



## Um Pato na guerra: a propaganda do exército estadunidense em *Donald gets drafted* (1942), *Sky trooper* (1942) e *Commando Duck* (1944)

PAULA DE CASTRO BRODA.\*

### Apresentação do projeto

Essa comunicação é originada da pesquisa de mestrado intitulado “*This is our fight!*: as animações de Hollywood utilizadas como propaganda política pelos Estados Unidos na II Guerra Mundial (1940-1945)” que é financiada pela FAPESP e pretende analisar as animações estadunidenses realizadas entre 1940-1945, produzidos por diversos estúdios hollywoodianos como a Walt Disney, a Warner Bros, MGM, etc. que procuravam justificar a participação dos Estados Unidos no conflito, ressaltando a importância da aquisição dos bônus de guerra, patriotismo e trazer a opinião pública para si, convencendo a população que mesmo longe dos fronts de batalha, aquela guerra era uma causa de todos (por isso a constante repetição do slogan “*this is our fight!*”).

Em minha pesquisa, procuro entender de que forma a propaganda política foi construída nas animações, afirmando a identidade estadunidense em oposição à dos inimigos (o alemão, o japonês e o italiano) e *se e de que maneira* ela apresentou aliados como a América Latina e o Canadá, ou justificou a aliança com a URSS. Também pretendo compreender de que maneira atuaram órgãos estatais como o *Office of War Information* (OWI), elaborados para supervisionar e instruir os estúdios de Hollywood que estivessem colaborando com os esforços de guerra nas temáticas em torno do conflito mundial.

Nesse sentido, essa apresentação problematizará uma das temáticas recorrentes nas animações: a propaganda sobre o exército e suas críticas a ele. Por meio da análise de três animações, pretendemos discutir o discurso ambíguo, bom como a construção da representação do soldado, seus superiores e os inimigos em períodos de guerra.

### Estados Unidos: Cinema e Guerra

Os historiadores tem grande preocupação sobre o uso das diferentes mídias, como o rádio, o cinema e os quadrinhos e seus fins propagandísticos. Assim, uma de nossas

---

\* Mestranda do programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP). Esta pesquisa é financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

problemáticas nesta pesquisa é procurar entender de que maneira as animações foram utilizadas como propaganda de guerra. De acordo com Alexandre Busko Valim 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. (VALIM, 2011: 409)

Nesse sentido, cabe frisar que 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. Valim destaca que os EUA foram o país que mais produziram propaganda para ser disseminada em filmes, cinejornais, desenhos animados e documentários. Essa era uma “estratégia” de guerra para o país se afirmar enquanto exemplo para as demais nações de um povo justo e democrático, ao mesmo tempo em que servia para menosprezar, demonizar e caricaturar seus inimigos, culpando-os pela guerra. Os desenhos animados do front interno, isto é, voltados para população estadunidense, procuravam vilanizar os inimigos, valorizando o patriotismo estadunidense e divulgando os *bônus de guerra*. (VALIM, 2011: 412)

Assim, após a entrada dos EUA na guerra, o presidente Roosevelt criou em junho de 1942 o *Office of War Information*, que tinha como finalidade unir funções do *Office of Facts and Figures*, do *Office of Government reports* e da divisão de informação do *Office for Emergency Management*. O órgão produzia material para transmissão via rádio (como a Voz da América – que existe até hoje – ou programas como “*This is our Enemy*” e “*Uncle Sam*”), pôsteres de incentivo à compra dos bônus de guerra, jornais com informações sobre o conflito e a movimentação do exército, filmes, etc.

