

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO**  
**ESCOLA DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS**

Paula de Castro Broda

***“This is our fight!”: as animações de Hollywood utilizadas como propaganda política  
pelos Estados Unidos na II Guerra Mundial (1940-1945)***

Projeto de Mestrado apresentado para  
participação em processo seletivo do programa  
de Pós-Graduação em História da Universidade  
Federal de São Paulo

Guarulhos

2013

## Resumo

Esta pesquisa pretende analisar a produção de desenhos animados estadunidenses voltados para a propaganda de guerra entre 1940-1945, período no qual Hollywood viveu sua “época de ouro” das animações. 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, procuraremos analisar como essa propaganda política foi construída nas animações, valendo-se, entre outras estratégias, da afirmação da identidade estadunidense em oposição aos inimigos: o alemão, o italiano e o japonês. É nosso objetivo, também, verificar se e de que maneira os aliados, incluindo países da América Latina, são apresentados nos desenhos, e que argumentos são mobilizados para justificar algumas alianças menos prováveis, como a dos EUA com a URSS. Além disso, procuraremos investigar como órgãos estatais (como o *Office of War Information*) criados no contexto da II Guerra se relacionaram com os estúdios por meio de jogos políticos que envolveram acordos, censura, e a determinação das temáticas a serem abordadas.

## Introdução e Justificativa

O presente projeto de mestrado é um desdobramento de uma pesquisa anterior<sup>1</sup> realizada durante a graduação em História na Universidade Federal de São Paulo, que nos revelou a importância que os estúdios de Hollywood tiveram ao longo da II Guerra Mundial, principalmente no período imediatamente posterior à entrada dos Estados Unidos no conflito. Este país se serviu da indústria cultural<sup>2</sup> para estimular a venda dos bônus de guerra<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Sob orientação da Profa. Dra. Mariana Martins Villaça desenvolvemos a Iniciação Científica “*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)*”, que foi contemplada com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) ao longo de 2012.

<sup>2</sup> Para uma reflexão sobre a indústria cultural, é fundamental considerar a obra de Theodor W. Adorno, Para este e Max Horkheimer, a *Indústria Cultural* possui padrões estéticos e formais que se repetem com intenções voltadas ao consumismo e oferece às massas produtos que promovem certa satisfação ou bem estar, ainda que essas sensações sejam efêmeras. Ao longo da pesquisa procuraremos nos aprofundar sobre as relações que se estabelecem entre a indústria cultural e a propaganda de guerra. Ver: ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. “A Indústria Cultural – o Iluminismo como mistificação das massas”. In: ADORNO, Theodor W. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2002.

(fundamental à economia interna), o recrutamento militar, o patriotismo, bem como a propagação de valores indenitários – como o *american way of life* – a outros países.

Já durante a I Guerra Mundial os Estados Unidos utilizaram o cinema como estratégia política para divulgação de discursos propagandísticos. Nos anos 1930, a indústria cinematográfica foi a última a ser atingindo pela crise econômica, e a primeira a se recuperar. Segundo Eric Hobsbawm, no começo do século XX o cinema foi a principal forma de atingir às massas na Europa e nos EUA, uma vez que a imprensa escrita exigia um público alvo letrado, enquanto que os filmes, principalmente após o advento da sonorização, abrangiam praticamente todas as camadas sociais<sup>4</sup>.

Ao longo da II Guerra, de acordo com o historiador Alexandre Busko Valim<sup>5</sup>, o então presidente Franklin D. Roosevelt utilizou amplamente esse mecanismo, sendo a propaganda dirigida para quatro tipos de público: (a) o *front* interno e as tropas combatentes; (b) países amigos; (c) países neutros; (d) países inimigos.

Um aspecto relacionado a esse tema, bastante estudado pela historiografia latino-americana e estadunidense, foi a construção das relações entre os EUA e diversos países do continente por meio do *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), órgão estatal responsável pela supervisão e elaboração de propaganda cultural estadunidense para a América Latina. Este órgão produziu diversos longa-metragens, curtas animados e programas de rádio que não apenas objetivavam a propagação do *american way of life*, mas também pretendiam construir uma identidade latino-americana para os estadunidenses<sup>6</sup>.

---

<sup>3</sup> Os bônus de guerra foram uma importante ferramenta utilizada pelo presidente Franklin D. Roosevelt ao longo da II Guerra Mundial. Primeiramente, era uma forma de auxiliar o combate à grande inflação gerada pela quebra da bolsa de 1929. Além disso, esta foi uma maneira encontrada pelo presidente para mobilizar a opinião pública sobre o envolvimento dos EUA no conflito, envolvendo a população e estabelecendo um laço de participação de todos naquela causa, alavancando o patriotismo e reforçando o lugar de cada indivíduo na unidade nacional. As campanhas publicitárias tiveram papel decisivo na venda dos bônus de guerra, abrangendo setores públicos, privados e artísticos. De acordo com Leonardo Santos, o discurso midiático queria unir o *cidadão-contribuinte ao soldado-combatente no front* de guerra. In: SANTOS, Leonardo M. “Ajude a esmagar o eixo!” – uma análise comparada da campanha dos Bônus de Guerra no Brasil e nos Estados Unidos da América (1941-1945). Relatório de Exame Geral de qualificação do programa de Pós-Graduação em História Comparada da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013.

<sup>4</sup> HOBBSAWM, Eric. *Era dos extremos – o breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Cia das Letras, 2007.p. 34.

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> Podemos citar, como exemplo, os filmes *Serenata Tropical* (1940) e *Uma noite no Rio* (1941), que têm como estrela principal Carmen Miranda e as animações dos Estúdios Walt Disney *Alô, amigos!* (1942) e *Você já foi à Bahia?* (1944).

