



A ICONICIDADE DO PERSONAGEM ZÉ CARIOCA PARA O UFANISMO AMERICANO NO BRASIL

MONTEIRO, Tabitha Molina - UEMS
OLIVEIRA, Janayne Pereira - UEMS

RESUMO

Com intuito de compreender os fenômenos semiológicos e as consequências pragmáticas na utilização de um signo em uso ao ufanismo, a pesquisa buscou analisar o personagem emblemático da Disney, o Zé Carioca, criado na época da Segunda Guerra Mundial, cujo propósito era aproximar o Brasil dos EUA, assim a pesquisa investiga toda a sua característica e o contexto de sua origem. Desse modo, traçou como objetivo investigar a iconicidade do personagem Zé Carioca com instrumento patriótico excessivo. Para tal, a pesquisa foi delineada por meio de uma revisão de literatura utilizando os autores Peirce (1990), Santaella e Vieira (2008), Simões (2017; 2019), Quadros e Arinos (1968), Tota (2000), entre outros. Por fim, conclui-se que***

Palavras-Chave: Iconicidade; Ufanismo, Disney; Zé Carioca.

ABSTRACT

In order to understand the semiological phenomena and the pragmatic consequences in the use of a sign used in ufanism, the research sought to analyze the emblematic character of Disney, Zé Carioca, created at the time of the Second World War, whose purpose was to bring Brazil closer to the USA, so the research investigates all its characteristics and the context of its origin. Thus, he set out to investigate the iconicity of the character Zé Carioca with an excessive patriotic instrument. To this end, the research was designed through a literature review using the authors Peirce (1990), Santaella and Vieira (2008), Simões (2017; 2019), Quadros and Arinos (1968), Tota (2000), among others. Finally, it is concluded that ***

Keywords: Iconicity; Ufanism, Disney; Zé Carioca.

INTRODUÇÃO

Ao pensarmos no personagem Zé Carioca, imediatamente remetemos a figura icônica do típico malandro carioca dos anos 1940, com seu chapéu panamá e gravada borboleta, muito samba no pé e o falar “carioquêx”. Entretanto, apesar de suas características emblemáticas, a sua criação derivou-se de um arsenal propagandista estadunidense na época da Segunda Guerra Mundial (2GM).



Diante disso, traçou a problemática: Como a iconicidade do personagem zé carioca propiciou o ufanismo americano no Brasil? Para tal, elencou como objetivo geral: Investigar a iconicidade do personagem Zé Carioca com instrumento patriótico excessivo. E os objetivos específicos: Analisar a teoria peirciana sobre ícone; compreender o a implantação do Projeto Nacional Desenvolvimentista e a Integração das Américas na época da 2GM e refletir sobre a criação e características do personagem carioca.

A pesquisa foi delineada por meio de uma revisão de literatura utilizando o referencial teórico baseado no estudo semiótico de Peirce (1990), que observa os elementos da tríade pedagógica signo, interpretante e objeto, ou seja, como o sujeito percebe, conceitua e relaciona a imagem, para compreender sua funcionalidade o signo pode ser apresentado em formato de ícone, índice ou símbolo. Dessa maneira, foi realizada análise icônica do personagem Zé Carioca, com contribuição dos teóricos Simões (2009, 2019) e Santaella (1999, 2008), considerando que a representação do objeto esta vinculado nas relações de similaridade, para identificação de sua existência. Além de Quadros e Arinos (1968), e Tota (2000) que exploram a temática sobre a americanização do Brasil na época da segunda guerra. Além de artigos, monografias e artigos, explorando de forma qualitativamente a temática realizando uma análise descritiva das informações obtidas na pesquisa.

