesa pin-up”, de acordo com relatos, Rose é descrita ora como inimiga, responsável pelas dores e pela loucura dos militares que a ouviam, ora pelo apoio e conforto. No entanto, de acordo com Ann Pfau, Rose é, certamente, uma invenção estadunidense:

Tokyo Rose foi uma invenção Americana, uma vilã feminina que articulou emoções que os militares não podiam ou queriam reconhecer. Sua lendária intuição sobre o futuro refletia os sentimentos de impotência desses homens. As palavras provocantes articulavam suas ansiedades sexuais. Suas acusações contra os civis americanos, principalmente as mulheres, eram as deles também. No entanto, as diferenças raciais e sexuais possibilitavam omitir que as fontes dos pronunciamentos de Rose eram os próprios soldados e permitiam que eles evadissem das responsabilidades de suas próprias palavras. O rádio facilitou mascarar isso, ampliando a imaginação dos ouvintes e promovendo, nas palavras de Susan Douglas, uma “forte sensibilidade coletiva”.³⁰³

De certo modo, o imaginário estadunidense a respeito de Tokyo Rose ia ao encontro do que a propaganda de guerra japonesa veiculava no período. Como mencionado anteriormente, havia um esforço por parte do governo do Japão de que a feminilidade nipônica estivesse, de alguma forma, associada à identidade nacional. Assim, uma boa mulher era sinônimo de *Yamato Nadeshiko*³⁰⁴ Este conceito representava a feminilidade idealizada, colocando a

³⁰³ PFLAU, Ann E. *Op. cit.*, s/p.

³⁰⁴ O conceito vem da combinação de palavras *Yamato*, antiga palavra para “Japão” e *Nadeshiko*, a flor *dianthus superbus*, típica do território japonês, conhecida por sua beleza simples e singela, diferente da extravagância das

mulher japonesa como superior por ser casta, pura, patriótica, modesta e forte, já que ela deveria suportar a pobreza e a dor de perder seu marido e filhos (soldados) ou estar sempre pronta para morrer defendendo sua nação e/ou sua castidade diante de uma invasão estrangeira. Nesse sentido, *Yamato Nadeshiko* “enobreceu” a imagem da “boa esposa e mãe sábia” consolidada durante o governo Meiji, opondo-a à estrangeira, particularmente, à mulher americana – apresentada pela propaganda de guerra japonesa como promíscua, perdida na vida, materialista e egoísta³⁰⁵ –, colocando a castidade, submissão e pureza como elementos integrantes do orgulho nacional do ser japonês.³⁰⁶

Logo, ao compararmos as descrições de Rose com a aparência da personagem no desenho, percebemos que a troca de seu aspecto sensual e exótico, para ser apresentada para a audiência como uma mulher burra e vazia, tem como propósito alertar os soldados sobre “instrumentos” do Japão para uma possível vitória na guerra. Desta forma, a desmoralização da fantasia (uma vez que Rose nunca foi vista efetivamente) poderia aumentar a coragem e não deixar os soldados se abaterem – além de, obviamente, incentivar a compra dos bônus de guerra. A ridicularização é clara: a locutora entra em cena em um momento em que está desprevenida, sentada no toalete, lendo um jornal. Assusta-se com a atenção recebida e caminha de forma delicada, porém bastante cômica e estúpida (como se tivesse rodinhas em seus pés e desviando de obstáculos). Ao se posicionar para seu trabalho, a aparência da mulher típica japonesa de quimono, com movimentos delicados e assertivos se tornam exagerados, suas pernas são enormes, tortas e finas, ela possui orelhas e dentes gigantes. Fala excessivamente e em um tom esganiçado, histérico. Ao apresentar um suposto prisioneiro de guerra estadunidense, o qual sabemos que é outro japonês, ela engana sua audiência além-mar. A mensagem do desenho é didática: não acreditem no que Tokyo Rose diz, ela é mentirosa. Espalha boatos para desestimular os soldados, para que eles se entreguem a devaneios, medos e incertezas.

Assim, se por um lado a inimiga nipônica é ridicularizada a partir de sua raça, no caso da mulher alemã, sua origem ou raça são irrelevantes. O que a torna perigosa – e poderosa – é sua sensualidade e poder de persuasão. *Plane Daffy* (Warner Bros., 1944. 7 min. Color. Dir.: Frank Tashlin), é uma animação clássica da Warner Bros., tanto por suas questões técnicas

demais da mesma espécie. Em outras palavras, significa “flor originalmente japonesa”, ou seja, uma distinção entre as “verdadeiras” mulheres japonesas e as demais mulheres asiáticas ou ocidentais.

³⁰⁵ ENDO, Masako. *Op. cit.*, p. 300.

³⁰⁶ *Ibidem*, p. 299-300.

(cores intensas, animação bem detalhada e narração rimada nos poucos momentos em que se faz presente), quanto por seu roteiro: aqui temos um esquadrão de pombos da aeronáutica com um problema seríssimo – muitos soldados estão sendo abatidos pelo inimigo. Em sua base, vemos um grupo analisando mapas muito nervosos. De acordo com o narrador, o revés teria sido causado por erros individuais. O soldado 13, último a tentar cumprir a missão, teria descumprido ordens e saído de sua posição carregando um papel importante. O narrador nos informa que o abandono de posto do soldado se deu por um encontro com uma garota que trabalha para o inimigo nazista. 13 está deitado no sofá, com a cabeça no colo de Hatta Mari.³⁰⁷ Com uma mão ela enrola o “cabelo” de 13 e com a outra, segura um cachimbo. A câmera dá closes em detalhes da roupa de Mari que demonstram que ela é realmente uma espia a serviço do exército nazista: seus brincos, uma cinta na perna e um adereço do sapato possuem a suástica.



Figura 80 - Símbolos nazistas na espia

Hatta Mari é uma mulher bonita, loira, com voz sensual e que usa um vestido justo com fenda, caracterizando o perfeito estereótipo da *femme-fatale* estadunidense, presente em diversas produções hollywoodianas.³⁰⁸ Ela pede que o recruta lhe conte algum segredo.

³⁰⁷ Seu nome é um acrônimo para Mata Hari, uma holandesa que trabalhou como espia para a França e foi condenada à morte por fuzilamento durante a I Guerra Mundial. Mata Hari também se tornou uma gíria, comum entre os homens da época, principalmente soldados. Dizer que você deixou alguém “Mata Hari”, significava dizer que um homem engravidou alguma mulher (e não necessariamente se responsabilizou por isso).

³⁰⁸ Graças à caracterização de Hatta Mari como uma *femme fatale*, esta posteriormente se concretizou na atriz Jayne Mansfield, grande símbolo sexual entre a década de 1950 e 1960, servindo como uma alternativa da 20th Century Fox à Marilyn Monroe. Mansfield foi uma das grandes atrizes com quem Frank Tashlin, diretor de Plane Daffy, trabalhou. Anos depois, Hatta Mari foi uma das inspirações que influenciaram a criação de Jessica Rabbit, personagem de *Uma Cilada para Roger Rabbit*. É preciso dizer, ainda, que Hatta Mari acabou se tornando a primeira das grandes vilãs do universo Looney Tunes. Informações retiradas de: ANÔNIMO.

Diante da recusa, ela se levanta do sofá e, caminhando sensualmente, prepara uma bebida com uma espécie de “soro da verdade”. Ao tomar, 13 rapidamente entrega todos os segredos militares para Mari que repassa as informações para Hitler por meio de uma tela (que lembra uma televisão). Finalmente 13 cai em si e diz que precisa de um buraco em sua cabeça. A mulher concorda e, sem qualquer remorso, lhe entrega uma pistola, pedindo que o soldado se



Figura 81 - Hitler ouve as informações

matasse do lado de fora, pois ela tinha acabado de limpar a casa.

Voltando à base de pombos, nem mesmo os mais experientes combatentes conseguem sequer resistir a uma foto de Hatta Mari, assoviando, gritando histericamente e desmaiando. Nesse momento de crise, somente um “odioso” de mulheres seria capaz de resolver o imbróglio. Patolino se apresenta para a missão, e

consegue passar com sucesso pela casa de Hatta Mari. No entanto, ela abre a porta e coloca uma perna do lado de fora, fazendo Patolino retornar imediatamente. Ela o puxa para dentro de casa e tenta beijá-lo, enquanto ele se afasta e a evita. Inicia-se, então, um jogo de sedução pelos planos militares, em que Hatta Mari persegue Patolino, que foge primeiramente das investidas românticas, depois dos tiros disparados pela mulher. Finalmente a espiã encerrala o soldado e exige o segredo. Suando muito, Patolino olha para seu destino e para o papel em suas mãos. Ele estica o braço, mas engole a folha, dizendo que seu único arrependimento é ter somente um segredo para engolir por seu país.³⁰⁹



Figura 82 - Hatta Mari consegue mostrar o segredo para Hitler

“Cultural References”. In: *Looney Tunes Wiki*. Disponível em: <http://looneytunes.wikia.com/wiki/Plane_Daffy>, acessado em: 05/10/2015.

³⁰⁹ No original: “I regret that I have but one secret to swallow for my country”. Essa é uma paráfrase da frase “My only regret is having only one life to give for my country”, dita pelo soldado Nathan Hale durante a guerra de independência dos Estados Unidos. In: <<http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/WesternAnimation/PlaneDaffy>>, acessado em: 05/10/2015

Hatta Mari, então, prende o pato em uma máquina de Raio-X e, pela tela, Hitler, Goering e Goebbels leem o segredo: “Hitler fede”. O ditador demonstra surpresa e raiva ao ler o documento, e afirma que aquilo não era nenhum segredo. Göring e Goebbels concordam que aquela informação era algo que todos já sabiam. Eles sorriem com satisfação, mas logo colocam suas mãos à boca, calando-se. Hitler se vira e olha para os dois com ódio. Ambos sacam pistolas e atiram em suas cabeças. Patolino finalmente escapa do Raio-X e afirma que eles vão perder mais que a “cabeça”.

O desenho, que volta à temática da espionagem, muito recorrente em Hollywood, apresenta a mulher alemã como uma pessoa independente e segura de sua sexualidade, o que, como vimos, era considerado perigoso pelo governo dos Estados Unidos. Cabe notar aqui que, Patolino, a real personagem principal da história, só aparece do meio para o final, substituindo o narrador, carregando em si o machismo e a misoginia ao apostar no ódio contra Hatta Mari como um elemento de vitória. Isso, para o curta, justificaria a violência contra a mulher do Eixo. Além disso, diferente do Pato Donald, Patolino está frequentemente envolvido com mulheres sensuais em outros desenhos, como é o caso da espiã alemã. A misoginia e o machismo associados a essa suposta virilidade presente no pato podem ser explicados quando verificamos que havia, na época, uma tentativa de associar os países do Eixo ao feminino³¹⁰, isto é, ao *fraco e dependente*. Para o desenho, o fato de o exército alemão precisar de uma mulher para avançar na guerra é degradante para sua moral. E se os Estados Unidos caíssem perante uma mulher, poderia ser muito pior.

Percebe-se, então que a mulher alemã é apresentada como uma estratégia do exército alemão. Ela é peça fundamental para conseguir segredos militares que deem vantagem para Hitler, e se vale tanto de sua sedução, quanto de seu corpo e drogas ilícitas para conquistar soldados e fazê-los falar. Embora objetificada, Hatta Mari não é uma estúpida como é Tokyo Rose, muito menos feia ou estridente. Ao contrário, todas as suas ações são extremamente pensadas e, mesmo quando Patolino resiste aos seus encantos, ela demonstra ter a coragem e a persistência necessária para persegui-lo e terminar sua missão. Ela fala pouco e, mesmo quando nervosa, sua voz pouco se altera, mantendo um tom calmo, assertivo e sensual da voz. Nesse sentido, a vilã assume uma postura de *femme fatale*, o que eleva ainda mais o pato ao heroísmo por cumprir sua missão, sem se deixar render por seus encantos. Esta personagem tinha como objetivo ser um alerta para civis e soldados que se envolviam com mulheres dos

³¹⁰ MOON, Kyrstyn R. *Op. cit.*, p. 337.

países do Eixo: todas as ações de Hatta Mari são previstas, nada nela é emotivo. Sua finalidade, assim, nunca envolvia corresponder aos sentimentos dos homens/soldados, mas sim conseguir informações estratégicas para que o Nazismo pudesse avançar.³¹¹

Assim, *Plane Daffy* é uma animação bastante didática para a audiência da época: servia como um alerta para que soldados e população civil não se rendessem aos encantos estrangeiros (retomando a ideia já expressa em *Chicken Little* de que o perigo vem de fora). Nesse sentido, a mulher alemã é sedutora, perigosa e fatal – ela faz o que for necessário para conseguir interceptar os planos militares e repassá-los à Hitler. Podemos dizer, desde modo, que ser enganado por uma mulher inimiga seria o mesmo que derrubar a “virilidade” dos Estados Unidos. Além disso, verificamos que o desenho pretende tentar desmoralizar o exército nazista, por precisar colocar uma mulher como principal defesa ou estratégia militar. O reforço para que os soldados não se envolvam com mulheres inimigas também é a base de *Plane Daffy*, na qual todos os planos são arruinados pelo poder de sedução de uma espiã alemã. Apenas um soldado fiel aos seus princípios poderia superar e destruir esse “obstáculo”.

Analisando o levantamento feito para a pesquisa, foi possível notar duas tendências: a primeira é que a mulher inimiga está sempre ligada ao campo de batalha, enquanto a mulher estadunidense está geralmente nos Estados Unidos, agindo na manutenção da sociedade, seja atuando numa fábrica, ou em casa nos esforços de guerra. A segunda é que parece haver uma relação estrita entre os curtas sobre exército e a mulher, seja por meio de sua representação como vilã, seja como um brinde para o soldado ao final do conflito.