Nesse sentido, cabe frisar que os Estados Unidos criaram diversas agências nessa época<sup>7</sup>, por meio das quais a comunicação poderia e *deveria* ser controlada pelo governo, ainda que tal controle, formalmente, contrariasse sua própria Constituição – baseada em princípios liberais<sup>8</sup>. Valim destaca, ainda, que os EUA foram o país que mais produziram propaganda para ser disseminada pelo cinema. Essa era uma “estratégia” de guerra para o país se afirmar enquanto exemplo para as demais nações, aparecendo nas produções como um povo justo e democrático, ao mesmo tempo em que essas obras serviam para menosprezar, demonizar e caricaturar seus inimigos, culpando-os pelo conflito. Os desenhos animados “do *front* interno”, isto é, voltados para a população estadunidense, conforme a tipologia de Valim, também procuravam vilanizar os inimigos e valorizar o patriotismo, convencendo o público sobre a importância da aquisição dos bônus de guerra.

Assim, durante o governo Roosevelt, é impossível dissociar o cinema estadunidense das questões políticas voltadas à II Guerra Mundial. De acordo com o historiador Wagner Pinheiro Pereira, foi durante a II Guerra Mundial que Hollywood refletiu “as questões candentes desse panorama internacional e foi instrumentalizado, como nenhuma outra época, como arma de propaganda política”<sup>9</sup>. Essa atuação é evidente em dados informados pelo crítico e historiador do cinema Antônio Carlos Gomes de Mattos, que destaca a fundação, em 1936, da *Liga anti-nazista* de Hollywood que tinha como bandeira a luta contra o antissemitismo e o advento da *The Motion Picture Artist’s Committee*, que levantou dinheiro para a causa legalista na Guerra Civil Espanhola<sup>10</sup>.

O presidente Roosevelt considerava muito importante que os filmes hollywoodianos tivessem a função de informar, entreter e, sobretudo, convencer<sup>11</sup>. Por isso, após o ataque japonês à Pearl Harbor, nomeou o jornalista Lowell Mellett como coordenador dos filmes de

---

<sup>7</sup> Alguns exemplos são o OCIAA, já citado, criado em 1940. Além dessa agência, levantamos outras como *Office of War Information* (OWI), de 1942; *Office of Facts and Figures*, de 1941 e o *Office of Strategic Services* (OSS), do mesmo ano, apontado como uma espécie de embrião da *Central Intelligence Agency* (CIA). Sobre esse último órgão, ver: VALIM, Alexandre B. *Op. cit.* p. 413.

<sup>8</sup> Vale lembrar que as intervenções do governo nos filmes de Hollywood resultaram em longos processos envolvendo a questão da censura e o monopólio da produção, distribuição e exposição dos filmes. Esses embates tiveram como alguns dos resultados a criação do Código Hays (1930) que regulamentava a indústria cinematográfica e criou um código de censura dos próprios estúdios e o *Production Code Administration* (1934), responsável por avaliar o conteúdo das produções e apontar o que poderia ou não ser veiculado nelas. In: MONTEIRO, Erica G. D. “Diplomacia Hollywoodiana: Estado, indústria cinematográfica e as relações interamericanas durante a II Guerra Mundial”. Campinas: *Revista História Social*, n. 20, primeiro semestre de 2011. p. 47

<sup>9</sup> 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. 229.

<sup>10</sup> MATTOS, A.C. de Gomes. *Do cinetoscópio ao cinema digital: breve história do cinema americano*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

<sup>11</sup> PEREIRA, Wagner P. *op.cit.* p. 231.

propaganda e mediador das negociações entre Hollywood e o governo dos EUA. Mellett estipulou que os estúdios de Hollywood que estavam colaborando nos esforços de guerra deveriam realizar produções que tratassem, basicamente, de seis assuntos específicos: (a) as justificativas da guerra: os motivos da entrada dos EUA no conflito e como seria possível trazer novamente a paz ao mundo; (b) o inimigo: quem era, quais suas características, como atuava; (c) os aliados: quem eram, porque a população estadunidense deveria também apoiá-los; (d) trabalho e produção: qual era o papel de cada cidadão naquela guerra; (e) o *front* interno: os sacrifícios que a população deveria fazer para ajudar na guerra; (f) as Forças Armadas dos EUA: seus objetivos e desempenho nas batalhas. Através do Comitê de Atividades de Guerra (*War Activities Committee – WAC*), essas produções foram distribuídas gratuitamente às salas de cinema<sup>12</sup>.

Em 1942, com a criação do *Office of War Information (OWI)*, a relação entre Hollywood e o governo estadunidense assumiu dimensões mais estritas, já que o órgão – dirigido por Elmer Davis – atuava diretamente no mercado interno e externo. Tal órgão difundia informações sobre a guerra para as populações estadunidenses e aliadas não apenas por meio do cinema, como também da imprensa e do rádio. O já citado OCIAA, por exemplo, era vinculado a essa agência. Com o aumento da importância do OCIAA, esse órgão passou a dividir suas responsabilidades com o OWI, produzindo material voltado, especificamente, para a América Latina.

Dentre as produções do OWI e do OCIAA estão as fontes de nossa pesquisa. Tais animações são importantes pois revelam determinadas estratégias de propaganda, a preocupação com a amplitude do público, 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. Pensando nas relações entre Estados Unidos e América Latina, como já apontado, os Estúdios Walt Disney tiveram atuação importante, produzindo diversos desenhos animados que procuram identificar o povo, costumes e tradições latino-americanas para os estadunidenses<sup>13</sup>. Além disso, alguns

---

<sup>12</sup> Idem, *ibidem*.