Segundo o historiador Wagner Pereira, a divisão de cinema, denominada *Bureau of Motion Pictures*, estava alinhada à crença do presidente Roosevelt de que o cinema tinha como função *entreter e informar*. Logo em julho do mesmo ano, o *Office of War information* já tinha estabelecido contato com os estúdios hollywoodianos para produção de filmes de propaganda de guerra. Algumas diretrizes foram estabelecidas, como os assuntos gerais para os estúdios tratarem nas películas: (a) as justificativas da guerra, os motivos da entrada dos EUA no conflito; (b) apresentar quem era os inimigos e como atuavam; (c) quem eram os aliados, porque a população estadunidense deveria também apoiá-los; (d) qual era o papel de

cada cidadão naquela guerra e os sacrifícios que eram necessários para ajudar no conflito; (f) objetivos e desempenho das Forças Armadas dos EUA nas batalhas. (PEREIRA, 2012: 231)

Em 1943, os estúdios – exceto a Paramount, inicialmente – passaram a submeter ao OWI os *scripts* de seus filmes que em entrariam em produção para verificar se eles promoveriam os valores desejados pelo órgão.

O OWI tinha diversas subseções, cada qual voltada para um assunto ou frente específico (como a Europa ou o Pacífico) e funcionou até 15 de Setembro de 1945, quando suas funções internas foram incorporadas pelo Departamento de Estado, *US Information Service* e pelo *Office of Strategic Services* (atualmente conhecido como *Central Intelligence Agency* – CIA).

Segundo Antônio Pedro Tota (TOTA, 2000: 16-17), uma das funções da divisão do cinema de órgãos como o *Office of War Information* era convencer os grandes estúdios de Hollywood de que produzir filmes que não colaborassem com a Política de Boa Vizinhança ou transmitissem uma imagem ruim dos EUA ou de seus aliados, como a América Latina, não era uma boa ideia, uma vez que isso prejudicaria o interesse patriótico na luta contra o Eixo, na defesa do país e, conseqüentemente, do resto do continente. Assim, 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. Nesse sentido, algumas produções encomendadas pelo OWI serviam para consumo interno dentro do próprio esquema de agências montadas para o período da guerra. Esses curtas eram conhecidos como *staff film report*, destinados à circulação dentro de escritórios como o *Office of War Information*, *Office of Strategic Services* ou no próprio exército, para quem grande parte dos curtas foi realizado pelos Estúdios Walt Disney.

### **Disney e a guerra: algumas considerações**

Como visto, Hollywood foi um mecanismo estratégico de difusão de ideologias e construção de identidades. Por isso, não foi raro a produção de filmes e animações por encomenda estatal para diversos estúdios. Assim, graças à sua fama e sua importância no mundo da animação, não é de estranhar que Walt Disney tenha realizados inúmeras produções ao longo dos anos de conflito mundial.

Walter Elias Disney nasceu em 5 de dezembro de 1901, na cidade de Chicago, Illinois. Seu pai, Elias Disney, deu-lhe uma educação muito rígida, motivo pelo qual suas biografias

sempre o descrevem como “reservado” e “difícil de lidar” (GABLER, 2009: 17). Com 18 anos, entra na *Pesmen-Rubin Art Studio*, onde conhece 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 Califórnia, a fim de trabalhar em Hollywood (GABLER, 2009: 75). Lá desenham e vendem para *Universal Studios* um personagem chamado *Oswald the Lucky Rabbit*, que rapidamente ganha alta popularidade. Entretanto, com o sucesso de Oswald, a Universal retira os direitos do coelho de Disney que, após esse acontecimento, procura outra mascote para substituir sua personagem de maior sucesso. É nesse momento que Iwerks recupera rascunhos que Disney havia feito de um ratinho (baseado no animalzinho de estimação que acompanhava o desenhista) quando trabalhavam juntos na *Laugh-o-Grams*. Assim, surge *Mickey Mouse*, principal imagem da marca Walt Disney até hoje (GABLER, 2009: 129).

Em 1923, Walt Disney funda o *Disney Brothers Cartoon Studio* (renomeado para *Walt Disney Productions* em 1929) e o estúdio começa a produzir suas primeiras animações. É a 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, 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 demais (NOGUEIRA, 2010: 67). Seu sucesso permitiu que a “estética Disney” se consolidasse no imaginário comum, transformando o cinema de animação e a marca Walt Disney praticamente em sinônimos.