Aproximadamente três milhões de mulheres foram trabalhar durante a guerra e por volta de um milhão de jovens entre 14 e 18 anos trabalharam meio período ou integralmente,

³¹¹No curta, Hatta Mari possui um grande arsenal de armas em sua casa, o que, na verdade, era proibido na Alemanha nazista. Hitler acreditava que o lugar das mulheres alemãs era em casa, garantindo a preservação e manutenção da raça ariana. Foi somente a partir de 1941 que mulheres começaram a ser admitidas no exército alemão, ainda sim para executar trabalhos administrativos. Em 1943, as mulheres alemãs começaram a ser enviadas para fronts de batalha, mas apenas para operar aparatos eletrônicos, instrumentos, telefone, etc. e atuar como enfermeiras. Apesar de algumas mulheres serem treinadas com armamento, existia uma ordem que as proibiam expressamente de atirar. O partido nazista acreditava que a opinião pública não aceitaria mulheres atirando, ainda que fosse para defender a pátria, pois isso não seria algo natural – chegavam a desdenhar do exército soviético, que tinha mulheres combatentes em suas linhas de frente. Em 1944, mesmo ano de lançamento do curta, Hitler proíbe completamente o treino de mulheres com armas. Além disso, o líder do partido nazista (e muito de seus apoiadores) tinham grandes dificuldades em aceitar o trabalho feminino fora de casa ou de um escritório. Ainda segundo D’Ann Campbell, a mulher nazista só começou a ser aceita no partido e nas fábricas quando houve a percepção de que esta era uma necessidade, já que, quanto mais mulheres substituindo homens na burocracia, mais soldados o exército poderia mobilizar para os *fronts*. In: CAMPBELL, D’Ann. *Op. cit.*, p. 308-209.

parando de estudar.³¹² Cerca de um milhão de mulheres foram contratadas como funcionárias públicas durante a guerra, um número quatro vezes maior que o de homens. Mas, apesar dos ganhos, as mulheres ficavam agrupadas em trabalhos que exigiam poucas habilidades técnicas, eram mal remuneradas e a oportunidade de promoção e melhoria da carreira era praticamente inexistente ou bastante demorada.³¹³ Mesmo mulheres habilidosas que trabalhavam com supervisão da produção de uma fábrica recebiam como auxiliares. Ainda assim, ao final da guerra, o número de mulheres casadas que continuaram trabalhando dobrou.

Em Hollywood, com o incentivo dos manuais do governo, houve a tentativa de diminuir a incidência de estereótipos negativos da mulher em suas produções, o que, na prática não aconteceu como o esperado. Na maioria dos filmes e desenhos, o glamour e a beleza continuava sendo uma obsessão, reduzindo a mulher a sua aparência, sendo esta sua preocupação primária. De alguma maneira, essa urgência feminina reforçada pelas animações minava os esforços de guerra. Do mesmo modo, a ênfase da figura de *Rosie the Riveter* elipsou o voluntarismo de muitas mulheres, cujas tarefas não eram remuneradas, ainda que fosse encarado como um padrão de conduta social. Além do trabalho, da casa e dos filhos, a sociedade cobrava dessas mulheres, trabalhadoras, agricultoras ou donas de casa, uma postura patriota para cumprir com suas obrigações no *home front*: racionar, conservar e coletar materiais. Muitas vezes, era o trabalho voluntário que conseguia fazer a manutenção da comunidade (conselhos de defesa civil, Cruz Vermelha, líderes de recreação, etc.). Como mães, elas deveriam ser fortes e criar os filhos ensinando-os que a morte de seus pais não foi em vão. À mulher (de Hollywood), restava viver acreditando que os pais e maridos perdidos deram suas vidas por um mundo melhor para ela e suas crianças. Ao mesmo tempo, havia um certo cuidado para que as produções, embora procurassem representar mulheres fortes, não fossem *feministas* (ao contrário, o feminismo era constantemente satirizado em filmes).³¹⁴

Ao final de 1944, o governo, que antes investiu um esforço enorme em propaganda para incentivar a participação das mulheres na força de trabalho estadunidense, começou a ação inversa: incentivar a demissão voluntária para garantir que os homens que estavam retornando conseguissem encontrar emprego facilmente. Logo em setembro de 1945, 600 mil mulheres perderam seus empregos. Em muitos casos, empregadores optaram por empregar as esposas de seus próprios funcionários para, assim que eles retornassem da guerra, substituí-las por

³¹² RENOVA, Michel. *Op. cit.*, p. 35.

³¹³ *Ibidem*, p. 40.

³¹⁴ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R. *Op. cit.*, p. 168-169.

seus maridos. As mulheres que continuaram trabalhando em empresas foram transferidas para “empregos femininos”, o que resultou em queda de salário. O seguro desemprego era muitas vezes negado para aquelas que não queriam aceitar menos que seus salários durante a guerra em empregos novos e muitas foram empurradas para setores de serviço como ensino ou para fora do mercado.³¹⁵

3.6 – *Boogie woogie na guerra: musicalidade, racismo e a participação negra*

A presença negra nas telas de Hollywood sempre foi problemática por carregar estereótipos racistas e tratar negras e negros como inferiores. Durante a guerra, apesar da tentativa de união da nação, a segregação e o preconceito continuaram presentes na sociedade mesmo com mensagens positivas de filmes e do governo. O tópico a seguir pretende explorar algumas representações negras nos desenhos, tentando apontar de que maneira o racismo estrutural se faz presente nas produções analisadas, verificando também as estratégias adotadas pelos animadores (brancos em sua maioria) para se apropriar da cultura afro-americana a fim de transmitir valores da América WASP. No entanto, dada a complexidade da discussão, vale lembrar que os exemplos citados aqui não pretendem, de maneira alguma, esgotar as discussões que envolviam as lutas pelos direitos civis no período e os desdobramentos que o uso dos estereótipos racistas no cinema teve nas décadas seguintes.

Em Hollywood, havia certa dificuldade e relutância em abandonar as velhas representações recorrentes e humilhantes de negros (filhas negras estúpidas que se comportavam lascivamente e se vestiam de modo provocativo, filhos sem qualquer habilidade em trabalhos manuais, pais serventes, mães supersticiosas e pastores que cantam e rezam como charlatões). Por isso, o desafio era ainda maior, não apenas para produtores de filmes, mas também para o OWI. A agência reconhecia que a persistência da ideia de cidadãos de segunda classe para os negros minou a moral e levava ao questionamento das quatro liberdades de Roosevelt, por mais que o governo argumentasse que naquele modelo de democracia o progresso social, econômico e *racial* era possível.

Em 1943 o *Bureau of Motion Pictures* fez um levantamento dos roteiros que continham personagens negras. A conclusão foi que essas eram apresentadas de modo diferente das demais personagens brancas. Para essas produções, a população negra não tinha “qualquer

³¹⁵ RENOV, Michel. *Op. cit.*, p. 47.

relevância na vida da nação, oferecendo nada, contribuindo em nada e esperando nada”.³¹⁶ O BMP, então, tentou atuar para que a noção de agência negra, assim como os estereótipos racistas, fossem mudados, pois isso confundia a audiência a respeito do ideal de democracia dos EUA. O órgão queria que as produções procurassem apresentar homens, mulheres, negros, brancos, crianças, adolescentes, idosos, latinos e outros estrangeiros como iguais, reforçando o conceito de “guerra de todos”.³¹⁷ As representações tendenciosas desestimulavam a participação negra nos esforços de guerra e poderiam manchar a imagem do país no exterior. No entanto, havia limites claros até onde o OWI podia ir em sua interferência. A maneira que estúdios e agência encontraram para evitar possíveis conflitos e críticas foi eliminar um potencial personagem problemático da história.³¹⁸ Pessoas diferentes ou que representavam algum perigo eram apresentadas como criminosas, traidoras ou como exceções isoladas. Não havia a intenção de mostrar diferença de classes ou estadunidenses não patriotas.

Muitas produções do governo procuravam exaltar a participação negra na guerra, tanto no *home front*, quanto nas batalhas. Assim, aos poucos, Hollywood também passou a utilizar a imagem do negro (fosse estrangeiro, doméstico ou nativo) de uma forma não antes utilizada. Eram apresentados como qualquer outro cidadão, nas linhas de frente ou no *front* interno.³¹⁹ Entretanto, tais representações não estavam sequer próximas da realidade. Enquanto nas telas, as Forças Armadas dos Estados Unidos eram integradas, no mundo real, a segregação dividia unidades ou colocava militares negros em cargos de serviço, como carga e descarga de caminhões ou navios, limpeza ou construção de estradas.³²⁰ Além disso, os afro-americanos que foram trabalhar em fábricas sofriam com a discriminação. Em diversas regiões do país, como na Califórnia e no Meio-Oeste, revoltas motivadas por conflitos raciais eclodiram, causando uma onda de violência na primavera de 1942. No ano seguinte, sérias agitações ocorreram nas cidades de Nova York, Filadélfia e Mobile. Em Detroit, 35 pessoas morreram por conta desses enfrentamentos.³²¹

³¹⁶ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R. *Op. cit.*, p. 179.

³¹⁷ HOLLYWOOD writers' mobilization. *Writer's congress: the proceedings of the conference held in October 1943 under the sponsorship of the Hollywood writers' mobilization and the University of California*. Berkeley: University of California press, 1944. p. 497.

³¹⁸ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R. *Op. cit.*, p. 179.

³¹⁹ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R. “Blacks, Loyalty, and Motion-Picture Propaganda in World War II.” *The Journal of American History*, vol. 73, no. 2, 1986. p. 393.

³²⁰ LEHMAN, Christopher P. *The Colored Cartoon: Black Presentation in American Animated Short Films, 1907-1954*. Amherst: University of Massachusetts Press, 2007. p. 74.

³²¹ SHULL, Michael; WILT, David. *Op. cit.*, 1996, p.188.

A presença negra nos filmes e animações pode ser dividida em três categorias: filmes que apresentam negros nas Forças Armadas, no *home front* e filmes em que a personagem negra não se relaciona diretamente com a guerra (ainda que o filme faça alguma referência ao conflito). Geralmente, as principais atuações de negros eram em números musicais isolados, como serviçais domésticos, trabalhadores de ferrovias e porteiros, ou seja, em papéis menores. Além disso, tal como chineses e latino-americanos, as representações ainda se utilizavam de humor, estereótipos raciais e simbolismos para piadas rápidas, da mesma maneira que as produções da era pré-guerra. Em outras palavras, os negros eram geralmente apresentados em situações de quebra de tensão para provocar o riso. Poucos são os filmes que demonstram visões positivas dos negros, principalmente aqueles que os mostram como modelo de imagens positivas e amadurecidas.³²²

As animações não fogem do padrão estabelecido em filmes. Assim, geralmente, os negros são apresentados a partir da imagem do *Jim Crow*³²³, com grandes lábios exagerados, andando com certo gingado e falando muitas gírias, juntando fonemas. No caso de negros africanos, estes são geralmente apresentados como canibais, ou servos gentis e leais, como em *Robinson Crusoe JR.* (Warner Bros., 1941. 7 min. P&b/color. Dir.: Norman McCabe). Neste curta, Gaguinho é um marinheiro cujo navio naufraga e ele cai em uma ilha, onde é recebido por um negro chamado Sexta-feira e uma tartaruga. O nativo constrói uma casa para ambos morarem e cuida dos serviços domésticos, enquanto o porco sai para explorar a ilha e encontra uma tribo de canibais que pretendem comê-lo, obrigando Gaguinho e Sexta-feira a fugir do lugar. Sexta-feira nos remete a representação de *Magical Negro*, um assistente do branco que não necessariamente tem poderes mágicos, mas possui algum conhecimento que ajuda o herói da história. No caso de Sexta-feira, ele é responsável por construir a casa para

³²² *Ibidem*, p. 187.

³²³ Jim Crow é o estereótipo do negro malandro, que anda com um requebrado próprio, geralmente com um sotaque característico do sul. O nome veio da personagem criada por Thomas D. Rice, comediante que criou a personagem com base em observações dos sulistas, que comparavam os escravos a corvos (*crow*) e de uma música entoada pelos negros chamada *Jim Crow*. Rice, então, criou um show de comédia onde pintava seu rosto de negro (maquiagem hoje conhecida como *blackface*, considerada extremamente ofensiva) e cantava sua versão da música, chamada *Jump Jim Crow*. As formas de comédias que satirizavam os negros, apontando-os como preguiçosos, burros, fazendo trapalhadas e agindo de forma boba ou desengonçada, eram muito populares entre trabalhadores brancos e a elite. A personagem se tornou tão famosa que as leis de segregação (para negros, asiáticos e outros grupos étnicos) que vigoraram entre 1876 e 1965 eram chamadas de *Jim Crow Laws*. Sobre Jim Crow, ver: JARDIM, Suzane. “O Jim Crow – Reconhecendo estereótipos racistas internacionais”. *Geledés – Instituto da Mulher Negra*. Disponível em < <http://www.geledes.org.br/o-jim-crow-reconhecendo-estereotipos-racistas-internacionais-parte-ii>>, acessado em: 25 de novembro de 2016; MIZE JR, Ronald L. “Sambo”. *Encyclopedia.com*. Disponível em: < <http://www.encyclopedia.com/philosophy-and-religion/eastern-religions/buddhism/sambo>>, acessado em: 25 de novembro de 2016.



Figura 83 - Gaguinho e Sexta-Feira

pelos homens. Popeye, após comer espinafre, expulsa Joe da tribo e é aclamado como rei. Chama atenção o fato de que Joe, embora fale e se vista como alguém da elite, ainda carregue elementos característicos de canibais nos desenhos, como o ossinho preso à cabeça (que no caso de Joe, fica em sua cartola). Além disso, o desenho apresenta uma criança levada que insiste em passar mostarda na perna de Popeye e mordê-lo, mesmo quando o marinheiro assume o trono. Tal estereótipo de criança negra travessa e desobediente também é recorrente em diversos desenhos e filmes.³²⁴

abrigá-los e pelos serviços domésticos, como lavar roupa. Quando há a necessidade de fuga, ele não hesita em seguir Gaguinho. Conforme outros papéis que explicam esse estereótipo, Sexta-feira parece ser humilde e canta enquanto executa suas tarefas, contentando-se em ajudar.