<sup>13</sup> Sobre a questão da identidade e as representações de latino-americanos apresentadas pelos desenhos de Walt Disney, ver os trabalhos de KAUFMAN, J. B. *South of border with Disney: Walt Disney and the Good Neighbor Program, 1941-48*. New York: Walt Disney Foundation Press, 2009; PEREIRA, Wagner Pinheiro. “A Ditadura das Imagens: Cinema e Propaganda nos Regimes Políticos de Massa da Europa e da América Latina (1922-1955)”. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo e FERRER, Jorge. (Org.). *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2010; PURCELL, Fernando. “Cine, propaganda y el mundo de Disney en Chile durante la Segunda Guerra Mundial”. *História*. Disponível em: <<http://revistahistoria.uc.cl/estudios/2241>>; TOTA, Antônio Pedro. *Imperialismo*

curtas procuravam propor um modelo de desenvolvimento para América Latina, pautado no exemplo estadunidense, através da abordagem de questões que envolviam educação alimentar, saúde e higiene básica<sup>14</sup>.

Embora a historiografia sobre o cinema e a II guerra seja ampla, há poucos estudos sobre os desenhos animados do período, e grande parte da bibliografia utilizada neste projeto encontra-se em língua inglesa. Apesar da pouca produção historiográfica brasileira acerca do tema, em um levantamento de fontes realizado na Internet, pudemos perceber que o uso das animações como propaganda de guerra foi intenso em praticamente todos os países envolvidos no conflito, caso do Japão<sup>15</sup>, Alemanha<sup>16</sup>, Itália<sup>17</sup> e Rússia<sup>18</sup>.

No entanto, para aproximarmos-nos desse tema e compreender a importância que as animações adquiriram na II Guerra, no caso dos EUA, faz-se necessário um breve histórico desse gênero nesse país.

A história da animação nos EUA começa nos primeiros anos do século XX. Durante a Primeira Guerra houve a produção de animações voltadas ao treinamento de soldados do Exército. A partir do final dos anos 1930 Hollywood começa a viver sua “era de ouro” das animações<sup>19</sup>: em 1935 os Estúdios Walt Disney lançaram o curta pacifista *Music Land*, da série *Silly Symphonies*, que situavam Romeu e Julieta em um cenário de guerra. Por ter sido o único estúdio a ser considerado oficialmente pelo governo estadunidense como “fábrica de produções de guerra” durante o conflito, foi o que mais produziu material propagandístico,

---

*Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000; 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.

<sup>14</sup> Essas questões foram estudadas em nossa pesquisa de Iniciação científica e monografia, tendo como fonte a série *Health for the Americas*, produzidas pelos Estúdios Walt Disney entre 1945 e 1946, sob a supervisão do OCIAA.

<sup>15</sup> Podemos citar os curtas *Osaru Sankichi: Bokura no Kaiheidan* (O macaco Sankichi: nossa marinha – 1941); *Nippon Banzai* (Banzai Japão – 1943); *Maabou no Rakkasan Butai* (A unidade paraquedista de Maabou – 1943); *Momotarou no Umiwashii* (as águias do mar de Momotaro – 1943).

<sup>16</sup> *Der Störenfried* (O encrenqueiro – 1940), *Vom Bäumlein, das andere Blätter hat gewollt Das güldene Bäumchen* (A pequena árvore que desejava por folhas diferentes – 1940), *Hochzeit im Korallenmeer* (Casamento no mar de coral – 1943).

<sup>17</sup> *Inghilterra contro Europa* (Inglaterra contra a Europa – 1940); *Il Dottor Churkill* (O Doutor Churkill – 1941).

<sup>18</sup> *Стервятники* (Os Vultures – 1941); *Не топтать фашистскому сапогу Нашей Родины* (Botas fascistas não devem pisar na nossa Pátria mãe - 1941); *Журнал политсатиры № 2* (Noticiário de Politsatire N° 2 – 1941); *Кино-цирк* (Cinema Circus – 1942).

<sup>19</sup> SHULL, Michael S., WILT, David E. *Doing their bit: wartime American animated short films (1939-1945)*. Jefferson: McFarland, 2004. p. 17

realizando mais de quatrocentas produções entre curtas militares, educacionais, longas para a Política de Boa Vizinhança e documentários<sup>20</sup>.

Além dos Estúdios Walt Disney, outros grandes estúdios lançaram animações voltadas para a propaganda de guerra, como a Warner Bros., a 20th century Fox, a Paramount e a MGM. A Warner, aliás, já havia lançado o curta de animação *Porky's hero agency* em 1937, que fazia alusão à tensão da Europa pré-conflito. Esse mesmo estúdio foi o responsável pela produção do filme *Confessions of a Nazi Spy*, de 1939, que foi considerado o primeiro filme antinazista produzido nos EUA<sup>21</sup>. Assim, ao longo da análise, procuraremos investigar o papel que as animações adquirem dentro de Hollywood nesse contexto de conflito mundial.

## Objetivos

Levando em conta a importância que o cinema teve durante o período da II Guerra Mundial para os EUA e, particularmente, o peso das animações nessa produção, esta pesquisa objetiva analisar as representações de inimigos e de aliados que foram construídas nas animações estadunidenses entre 1940 e 1945. Segundo Roger Chartier, ainda que esteja em constante processo de ressignificação, a representação pode levar à generalização de uma ideia ou imaginário específico como uma verdade absoluta, criando estigmas e estereótipos, paradigmas que se renovam e persistem por anos<sup>22</sup>. Nesse sentido, acreditamos que as animações sejam fontes privilegiadas para a abordagem de tais elementos.

Assim, nosso propósito fundamental é compreender qual e de que forma a imagem do inimigo foi construída pelas animações. Para isso, nelas identificamos previamente alguns estereótipos aos quais certamente se somarão a outros traços ao longo da pesquisa, que nos parecem pertinentes à análise. Apresento-os, seguidos de questões específicas a cada caso, que procuraremos investigar:

(a) o alemão. Ao analisar seus estereótipos, procuraremos perceber se há, assim como isso se nota nos filmes, uma preocupação em distinguir o povo alemão do regime nazista, este geralmente representado pela figura de Hitler;

(b) o italiano. Comumente retratado como um tipo de caráter ambíguo, sendo também considerado o elo mais fraco do Eixo, “não compartilhando da mesma imagem ou amplitude

---

<sup>20</sup> PEREIRA, Wagner P. *op. cit.* p. 239.