Em 1941, chegou a Walt Disney e a seu irmão Roy um convite para que o primeiro realizasse uma viagem como “embaixador da boa vizinhança”, com o objeto de conhecer e levantar material para produções sobre a América Latina. Tal convite partiu de Nelson Rockefeller (na época diretor do *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs – OCIAA*), ainda que o nome de Disney tinha sido inicialmente sugerido pelo presidente Franklin Roosevelt, devido à popularidade do desenhista também na América do Sul. No mesmo momento, o estúdio enfrentava uma forte greve de funcionários, os quais paralisaram seus serviços reivindicando melhores salários. Para se manter afastado da confusão, Roy sugeriu efusivamente que Walt realizasse a viagem. De acordo com o historiador Sidney

Ferreira Leite, a oportunidade foi uma boa proposta, já que o governo estadunidense assumiu todas as despesas da viagem além de fecharem um contrato com os irmãos Disney que poderia ajudar a pagar as dívidas que o estúdio fez com as últimas produções – que não fizeram tanto sucesso e, conseqüentemente, não obtiveram a renda esperada. Esse contrato, no valor de 100 mil dólares pela produção de dois longas-metragens de animação, orientava que os desenhos realizados fossem resultantes da viagem. Além disso, atuar como embaixador da boa vizinhança “ajudaria a sumir com os boatos de sua suposta simpatia pelo nazismo” (LEITE, 2002: 64).

O pretexto da viagem pela América Latina foi uma visita ao Brasil para receber um prêmio pelo desenvolvimento da arte cinematográfica mundial em *Branca de neve e os sete anões* (1937) e promover uma pré-estreia de *Fantasia* (1940). Para tanto, Disney aproveitaria a passagem pela América Latina para conhecer outros países e, assim, procuraria inspiração para futuras produções, demonstrando o interesse dos EUA nas demais repúblicas do continente. O próprio Nelson Rockefeller teria instruído o animador para manter a aparência da viagem totalmente apolítica, embora a agenda de Disney no Brasil tenha incluído reuniões com Lourival Fontes, diretor do DIP, e o próprio presidente Getúlio Vargas, o que demonstra o caráter político da missão (LEITE, 2002: 65).

Após ter viajado por Argentina, Brasil e Chile, Disney retorna para Los Angeles, onde começa a produção de “*Saludos, amigos!*”, lançado em 1942. Os demais membros de sua equipe fazem uma rápida viagem a outros países da América do Sul. De acordo com o historiador Rodrigo Zagni, a abordagem do desenho – a mesma da viagem de Disney – revela que esses países foram privilegiados na política de aproximação dos EUA por serem aspirantes “à liderança [da] região e exerciam enorme influência, como pólos irradiadores de cultura, em relação às demais repúblicas latino-americanas” (ZAGNI, 2008: 80). Entretanto, a biografia de Disney, escrita por sua filha Diane Disney Miller, aponta que seu pai tinha planos diferentes:

quando papai voltou a Hollywood, já tinha idéias para quatro histórias, prontas para fazer. Então, êle seguiu adiante e fêz os filmes. O primeiro era sôbre o Brasil, o segundo sôbre a Argentina, o terceiro sôbre o Chile e o quarto sôbre o Peru; mas, depois de fazê-los, surgiu um problema. Os distribuidores lhe disseram: “Walt, se você lançar um filme sôbre o Brasil na Argentina, eles não vão querer vê-lo. Sabemos, também, que não podemos vender o da Argentina no Brasil. O peruano

não poderá ser exibido no Chile, nem o chileno no Peru. Você tem que reunir esses filmes em um só (MILLER, 1960: 155)

De acordo com Miller, o filme, que custou 280 mil dólares para ser produzido, resultou em uma renda bruta de 1.200.000 a 1.300.000 dólares, sendo um grande sucesso tanto na América do Sul quanto nos Estados Unidos (MILLER, 1960: 155).