TEORIA PEIRCIANA SOBRE A ICONICIDADE

Com intuito de compreender os fenômenos semiológicos e as consequências pragmáticas na utilização de um signo em uso ao ufanismo, seguindo análise na linha semiótica de Charles Sanders Peirce, em seus três níveis de funcionamento ícone, índice e simbólico. Nessa perspectiva, o estudo relaciona o objeto e seu interpretante ao signo gerado, que forma a junção triádica, em consonância segundo Santaella (2003, p. 35) observa que a “o signo é uma coisa que representa uma outra coisa: seu objeto”.

Nessa premissa, são analisados os recursos linguísticos recorrendo aos aparatos analíticos da semiótica peirciana, se pensa na produção de significação mais complexas que inclui as formas de percepção e representação. Para Charles Sanders Peirce, o signo é um *representamén*, elemento que representa algo para alguém e o interpretante o signo mais desenvolvido. É isso que forma a relação triádica de signo (Peirce, 1990 *apud* Ferrara, 1986, p. 66).



Definida como a teoria geral dos signos, seu propósito é compreender as ações do signo sendo ela a semiótica, por meio de uma lógica dos signos, ou seja, a semiótica. Colaborando com a ideia, segundo Santaella (2008), todo pensamento se dá em signos é a famosa tese anticartesiana com que Peirce deu partida à criação da semiótica. Qualquer coisa, de qualquer espécie, que esteja presente à mente – imagem ou quase-imagem, relações claras ou vagas entre ideias, palavras soltas ou articuladas, memória, som, afecções, emoções – é signo genuíno ou quase-signos (SANTAELLA; VIEIRA, 2008, p.57).

Assim é possível entender, por meio da semiótica proporciona diversas maneiras de olhar, seja para a linguagem verbal ou não verbal, sendo ele um processo de comunicação, trata-se da resposta da relação entre o signo e seu sujeito (SIMÕES, 2019, p. 47) Desse modo, determina possíveis análises semióticas de ícones, índices e símbolos utilizados como instrumento de manipulação da realidade, na qual submete as questões socioculturais com inferências psíquicas que interferem no inconsciente, interferindo no modo de notar a realidade, Simões (2017, p. 50) sugere que a semiótica visual, “a imagem é uma manifestação auto-suficiente, é um texto porque comunica uma mensagem”.

Diante desta constatação, a semiótica auxilia nas análises referentes à construção de um signo icônico e sua utilização como aparelho nacionalista e patriótico, como objeto de estudo analítico em torno da criação e desenvolvimento do personagem Zé Carioca, no período da década de 40 e seu reflexo na concepção da imagem da nacionalidade brasileira. Santaella e Nöth (1999, p. 59) mencionam o papel significativo da imagem, mencionam como curioso “o modo como exploramos uma imagem, o que é feito não de modo global, mas por fixações sucessivas que duram alguns décimos de segundo cada uma e limitam-se às partes das imagens mais providas de informações”.

PROJETO NACIONAL DESENVOLVIMENTISTA E A INTEGRAÇÃO DAS AMÉRICAS

A guerra eclodiu, países se aliando, tornando blocos hegemônicos, de um lado Eixo, com os países Alemanha, Itália e Japão e de outro a aliança, com Inglaterra, França e mais tarde Estados Unidos. Assim, dava-se o início uma das maiores e emblemáticas batalhas, a Segunda Guerra Mundial.



Brasil, nesse ínterim, passava por um golpe de Estado, que levou a posse de Getúlio Dornelas Vargas a presidência. O governo Vargas se firmava por ideais autoritários e tinha um projeto político ideológico, implantado sob a ditadura conhecida como “Estado Novo”.

Contudo, o Brasil essencialmente agrícola, era considerado um país “atrasado”, sendo necessário elevá-lo a outro patamar e a partir da Revolução de 30 iniciou mudanças significativas na forma de produção, aproximando-o ao mundo capitalista de produção. Com a industrialização e urbanização do país, havia a necessidade de formar indivíduos para mão de obra capacitada com conhecimento nas novas tecnologias e bens produzidos nos países industrializados (FAUSTO, 2001).