A mesma concepção de negros como atrasados e selvagens aparece em *Pop Pie a la Mode* (Paramount, 1945. 7 min. Color. Dir.: I. Sparber). Aqui, Popeye está à deriva graças ao naufrágio de seu navio em um “oceano específico”. Um nativo negro passa pelo marinheiro em um barquinho, fazendo propaganda de um hotel em uma ilha próxima, para qual Popeye se dirige. Nessa ilha, Joe – o dono da suposta hospedagem – e sua tribo fazem o marinheiro relaxar e engordar, para que depois possa ser comido

³²⁴ Dá-se o nome de *Pickaninny* para esse estereótipo infantil. O nome vem da palavra portuguesa *pequenino*. É usado para se remeter às crianças de pele escura (embora negras em sua maioria), sempre jovens e imunes à dor, o que legitimaria os castigos físicos que recebem. Até o século XVII era utilizado para qualquer criança originária ou descendente do continente Africano. No XIX o termo ganhou conotação pejorativa, referindo-se aos meninos e meninas negros dos Estados Unidos e Grã-Bretanha ou aos jovens nativos das Américas, Nova Zelândia e Austrália. In: BERNSTEIN, Robin. *Racial Innocence: Performing American Childhood from Slavery to Civil Rights*. New York: New York University Press, 2001. p. 34.



Figura 84 - Canibais tentam comer Popeye

Já sobre os desenhos protagonizados por afro-americanos, a musicalidade está sempre presente. Geralmente, nesses casos, todas as personagens também são negras e sabem cantar e dançar. O jazz, o swing e o boogie woogie³²⁵ são ritmos priorizados nas histórias e estão associados à população urbana negra nos desenhos, mesmo quando o roteiro é diretamente relacionado à guerra. Em *Boogie Woogie Bugle Boy of Company 'B'* (Universal, 1941. 7 min. Color. Dir.: Walter Lantz), “Hot Breath” Harry é um trompetista que é convocado para o exército para tocar cornetim às 5 horas da manhã todos os dias, o que deixa os recrutas irritados e mal-humorados. Logo em sua primeira tentativa, um cutelo é lançado em sua direção, destruindo o instrumento. Ameaçado por seu superior caso não conseguisse executar sua missão, ele usa seu trompete e toca uma música, que desperta todos os soldados e os motiva para realizar suas atividades diárias, como cozinhar as refeições e fazer o treinamento. O título do desenho vem da música homônima, sucesso do filme da Paramount, *Buck Privates* (1941).



Figura 85 - "Hot Breath" Harry motiva recrutas

³²⁵ Esses ritmos são geralmente associados à cultura negra urbana nos Estados Unidos, muito populares na década de 1930. Enquanto o swing é um estilo um pouco menos complexo que o jazz moderno e mais dançante, típicos das big bands, o boogie woogie é uma vertente do blues, com forte presença de um ou mais pianos. In: LENZ, Günter H. “Symbolic Space, Communal Rituals, and The Surreality of The Urban Ghetto: Harlem in Black Literature From The 1920s to The 1960s.” *Callaloo*, Baltimore, no. 35, pp. 309–345, 1988. p. 330-331.



Figura 86 - Negro toca piano para acelerar a produção

Já em *Cow Cow Boogie* (Paramount, 1943. 7 min. Color. Dir.: Alex Lovy), um fazendeiro reclama que seus funcionários (todos brancos) só sabem cantar *Home on the Range*, uma melancólica versão do hino do estado de Kansas, o que estaria acabando com a produção de carne.

Nesse momento, o homem ouve um cantar. Era um altíssimo jovem negro montado em um burrinho (que precisa se esforçar para acompanhar as passadas de seu dono). Laçado pelo fazendeiro, ele lhe pede para que cante e, assim, motive a produção. Ele toca *Cow Cow Boogie* em um piano e os funcionários passam a trabalhar mais rápido e felizes, assim como o gado, que segue contente e dançante para seu destino (provavelmente algum abatedouro).

Esses são exemplos de animações que trabalham com a ideia dos *Minstrel Shows*. Foram nesses shows que o *blackface* surgiu, no qual comediantes do século XIX pintavam seus rostos, cantavam e dançavam imitando comportamentos e o modo de falar dos negros escravos do sul.³²⁶ Foram nesses shows que muitos estereótipos surgiram e se perpetuaram na literatura, teatro, cinema e rádio dos Estados Unidos. Antes da guerra civil, tais personagens procuravam justificar e legitimar a escravidão e, por meio do humor, desumanizar e reforçar a ideia racista de que negros eram inferiores aos brancos. Nesses shows, muitas vezes os negros

³²⁶ Vale lembrar que os shows se tornaram tão populares entre a população branca que muitos personagens de “A Cabana do Pai Tomás” foram transformados em estereótipos e o livro, um manifesto sobre abolição, transformado em argumento para submissão dos escravos ao trabalho forçado um suposto caráter benigno da escravidão. Sobre os Minstrel Shows e estereótipos racistas, ver: ANÔNIMO. “History of Minstrel Shows”. Blackface!. Disponível em: <<http://black-face.com/minstrel-shows.htm>>, acessado em: 10 de dezembro de 2016; MIZE JR, Ronald L. “Sambo”. *Encyclopedia.com*. Disponível em: <<http://www.encyclopedia.com/philosophy-and-religion/eastern-religions/buddhism/sambo>>, acessado em: 25 de novembro de 2016.

eram apresentados como uma raça feliz, sempre sorrindo e dançando para “espantar” os problemas, satisfeitos com sua situação por temerem a vida fora das fazendas.³²⁷

A maioria dos desenhos, mesmo antes da entrada dos Estados Unidos na guerra, já contava com a presença de afro-americanos dançando e sapateando para criar situações cômicas. Em alguns momentos, os números musicais eram mais um entretenimento para brancos, como apontado pela crítica do BMP a *Cow Cow Boogie*, no qual o fato de os dentes do homem negro se transformarem em teclas de piano é classificado como “grotesco” e “condenável”.³²⁸ O homem negro raramente é apresentado como trabalhador, fazendeiro ou cidadão, caindo em clichês de amante, playboy, apostador e dançarino excêntrico. Muitas vezes, como em *Boogie Woogie Bugle Boy of Company 'B'*, a guerra se torna um palco que põe os holofotes, mesmo que momentaneamente, na população negra, mas essa atuação não era direta. Ainda que diversas entidades de direitos civis pedissem por uma exaltação da bravura dos soldados negros, não há, nos desenhos, nenhuma situação que os colocassem em combate como com soldados brancos. Os estúdios fizeram desenhos sobre a participação negra nos esforços de guerra, mas de acordo com o entendimento da indústria de animação sobre patriotismo. Assim, as críticas e manifestações políticas, consideradas muito radicais pelos produtores e animadores, sumiram dos roteiros, apresentando caricaturas de negros “seguros” e patriotas durante a guerra.³²⁹ Tal esforço também resultava no apagamento da escravidão da história dos Estados Unidos.



Figura 87 - O Príncipe Encantado é um exemplo do negro apostador e playboy

Como dito anteriormente, em Hollywood, parecia não haver interesse em abandonar esses estereótipos já tão enraizados na cultura estadunidense. O já mencionado *Coal Black*

³²⁷ Idem.

³²⁸ Análise de *Cow Cow Boogie* por Elisabeth Z. James, em 10 de fevereiro de 1943. *Office of War Information Files, Shorts*. Caixa C-1277, arquivo S-281. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

³²⁹ LEHMAN, Christopher P. *Op. cit.*, p. 74.

and the Sebben Dwarfs faz uma releitura cheia de jazz do conto de Branca de Neve e os sete anões. O curta, de pouco mais de sete minutos, foi dirigido por Bob Clampett, famoso diretor do estúdio que tinha uma admiração pela cultura urbana negra e frequentemente utilizava música afro-americana em suas produções. Para esse desenho em particular, ele contratou negros para dar a voz aos personagens e produzir a trilha sonora.³³⁰

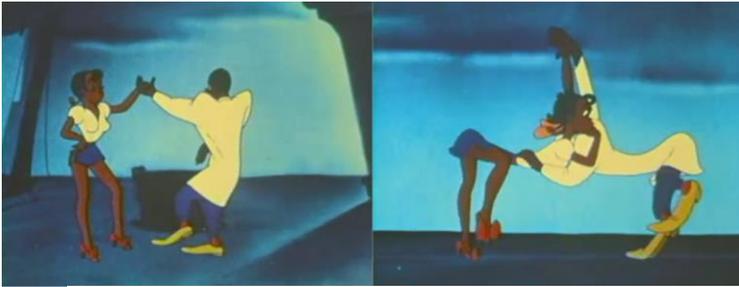


Figura 88 - So White e Príncipe dançam

A animação começa com uma criança no colo de sua mãe, pedindo que lhe conte uma história. Ela conta a de uma rainha cruel e malvada, que vivia em um castelo. Ela era tão rica quanto era cruel (além de dinheiro, a mulher possuía inúmeros pneus, bebidas

alcoólicas, açúcar, café e outros produtos racionados na época). Apesar de já ter tudo, ela pedia ao espelho por um príncipe, que chega em um carro de luxo, porém sem pneus (novamente há o uso da piada das rodas substituídas por sapatos). Príncipe Encantado sai do automóvel e afirma que prefere *So White*. A menina é apresentada na sequência, lavando roupas e dançando. O destaque da cena é para seus quadris. Ela explica que é negra, apesar de se chamar “muito branca” e passa o dia inteiro lavando roupas, mas sabe que um dia seu príncipe chegará. Príncipe Encantado se apresenta e eles começam a dançar, provocando a ira da Rainha Má, que encomenda a morte da moça. Os “prestadores” de serviço mostram a tabela de preços: “apagar” qualquer pessoa– U\$ 1; Anões – Metade do preço; “Japas” – de graça.



Figura 89 - Raptores de So White

So White é raptada e deixada em uma floresta escura. Os ocupantes do carro revelam manchas de batom por todo rosto, deixando nas entrelinhas um motivo sexual que supostamente teria evitado seu assassinato. Logo ela é encontrada por um grupo de sete anões de uniforme que cantam o refrão de *We're in the army now*, popular em diversas animações e filmes da época, em ritmo de jazz. *So White* beija os soldados, que desmaiam. Na sequência,

³³⁰ *Ibidem*, p. 77.

a Rainha Má coloca veneno em uma maçã (obligando uma família de minhoquinhas refugiadas a fugir de seu abrigo) com o intuito de matar a rival.



Figura 90 - So White e os sete anões

A moça, que foi recrutada como cozinheira do campo de treinamento onde os sete anões estão, prepara o café da manhã para a tropa. A Rainha Má, disfarçada, dá a maçã para So White, que desmaia imediatamente após comê-la. Os soldados, ao descobrirem, montam um canhão para atirar na vilã. De dentro da bala, um dos anões sai e a agride com um martelo. Eles discutem o que fazer com So White, ainda desacordada. A conclusão é que apenas um beijo do Príncipe Encantado poderia resolver a situação. Ele surge e a beija diversas vezes. O beijo tem som de solo fraco de trompete a cada tentativa. Exausto, ele desiste. Quando um dos anões tenta, o solo ganha força e a moça acorda, pegando o soldado no colo. Ao ser perguntado sobre como ele fez para que So White o achasse tão interessante, o anão responde que: “esse é um segredo militar”.

Na sátira, todas as personagens (que são negras) estão baseadas em algum estereótipo racista. Logo no início, temos uma menina no colo da mãe, pedindo que ela lhe conte uma história. Ainda que não seja possível ver direito a fisionomia da mãe, percebemos por sua silhueta que ela corresponde à *mammy*,³³¹ presente em muitas animações. O Príncipe, que se

³³¹ *Mammy* (ou tia Jemima) seria a forma como os escravos do sul pronunciarão a palavra *mommy* (mamãe) e refere-se geralmente às escravas, domésticas ou amas de leite que eram consideradas “da família” e deixavam seus próprios filhos de lado para cuidar das crianças de seus senhores. Mammies são descritas como mulheres gordas, sempre com um lenço escondendo os cabelos, com personalidade muito forte e extremamente fieis à família que serve, dedicando sua vida a isso. Seu linguajar costuma ser cheio de gírias e erros gramaticais, é muito supersticiosa e sabe cozinhar maravilhosamente. Podemos citar como exemplo de mammy em nossa literatura a Tia Anastácia, da obra de Monteiro Lobato, *Sítio do Pica-pau Amarelo*. ver: JARDIM, Suzane. “Tia Jemina (a Mammy) – Reconhecendo estereótipos racistas internacionais”. *Geledés – Instituto da Mulher Negra*. Disponível em < <http://www.geledes.org.br/tia-jemina-mammy-reconhecendo-estereotipos-racistas-internacionais-parte-v/>>, acessado em: 25 de novembro de 2016; HARRIS-PERRY, Melissa. *Sister Citizen: Shame, Stereotypes, and Black Women in America*. New Haven: Yale University Press, 2013. p. 87–89.

veste com roupas típicas dos jovens negros na época e dança *jitterbug*,³³² usa gírias e tem dentes de ouro, nos quais os dois da frente são dados, um estereótipo do afro-americano malandro e apostador, comum em produções do período pré-guerra. So White pode ser encarada um pouco como uma *mammy*, dada seu trabalho de lavadeira, mas também pode ser encarada como a mulher negra insaciável, “promíscua” (visto que ela beija diversos homens, ou indica que vai além, em certos momentos) e super sexualizada, posicionando-se nas cenas sempre de costas, com destaque para seu quadril (principalmente em momentos de dança).³³³

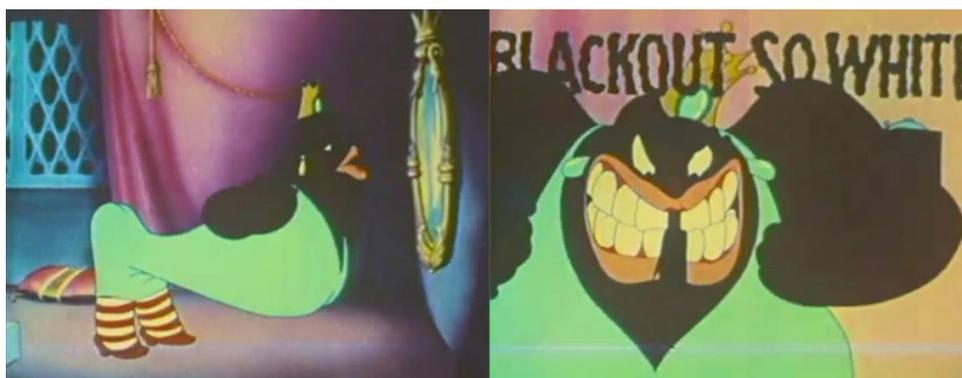


Figura 91 - Rainha Má

A Rainha Má, por sua vez, é apresentada também como insaciável, porém mais exigente. É uma *mammy* sem paciência, sem espírito maternal, vingativa e mandona.³³⁴ Já os soldados, colocados como anões, são a representação recorrente em Hollywood de negros que servem o exército, mas são preguiçosos e incapazes de executar qualquer tarefa mais complexa, o que legitimaria sua atuação em serviços auxiliares, como limpeza, cozinha e carga e descarga de

³³² É um tipo de dança rápida, popular entre jovens durante os anos 1940. In: ANÔNIMO. “Jitterbug”. *Oxford Living Dictionaries*. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/definition/jitterbug>>, acessado em: 12 de dezembro de 2016.