<sup>21</sup> Idem, p. 491-492.

<sup>22</sup> CHARTIER, Roger. “O mundo como representação”. *Revista Estudos Avançados*. Vol.5 n.11. São Paulo, Jan./Abr. 1991

ameaçadora que os teutônicos nazistas ou os japoneses”<sup>23</sup>, investigaremos os traços e as razões dessa ambigüidade.

(c) o japonês. Como parte do forte discurso antinipônico vigente nos EUA, observamos que esse tipo é retratado como irracional, desprovido de qualquer inteligência, sanguinário, geralmente caricaturado com orelhas e dentes enormes, lembrando pragas como ratos<sup>24</sup>. Pretendemos analisar outras marcas dessa construção e as possíveis oscilações nessas representações ao longo da guerra.

(d) os aliados. Embora poucas produções tratem desse tema, notamos que há sempre uma preocupação em demonstrar os aliados como parceiros dos EUA, envolvendo um discurso positivo e a luta unificada para levar a paz e a democracia ao mundo. Essa preocupação engloba, inclusive, a América Latina e a URSS. Pretendemos, assim, entender como esses aliados são representados e de que maneira esses discursos são construídos, apresentando as estratégias de legitimação (se houverem) das alianças (como a dos Estados Unidos com a União Soviética).

Por fim, é também nossa intenção entender como as empresas cinematográficas hollywoodianas e o governo estadunidense protagonizaram jogos políticos dos quais o cinema foi pivô, definindo estratégias e temas que orientavam a produção dos desenhos. Acreditamos que a análise fílmica possibilitará compreender de que forma as tensões políticas e os pactos firmados entre os dois polos (empresas e governo) se fazem presentes nas escolhas estéticas e nos discursos latentes nas animações. Além disso, a eventual identificação de lapsos<sup>25</sup>, contradições e ambigüidades nas obras poderá contribuir para nossas reflexões sobre essas produções e o momento político em questão.

## **Material e Métodos**

Para a concepção do presente projeto, realizamos, por meio da Internet e de pesquisas bibliográficas, um levantamento preliminar de fontes, envolvendo as produções dos grandes estúdios entre 1940 e 1945. Deste total, serão escolhidas para a análise pormenorizada (plano a plano) as animações que explorem as temáticas expostas de forma privilegiada, ou que

---

<sup>23</sup> PEREIRA, Wagner P. *op. cit.* p. 522.

<sup>24</sup> *Idem*, p. 538.

<sup>25</sup> Para Marc Ferro, o filme tem a capacidade de revelar o real funcionamento de uma sociedade. Nele está presente o discurso oficial, mas também as contradições, dúvidas e incertezas do diretor, muitas vezes deixadas inconscientemente pelos produtores da película. In: FERRO, Marc. “O filme: uma contra-análise da sociedade?”. In: LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre (org.). *História: novos objetos*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1989. p. 202-3.



atendam a outros critérios que porventura surjam no decorrer da pesquisa, ao assistirmos e avaliarmos cada um desses curtas. Identificamos, a seguir, as seguintes animações:

*Columbia Studios*

- The house that Jack built (1939)
- The way of all pests (1941)
- Mr. Moocher (1944)
- Brotherhood of man (1945)
- Ku-ku Nuts (1945)

*Warner Bros Studios*

- Rookie Revue (1941)
- Daffy's southern expousure (1942)
- The Ducktators (1942)
- The Wacky Wabbit (1942)
- Confusions of a Nutzy Spy (1943)
- Fifth Column Mouse (1943)
- Scrap Happy Daffy (1943)
- Super Rabbit (1943)
- Tokio Jokio (1943)
- Yankee Doodle Daffy (1943)
- Bugs Bunny nip the Nips (1944)
- Russian Rhapsody (1944)
- Slightly Daffy (1944)
- Draftee Daffy (1945)
- Herr Meets Hare (1945)

*Metro-Goldwyn-Mayer (MGM)*

- The Rookie Bear (1941)
- The Blitz Wolf (1942)
- The Yankee Doodle Mouse (1943)
- War Dogs (1943)

*Universal (Walter Lantz Studios)*

- Pigeon Patrol (1942)
- Canine Commandos (1943)

*Walt Disney Studios*

- 7 Wise Dwarfs (1941)
- The Thrifty Pig (1941)
- All Together (1942)
- Donald's Decision (1942)
- Sky Trooper (1942)
- The Army Mascot (1942)
- The New Spirit (1942)
- The Vanishing Private (1942)
- Der Fuehrer's Face (1943)
- Fall Out, Fall In (1943)
- Private Pluto (1943)
- The Spirit Of '43 (1943)
- How To Be A Sailor (1944)

Série *Mr. Hook*<sup>26</sup>

- Take Heed Mr. Tojo (1943)
- The Return of Mr. Hook (1945)
- Tokyo Woes (1945)
- The Good Egg (1945)

A partir desse levantamento prévio e feita a seleção mencionada, partiremos para a análise fílmica buscando entender como é a representação do *outro* e que questões envolvem a construção de identidades nos desenhos animados. Sobre esse tema, será fundamental a

---

<sup>26</sup> *Mr Hook* é uma série constituída por quatro curtas-metragens realizados por dois estúdios diferentes. A primeira animação foi produzida por Walter Lantz Studios, e as seguintes pela Warner Bros Studios.

análise sobre o conceito de identidade desenvolvida pela historiadora Maria Ligia Prado<sup>27</sup>, na qual ela afirma que a construção da identidade está fundamentalmente calcada na relação com o “outro”. Usaremos, também, o trabalho de Rodrigo Patto Sá Motta, que analisa a questão do “outro” como inimigo em caricaturas anticomunistas no Brasil<sup>28</sup>. No campo dos estudos sobre cinema, ainda que não trate especificamente de animações, será importante a obra de Tunico Amâncio<sup>29</sup>, que analisa estereótipos do “outro” – no caso de sua pesquisa, o Brasil – no cinema europeu e estadunidense.