A proclamação com que o presidente-ditador anunciou ao país o novo regime indica claramente as suas preocupações básicas. O cuidado imediato era defender o Brasil contra o comunismo, espantoso que servira de pretexto ao golpe de Estado. Mas, além dessa intenção próxima, transparecem os objetivos duráveis, O nacionalismo centralizador surge em afirmações como esta: “A consciência das nossas responsabilidades indicava imperativamente o dever de restaurar a autoridade nacional!” Como aplicação prática desse princípio, Vargas eliminou a autonomia dos Estados, condenou a expolição que era o endividamento ao estrangeiro, sentiu a necessidade imperiosa de se criar a grande siderurgia, de se aparelhar as forças armadas e de expandir a indústria nacional (QUADROS, ARINOS, 1968, p. 66).

Analisando o panorama internacional, no período anterior a Guerra, observa-se uma baixa de valores democráticos, países de tradições culturais estavam em declínio, havendo um levante de diversas formas de ditadura. Logo, o ufanismo nacionalista parecia uma solução mais viável.

Desse modo, a princípio as tendências estatizantes e nacionalistas aproximavam em modelos fascistas italiano e alemão, havia muitos simpatizantes do nazismo, visto que a “Alemanha Nazista era o maior cliente nas trocas internacionais” (QUADROS, ARINOS, 1968, p. 68).

Assim, esse ideário começava se assemelhar as práticas espalhadas pelos mundo, um projeto nacionalista, procurou conhecer a identidade nacional, desenvolvendo noções de uma “democracia racial”, exteriorizando o povo brasileiro e suas raízes, cuja miscigenação era por brancos descendentes de portugueses, índios e negros, compondo uma sociedade multirracial e sem conflitos (ROMANELLI, 2014).



A luta ideológica se processava na disputa internacional de novos mercados de consumos políticos e o Brasil tornou-se o grande centro de competição entre as ideologias totalitárias⁴ na América latina, delineia-se uma fase de pressões contraditórias de origens democráticas e totalitárias.

A fórmula ideológica estava em ambos os lados, os Estados Unidos usavam o americanismo, *American way of life*, isto é, ideias de liberdade, de consumo, do indivíduo, do progresso. A Alemanha buscava no germanismo, *Deushtum*, a defesa das raízes dos povos germânicos, uma justificativa ideológica conservadora para a expansão e modernização (TOTA, 2000).

Os militares identificavam a produção em massa das indústrias de *bugingangas* dos norte-americanos com os desvarios de uma sociedade excessivamente materializada e mercantilizada [...] o avanço implacável dos nazistas na Europa ocidental na primeira metade da década de 1940 entusiasmou não só o alto escalão do governo brasileiro, mas também as populações de origem germânica do Sul do país [...] (TOTA, 2000, p. 23).

Desse modo, se de um lado, o Brasil em seu ideal político autoritário aproximando do grupo do Eixo, por outro contrapunha, o capitalismo engendrou nas formas de relação de trabalho, e o consumo sobrepôs, traçando novas configurações, a “americanização” do Brasil estava começando.

AMERICANIZAÇÃO DO BRASIL POR MEIO DO PERSONAGEM ZÉ CARIOCA

Os Estados Unidos estavam preocupados com a possível dominação nazifascista brasileira, logo, começa buscar estratégias para sua aproximação, envia diversos pesquisadores a fim de investigar sobre a posição dos intelectuais⁵ sobre a situação mundial. Organiza um plano para espalhar a ideologia capitalista em toda América latina, iniciando a implantação da indústria cultural americana (QUADROS, ARINOS, 1968; TOTA, 2000), cuja a intencionalidade era trazer

⁴⁴ O termo totalitarismo tornou-se adjetivo corrente e frequentemente aplicado para os governos da Itália Fascista e Alemanha Nacional-socialista (LUKACS, 1998).