³³³ Tal estereótipo é conhecido como *Jezebel*, nome de origem bíblica, rainha de Israel. Acredita-se que a associação começou ainda no século XVII, com a chegada dos primeiros escravos às Treze Colônias. Durante a era vitoriana, o nome teria surgido, sugerindo que as mulheres africanas eram imorais, promíscuas e dadas à luxúria, por andarem desnudas e, em caso das tribos poligâmicas, terem mais que um companheiro. Esse estereótipo, utilizado até hoje por filmes e na propaganda, serviu de justificativa para o estupro e a violência contra a mulher negra. Sobre esse assunto, ver: JARDIM, Suzane. “Jezebel: A Mulher Negra Insaciável – Reconhecendo estereótipos racistas internacionais”. *Geledés – Instituto da Mulher Negra*. Disponível em <<http://www.geledes.org.br/jezebel-mulher-negra-insaciavel-reconhecendo-estereotipos-racistas-internacionais-parte-viii/>>, acessado em: 25 de novembro de 2016; WHITE, Deborah Gray. *Ar'n't I a Woman? Female Slaves in the Plantation South*. New York: W. W. Norton & Company, 1999. p. 294.

³³⁴ Esse tipo de mulher era conhecido como *Sapphire*, nome vindo do show de comédia *Amos 'n' Andy*, no qual a personagem de mesmo nome era uma mulher descontrolada e mandona, que domina os homens e os afasta de si dada sua personalidade difícil. Este foi o estereótipo primário do que hoje é chamado de *Black Angry Woman*, ou da Negra raivosa ou “Barraqueira”, que está sempre gritando e é instável, tendendo sempre à solidão sem parecer se importar com isso. In: JARDIM, Suzane. “Sapphire – Mulher Negra Raivosa – Reconhecendo estereótipos racistas internacionais”. *Geledés – Instituto da Mulher Negra*. Disponível em <<http://www.geledes.org.br/sapphire-mulher-negra-raivosa-reconhecendo-estereotipos-racistas-internacionais-parte-ix/>>, acessado em: 25 de novembro de 2016.

suprimentos. Para além dos clichês utilizados, o próprio OWI considerou o desenho “confuso, sem sentido e até mesmo vulgar”, cujo único ponto positivo são alguns “poucos momentos com excelente trilha sonora *boogie-woogie*”.³³⁵

Segundo Christopher Lehman, a quantidade de referência sexual entre as personagens negras era outra forma de Bob Clampett interpretar o swing. Para tanto, o diretor contratou um trompetista negro para fazer notas que acompanhassem o ritmo frenético de beijos do príncipe e do soldado anão em *So White*. Para o autor, o que o diretor fez foi apropriação cultural, pois, na época da produção, ele teria ido a casas noturnas para observar de que maneira os jovens negros dançavam e tentou se aproximar dos movimentos via animação. Sua admiração pela cultura negra, no entanto, não o impediu de fazer personagens com os usuais lábios e olhos exagerados. Os militares no desenho agem como palhaços e estão fixos nos EUA ao invés de servirem fora.³³⁶ Os diálogos, apesar de seguirem o ritmo da trilha sonora e gravados por negros, ainda consistem em “*hep talk*”, aprovados por um diretor branco.³³⁷

Tais representações não eram difíceis de serem encontradas no período, ainda que a quantidade de animações que apresentasse negros como protagonistas fosse menor. Por exemplo, em *Goldilocks and the Jivin' Bears*, uma releitura de Cachinhos dourados e os três ursos com a participação do Lobo Mau de Chapeuzinho Vermelho, encontramos novamente os estereótipos já explicados anteriormente: os três ursos são músicos que



Figura 92 - Personagens (fazendo *blackface*) em *Goldilocks*

³³⁵ de *Coal Black and the seven dwarfs* por B. Symmes, em 02 de março de 1943. Office of War Information Files, Shorts. Caixa C-1277, arquivo S-306. Washington, D. C.: Library of Congress, Motion Picture and Recorded Sound Division.

³³⁶ LEHMAN, Christopher P. *Op. cit.*, p. 77.

³³⁷ *Hep talk*, ou *Jive talk* é uma forma de fala com gírias e termos utilizados pelos músicos de jazz e frequentadores das casas de shows. No entanto, a versão ritmada e que junta as sílabas das palavras de acordo com som, gerando incompreensões e neologismos, acabou se tornando estereotipada em peças e filmes, como se esta fosse uma forma de falar em geral dos afro-americanos. Até hoje é possível encontrar essa maneira de falar em várias produções de Hollywood para cinema e televisão. *Ibidem*, p. 76.

deixam sua casa por um tempo para esperar seus instrumentos esfriarem para novos improvisos.

Na casa vizinha, o Lobo Mau esperava Chapeuzinho vermelho disfarçado de vovozinha, mas essa envia uma carta dizendo que ia se atrasar pois seu turno como soldadora ainda não havia terminado. O Lobo vê Goldilocks entrando na casa dos ursos para dormir e resolve persegui-la. Ao retornarem, os ursos encontram a moça fugindo de Lobo Mau, e entendem que são jovens *jitterbugs*. Eles tocam jazz e o “casal” é dominado pela música.



Figura 93 - Avó de Chapeuzinho Vermelho dança com Lobo Mau

No entanto, o lobo não aguenta o ritmo incansável de Goldilocks e tenta fugir de todas as formas da casa. Ao retornar, com os pés queimados de tanto dançar, para casa da vovozinha, Chapeuzinho Vermelho lhe faz as perguntas clássicas, mas não é perseguida quando o lobo se revela. Os ursos aparecem, continuam tocando e a senhora, que estava presa no armário, também tira o lobo exausto para dançar. Em ambos os desenhos há o link da identidade racial estabelecido pela música: na época, a Warner procurava usar em suas produções músicas que fossem suas propriedades. Carl Stalling, diretor musical das produções do estúdio, geralmente colocava algum jazz famoso, como *Blues in the Night* (do filme de mesmo nome de 1941) em cenas que envolviam negros ou um comportamento estereotipado afro-americano, música que também está em *Coal Black and the Sebben Dwarfs*.³³⁸



Figura 94 - Patinho negro no exército nazista em *The Ducktators* (1942)

Além dos estereótipos racistas apontados, *Coal Black and the Sebben Dwarfs* também causou revolta de entidades que lutavam por direitos civis na época, como a *National Association for the Advancement of Colored People* (NAACP), que lançou uma campanha contra a exibição do desenho nos cinemas. A principal crítica era que, de todos os personagens, os militares foram encarados como caricaturas da vida negra e um insulto. O NAACP chegou a entrar com um protesto

³³⁸ *Ibidem*, p. 78.

formal para o presidente do estúdio, Henry Warner, pedindo que medidas cabíveis fossem tomadas. Infelizmente, além de nada ter sido alterado no desenho, Warner ainda permitiu que a exibição continuasse.³³⁹

Um dos argumentos do NAACP era que tais representações eram danosas para os esforços de guerra e o sentimento de unidade nacional. O desenho manchava a dignidade dos soldados negros ao mesmo tempo em que os colocavam em campos em que havia a bandeira dos Estados Unidos. Representações dúbias também não eram incomuns nos desenhos. Como visto em *The Ducktators*, há um patinho preto integrando os exércitos nazistas na animação, que se apresenta como do “Sul da Alemanha”, com um sotaque carregado do sul dos EUA. Acredito que o curta sugira uma suposta tendência de traição dos negros à nação. Isso porque, no período, as questões raciais sobressaíam e havia o temor de uma aliança negro-japonesa por parte de civis e entidades do governo estadunidense. Segundo John Dower, ao atacar Pearl Harbor, os japoneses desafiaram diretamente a hegemonia do mundo branco dos Estados Unidos e da Europa, acabando com a “onipotência ou mesmo com a eficiência branca”. Além disso, provaram a “capacidade de não brancos de desenvolver e lidar com tecnológicas avançadas no mundo moderno”.³⁴⁰

Como já dito, os ataques raciais aos japoneses – e aos asiáticos, em geral – trouxeram à tona mais problemas além do “perigo amarelo”: a questão da raça era um problema para diferentes partes da sociedade. Para os ingleses, a raça evocava o clamor pela independência de suas colônias na África e na Ásia. Para brancos estadunidenses, “cor” era um lembrete de que as agitações na Ásia coincidiram com a crescente angústia, impaciência, raiva e militância de negros dentro dos Estados Unidos.³⁴¹ Para o secretário de guerra Henry Stimson, agitadores japoneses e comunistas estariam por trás das reivindicações negras por igualdade. Jornais e escritores da época diziam que os negros acreditavam que uma vitória japonesa sobre os brancos poderia ser também uma vitória para eles. No Sul dos Estados Unidos, algumas pesquisas de opinião mostravam que 18% da população afro-americana admitia ter inclinações pró-japonesas, e outros procuravam evitar julgamentos sobre os nipônicos, procurando não apoiá-los nem condená-los.³⁴² Pesquisas do OWI apontavam que muitos negros acreditavam que, em caso de derrota dos EUA para o Japão, os súditos do imperador

³³⁹ *Ibidem*, p. 79.

³⁴⁰ DOWER, John. *War without mercy: Race & Power in the Pacific War*. New York: Pantheon Books, 1986. p. 175-176.

³⁴¹ *Ibidem*, p. 173.

³⁴² *Ibidem*, p. 174.

os tratariam melhor, já que também se viam como “gente de cor”. Alguns relatos diziam que crianças negras estavam brincando fingindo “serem soldados japoneses e gostam de imaginar que estão em posição para se vingar dos opressores brancos”.³⁴³

Assim, diante a propaganda japonesa voltada para a população negra, que ressaltava o racismo e as dificuldades impostas pelos brancos, o NAACP afirmava que tais desenhos só davam mais munição para o inimigo.³⁴⁴ Vale lembrar que muitos dos ataques aos japoneses eram baseados em teorias sobre uma raça superior – branca – que também atingia negros, para além das leis de segregação e discriminação estadunidenses. Segundo Walter White, secretário executivo do NAACP, para defender seu país na guerra, “os negros tinham que “lutar pelo direito de lutar” pela democracia”.³⁴⁵ Em outras palavras, ao mesmo tempo em que afro-americanos eram aceitos em indústrias e nas Forças Armadas, até mesmo seu sangue era segregado, além de serem impedidos de trabalhar nos refeitórios onde os alemães capturados jantavam.³⁴⁶ Os soldados eram chamados de macacos pelos militares brancos e perspectivas de alcançar postos mais altos na hierarquia lhes eram negadas.³⁴⁷

Assim como dito antes, as discussões apresentadas aqui não pretendem esgotar a discussão sobre o racismo e as representações negras nos desenhos produzidos durante a II Guerra Mundial. Nossa proposta foi a de apresentar alguns exemplos de estereótipos e dos preconceitos presentes, que se mantêm e renovam nas produções. Ainda que pareça um pequeno passo, o fato de tais desenhos terem sido banidos do catálogo dos estúdios, mesmo de coletâneas atuais que alertam seus espectadores sobre a mentalidade do período, mostra que, de alguma forma, a meta do NAACP foi conquistada, ainda que parcialmente. Vale lembrar, como apontado por Lehman, que muitas vezes o racismo está em pequenas trocas e equivalências, sutis de serem percebidas sem um devido esforço analítico:

personagens [com *blackface* e musicais] também influenciaram desenhos relacionados à guerra que não tinham a presença de figuras afro-americanas. Durante a guerra civil, [os números musicais] criaram piadas envolvendo soldados afro-americanos desajeitados e incapazes de executar uma simples tarefa militar. Essa inaptidão formou a base de caracterização não apenas [para personagens famosos negros como o recruta] *Old Blackout Joe* mas também para Pato Donald da Disney (...) e o Recruta Snafu da Warner [criado para filmes de treinamento militar a pedido do governo]. A diferença entre representações afro-americanas e militares brancos, no entanto, era que

³⁴³ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R. *Op. cit.*, p. 386.

³⁴⁴ LEHMAN, Christopher P. *Op. cit.* p. 79.

³⁴⁵ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R. *Op. cit.*, p. 383.

³⁴⁶ *Ibidem*, p. 388.