Para tratar da questão da “identidade” e do “outro” no âmbito específico de nosso objeto, a saber: os usos do cinema como propaganda política pelos EUA no contexto da II Guerra Mundial, existem ainda alguns importantes trabalhos historiográficos que tecem reflexões sobre a relação entre cinema e política, partindo de temas específicos, que servirão como referência em nossa pesquisa. São eles os trabalhos de Cláudio Aguiar Almeida<sup>30</sup>, Wagner Pinheiro Pereira<sup>31</sup> e Andréa Helena Puydinger de Fazio<sup>32</sup>. Há, ainda, discussões amplas sobre cinema e política<sup>33</sup> que serão importantes para entendermos a questão da representação do inimigo no cinema<sup>34</sup>, particularmente, o cinema de animação.

O cinema, assim, é o ponto de partida para a nossa reflexão. Faz algum tempo que os historiadores tomam o cinema como fonte histórica. No entanto, data de algumas décadas um denso debate sobre a forma de utilizá-lo em nosso ofício.

---

<sup>27</sup> 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, p. 583-615, 2009.

<sup>28</sup> MOTTA, Rodrigo P. S. *Em guarda contra o “perigo vermelho”: o anticomunismo no Brasil (1917-1964)*. São Paulo: Perspectiva/ FAPESP, 2002.

<sup>29</sup> AMÂNCIO, Tunico. *O Brasil dos gringos: imagens no cinema*. Niterói: Ed. Intertextos, 2000.

<sup>30</sup> ALMEIDA, Cláudio A. *O cinema como “agitador de almas”: Argila, uma cena do Estado Novo*. São Paulo: Ed. Annablume, 1999; e \_\_\_\_\_. “O cinema brasileiro no Estado Novo: o Diálogo com a Itália, Alemanha e URSS”. *Revista de Sociologia e Política*. Curitiba, Nº 12, 1999.

<sup>31</sup> 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.

<sup>32</sup> FAZIO, Andréa H. P. de. *Cultura, política e representações do México no cinema norte-americano: “Viva Zapata!” de Elia Kazan*. Dissertação de Mestrado do programa de Pós-Graduação em História da Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita campus Assis, 2010.

<sup>33</sup> FURHAMMAR, Leif; ISAKSSON, Folke. *Cinema e política*. 2ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001; MANDUCA, Alexandre. “Fronteiras imprecisas: o cinema como instrumento de propaganda ideológica”. *Revista UniABC – Humanas*. Santo André: vol. 1, ano 1, 2010.

<sup>34</sup> Sobre a representação no cinema podemos citar os trabalhos de PEREIRA, Wagner P. “O triunfo do Reich de Mil Anos: cinema e propaganda política na Alemanha Nazista (1933-1945)”; KAMINSKI, Rosane. “Do texto à imagem: as faces da violência nas crianças nazistas em *Aleluia, Gretchen!*”; LOBO, Júlio C. “A guerra do Vietnã segundo John Wayne e Cia: uma análise do filme *Os Boínas Verdes*”. Todos esses artigos estão presentes no livro organizado por CAPELATO, Maria H; MORETTIN, Eduardo; NAPOLITANO, Marcos; SALIBA, Elias Thomé. *História e Cinema*. São Paulo: Ed. Alameda, 2011.

As discussões a respeito do anacronismo, da “verdade histórica” nos filmes, da relação do cinema com o Estado e a função do historiador como profissional privilegiado para identificar esses elementos foram levantadas nos anos 1970 por Marc Ferro, um dos pioneiros a considerar a fonte fílmica na análise histórica.

Segundo Ferro, o cinema é um testemunho singular de seu tempo, pois revela as tensões e o funcionamento da sociedade, registrando-os. Esse historiador concebeu o estudo do cinema como uma “nova ciência”. Ferro defendia que o cinema como um todo não é a História, mas que sem ele não poderíamos conhecer nosso tempo. Deste modo, a “aceitação do cinema como fonte histórica indica uma mudança de estatuto do historiador na sociedade, assim como mostra a nova utilidade que certas fontes passam a ter em função de sua nova missão”<sup>35</sup>. Mas isso não deve excluir o uso de fontes escritas na pesquisa. Em nosso caso, iremos nos valer de roteiros, listagens de premiação do Oscar, comentários e críticas das animações que circularam na época.

Para Ferro, não há um único gênero cinematográficos que deva ser trabalhado pelo historiador. Todos apresentam estilos próprios de “observar” e “revelar” a sociedade, incluindo filmes ficcionais. Além disso, o autor considera que o cinema pode subverter o poder estatal e a ideologia hegemônica, mesmo em regimes autoritários, revelando-se ao historiador como um documento alternativo às fontes de caráter “oficial”. Assim, consideramos que as animações também podem ser fontes privilegiadas para a compreensão de ideologias, políticas culturais, discursos de propaganda e outras problemáticas pertinentes ao estudo da História contemporânea.