⁵ Estavam nessa massa intelectual escritores, artistas, professores, jornalistas, como Lima Barreto, Carlos Drummond de Andrade, Monteiro Lobato, entre outros.



o Brasil para o seu lado na Guerra, o que de fato se materializa com a instalação da base área americana em natal, que ficou conhecida com Parnamirim Field (TOTA, 2000).

Segundo Tota (2000) A “Política da boa vizinhança”, como ficou conhecida, as visitas e acordos do então presidente Franklin Delano Roosevelt com Vargas, foi um instrumento, de amplo espectro para execução do plano de americanização, um poderoso armamento intencional, uma fábrica de ideologias, um encantamento, verdadeiro imperialismo sedutor.

Roosevelt reforça essa aliança com a seguinte declaração “[...]Eu me empenharei no estabelecimento de uma política de respeito para com nosso vizinhos [...] bons vizinhos devem cumprir acordos e respeitar tratados [...]” (TOTA, 2000, p. 177).

Com relação a “Política da boa vizinhança”, Ferreira (2007) contribui,

Os norte-americanos, apesar de redigirem um texto nesse formato, prevendo igualdade, avistavam um caminho mais intenso de cuidado com o continente americano como um todo, trazendo à tona a política do século XIX, da doutrina Monroe, “América para americanos”, e estabelecendo vínculos nas décadas de 1930 e 1940 que alcançavam mais a influência da cultura, em que o cinema era um importante veículo de exportação (FERREIRA, 2007, p. 5).

Nessa perspectiva, iniciava os esforços de guerra na luta contra o Eixo, incluindo no rádio, cinema, televisão e quadrinhos. Carmem Miranda⁶ foi um dos símbolos dessa aproximação e uma das artistas mais bem pagas em Hollywood, estrelando 8 filmes, se apresentando no rádio com Orson Welles, um dos radialistas mais famosos dos EUA e cantando e dançando na Broadway. Além de diversos filmes utilizando o Brasil como cenário, tendo um departamento exclusivo para adaptá-los para português e espanhol (TOTA, 2000; McCANN, 2015).

Walt Disney foi um dos grande contribuidores desse cenário, produzindo filmes, desenhos e curtas educacionais elevava o ideário patriótico na guerra. Um exemplo foi o curta metragem “Dea Fuehrer’s face”, que lhe rendeu um Oscar.

Nesse curta de animação, agraciado como Oscar® em 1942, a personagem Donald vive como um nazista trabalhando nas fábricas armamentistas. Todo o ambiente é claustrofóbico. Temos a reificação do homem peça de uma

⁶ Há muitas controvérsias que cercam Carmen Miranda, o próprio Tota (2000) reserva em sua obra um capítulo discutindo a trajetória da artista, que sofria algumas críticas por não ser tão “autêntica baiana”, “transformara em um estereótipo da mulher latino americana”.



engrenagem, ao mesmo tempo em que tudo à volta do Donald Nazista, tem elementos como a suástica a foto de Hitler e a musicalidade de canções alemãs, levadas a um caráter de auto-ridicularização (FERREIRA, 2007, p. 3).

No Brasil serviu ainda mais, “as produções da Disney foram decisivas para a formação de um estereótipo que se difundiu mundo afora no período pós-segunda guerra mundial” (MASSAGLI, 2018, p. 242). Estereótipo deturbado do brasileiro, uma falsa representação, delegando a malandragem, como típica do povo brasileiro.

Zé Carioca é um papagaio antropomorfizado, retratado como preguiçoso, malandro, que gosta de enganar as pessoas, sempre se esconde de seus credores e gosta de flertar com muitas mulheres. Em suma, seria a representação falsa de um malandro. Digo falsa porque é uma representação unidimensional, que faz desses traços um atalho para essencializar uma identidade que é muito mais complexa. Fica evidente que o personagem Zé Carioca foi construído a partir de um estereótipo, aquele malandro carioca das primeiras décadas do século XX, uma figura marginal, normalmente um negro ou mestiço, avesso ao trabalho, que vivia de expedientes, cultuava a vadiagem, a capoeira e o samba (MASSAGLI, 2018, p. 242).