³⁴⁷ DOWER, John. *Op. cit.*, p. 175.

para cada Snafu, os estúdios apresentavam Popeye ou Superman lutando bravamente contra nazistas e japoneses. Mesmo personagens animais, como Pernalonga e Patolino conseguiram frustrar Adolf Hitler. Militares afro americanos animados não tinham quaisquer contrapartidas heroicas.³⁴⁸

Assim, podemos afirmar que a propaganda estava diretamente relacionada às percepções do mundo de quem as fazia, e a maneira como mulheres, orientais e negros foram representados revelam muito dos preconceitos e imaginários latentes. Vimos também como portam discursos e contra discursos, aderindo a campanhas oficiais sem deixar ecoar as resistências (caso do trabalho feminino e a questão da maternidade) ou discriminações arraigadas. Roosevelt e Hollywood podem ter (re)construído Chinas, Rússias, Américas Latinas e mesmo uma História estadunidense sem escravidão com base nas políticas e nas necessidades dos Estados Unidos, mas isso não quer dizer que o racismo e o machismo estrutural e os pensamentos de uma época tenham sido completamente superados. Por esse motivo, assim como os filmes, acredito que os desenhos animados da época possibilitem as percepções dessas tensões e contradições dos discursos oficiais e midiáticos, sendo uma rica fonte para que nós, historiadoras e historiadores, possamos entender melhor o passado e observarmos de que maneira tais mensagens são reavivadas e ressignificadas em tempos conturbados, quando os discursos de ódio ganham novamente força e exigem uma reflexão profunda a respeito dos direitos humanos, de nossas identidades e a maneira como enxergamos o “outro”, o diferente, vilanizando-o e levantando novos e velhos muros.

³⁴⁸ LEHMAN, Christopher P. *Op. cit.*, p. 75.

Considerações finais ou “quando a guerra acabar...”

Esta pesquisa procurou verificar como a propaganda política foi construída *nas e pelas* animações hollywoodianas durante a II Guerra Mundial e de que maneira os desenhos apresentaram e justificaram o lugar dos Estados Unidos no conflito, edificando um modelo de heroísmo a ser seguido e alimentando um imaginário de democracia. Procurei, também, apontar de que forma o “outro” foi elaborado, seja o inimigo japonês e alemão, ou o soldado/cidadão, como as mulheres e negros no front doméstico, assim como a consolidação forçada de aliados “americanizados”. Por meio da análise de documentos escritos e dos curtas-metragens, verificamos as tensões, ideologias e concepções de uma época, que mostraram um descompasso entre o que era solicitado pelo *Office of War Information* e as produções finais. Tal descompasso revelou certo grau de autonomia dos estúdios para elaboração das animações, ainda que os documentos encontrados no *National Archives II* tenham mostrado um debate interno do governo a respeito da censura e do controle da circulação das produções de Hollywood para além dos Estados Unidos. Também apontou que as animações não seguiam, em sua grande maioria, as recomendações dos avaliadores do OWI. Não sabemos se as sessões que averiguavam os desenhos eram tardias em relação ao seu lançamento para o grande público por uma questão de priorização dos filmes ou se não havia, para os produtores, necessidade das opiniões do órgão para esse tipo de produção, mas o fato é que, embora as animações estivessem em consonância com as demandas da época, raramente as sugestões e críticas da divisão do cinema do *Office* tinham efeito nos roteiros e piadas, como provou a análise dos quase cinquenta desenhos utilizados na pesquisa.

Os anseios do OWI e as diversas agências de informação criadas pelo governo causaram conflitos de interesses entre a administração de Franklin Roosevelt e os estúdios. Ainda que o manual elaborado pelo *Bureau of Motion Pictures* procurasse padronizar a forma como sociedade, aliados e inimigos deveriam ser representados nas telas, é possível perceber que nas animações, essas recomendações eram raramente seguidas. Talvez por serem mais associados a “entretenimento”, os desenhos animados não receberam um cuidadoso acompanhamento da indústria fílmica, tal como aconteceu com as grandes produções, que também recebiam maior atenção dos avaliadores do BPM, o que abriu espaço para a criatividade e livre expressão nas animações, que se valeu de preconceitos, racismos e

estereótipos em busca do humor, mesmo sob a determinação de que deveriam promover certa propaganda política.

Nesses curtas, as principais ideias transmitidas como propaganda eram as de unidade nacional (ou mundial), consolidando a noção de que aquela luta também seria “sua guerra” – por isso, o título da pesquisa “*this is your fight*” –, isto é, a guerra de todos os que se lançavam à batalha contra forças que pretendiam destruir nações democráticas; e de que o conflito seria um mecanismo de ascensão social. Para aqueles que se alistavam voluntariamente ou eram convocados, os desenhos faziam crer que era possível uma mobilidade entre as hierarquias (ainda que na realidade, tal mudança de posição fosse muito improvável entre os reservistas), além da promessa de um futuro glorioso, com fama, fortuna (graças aos bônus de guerra) e uma bela mulher para ser sua esposa. Para mulheres, a disputa mundial representou uma possibilidade de independência e transformação de sua condição social. Para negros, a *luta* pelo direito de *lutar* por seu país implicava também no reconhecimento de direitos civis e, acima de tudo, na busca por respeito. Assim, como vimos, para os dois últimos casos, a noção de *unidade* nacional não foi exatamente acompanhada pela de *igualdade*.

Conforme foi abordado, o sentimento de união entre a população estadunidense e para com Aliados colocado pelas animações carregava tensões bastante delicadas. A propaganda, nesse sentido, não era um discurso direto e simplista, apresentando ambiguidades e dualidades provocadas, sobretudo, pelo uso da ironia e do humor. Lembremos de Donald: ao se alistar, pretendia ser um aviador para seguir a tradição de sua família. Tudo que ele conseguiu foi um treinamento insuficiente para ser paraquedista, posição em que foi colocado por seu superior, como uma forma de castigo por suas trapalhadas. Ou mesmo o dilema da mãe operária da fábrica de aviões que precisa cobrar e questionar o patriotismo de Gaguinho para com seu país. Somente assim ela consegue alguém que pudesse vigiar seu filho enquanto trabalhava. Além disso, o uso recorrente de representações, conforme definido por Roger Chartier – como as inúmeras vezes em que fazendas e galinheiros foram utilizados como metáforas para a suposta “quebra” na rotina de uma sociedade pacífica, ou mesmo os estereótipos raciais com japoneses (comparados e associados a pragas urbanas) e negros (como o *blackface*) – mostra de que forma as animações ressignificaram e reinterpretaram símbolos, consolidaram ideias sobre o papel desempenhado pelos Estados Unidos na guerra e trabalharam com uma visão maniqueísta do conflito. Da mesma maneira dúbia, os desenhos tentaram exaltar a participação feminina na guerra, recorrendo sempre que possível à erotização de seus corpos e

garantindo que, apesar do alistamento ou do trabalho em fábricas, a preocupação primeira da mulher – sua aparência – seria respeitada e valorizada, mesmo que preferencialmente para agradar soldados e trabalhadores.

Outro ponto importante foi a ideia de democracia apresentada para a audiência, que é o próprio modelo estadunidense. Em nenhum momento esse conceito foi explicado ou questionado, apenas assumindo que os regimes totalitários e militaristas do Eixo pretendiam destruir as nações que não os acompanhassem ideologicamente. Ao mesmo tempo, houve um esforço para que, nas produções de Hollywood, fosse possível reescrever um passado de relações conflituosas entre Estados Unidos, União Soviética e China, mostrando essas sociedades de forma parecida, com os mesmos valores e ideais. O imaginário social, nesse sentido, aparece presente nas animações, definindo as identidades (ou, pelo menos, o que era **ser** estadunidense – “democrático” – e o que era o outro, como identificá-lo), tal como proposto por Bronislaw Baczko. Essa categoria me ajudou a entender porque houve o esforço em aproximar cultural e ideologicamente os Aliados dos Estados Unidos, ainda que para tal, o recurso do místico, da fábula e do onírico tenha sido necessário, como é a China brindada pelos desenhos e a Rússia representada por gremlins.

É preciso ressaltar que, inicialmente, a proposta da pesquisa era trabalhar apenas com as animações dos estúdios Disney e da Warner Bros. Após o contato direto com as fontes e a ampliação do levantamento inicial, verifiquei que não havia diferenças dos discursos veiculados entre os diferentes estúdios durante a participação dos Estados Unidos no conflito. Se inicialmente havia um posicionamento claro de Walt Disney contra a intervenção na guerra, após Pearl Harbor há uma colaboração total do animador para com o governo. Nesse sentido, as diferenças encontradas entre as animações dos diferentes estúdios foram de estética e estilo narrativo (como os roteiros frenéticos e adultos de Pernalonga e o didatismo infantil de Donald), ou no que se refere à abordagem de certas parcelas da sociedade civil, como o lugar da mulher nas fábricas pela Warner e no ambiente doméstico para Disney. Tais diferenças apontaram que havia um alinhamento no pensamento a respeito da guerra que, apesar de não seguir as recomendações do *Bureau of Motion Pictures*, ia minimamente ao encontro do pedido federal de valorização do patriotismo, dos soldados e da população estadunidense como um todo.

Mesmo com o pouco controle das animações, a participação do governo nas produções foi importante para os longas-metragens do período. Para os diretores do BMP, a atuação do órgão foi democrática, pois as diretrizes estabelecidas não foram impostas. Além disso, as

pesquisas da agência acabaram auxiliando os estúdios na averiguação das temáticas já saturadas e aquelas que ainda poderiam ser melhor exploradas. Ao mesmo tempo, acredito que o *Government Information Manual for the Motion Picture Industry* também ajudou a consolidar mitos maniqueístas de divisão do mundo entre liberdade x escravidão e justiça x maldade, presentes no discurso oficial a respeito da participação dos Estados Unidos na guerra. Para o *Office of War Information*, caberia aos Aliados a responsabilidade pela vitória e, desta forma, garantir um mundo livre e democrático, mesmo que para isso, fosse necessário ignorar o imperialismo praticado por alguns países das Nações Unidas e o cerceamento dos direitos das populações colonizadas.³⁴⁹

Nesse sentido, na visão do governo e de Hollywood, ainda que a guerra causasse morte e destruição, ela também poderia produzir unidade: seria por meio do capital e do trabalho que diferenças de classe, étnicas e raciais seriam enterradas. Trabalhadores das linhas de montagens dariam seu melhor pela vitória. Nas famílias, haveria reconciliação e paz.³⁵⁰ Em Hollywood, a expressão máxima dessa esperança (que em nada condizia com a realidade) era a possibilidade de colocar na tela aliados diferentes lutando pela mesma causa. No entanto, apesar de todo otimismo dos filmes até 1945, pouco tempo depois, muitas produções foram proibidas e censuradas, por serem consideradas propaganda pro-comunismo. Na prática, próximo ao final da guerra, os Estados Unidos já se consideravam os guardiões da cultura ocidental, e alguns veículos de comunicação procuravam delinear áreas de influência soviéticas e estadunidenses.³⁵¹

Apesar dos esforços contínuos dos filmes e animações para a manutenção da confiança na vitória, a mobilização da sociedade e a moral das Forças Armadas, já em 1944, havia uma sensação de que a guerra estaria próxima ao seu fim, ainda que este só tenha vindo em 14 de agosto de 1945, com a assinatura da rendição japonesa após as duas bombas lançadas em Hiroshima e Nagasaki. Não era raro encontrar nas produções frases como “quando a guerra acabar”, “quando nós retornarmos” ou “quando os meninos voltarem”. Mr. Hook, por exemplo, faz referência ao seu retorno em três dos cinco curtas lançados. O primeiro deles, *Take Heed, Mr. Tojo* (Universal, 1944. 7 min. Color. Dir.: Walter Lantz), inicia com o marinheiro aproveitando a aposentadoria garantida pela compra dos bônus de guerra em 1953,

³⁴⁹ BLACK, Gregory D.; KOPPE, Clayton R. *Hollywood goes to war: How politics, Profits and Propaganda shaped World War II Movies*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1990. p. 324.

³⁵⁰ BLACK, Gregory D.; KOPPE, Clayton R. *Op. cit.*, p. 325.

³⁵¹ JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao sul do rio grande – imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000. p. 169-170.

contando histórias da luta contra os japoneses para seus filhos. Já em *The Return of Mr. Hook* e *Tokyo Woes*, Hook conta seus planos para quando retornar da guerra: casar com uma amorosa namorada.

Além disso, a publicidade na mídia em geral evocava as novas tecnologias desenvolvidas com o conflito e como a vida doméstica seria afetada com a inserção dessas novidades no cotidiano.³⁵² Novamente, as animações estavam em consonância com a preocupação da reconversão da produção e da economia estadunidense para os tempos de paz. *My Boy Johnny* (20th Century Fox, 1944. 6 min. Color. Dir.: Eddie Donnelly) celebra o momento em que os soldados iriam retornar para casa e, conseqüentemente, a retomada de suas vidas civis: voltariam às suas famílias, reencontrariam seus filhos, recuperariam seus estilos de vida, roupas e personalidade. Encontrariam lindas mulheres e se casariam com elas. Há, na narrativa, novamente a exaltação de um imaginário que constrói uma sociedade pacífica, democrática e moderna, que foi perturbada e *obrigada* a participar do conflito, mas que voltaria ao seu “normal” assim que a guerra chegasse ao fim.



Figura 95 - Soldados retornam ao final da guerra

Este desenho garante que “o Exército irá reempregar, um trabalho para cada soldado”.³⁵³ Na animação, há a certeza de que os homens voltariam a trabalhar nas fábricas (sem qualquer menção às mulheres que se alistaram ou que ali já estavam antes) e iriam

produzir tratores para auxiliar na agricultura, geladeiras repletas com todos os itens até então racionados, inovadoras máquinas de lavar roupa e, claro, muitos carros. Por consequência, o país seria rasgado com novas rodovias.



Figura 96 - Novos eletrodomésticos, automóveis e rodovias

Além disso, um novo tipo de transporte em massa seria muito popular: os aviões. De acordo com Mary Junqueira, isso se devia ao fato de que “a potencialidade lucrativa da aviação era tal, que

³⁵² *Ibidem*, p. 171.