Eduardo Morettin e Marcos Napolitano criticam o posicionamento do autor ao pressupor certa “neutralidade” no registro cinematográfico, pois a manipulação, entendida em seu sentido amplo, é intrínseca à linguagem fílmica e deve ser levada em consideração na análise. Cada produção advém de uma visão de mundo particular – seja do diretor ou da instituição/ Estado que o patrocina –, carregada de opiniões, ideologias e preconceitos. Além disso, as cenas são montadas, encenadas e gravadas mediante escolhas da produção. Segundo Morettin,

Essa idéia de distanciamento associada à neutralidade dos pontos de vista em um filme nos remete a uma determinada concepção de discurso fílmico da história que se quer impessoal, como requer a ciência. Nele teoricamente não haveria espaços para manifestações de subjetividade, entendidas aqui como denunciadoras da presença do

---

<sup>35</sup> MORETTIN, Eduardo. “O cinema como fonte histórica na obra de Marc Ferro”. In: CAPELATO, Maria H. et al (orgs). *História e Cinema: Dimensões históricas do audiovisual*. São Paulo: Editora Alameda, 2007. p. 47

narrador e não como um espaço oposto ao da “objetividade”. Ao apagar esses sinais evidenciadores de sua intromissão, essa concepção nos passa a idéia de um relato que “fala” por si, mostrando-se sem nenhum tipo de interposição entre o filme e o espectador.<sup>36</sup>

Como afirma Ismael Xavier, há sempre um princípio orientador das escolhas, que, no entanto, derivam em uma gama de sentidos e significados, conformando uma “pluralidade de canais”. Essas não evitam manipulações, nem contradições. O cinema *sempre* terá mediação, seja em virtude de um ideal de representação, seja em função dos enquadramentos e movimentos da câmera, seja em razão do posicionamento do narrador, entre outras diversas variáveis. De fato, a autenticidade dos fatos presentes nos roteiros ou sua suposta qualidade não são fatores que determinam a validade das fontes e a análise pretendida. O que interessa aos historiadores, sobretudo, é a análise *do quê* o filme está dizendo e *de que maneira* este constrói sua narrativa.

Como aponta Napolitano, os filmes não criam saberes históricos novos, mas reproduzem e reforçam um tipo de visão ou narrativa sobre ele. Por isso, é nosso interesse problematizar essa visão e a própria tensão entre a História e a Ficção presentes nas animações.

É sabido que o cinema foi utilizado por diversos governos como instrumento ideológico, principalmente em períodos de guerra<sup>37</sup>. Podemos citar o cinema soviético, o cinema alemão nazista, o cinema italiano fascista, ou a produção de órgãos estatais de propaganda dos governos populistas latino-americanos na América do Sul, caso de Getúlio Vargas no Brasil e Juan Domingo Perón na Argentina<sup>38</sup>. Nos Estados Unidos isso não foi diferente. Como já mencionado, desde as primeiras grandes produções comerciais nesse país, como o filme *O nascimento de uma nação* (D.W. Griffith, 1915) entre outras lançadas no contexto da Primeira Guerra Mundial, os filmes eram utilizadas para veiculação de discursos propagandísticos. Nos anos 1930, período de recessão devido à crise econômica, os filmes foram utilizados para tentar disseminar na população 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*, no qual o Lobo Mau

---

<sup>36</sup> MORETTIN, Eduardo. *Op. cit.* p. 52-3.

<sup>37</sup> Sobre esse tema, ver FERRO, Marc. *Cinema e história*. São Paulo: Paz e Terra, 2010 e VIRILIO, Paul. *Guerra e cinema: logística da percepção*. São Paulo: Boitempo, 2005.

<sup>38</sup> Sobre esse assunto, ver PEREIRA, Wagner Pinheiro. “O espetáculo do poder: políticas de comunicação e propaganda nos fascismos europeus e nos populismos latino-americanos (1922-1955)”. In: SEBRIAN, Raphael Nunes Nicoletti (org). *Do político e suas interpretações*. Campinas: Pontes Editores, 2009.

representava a depressão e sua conhecida música tema “quem tem medo do Lobo Mau?” procurava rechaçar o medo e a desesperança coletiva.<sup>39</sup>

Nesse sentido, no período das grandes guerras o uso de desenhos animados como difusores de ideologia foi muito mais intenso. De acordo com o historiador Sidney Leite, “na avaliação do governo norte-americano, o cinema deveria atuar intensamente, a fim de instigar a sociedade a lutar em todas as frentes contra os inimigos”<sup>40</sup>. Há, assim, uma série de princípios fundamentais que norteiam as produções do período da guerra, os quais também se aplicam às animações, tais como “ênfasis ao heroísmo e bravura do soldado norte-americano”, “identificar o cenário com precisão, se possível valendo-se de mapas do local onde se passa o conflito abordado pelo roteiro”, “apresentar pequena mensagem das tropas aliadas na região, apontando as dificuldades enfrentadas, mas, ao mesmo tempo, transmitindo otimismo quanto à vitória que se avizinha”<sup>41</sup>.

Diversas animações, nessa perspectiva, 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. Pernalonga, famoso coelho da divisão de animação dos estúdios Warner Bros<sup>42</sup>, por exemplo, aparece várias vezes fardado ou exaltando o exército dos Estados Unidos. Por outro lado, como apontado por Alexandre Valim, havia uma tendência de ridicularizar<sup>43</sup> os inimigos ou caracterizá-los como monstros assustadores e cruéis<sup>44</sup>, 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 acorda com um susto, e percebe que estava sonhando, sentindo-se aliviado por viver na democracia estadunidense. Vale dizer que *Der fuehrer's face* recebeu o Oscar de melhor curta de animação em 1942 e *Os três porquinhos* já havia recebido o mesmo prêmio em 1933.

Há algumas dificuldades metodológicas que se apresentam aos estudiosos das animações, a começar pela definição desse objeto considerando a diferenciação que se faz entre “desenho animado” e “cinema de animação”. O próprio *Dicionário técnico e crítico de cinema* afirma que *animação* é “por um lado, um laboratório figurativo, levando ao máximo

---

<sup>39</sup> LEITE, Sidney Ferreira. “A guerra nas telas do cinema: a experiência de Hollywood”. *Libero*, São Paulo, ano VI, vol 8, nº 11, 2004.

<sup>40</sup> Idem, p. 119.

<sup>41</sup> LEITE, Sidney Ferreira *Op. cit.* p. 121.

<sup>42</sup> É o caso das animações *Super Rabbit* (1943) e *Bugs Bunny Nip the Nips* (1944).