Para Ferreira (2012) e Massagli (2018) esse estereótipo se criou devido uma interpretação errônea e pitoresca de personagens brasileiros, que em suas histórias aliam uma moral duvidosa, e que se faz valer ainda em muitos personagens criados para representar a cultura brasileira.

Ferreira (2012) faz essa análise quando propõe que as características do malandro é um estudo literário brasileiro, uma tradição quase folclórica dos personagens Leonardinho do romance “Memórias de um sargento de milícias”, de Manuel Antônio de Almeida ou um herói sem nenhum caráter, ancestral de Macunaíma.

Para Massagli (2018) também faz essa analogia ressaltando os personagens como o “herói popular Pedro Malazarte, da tradição oral; Leonardo, o desastroso anti-herói do sui generis romance Memórias de um Sargento de Milícia, ou Macunaíma, herói do romance modernista Macunaíma, de Mário de Andrade [...]”.

Além disso, há de considerar os conceitos cunhados pelo historiador Sérgio Buarque de Holanda em sua obra Raízes do Brasil (2015), quando expõe a característica do povo brasileiro sobre o “jeitinho brasileiro”, na qual o nativo herdaria um maneira de resolver situações, ora consideradas problemáticas, soando de maneira criativa ou até mesmo na “malandragem”, leia-se



desonesto, ou até mesmo o “homem cordial”, traduz o caráter do brasileiro devido as suas raízes patriarcal e rustico.

Além a personagem é constituída por características do carioca, um nativo do Rio de Janeiro da década de 1930 e 40, enfatizando o tripé samba-carnaval-futebol. Nessa ótica, a personagem Zé Carioca se constrói nesses símbolos “identificadores” de identidade nacional.

O personagem Zé Carioca instrumento icônico no ideal ufanista

Zé Carioca foi criado em 1941, após uma sugestão de Nelson Rockefeller ao Walt Disney para que fizesse uma visita à América do Sul, e em sinal de simpatia e amizade entre as nações criou três personagens: Donald Duck, que representaria os EUA; Panchito, o México e os outros países hispânicos, e por fim o Zé Carioca, o Brasil (MASSAGLI, 2018).

Figura 1 – Personagens latino-americanos



Fonte: TOTA (2000).

Na abordagem peirciana o signo, ou *representâmen*, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um



signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto (PEIRCE, 1990, p. 46). Dessa maneira, ler os chapéus iguais, símbolos de igualdade, mãos dadas com sinal de amizade.

Outra característica para análise é que o personagem Zé carioca que continua a contemplar nas histórias em quadrinhos (HQs), com o estigma de carioca malandro tem seus traços elegantes, típicos da alta sociedade americana, ele usa paletó, gravata borboleta, chapéu panamá, charuto e guarda-chuva. Tem olhos azuis e de fácil aceitação nos lugares, principalmente na alta sociedade (FERREIRA, 2012).

Figura 2 –O personagem Zé Carioca



Fonte: DVD de Alô, Amigos da edição Norte-americana.

Um ícone é um signo que se refere ao objeto que denota apenas em virtude de seus caracteres próprios, caracteres que ele igualmente possui quer um tal objeto realmente exista ou não (PEIRCE, 1990). Assim analisando traços e formas que revelam os personagens.

E um ano após a criação dos personagens lançaram dois longas-metragens “Alô, amigos” e “Você já foi à Bahia?”⁷ e um curta de desenho animado, cujas obras de caráter político-ideológico durante o período da Segunda Guerra Mundial (FERREIRA, 2007).

⁷ Títulos originais “Saludos, amigos” (1942) e “The Three Caballeros” (1944).



Para Tota (2000),

O imperialismo puritano de Disney teve a sutileza de colocar um certo sensualismo na parte do filme que se refere ao Brasil. *Alô, Amigos* é um filme que mescla cenas reais de documentário com animação. No filme, um avião parte dos Estados Unidos carregado de desenhistas, músicos e fotógrafos. Missão: procurar personagens para o mundo de Disney (TOTA, 2000, p. 135).