³⁵³ No original: the Army we will re-employ, a job for every soldier boy.

se imaginava que o avião tomaria o lugar do automóvel. Cada família poderia ter um para seu transporte pessoal”.³⁵⁴ A ideia de ter um avião em seu próprio quintal era representada com casas que possuíam estacionamento interno para helicópteros e aeronaves ultramodernas com piscinas e espaço para recreação. Ou, por que não, ter seu próprio cinto com hélices particulares que levariam os indivíduos sozinhos pelos céus?



Figura 97 - No pós-guerra, as pessoas iriam voar ao invés de dirigir

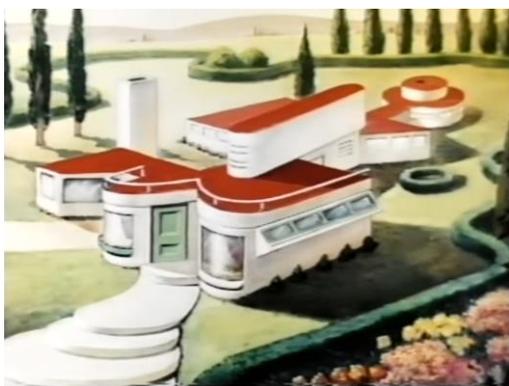


Figura 98 - Novas casas

A ideia de revolução não se daria apenas nos meios de transportes, mas também na reflexão sobre os modos de morar. Casas modernas, com *design* futurista e novos eletrodomésticos que facilitariam a vida e, talvez, até realizassem as tarefas sozinhas para seus moradores, trazendo mais conforto para vida doméstica.³⁵⁵

Em *Post War Inventions* (20th Century

Fox, 1945. 6 min. Color. Dir.: Connie Rasinskiy), com apenas o apertar de botões, os cômodos se transformariam em sala, cozinha ou banheiro e fariam automaticamente o que fosse necessário: servir aperitivos e cozinhar, lavar sem a necessidade de se locomover até esses lugares. Braços mecânicos lavariam nosso cabelo e fariam a barba dos habitantes sem que precisássemos nos mexer. Quando a

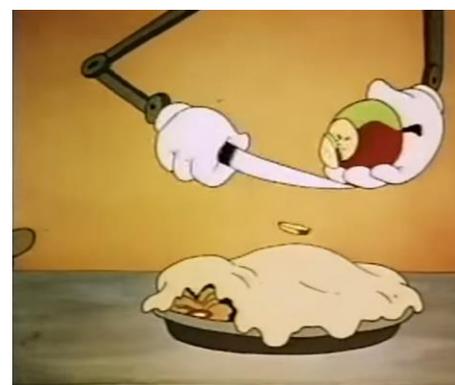


Figura 99 - Tecnologias "futuristas" para um "novo" morar

³⁵⁴ JUNQUEIRA, Mary. *Op. cit.*, p. 177.

³⁵⁵ As reflexões sobre os modos de morar já vinham acontecendo na Europa e nos Estados Unidos desde a I Guerra Mundial. A transformação e especialização da casa, possibilitando que o indivíduo poupasse suas energias para que, assim, rendesse mais no trabalho, levaram a estudos sobre transformações no espaço e reformulações dos cômodos. Por exemplo, a cozinha sofreu alterações baseada em estudos das pesquisadoras americanas Christine Frederick e Mary Pattinson, pensando em um desenvolvimento mais eficiente das atividades ali desenvolvidas. Sobre essas transformações, ver: BRUNA, Paulo. *Os primeiros arquitetos modernos: Habitação social no Brasil – 1930 – 1950*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2010. p. 45.

guerra acabasse, o mundo – *livre e democrático* – seria maravilhoso. No entanto, vale ressaltar, que neste mundo não há qualquer menção às mulheres, negros e outras minorias que também contribuiriam para a vitória.

Ao final da II Guerra Mundial, um dos desafios enfrentados pelo governo estadunidense era convencer políticos e a sociedade a não cair no isolacionismo novamente. Segundo a interpretação do OWI, os Estados Unidos tinham cometido um erro catastrófico em não aceitar participar da Liga das Nações proposta pelo então presidente Woodrow Wilson. Não seria interessante, após tal esforço de mobilização e vitória, que o país reincidisse no equívoco e permitisse que a liderança mundial caísse em mãos russas.³⁵⁶ Ironicamente, 70 anos depois da guerra, os Estados Unidos são governados por um Donald e um Mickey que, diferentemente do pato que viajou pelo continente americano nos anos 1940 em busca de amizade e união continental, o Donald atual busca cada vez mais a separação e isolamento, pregando um nacionalismo perigoso baseado em discursos de ódio, supremacia branca, muros e exclusão de pessoas por sua religião, origem ou orientação sexual. Mesmo assim, a força dos filmes e animações continua forte, com o posicionamento de atores, diretores, produtores e sindicatos contra a onda segregacionista dos últimos tempos.³⁵⁷

Nesse sentido, acredito na importância de retomar a propaganda política presente nos desenhos e refletir sobre os discursos ali presentes, pensando principalmente na forma com que eles se ressignificam e são justificados. Espero que o trabalho possibilite novas reflexões sobre o uso do Cinema durante a II Guerra Mundial e suas consequências, especialmente em um momento em que essas produções continuam circulando em canais especializados e pela

³⁵⁶ BLACK, Gregory D.; KOPPES, Clayton R. *Op. cit.*, p. 317.

³⁵⁷ Podemos citar o discurso da atriz Meryl Streep no Golden Globe Awards em 8 de janeiro de 2017, em que ela pediu mais união da categoria e apoio da imprensa contra as ações do presidente Donald Trump (como o bullying com um jornalista deficiente) e ressaltou o caráter heterogêneo presente em Hollywood. Há, ainda, os discursos dos atores David Harbour, Julia Louis-Dreyfus e Mahershala Ali contra as medidas islamofóbicas e xenofobas de Trump no SAG Awards (Prêmios do Sindicato dos Atores), em 29 de janeiro de 2017. Na cerimônia mais importante do cinema estadunidense, diversos atores e atrizes também criticaram as políticas do presidente, como o ator mexicano Gael García Bernal e Cheryl Boone Isaacs, presidente da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, que se posicionaram contra a construção do muro entre México e Estados Unidos proposto por Trump. O diretor iraniano Asghar Farhadi, que venceu na categoria de melhor filme estrangeiro, enviou uma representante sua, que leu uma carta na qual pedia desculpas por sua ausência na premiação em respeito aos imigrantes que sofreram por conta da proibição da entrada de pessoas de sete países de maioria muçulmana, dentre eles o Irã. Além disso, muitos convidados utilizaram um laço azul em suas vestes, para demonstrar apoio ao Sindicato das Liberdades Civis Americanas (ACLU, na sigla em inglês). A maioria dos discursos e posicionamentos foi dada em entrevistas ou no palco da cerimônia de entrega do Oscar, em 26 de fevereiro de 2017.

Internet³⁵⁸, sendo apropriado pelas diversas forças políticas que interpretam tais produções como lhes convém, esquecendo ou ignorando propositalmente seu contexto.

O legado deixado pela coletânea de animações realizadas em pouco mais de quatro anos de participação na guerra continua divertindo crianças e adultos, ainda que algumas referências tenham se perdido sete décadas depois. Mesmo assim, a quantidade de produções do período não é um número insignificante ou irrelevante. Os comportamentos de Pernalonga, Popeye, Donald e outros tantos são mais do que exemplos de imagens que hoje podem nos soar chocantes dada a sua violência e crueldade, mas que foram feitas para entreter as massas tempos atrás. Nas palavras de Michael Shull e David Wilt, estes são documentos que podem ser usados “para desenvolver um melhor entendimento dos medos e preocupações populares, os preconceitos e humor de uma sociedade (americana) na guerra”.³⁵⁹

³⁵⁸ Vale lembrar que a maioria dos curtas foi dublado para o português posteriormente, na década de 1960, com a expansão da televisão. Até então, apenas longas-metragens como *Branca de Neve* e *Bambi* eram dublados para o público da época.

³⁵⁹ SHULL, Michael; WILT, David. *Doing their bit: Wartime American animated short films (1939-1945)*. Jefferson, London: McFarland & Company, Inc. Publishers, 2004. p.91

Filmografia

1933

The three little pigs. Direção: Burton Gillett. . Los Angeles: Walt Disney productions, 27 de maio de 1933. 8 mim. Color. WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *The Walt Disney Treasures: Silly Symphonies Vol. 1*. Los Angeles, 2001.

1935

Music Land. Direção: Wilfred Jackson. Los Angeles: Walt Disney productions, 5 de outubro de 1935. 10 mim. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *The Walt Disney Treasures: Silly Symphonies Vol. 1*. Los Angeles, 2001.

1938

Ferdinand, the bull. Direção: Dick Rickard. Los Angeles: Walt Disney productions, 25 de novembro de 1938. 8 mim. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney Animation Collection: Classic Short Films Volume 6*. Los Angeles, 2006.

1939

Old Glory. Direção: Chuck Jones. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 1 de julho de 1939. 9 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 2*. Los Angeles, 2008.

1941

Boogie Woogie Bugle Boy of Company 'B'. Direção: Walter Lantz. Los Angeles: Walter Lantz Productions/ Universal Studios 09 de janeiro de 1941. 7 min. Color. Disponível em: < http://www.dailymotion.com/video/xx4wr2_boogie-woogie-bugle-boy-of-company-b-1941-walter-lantz-productions_shortfilms>, acessado em: 14 de julho de 2014.

Meet John Doughboy. Direção: Bob Clampett. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 05 de julho de 1941. 8 min. P&b. Disponível em: < <https://youtu.be/vLm0ISZU-5U>> acessado em: 14 de julho de 2014.

Robinson Crusóe JR. Direção: Norman McCabe. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 25 de outubro de 1941. 7 min. P&b/color. Disponível em: < <https://youtu.be/ePfN5KTRb1w>>, acessado em: 14 de julho de 2014.

1942

Barnyard WAAC. Direção: Eddie Donnelly. (MGM Cartoon Studio, 11 de dezembro de 1942. 6 min. Color. Disponível em: < <https://youtu.be/Ls4Zuq3ViKc>>, acessado em: 21 de fevereiro de 2016.

Daffy's Southern Exposure. Direção: Norman McCabe. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 02 de março de 1942. 7 min. P&b. Disponível em: < <https://youtu.be/xwmdKcMWNkc>> acessado em: 12 de novembro de 2013.

Doing Their Bit. Direção desconhecida, produção: Paul Terry. 20th Century Fox, 30 de outubro de 1942. 6 min. Color. Disponível em: < <https://youtu.be/L4ADmyUJtQk>>, acessado em> 21 de fevereiro de 2016.

Donald gets drafted. Direção: Jack King. Los Angeles: Walt Disney productions, 01 de maio de 1942. 9 min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*. Los Angeles, 2004.

The Ducktators. Direção: Norman McCabe. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 01 de Agosto de 1942. 8 min. P&b. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 6* . Los Angeles, 2008.

The Eleventh Hour. Direção: Dan Gordon. Paramount Studios, 20 de novembro de 1942. 8 min. Color. Disponível em: <https://youtu.be/BI82SrAXYPA>, acessado em: 21 de fevereiro de 2016

Kickin' the Conga Round. Direção: Dave Fleischer. Paramount Studios, 17 de janeiro de 1942. 7 min. P&b/Color. Disponível em: < <https://youtu.be/scneE48fn1I> >, acessado em: 21 de fevereiro de 2016.

*Lights Fantastic*s. Direção: Friz Freleng. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 23 de maio de 1942. 6 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 6* . Los Angeles, 2008.

Out of the Frying Pan, Into the Firing Line. Direção: Ben Sharpsteen. Los Angeles: Walt Disney productions, 24 de julho de 1942. 3 min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*.

School Daze. Direção desconhecida, produção: Paul Terry. 20th Century Fox, 19 de setembro de 1942. 7 min. Color. Disponível em: < <https://youtu.be/eloAGTUHTvI>>, acessado em> 21 de fevereiro de 2016.

Sky trooper. Direção: Jack King. Los Angeles: Walt Disney productions, 06 de novembro de 1942. 7 min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*. Los Angeles, 2004.

You're a Sap, Mr. Jap. Direção: Dan Gordon. Paramount Studios, 7 de Agosto de 1942. 7 min. P&b. Disponível em: < <https://youtu.be/PRVMYgdmXao>>, acessado em: 12 de novembro de 2013.

1943

Aladdin's Lamp. Direção: Eddie Donnelly. 20th Century Fox, 22 de outubro de 1943. 6 min. Color. Disponível em: < <https://youtu.be/dHpALInaI-M> >, acessado em: 4 de agosto de 2015.

Chicken Little. Direção: Gerry "Clyde" Geronomi. Los Angeles: Walt Disney productions, 17 de dezembro de 1943. 9 min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*. Los Angeles, 2004.

Coal Black and de Sebben Dwarfs. Direção: Bob Clampett. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 16 de janeiro de 1943. 7 min. Color. Disponível em: < http://www.dailymotion.com/video/x51ver_merrie-melodies-coal-black-and-de-s_shortfilms> acessado em: 17 de novembro de 2015.

Cow Cow Boogie. Direção: Alex Lovy. Paramount Studios, 3 de janeiro de 1943. 7 min. Color. Disponível em: < https://www.dailymotion.com/video/x3hkj4h_cow-cow-boogie_music >, acessado em: 21 de março de 2016. (Paramount, 1943. 7 min. Color. Dir.: Alex Lovy)

Der Furrher's face. Direção: Jack Kinney. Los Angeles: Walt Disney productions, 01 de janeiro de 1943. 8 Min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*. Los Angeles, 2004.

Donald's Tire Trouble. Direção: Dick Lundy. Los Angeles: Walt Disney productions, 29 de janeiro de 1943. 9 min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*. Los Angeles, 2004.

Falling Hare. Direção: Bob Clampett. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 23 de outubro de 1943. 8 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 6*. Los Angeles, 2008.

Home Defense. Direção: Dick Lundy. Los Angeles: Walt Disney productions, 26 de novembro de 1943. 9 min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*. Los Angeles, 2004.