<sup>43</sup> Podemos citar, também dos Estúdios Warner Bros: *The ducktators* (1942), *Confusions of a Nutzy Spy* (1943), *Tokio Jokio* (1943), *Daffy – the comando* (1943)

<sup>44</sup> VALIM, Alexandre Busko. *Op.cit.*, 2011.p. 412

as possibilidades da imagem em movimento; por outro lado, um revelador ideológico do cinema em geral”, enquanto que o *desenho animado* é um gênero “reputado a destinar-se a crianças”<sup>45</sup>.

Ora, dividir as fontes de animação nessas duas categorias implicaria em pressupor uma hierarquia ou, ainda, ignorar que as técnicas empregadas nas *animações* também são utilizadas para a produção de *desenhos animados*<sup>46</sup>. Particularmente, não concordamos com esta dicotomia, pois sugere certo desprezo pelos “desenhos animados” apenas pelo fato dele ser destinado “a crianças”. De acordo com o conceito de Estado entrincheirado de Harold Lasweel, uma das maneiras mais eficazes de estabelecer conexão entre a produção e seu público é se referir a ele exatamente como criança, o que nos mostra a importância de percebemos nos desenhos suas intenções, críticas e ideologias por trás de seu roteiro aparentemente inocente.

Para analisarmos as animações, será de fundamental importância a leitura de alguns trabalhos voltados a esse tipo de objeto, ainda que não sejam especificamente da área de História<sup>47</sup>. O uso de certos recursos estáticos e narrativos como o uso da trilha sonora, as reviravoltas na animação sem um motivo lógico, o uso da comédia para justificar as atitudes e escolhas das personagens, o absurdo permeando a obra, a intervenção do narrador através do diálogo com as personagens ou de sua representação corporal na história, etc.

Outra discussão importante que norteará nossa pesquisa será a questão da propaganda. De acordo com Célia Szniter, o termo é tão antigo quanto a própria política, sendo possível reconhecê-la sempre que haja uma relação entre a multidão e um líder envolvendo persuasão, crença em mitos e utilização de simbologias<sup>48</sup>. Wagner Pereira aponta que propaganda adquire uma conotação negativa quando associada à estratégias de manipulação, persuasão e

---

<sup>45</sup> AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Op. cit.* p. 18-19

<sup>46</sup> Vale lembrar que o termo “desenho animado” vem de uma técnica de animação chamada *Celanimation*, inventado por John Bray, que consiste em desenhar em folhas de nitrato de celuloide (acetato). Ao longo de anos, esta foi a técnica mais. In: NOGUEIRA, Luis. *Op. Cit.* p.67 e 75.

<sup>47</sup>BARRIER, Michael. *Hollywood Cartoons: American Animation in Its Golden Age*. Oxford: Oxford University Press, 2004; DENIS, Sébastien. *O cinema de animação*. Lisboa: Edições Texto&Grafia, 2010; GIESEN, Rolf; STORM, J.P. *Animation Under the Swastika: A History of Trickfilm in Nazi Germany, 1933-1945*. Jefferson: McFarland, 2012. HOFFER, Thomas W. *Animation: a reference guide*. Westport: Greenwood Press, 1982; ILLING, Jayne. *Cartoons and the Movies*. Paris: Dreamland, 1997; \_\_\_\_\_. *A Reader in Animation Studies*. London: John Libby, 1997; NAPIER, Susan J. *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Japanese Animation*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005; NOGUEIRA, Luis. *Manuais de cinema II: Géneros cinematográficos*. Covilhã: Livros LabCom, 2010; SANDLER, Kevin S. *Reading the Rabbit: Explorations in Warner Bros. Animation*. New Jersey: Rutgers University Press, 1998; SHULL, Michael S., WILT, David E. *Doing their bit: wartime American animated short films (1939-1945)*. Jefferson: McFarland, 2004. WELLS, Paul. *Understanding Animation*. London: Routledge, 1998.

<sup>48</sup> SZNITER, Célia *apud* PEREIRA, Wagner P. *op cit.* p. 16

engano, sobretudo se associadas às ideologias do século XX. Sobre isso, Alexandre Valim, citando o pesquisador italiano Giame Alonge defende que propaganda pode ser entendida como um conceito sem esta conotação pejorativa, afirmando que “é uma atividade de uma organização oficial voltada para disseminar consenso em torno de uma política de promoção do governo, cuja organização é a expressão sobre a opinião pública do seu próprio país ou de um país estrangeiro”<sup>49</sup>.

Pereira aponta que na I Guerra Mundial a propaganda moderna foi utilizada para conquistar a opinião pública através dos meios de comunicação em massa, a fim de disseminar mensagens favoráveis às diretrizes políticas e, assim, aumentar o número de recrutamento no exército.

Apesar de ser usada também pelos Estados Unidos, por meio da censura e da manipulação de informações unidos a uma guerra psicológica que pretendia destruir a moral do inimigo, o conceito de propaganda foi cada vez mais relacionado aos regimes totalitários. Talvez por isso, os órgãos oficiais, nos EUA, adotavam termos mais amenos como “serviços de informação” ou “educação pública” para se referir à sua própria propaganda governamental. Por esse e outros motivos, acreditamos que não cabe realizar apenas a análise das animações sem investigarmos a ação dos órgãos de propaganda e suas relações com os estúdios de Hollywood. Assim, pretendemos desenvolver uma pesquisa que amarre esses pontos e contribua com novas fontes e problemáticas para o aprofundamento dos estudos sobre Cinema e História, especialmente no período da II Guerra Mundial.