Observa-se que dado momento da longa metragem “*Alo, amigos*”, na qual, o personagem do Donald encontra pela primeira vez o Zé Carioca, iniciam um diálogo, na qual Donald a princípio não consegue compreendê-lo por causa da língua, Zé Carioca observando que se trata de um americano automaticamente traduz, evidenciando que “O inglês deve ser conhecido por todos os latino-americanos para que esses possam se comunicar com o “amigo” norteamericano” (FERREIRA, 2003, p. 6).

Figura 3 – Conversa Donald e Zé Carioca



Fonte: DVD de *Alô, Amigos* da edição Norte-americana.



No que refere-se a iconicidade, as imagens constituem o tipo mais próximo de um ícone ideal. São os signos que “participam das qualidades simples” do objeto representado à medida que as expressões, gestos e falas se aproximam do objeto, mais identificável com a visão exterior do brasileiro (PEIRCE, 1990, p 64).

Figura 4 –O personagem Zé Carioca



Fonte: DVD de Alô, Amigos da edição Norte-americana.

O filme evidencia uma parte das “maravilhas” do Brasil, mostrando as paisagens do corcovado, o Cristo Redentor, as sinuosas linhas do calçadão de Ipanema. Seduz com a musicalidade, cenas de samba no pé ao fundo a canção “Tico tico no fubá”, mostrando ao Donald como sambar, mostrando Carmem Miranda, tomando a cachaça, evidencia a cordialidade do povo brasileiro e mostra uma preocupação de não vender uma imagem negativa dos vizinhos da América Latina (FERREIRA, 2007; FERREIRA, 2012).

Segundo Simões (2009) tomando a teoria de Peirce, a imagem fixa da pintura e da fotografia e a imagem em movimento do cinema e da televisão constituem parâmetros de

observação multidimensional, uma vez que os signos que constituem tais linguagens são de diversas naturezas, ou seja, a mistura de desenho e fotografia interagem entre si, expressando a semelhança do imaginário do real, demonstrando o grau de iconicidade entre as imagens.

O longa metragem “Você já foi à Bahia?”, criado em 1942, passa a ter o mesmo objetivo, já na capa evidencia a intencionalidade da aproximação com os demais países americanos e a compreensão e aceitação de diferentes culturas na América Latina. Para Ferreira (2007, p. 7) “A intenção de cooptar os latino-americanos para o caminho da política interamericana, em que a força do mercado seria um benefício na luta contra o comunismo em ascensão na Europa[...].”

No longa inclui característica do povo mexicano, demonstrando as suas tradições culturais em Panchito, um galo alegre e falador, traz consigo dois revólveres e dispara para todos os lados. Mais uma vez uma imagem estereotipada (FERREIRA, 2007; FERREIRA, 2012). E canta uma música “[...] Os três cavaleiros, os três mosqueteiros só tem uma coisa em comum se tem um problema é sempre um por todos e todos por um [...]”

Figura 5– Os três cavaleiros



Fonte: DVD de “Você já foi à Bahia?” da edição Norte-americana.



A história se desenvolve na qual os três cavaleiros passeiam pelo Brasil e México, vão para Bahia, mostram as baianas, inclusive é a Carmem Miranda mais uma vez e as peculiaridades do Estado. Também, evidencia a Floresta Amazônica, as aves raras da fauna brasileira mostram a extração da borracha na região amazônica, “como um importante caminho de exportação, em especial, para o mercado norte-americano” (FERREIRA, 2007, p. 8). No México, conhecendo costumes e danças e visitando os badalados pontos turísticos, entre eles Acapulco e apreciando as mulheres (FERREIRA, 2012).