A Jolly Good Furlough. Direção: Dan Gordon. Paramount Studios, 23 de abril de 1943. 7 min. P&b. Disponível em: < <http://kisscartoon.se/Cartoon/Popeye-1933/Episode-118-A-Jolly-Good-Furlough?id=38409>>, acessado em: 12 de novembro de 2013.

The Old Army Game. Direção: Jack King. Los Angeles: Walt Disney productions, 5 de novembro de 1943. 6 min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*. Los Angeles, 2004.

Pluto And The Armadillo. Direção: Clyde Geronimi. Los Angeles: Walt Disney productions, 19 de fevereiro de 1943. 7 min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*. Los Angeles, 2004.

Ration Fer the Duration. Direção: Seymour Kneitel. Paramount Studios, 25 de maio de 1943. 8 min. P&b. Disponível em: < <http://kisscartoon.se/Cartoon/Popeye-1933/Episode-119-Ration-Fer-the-Duration?id=38410>>, acessado em: 12 de novembro de 2013.

Reason and Emotion. Direção: Bill Roberts. Los Angeles: Walt Disney productions, 27 de agosto de 1943. 8 min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*. Los Angeles, 2004.

Red Hot Riding Hood. Direção: Tex Avery. MGM Cartoon Studio, 8 de maio de 1943. 7 min. Color. Disponível em: < http://www.dailymotion.com/video/x262srt_tex-avery-mgm-1943-05-08-red-hot-riding-hood_fun>, acessado em: 21 de fevereiro de 2016.

Seein' Red White N' Blue. Direção: Dan Gordon. Paramount Studios, 19 de fevereiro de 1943. 7 min. P&b. Disponível em: < <http://kisscartoon.se/Cartoon/Popeye-1933/Episode-116-Seein-Red-White-N-Blue?id=38407>>, acessado em: 12 de novembro de 2013.

Super rabbit. Direção: Chuck Jones. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 03 de abril de 1943. 6 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 3*. Los Angeles, 2008.

Tokio Jokio. Direção: Norman McCabe. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 15 de maio de 1943. 7 min. P&b. Disponível em: < <https://youtu.be/KVYTI1tdYoA>> acessado em: 12 de novembro de 2013.

Yankee Doodle Daffy. Direção: Norman McCabe. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 05 de junho de 1943. 7 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 1* .

1944

Brother Brat. Direção: Frank Tashlin Friz Freleng. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 15 de julho de 1944. 7 min. Color. Disponível em: < http://www.dailymotion.com/video/x1rpvo6_brother-brat-1944_shortfilms> acessado em: 3 de maio de 2016.

Bugs Bunny Nips the Nips. Direção: Friz Freleng. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 22 de abril de 1944. 8 min. Color. Disponível em: < http://www.dailymotion.com/video/x20z3qb_ep-32-bugs-bunny-nips-the-nips_shortfilms> acessado em: 7 de abril de 2014.

Commando Duck. Direção: Jack King. Los Angeles: Walt Disney productions, 02 de junho de 1944. 7 Min. Color. Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: on the Front Lines – the War years (1941-1945)*. Los Angeles, 2004.

The Dippy Diplomat. Direção: Shamus Culhane. Los Angeles: Walter Lantz Productions/ Universal Studios, 27 de agosto de 1945. 7 min. Color. Disponível em: < <http://www.dailymotion.com/video/x2nmaf8>>, acessado em: 14 de setembro de 2016.

First Aiders. Direção: Jack Hannah. Los Angeles: Walt Disney productions, 02 de junho de 1944. 7 min. Color Disponível em: WALT DISNEY Studios Home Entertainment. *Walt Disney treasures: The Complete Pluto vol. One (1930-1947)*. Los Angeles, 2004.

Goldilocks and The Jivin Bears. Direção: Friz Freleng. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 30 de setembro de 1944. 7 min. Color. Disponível em: < http://www.dailymotion.com/video/x2mx85y_banned-cartoon-goldilocks-and-the-jivin-bears-1944_shortfilms> acessado em: 12 de abril de 2016.

My Boy Johnny. Direção: Eddie Donnelly. 20th Century Fox, 12 de maio de 1944. 6 min. Color. Disponível em: <<https://youtu.be/PgPXMFBRSUk>>, acessado em: 13 de agosto de 2016.

Plane Daffy. Direção: Robert Clampett. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 27 de janeiro de 1945. 7 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 6* . Los Angeles, 2008.

The Return of Mr. Hook. Direção desconhecida. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 1944-1945. 4 min. P&b. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 5*. Los Angeles, 2008.

Russian Rhapsody. Direção: Bob Clampett. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 20 de maio de 1943. 7 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 6* .

The Swooner Crooner. Direção: Frank Tashlin. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 06 de maio de 1944. 7 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 3* . Los Angeles, 2008.

Tokyo Woes. Direção desconhecida. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 1944-1945. 4 min. P&b. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 5*. Los Angeles, 2008.

We're on way to Rio. Direção: I. Sparber. Paramount Studios, 21 de abril de 1944. 8 min. P&b. Disponível em: <<http://kisscartoon.se/Cartoon/Popeye-1933/Episode-126-We-re-On-Our-Way-To-Rio?id=38417>>, acessado em: 12 de novembro de 2013

1945

Draftee Daffy. Direção: Chuck Jones. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 27 de janeiro de 1945. 7 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 3*. Los Angeles, 2008.

Hare Conditioned. Direção: Chuck Jones. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 11 de agosto de 1945. 7 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 2*. Los Angeles, 2008.

Herr meets Hare. Direção: Friz Freleng. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 13 de janeiro de 1945. 8 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 6*. Los Angeles, 2008.

Infant Care and Feeding. Direção desconhecida. Walt Disney productions/ *Office of Coordinator of Inter-American Affairs*. 1944-1945. Disponível em: < <https://youtu.be/HweENRxfE1E>>, acessado em> 14 de setembro de 2012.

Mess Production. Direção: Seymour Kneitel. Paramount Studios, 24 de agosto de 1945. 6 min. Color. Disponível em: <https://youtu.be/71AkxZ5T-MY>>, acessado em: 25 de janeiro de 2015.

Pop Pie a la Mode. Direção: I. Sparber. Paramount Studios, 26 de janeiro de 1945. 7 min. P&b. Disponível em: < <http://kisscartoon.se/Cartoon/Popeye-1933/Episode-133-Pop-Pie-a-La-Mode?id=38424>>, acessado em: 22 de outubro de 2016.

Post War Inventions. Direção: Connie Rasinskiy. 20th Century Fox, 23 de março de 1945. 6 min. Color. Disponível em: < <https://youtu.be/UopnXz72NXY>>, acessado em: 13 de agosto de 2016.

Swing Shift Cinderella. Direção: Tex Avery. MGM Cartoon Studio, 25 de agosto de 1945. 7 min. Color. Disponível em: <http://www.dailymotion.com/video/xxacqu_swing-shift-cinderella_shortfilms>, acessado em: 21 de fevereiro de 2016.

The Weekly Reporter. Direção: Chuck Jones. Los Angeles: Warner Bros. Cartoons, 25 de março de 1945. 7 min. Color. Disponível em: WARNER Home Video. *Looney Tunes Golden Collection Volume 6*. Los Angeles, 2008.

Fontes Escritas

CULBERT, David H. (org). *Information Control and Propaganda: Records of the Office of War Information - pt. 1. The Director's central files, 1942-1945*. Biblioteca Herman B. Wells, microfilme.

ROOSEVELT, Franklin Delano. *Presidential Executive Orders (1933-1945)*. Disponível em: The American Presidency Project <<http://www.presidency.ucsb.edu/index.php>>, acessado em: 11 de janeiro de 2016.

Office of War Information files: Shorts (1942-1945). Motion Picture, Broadcasting and recorded Sound Division, Biblioteca do Congresso, Washington, D. C.

Office of War Information files, group record 208. National Archives and Records Administration II, Suitland, MD.

OFFICE OF WAR INFORMATION. *American Handbook*. Washington D.C.: Public Affairs Press, 1945.

Bibliografia

- ANDRAE, Thomas. *Carl Barks and the Disney comic book: unmasking the myth of modernity*. Jackson: University Press of Mississippi, 2006.
- AULT, Donald. *Carl Barks: conversations*. Jackson: University Press of Mississippi, 2003.
- BACZKO, Bronislaw. "Imaginação social". In *Enciclopédia Einaudi*. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, Editora Portuguesa, 1985.
- BARKS, Carl. *O Melhor da Disney: As Obras Completas de Carl Barks (2004–2008)*. São Paulo: Editora Abril, vol 17, 2006.
- BALL, W. Macmahon. *Japan: enemy or ally?* New York: John Day, 1949.
- BAXTER, John. *Disney During World War II: How the Walt Disney Studio Contributed to Victory in the War*. New York, Los Angeles: Disney Editions, 2014.
- BECK, Jerry; FRIEDWALD, Will. *Looney tunes and merrie melodies: a complete illustrated guide to the Warner Bros. Cartoons*. New York: H. Holt, 1989.
- BENNETT, M. Todd. *One world, big screen: Hollywood, the Allies, and World War II*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2012.
- BERNARD, Warren. *Cartoons for Victory*. Seattle: Fantagraphics Books, 2015.
- BERNSTEIN, Robin. *Racial Innocence: Performing American Childhood from Slavery to Civil Rights*. New York: New York University Press, 2001.
- BIRDWELL, Michael R. *Celluloid Soldiers: The Warner Bros. Campaign Against Nazism*. New York: New York University Press, 2000.
- BLACK, Gregory D. KOPPEL, Clayton R. *Hollywood goes to war: how politics, profits, and propaganda shaped World War II movies*. Berkeley: University of California Press, 1990.
- _____. "What to Show the World: The Office of War Information and Hollywood, 1942-1945." *The Journal of American History*, vol. 64, no. 1, 1977.
- BODNAR, John. *Bonds of affection: Americans define their patriotism*. Princeton: Princeton University Press, 1996.
- BRODA, Paula de Castro. *Health for the Americas: as animações dos Estúdios Walt Disney voltadas para as famílias latino-americanas no contexto da Política da Boa Vizinhança (1940-1946)*. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado e Licenciatura em História) – Universidade Federal de São Paulo, Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Guarulhos, 2013.

- BROWN, James W. MACHOWSKI, James Stanley. "Propaganda in Warner Brothers World War II Cartoons". Paper presented at Annual Meeting of Association for Education in Journalism and Mass Communication. Corvallis, 1983. [Microfiche]
- CAMPBELL, D'Ann. "Women in Combat: The World War II Experience in the United States, Great Britain, Germany, and the Soviet Union". *The Journal of Military History*, Vol. 57, No. 2, Apr., 1993.
- CAPELATO, Maria H. R. *Multidões em cena: Propaganda política no varguismo e no peronismo*. São Paulo: Editora Unesp, 2009.
- _____.; MORETTIN, Eduardo; NAPOLITANO, Marcos; SALIBA, Elias Thomé. *História e Cinema*. São Paulo: Ed. Alameda, 2011.
- _____.; DUTRA, Eliane. Representação Política. O reconhecimento de um conceito na historiografia brasileira. IN: CARDOSO, Ciro F.; MALERBA, Jurandir (org). *Representações. Contribuição a um debate transdisciplinar*. Campinas: Papirus, 2000.
- CHARTIER, Roger. "O mundo como representação". *Revista Estudos Avançados*. Vol.5 n.11. São Paulo, Jan./Abr. 1991.
- _____. "História intelectual e história das mentalidades". In: *A história cultural entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, 1990.
- CLAMPIN, David. *Advertising and propaganda in World War II: cultural identity and the blitz spirit*. London; New York: I.B. Tauris, 2014.
- CRAFTON, Donald. *Before Mickey: the animated film, 1898-1928*. Cambridge: MIT Press, 1982.
- CULBERT, David. *Film and propaganda in America: a documentary history Vol II – World War II*. New York: Greenwood Press, 1990
- _____. *Film and propaganda in America: a documentary history Vol III – World War II*. New York: Greenwood Press, 1990.
- DANIELS, Roger. *Concentration Camps USA: Japanese Americans and World War II*. New York: Hill and Wang, 1993. DENIS, Sébastien. *O cinema de animação*. Lisboa: Edições Texto&Grafia, 2010.
- DEZEM, Rogério. *Matizes do "Amarelo": a gênese dos discursos sobre os orientais no Brasil (1878-1908)*. São Paulo: Humanitas, 2005.
- DOHERTY, Thomas. *Projections of war: Hollywood, American culture, and World War II*. New York: Columbia University Press, 1999.

- DOOB, Leonard W. *Propaganda; its psychology and technique*. New York: H. Holt and Company, 1935.
- _____ . *Patriotism and nationalism, their psychological foundations*. Westport, Conn.: Greenwood Press, 1976, 1964.
- _____ . "Goebbels' Principles of Propaganda". Oxford: *The Public Opinion Quarterly*. Oxford University Press. Vol. 14, No. 3 (Autumn), 1950.
- DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para ler o Pato Donald*. São Paulo: Paz e Terra, 1980.
- DOVER, John. *War without mercy: Race & power in the pacific war*. New York: Pantheon books, 1986
- ENDO, Masako. "The Making of Japanese Femininity: Women, Civilization, and War, from 1868 to 1945". *History Research*, New York. Vol. 2, No. 4, Apr. 2012
- FERREIRA, Sidney F. "Walt Disney: política e indústria de entretenimento". *Revista Comunicare*, Vol, 2, nº1, 1º semestre de 2002.
- _____ . "A guerra nas telas do cinema: a experiência de Hollywood". *Líbero*, São Paulo, ano VI, vol 8, nº 11, 2004.
- FERRAZ, Francisco C. A. F., RODRIGUES, Pauline B. "Os Estados Unidos e as bases sociais e institucionais para o retorno dos ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial". Maringá: *Diálogos*, v. 14, n. 3, 2010.
- FERRO, Marc. *Cinema e história*. São Paulo: Paz e Terra, 2010.
- _____ . *História da Segunda Guerra Mundial*. São Paulo: Ática, 1995.
- FLEISCHER, Richard. *Out of the inkwell: Max Fleischer and the animation revolution*. Lexington: University Press of Kentucky, 2005.
- FLEISHER, Wilfrid. *Our enemy Japan*. Washington, D.C.: Infantry Journal, 1942.
- FRIEND, Theodore. *The blue-eyed enemy: Japan against the West in Java and Luzon, 1942-1945*. Princeton: Princeton University Press, 1988.
- FULLER, Karla R. *Hollywood goes Oriental: CaucAsian performance in American film*. Detroit: Wayne State University Press, 2010.
- FURNISS, Maureen. *Chuck Jones: conversations*. Jackson: University Press of Mississippi, 2005.
- _____ . *Animation: art & industry*. Herts: John Libbey; Bloomington: Distributed in North America by Indiana University Press, 2009.