#### **Cronograma e plano de trabalho (por semestres)**

<b>Atividades</b>	<b>1º sem/2014</b>	<b>2º sem/2014</b>	<b>1ºsem/2015</b>	<b>2ºsem/2015</b>
Cumprimento das disciplinas da Pós-Graduação, participação em seminários e congressos científicos.	X	X		
Leitura e fichamento da bibliografia	X	X	X	
Análise de documentos audiovisuais	X	X	X	

<sup>49</sup> VALIM, Alexandre B. *op. cit.* p. 412.



Estruturação e elaboração dos primeiros capítulos		X	X	
Exame de Qualificação			X	
Reestruturação da dissertação, complementação de leituras e de análise conforme sugestão da Banca de Qualificação			X	X
Redação dos capítulos finais			X	X
Revisão da dissertação e entrega				X

### **Bibliografia**

ADORNO, Theodor W. *Industria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2002.

ALMEIDA, Cláudio A. *O cinema como "agitador de almas": Argila, uma cena do Estado Novo*. São Paulo: Ed. Annablume, 1999.

\_\_\_\_\_. "O cinema brasileiro no Estado Novo: o Diálogo com a Itália, Alemanha e URSS". *Revista de Sociologia e Política*. Curitiba, Nº 12, 1999.

AMANCIO, Tunico. *O Brasil dos gringos: imagens no cinema*. Niterói: Ed. Intertextos, 2000.

BARRIER, Michael. *Hollywood Cartoons: American Animation in Its Golden Age*. Oxford: Oxford University Press, 2004.

CAPELATO, Maria H. R. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*. Campinas: Papirus, 1998.

CAPELATO, Maria H; MORETTIN, Eduardo; NAPOLITANO, Marcos; SALIBA, Elias Thomé. *História e Cinema*. São Paulo: Ed. Alameda, 2011.

CHARTIER, Roger. "O mundo como representação". *Revista Estudos Avançados*. Vol.5 n.11. São Paulo, Jan./Abr. 1991.

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, Associação Editorial Humanitas, 2005.

FAZIO, Andréa H. P. de. *Cultura, política e representações do México no cinema norte-americano: "Viva Zapata!" de Elia Kazan*. Dissertação de Mestrado do programa de Pós-

Graduação em História da Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita campus Assis, 2010.

FERRO, Marc. *Cinema e história*. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

FURHAMMAR, Leif; ISAKSSON, Folke. *Cinema e política*. 2ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

GIESEN, Rolf; STORM, J.P. *Animation Under the Swastika: A History of Trickfilm in Nazi Germany, 1933-1945*. Jefferson: McFarland, 2012.

HOBBSAWM, Eric. *Era dos extremos – o breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

HOFFER, Thomas W. *Animation: a reference guide*. Westport: Greenwood Press, 1982.

ILLING, Jayne. *Cartoons and the Movies*. Paris: Dreamland, 1997.

\_\_\_\_\_. *A Reader in Animation Studies*. London: John Libby, 1997.

KAUFMAN, J. B. *South of border with Disney: Walt Disney and the Good Neighbor Program, 1941-48*. New York: Walt Disney Foundation Press, 2009.

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

MANDUCA, Alexandre. “Fronteiras imprecisas: o cinema como instrumento de propaganda ideológica”. *Revista UniABC – Humanas*. Santo André: vol. 1, ano 1, 2010.

MATTOS, A.C. de Gomes. *Do cinetoscópio ao cinema digital: breve história do cinema americano*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

MONTEIRO, Erica G. D. “Diplomacia Hollywoodiana: Estado, indústria cinematográfica e as relações interamericanas durante a II Guerra Mundial”. Campinas: *Revista História Social*, n. 20, primeiro semestre de 2011.

MOTTA, Rodrigo P. S. *Em guarda contra o “perigo vermelho”: o anticomunismo no Brasil (1917-1964)*. São Paulo: Perspectiva/ FAPESP, 2002.

NAPIER, Susan J. *Anime from Akira to Howl’s Moving Castle: Experiencing Japanese Animation*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005.

NOGUEIRA, Luís. *Manuais de cinema II: Gêneros cinematográficos*. Covilhã: Livros LabCom, 2010.

PEREIRA, Wagner Pinheiro. “O espetáculo do poder: políticas de comunicação e propaganda nos fascismos europeus e nos populismos latino-americanos (1922-1955)”. In: SEBRIAN, Raphael Nunes Nicoletti (org). *Do político e suas interpretações*. Campinas: Pontes Editores, 2009.

\_\_\_\_\_. “A Ditadura das Imagens: Cinema e Propaganda nos Regimes Políticos de Massa da Europa e da América Latina (1922-1955)”. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da; SCHURSTER, Karl; LAPSKY, Igor; CABRAL, Ricardo e FERRER, Jorge. (Org.). *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2010.

\_\_\_\_\_. *O poder das imagens: cinema e política nos governos de Adolf Hitler e de Franklin D. Roosevelt (1933-1945)*. São Paulo: Ed. Alameda, 2012.

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, p. 583-615, 2009.

PURCELL, Fernando. "Cine, propaganda y el mundo de Disney en Chile durante la Segunda Guerra Mundial". *História*. Disponível em: <<http://revistahistoria.uc.cl/estudios/2241>>; último acesso em 10/02/2013.

SANDLER, Kevin S. *Reading the Rabbit: Explorations in Warner Bros. Animation*. New Jersey: Rutgers University Press, 1998.

SANTOS, Leonardo M. “Ajude a esmagar o eixo!” – uma análise comparada da campanha dos Bônus de Guerra no Brasil e nos Estados Unidos da América (1941-1945). Relatório de Exame Geral de qualificação do programa de Pós-Graduação em História Comparada da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013.

SHULL, Michael S., WILT, David E. *Doing their bit: wartime American animated short films (1939-1945)*. Jefferson: McFarland, 2004.

TOTA, Antônio Pedro. *Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

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.

VIRILIO, Paul. *Guerra e cinema: logística da percepção*. São Paulo: Boitempo, 2005.

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.

WELLS, Paul. *Understanding Animation*. London: Routledge, 1998.