Além disso, teve sua própria tira de jornal aos domingos, por dois anos, escrita por Bill Walsh, desenhadas por Bob Grant e Paul Murry com arte-final de Dick Moores e foi uma das estrelas nos quadrinhos "Ducks". A primeira aparição foi na revista em quadrinhos *Walt Disney's Comics and Stories* número 27 nos EUA (RAMONE, 2003).

Cumprida sua missão em Hollywood, o papagaio ainda tem Approach para engatar uma carreira nas histórias em quadrinhos. Sua primeira aparição nesse veículo data de 1950, pela editora Abril, junto com a revista do Pato Donald. Em meados de 1960, as histórias de Zé Carioca consistiam, por escassez de material, em adaptações dos quadrinhos norte-americanos. Assim, Zé Carioca aparecia em aventuras ao lado de Tio Patinhas e Professor Pardal, por exemplo, sem diferenciações entre a cidade em que nosso papagaio morava e Patópolis (FERREIRA, 2012, p. 161).

No Brasil surgiu nos quadrinhos na revista O Globo Juvenil, mas se consolidou, ganhando o próprio título na revista em quadrinhos mensal, publicada pela Editora Abril entre os anos de 1961 a 2018. Tendo seu auge nas décadas de 1970, pelas mãos do quadrinista Ivan Saidenberg e Renato Canini. Além disso, produziram edições especiais, almanaques e uma *graphic novel* “Zé Carioca– Especial Brasil 500 anos” (2000). incluindo diversos personagens envolvendo a história do malandro Zé Carioca (RAMONE, 2003).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O sentimento nacionalista evoca a falsa imagem de um país que resgata suas raízes e busca a união entre os povos em prol de um preservacionismo pelo lugar em que nasceu. Ao longo da história esse patriotismo exacerbado segrega nações, marginaliza povos e eclodem guerras.



Nesse viés, ao longo da pesquisa buscou compreender o ícone como instrumento ufanista, tendo o personagem Zé Carioca como peça central. Utilizando a teoria peirciana, salientando estereótipos exposto no personagem. A semiótica é, portanto, uma teoria que busca explicar a iconicidade como resultado da relação de semelhança entre o signo e o objeto que ele substitui. Nessa perspectiva, reconhecemos que ícone, índice e símbolo não possuem somente a função de comunicar ou expor, mas também de desvendar o que esta por trás das imagens, gestos, expressões e falas.

Desse modo, o personagem carrega consigo, como marca de origem, um elevado índice de ideologização, e um povo só incorpora determinado valor do outro se fizer sentido, isto é, os traços semióticos, o simbolismo traz um fascínio quando é verossímil, tornando-se irresistível.

Conclui-se que a apropriação cultural decorre das escolhas que fazemos, no entanto, essas escolhas podem estar sendo influenciadas por falsas necessidades, por interesses exteriores a nós mesmos. Por fim, considera que só seremos livres para escolher e agir, quando tivermos um olhar crítico e aguçado para ver uma imagem/produto e enxergar os ideais incutidos.

REFERÊNCIAS

CAGNIN, ANTONIO L. **OS QUADRINHOS**. SÃO PAULO: EDITORA ÁTICA. 1975.

CAVALCANTE, RODRIGO. (2005). **A CARA DO BRASILEIRO**. IN: SUPER INTERESSANTE, SÃO PAULO, N. 217, P.68-74, SET. 2005.

FERRARA, LUCRÉCIA D'ALÉSSIO. **A ESTRATÉGIA DOS SIGNOS**. SÃO PAULO: ED. PERSPECTIVA, 1986.

FERREIRA, ALEXANDRE MACCARI. **A PRODUÇÃO DISNEY EM ÉPOCA DE SEGUNDA GUERRA MUNDIAL: CINEMA, HISTÓRIA E PROPAGANDA**. ANPUH – XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – SÃO LEOPOLDO, 2007.

FERREIRA, CAMILA MANDUCA. **ZÉ CARIOCA: UM PAPAGAIO NA PERIFERIA DO CAPITALISMO**. NOVOS RUMOS, MARÍLIA, V. 49, N.1, 2012.