- FURHAMMAR, Leif; ISAKSSON, Folke. *Cinema e política*. 2ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- FYNE, Robert. *The Hollywood propaganda of World War II*. Metuchen: Scarecrow Press, 1994.
- GABLER, Neal. *Walt Disney: o triunfo da imaginação americana*. Osasco: Novo Século, 2009.
- GOLDMARK, Daniel. *Tunes for 'toons: music and the Hollywood cartoon*. Berkeley: University of California Press, 2005.
- GOLDMARK, Daniel; KEIL, Charlie. *Funny pictures: animation and comedy in studio-era Hollywood*. Berkeley: University of California Press, 2011.
- HEGARTY, Marilyn E. *Victory girls, khaki-wackies, and patriotutes: the regulation of female sexuality during World War II*. New York : New York University Press, 2008.
- HERNÁNDEZ, María Lorenzo. “The *doublesense* of animated images: a view on the Paradoxes of Animation as a Visual Language”. *Animation Studies Online Journal*. Vol.2, 2007, disponível em: <http://journal.animationstudies.org/wp-content/uploads/2008/01/ASVol2Art5ML_Hernandez.pdf>, acessado em 12 de outubro de 2015.
- HIGH, Peter B. *The Imperial screen: Japanese film culture in the Fifteen years' war, 1931-1945*. Madison: University of Wisconsin Press, 2003.
- HOBSBAWM, Eric. *Era dos extremos: O breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
- JACKSON, Kathy Merlock. *Walt Disney: conversations*. Jackson: University Press of Mississippi, 2006.
- JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao sul do rio grande – imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000.
- _____ . *Estados Unidos: a consolidação da nação*. São Paulo: Editora Contexto, 2001.
- KARNAL, Leandro *et al.* *História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI*. São Paulo: Editora Contexto, 2007.
- KIMBLE, James J. *Mobilizing the Home Front: war Bonds and Domestic Propaganda*. College Station: Texas A & M University Press, 2006
- KITAMURA, Hiroshi. *Screening enlightenment: Hollywood and the cultural reconstruction of defeated Japan*. Ithaca: Cornell University Press, 2010.

- LEHMAN, Christopher P. *The Colored cartoon: Black representation in American animated short films, 1907-1954*. Amherst: University of Massachusetts Press, 2007.
- LINGEMAN, Richard R. *Don't you know there's a war on? The American home front, 1941-1945*. New York: Capricorn Books, 1970.
- MAGNOLI, Demétrio (Org). *História das Guerras*. São Paulo: Editora Contexto, 2001
- MATTOS, A.C. de Gomes. *Do cinetoscópio ao cinema digital: breve história do cinema americano*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.
- MAZOWER, Mark. *Continente sombrio: A Europa no século XX*. São Paulo: Cia das Letras, 2001;
- MALTIN, Leonard. *Of mice and magic: a history of American animated cartoons*. New York: McGraw-Hill, 1980.
- MENDELSSOHN, Peter de. *Japan's political warfare*. London, G. Allen & Unwin Ltd, 1944.
- MICHENER, Roger. *Nationality, patriotism, and nationalism in liberal democratic societies*. St. Paul: Paragon House; Professors World Peace Academy, 1993.
- MILLER, Diana Disney. *A história de Walt Disney (como foi contada à Pete Martin)*. Rio de Janeiro: Editora Vecchi, 1960.
- MILLNER, Cork; SPERLING, Cass Warner; WARNER Jr, Jack. *Hollywood be thy name: the Warner Brothers story*. Rocklin: Prima Pub., 1994.
- MINEAR, Richard. H. *Dr. Seuss Goes to War: The World War II Editorial Cartoons of Theodor Seuss Geisel*. New York: The New Press, 1999
- MOON, Krystyn R. “There’s no yellow in the Red, White and Blue”: The creation of Anti-Japanese music during World War II. *Pacific Historical Review*. Vol. 72, No. 3, Aug, 2003.
- MORLEY, James W. *The final confrontation: Japan's negotiations with the United States, 1941*. Trad. David A. Titus. New York: Columbia University Press, 1994.
- MORGAN, Judith; MORGAN, Neil. *Dr. Seuss & Mr. Geisel: a biograph*. New York: Da Capo Press, 1996.
- MOYA, Álvaro de. *O Mundo de Disney*. São Paulo: Geração Editorial, 1996.
- MYERS, James M. *The Bureau of Motion Pictures and its influence on film content during World War II: the reasons for its failure*. Lewiston: Edwin Mellen Press, 1998.
- NOGUEIRA, Luís. *Manuais de cinema II: Géneros cinematográficos*. Covilhã: Livros LabCom, 2010.

- PEARY, Danny; PEARY, Gerald. *The American animated cartoon: a critical anthology*. New York: Dutton, 1980.
- PEREIRA, Wagner P. *O poder das imagens: cinema e política nos governos de Adolf Hitler e de Franklin D. Roosevelt (1933-1945)*. São Paulo: Ed. Alameda, 2012.
- PERI, Don. *Working with Walt: interviews with Disney artists*. Jackson: University Press of Mississippi, 2008.
- _____ . *Working with Disney: interviews with animators, producers, and artists*. Jackson: University Press of Mississippi, 2011.
- PILLING, Jayne. *A reader in animation studies*. London: John Libbey, 1997.
- PRADO, Maria L. C. "Identidades latinoamericanas (1870-1930)". In: MORA, Enrique A. (diretor); CARBÓ, Eduardo P. (Codirector/Org.). *Historia General de América Latina - Volumen VII: Los proyectos nacionales latinoamericanos: sus instrumentos y articulación, 1870-1930*. Ied.Paris: Ediciones UNESCO / Editorial Trotta, 2009.
- RENOV, Michael. *Hollywood's wartime woman: representation and ideology*. Ann Arbor: UMI Research Press, 1988.
- ROBBINS, Jane M.J. *Tokyo calling: Japanese overseas radio broadcasting 1937-1945*. Fucecchio, Italy: European Press Academic Pub., 2001.
- ROEDER Jr., George H. "Censoring Disorder: American visual imagery of World War II". In: ERENBERG, Lewis A.; HIRSCH, Susan E. (eds.). *The War in American Culture: Society and Consciousness during World War II*. Chicago: The University of Chicago Press, 1996
- SADLIER, Darlene J. *Americans all: good neighbor cultural diplomacy in World War II*. Austin: University of Texas Press, 2012.
- SAID, Edward. *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007
- SALIBA, Elias Thomé. *Raizes do riso – a representação humorística na História brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio*. São Paulo: Editora Cia. das letras, 2002.
- SALVATORE, Ricardo D. "The Enterprise of Knowledge: Representational Machines of Informal Empire". In: JOSEPH, Gilbert M; LEGRAND, Catherine C; SALVATORE, Ricardo D. *Close encounters of Empire: writing the cultural history of U.S.-Latin American relations*. Durham: Duke University Press, 1998.

- SANDLER, Kevin S. *Reading the Rabbit: Explorations in Warner Bros. Animation*. New Jersey: Rutgers University Press, 1998.
- SAMMOND, Nicholas. *Birth of an industry: blackface minstrelsy and the rise of American animation*. Durham: Duke University Press, 2015.
- SHALE, Richard. *Donald Duck joins up: the Walt Disney Studio during World War II*. Ann Arbor: UMI Research Press, 1982.
- SHULL, Michael S; WILT, David E. *Hollywood war films, 1937-1945: an exhaustive filmography of American feature-length motion pictures relating to World War II*. Jefferson: McFarland & Co., 1996.
- _____ . *Doing their bit: wartime American animated short films (1939-1945)*. Jefferson: McFarland, 2004.
- SKLAR, Robert. *Movie-made America: a cultural history of American movies*. New York: Vintage Books, 1994.
- SMITH, Dave. *Disney A to Z: the official encyclopedia*. New York: Hyperion, 1996.
- SMOODIN, Eric. *Animating culture: Hollywood cartoons from the sound era*. New Brunswick: Rutgers University Press, 1993.
- _____ . *Disney discourse: producing the Magic Kingdom*. New York: Routledge, 1994.
- SOLOMON, Charles. *Enchanted drawings: the history of animation*. New York: Knopf, 1989.
- STARR, Kevin. *Embattled Dreams: California in War and Peace, 1940-50*. New York: Oxford University Press, 2002.
- TELOTTE, J. P. *Animating space: from Mickey to Wall-E*. Lexington: University Press of Kentucky, 2010.
- TOTA, Antônio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda guerra*. São Paulo: Editora Cia. Das Letras, 2000.
- TUETH, Michael V. *Reeling with laughter: American film comedies from Anarchy to Mockumentary*. Lambam, Toronto: The Scarecrow Press, INC. 2012.
- UNITED STATES. Office of War Information. *OWI in the ETO, a report on the activities of the Office of War Information in the European Theatre of Operations, January 1944-January 1945*. London: Office of War Information, 1945.
- VALIM, Alexandre B. “Da boa vizinhança à cortina de ferro: política e cinema nas relações Brasil-EUA em meados do século XX”. In: MUNHOZ, Sidnei J.; SILVA,

Francisco C. T. da. (Orgs.). *As relações Brasil-Estados Unidos: séculos XX e XXI*. Maringá: Eduem, 2011.

- WAPSHOTT, Nicholas. *The sphinx: Franklin Roosevelt, the Isolationists, and the road to World War II*. New York: W.W. Norton & Company, 2015.
- WELLS, Paul. *Understanding animation*. London, New York: Routledge, 1998.
- _____ . *Animation and America*. New Brunswick: Rutgers University Press, 2002.
- _____ . *The animated bestiary: animals, cartoons, and culture*. New Brunswick: Rutgers University Press, 2009.
- WHITE, Allen. *Defense for America: The views of Quincy Wright [and others]*. New York, Macmillan, 1940.
- WINKLER, Allan M. *The politics of propaganda: the Office of War Information, 1942-1945*. New Haven: Yale University Press, 1978.
- WONG, Eugene Franklin. *On visual media racism: Asians in the American motion pictures*. New York: Arno Press, 1978.
- ZAGNI, Rodrigo Medina. *Integração e identidades em conflito: As políticas culturais dos Estados Unidos para a América Latina durante a Segunda Guerra Mundial e a montagem do moderno sistema Pan-Americano. (os casos de Brasil, México e Argentina)*. Dissertação de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo – USP, 2011.
- VALIM, Alexandre B. “Da boa vizinhança à cortina de ferro: política e cinema nas relações Brasil-EUA em meados do século XX”. In: MUNHOZ, Sidnei J.; SILVA, Francisco C. T. da. (Orgs.). *As relações Brasil-Estados Unidos: séculos XX e XXI*. Maringá: Eduem, 2011
- VAUGHN, Stephen. “Morality and Entertainment: The Origins of the Motion Picture Production Code.” *The Journal of American History*, vol. 77, no. 1, 1990.
- VIRILIO, Paul. *Guerra e cinema: logística da percepção*. São Paulo: Boitempo, 2005.

Sites

- ANÔNIMO. “Cultural References”. In: *Looney Tunes Wiki*. Disponível em: <http://looneytunes.wikia.com/wiki/Plane_Daffy>, acesso em: 05/10/2015.
- ANÔNIMO. “Tokyo Woes”. *Looney Tunes Wiki*. In: <http://looneytunes.wikia.com/wiki/Tokyo_Woes>, acessado em: 07/10/2015.

- THE BIG Cartoon Database, disponível em: <<http://www.bcdb.com/cartoon/6317-Chicken-Little>>, acessado em 10/05/2015.
- COMFORT-Women.org. Disponível em: <<http://web.archive.org/web/20070615011715/http://www.comfort-women.org/v2/faqs.html>>, acessado em: 05 de janeiro de 2017;
- THE ENCYCLOPEDIA of Disney Animated Shorts: <<http://www.disneyshorts.org/shorts.aspx?shortID=376>>; acessado em: 15/05/2015.
- GELEDÉS – Instituto da Mulher Negra. Disponível em <<http://www.geledes.org.br>>, acessado em: 25/11/2016.
- HARTLEY, Steven. "The Ducktators (1942)". In: *Likely Looney, mostly Merrie*. Disponível em: <<http://likelylooneymostlymerrie.blogspot.com.br/2015/07/376-ducktators-1942.html>>, acessado em 01/07/2015.
- THE AMERICAN Presidency Project, disponível em: <<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=16068>>, acessado em: 12 de fevereiro de 2016.
- THE INTERNET Animation Database, disponível em: <http://www.intanibase.com/shorts.aspx?shortID=376studioID=1#page=general_info>, acessado em: 10/05/2015.
- OSCARS History. Disponível em: <<http://www.oscars.org/awardsdatabase/>>, acessado em: 14/08/2014.
- PROQUEST Congressional. Disponível em: <<http://congressional.proquest.com/congcomp/getdoc?HEARING-ID=HRG-1941-ICS-0010>>, acessado em: 10 de março de 2016.
- PFLAU, Ann E. "The legend of Tokyo Rose". In: _____. *Gls, Gender and Domesticity during World War III*. Disponível em: <<http://www.gutenberg-e.org/pfau/chapter5.html>>, acessado em: 09/10/2015.