LUKACS, JOHN. **O HITLER DA HISTÓRIA**. TRAD RUY JUNGSMANN. RIO DE JANEIRO: JORGE LAZER ED, 1998.

QUADROS, JANIO; ARINOS, AFONSO. **HISTÓRIA DO POVO BRASILEIRO**. 2 ED. SÃO PAULO: J.QUADROS EDITORES CULTURAIS S.A., 1968.



MASSAGLI, SÉRGIO ROBERTO. A FALSA REPRESENTAÇÃO DA IDENTIDADE BRASILEIRA NA CONSTRUÇÃO DO PERSONAGEM ZÉ CARIOCA DA DISNEY. *LITERARTES*, N. 8, 2018.

MCCANN, FRANK D. *BRAZIL AND WORLD WAR II: THE FORGOTTEN ALLY. WHAT DID YOU DO IN THE WAR, ZÉ CARIOCA?* TEL AVIV UNIVERSITY, 2015.

PEIRCE, CHARLES S.. **SEMIÓTICA**. TRAD. J. TEIXEIRA COELHO. 2 ED., SÃO PAULO: PERSPECTIVA, 1990.

RAMONE, MARCUS. **ZÉ CARIOCA: UMA AVENTURA EDITORIAL NO BRASIL**. DISPONÍVEL EM: [HTTP://WWW.UNIVERSOHQ.COM/MATERIAS/ZE-CARIOCA-UMA-AVENTURA-EDITORIAL-NO-BRASIL/](http://www.universohq.com/materias/ze-carioca-uma-aventura-editorial-no-brasil/) ACESSO DIA 12 AGO. 2020.

SANTAELLA, L. NÖTH, W. **IMAGEM, COGNIÇÃO, SEMIÓTICA, MÍDIA**. SÃO PAULO: ILUMINURAS, 1999.

SANTAELLA, LUCIA; VIEIRA, JORGE ALBUQUERQUE. **METACIÊNCIA: COMO GUIA DE PESQUISA – UMA PROPOSTA SEMIÓTICA E SISTÊMICA**. SÃO PAULO: MÉRITO, 2008.

SILVA, JANE CRISTINA BAPTISTA DA. PRADO, ROSÁLIA MARIA NETTO, (ORGS.) DARCILIA SIMÕES, ANA LUCIA POLTRONIERI E MARIA NOÊMI FREITAS. **A CONTRIBUIÇÃO DA SEMIÓTICA NO ENSINO E NA PESQUISA**. RIO DE JANEIRO: DIALOGARTS, 2010.

SIMÕES, D. **A REDAÇÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS: TEORIA E PRÁTICA**. RIO DE JANEIRO, EDITORA EDUERJ, 2019.

SIMÕES, D. **ICONICIDADE VERBAL. TEORIA E PRÁTICA**. EDIÇÃO ONLINE 20. RIO DE JANEIRO: PUBLICAÇÕES DIALOGARTS, 2009.

SIMÕES, D. (ORG.). **SEMIÓTICA, LINGUÍSTICA E TECNOLOGIAS DE LINGUAGEM. HOMENAGEM A UMBERTO ECO**. ||. RIO DE JANEIRO: DIALOGARTS, 2013

SIMÕES, D. (AUTOR) **SEMIÓTICA E ENSINO: LETRAMENTO PELA IMAGEM**./RIO DE JANEIRO: DIALOGARTS, 2017.

TOTA, ANTONIO PEDRO. **O IMPERIALISMO SEDUTOR: A AMERICANIZAÇÃO DO BRASIL NA ÉPOCA DA SEGUNDA GUERRA**. SÃO PAULO: COMPANHIA DAS LETRAS, 2000.

VOLLI, U. **MANUAL DE SEMIÓTICA**. TRAD. SILVIA DEBETTO C. REIS. SÃO PAULO: EDIÇÕES LOYOLA, 2007.