Logo após esta animação, os Estúdios Walt Disney começaram a produzir filmes para o exército e para o mercado interno estadunidense, que exaltavam o patriotismo enquanto procuravam convencer a população da necessidade do pagamento dos impostos para os fundos de guerra. Tais produções foram agraciadas com premiações importantes, como o Oscar em 1942 por *Der Furrher's face*, revelando a importância política de Disney. É nesse período, também, que surgem os primeiros desenhos com temáticas relacionadas à saúde pública que circularam dentro dos EUA. Segundo o historiador Alexandre Valim,

os Estúdios Disney renovaram os contratos para a produção de curtas educacionais e filmes de propaganda para serem distribuídos por todo o seu hemisfério. Alguns destes foram aproveitados por outras divisões do OCIAA, particularmente no campo da saúde pública, saneamento, abastecimento e educação. À medida que se fazia urgente a manutenção da mão-de-obra para o fornecimento de matérias primas, diversos desenhos animados foram criados com o fito de instruir trabalhadores acerca de como evitar doenças (*The unseen enemy* – 1945 e *Defense against invasion* – 1943), como ter um cotidiano asseado (*Cleanness brings health* – 1945) e uma alimentação saudável (*Planning for good eating* – 1946). Apesar de toda produção da Disney Studios Inc. ter sido projetada, originalmente, para fins não comerciais, alguns destes foram exibidos, também, no circuito comercial, gerando uma receita que não só cobriu completamente os gastos contratuais, como rendeu lucro para o governo dos EUA (VALIM, 2008; 148)

Apesar de sua participação na viagem pela América Latina e da grande quantidade de curtas produzidos no período (muitos deles financiados por diversos departamentos do governo dos EUA), não é possível saber até onde se deu a real participação de Walt Disney nessas produções, se coordenou roteiros e desenhos ou se dirigiu algum dos curtas. Segundo Diana Disney Miller, o estúdio produziu, em um único ano (1945), cerca de 400 mil pés de

filmes para o governo dos Estados Unidos, entre produções voltadas para o exército, para consumo interno e para os países aliados (MILLER, 1960: 166).

Nesse sentido, com base na importância da atuação dos estúdios Walt Disney durante o período da guerra, pretendemos analisar um conjunto de três curtas desse período, cuja temática procurava enaltecer o soldado estadunidense e estimular o alistamento voluntário. Contudo, é possível também notar críticas à organização militar nas animações, ambiguidades que parecem ir na contramão das orientações do *Office of War-information*.

### **Donald e o exército: heróis, críticas e propaganda**

Os três curtas-metragens analisados nesta comunicação fazem parte de uma série de seis animações que mostram o pato Donald se alistando no exército dos EUA e seu cotidiano ali. Chama atenção essa série de curtas por sua ambiguidade, isto é, ainda que sejam todos classificados como “propaganda”, a série sobre a vida militar de Donald faz uma crítica ao tratamento desumano e o pouco treinamento que os soldados recebem quando enviados para os *fronts* de guerra. Os roteiros destas sequências são todos de Carl Barks, famoso criador de Donald, tio Patinhas e todos os outros habitantes de Patópolis. Tais críticas à guerra e a participação estadunidense se devem ao fato de que Barks ter sido um pacifista, e por diversas vezes ter exposto sua opinião contrária ao envio de jovens nos envolvimento bélicos dos Estados Unidos. (BARKS, 2006: 4).

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 colocavam Pateta ou Pluto como personagens principais ou mesmo a inexistência de animações de Mickey como protagonista na guerra. Assim, o pato é escolhido para representar o cidadão estadunidense 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, 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, Donald é responsável por uma missão solitária e perigosa, na qual ele precisa exterminar sozinho uma base inimiga japonesa, e se mostra bastante despreparado para tal feito.

Para facilitar a leitura, apresentamos a seguir a sinopse detalhada dos desenhos e, por fim, a análise com alguns apontamentos das problemáticas encontradas nessas animações.



### ***Donald gets drafted (1942)***

*Donald gets drafted* foi lançado em maio de 1942, dirigido por Jack King e distribuído pela *RKO Radio Pictures*. Nesta animação, Donald recebe uma convocatória de alistamento, ordem que ele cumpre com muito ânimo e patriotismo. Ao longo do caminho até o posto militar, Donald vai observando as propagandas do exército, que prometiam dinheiro e mulheres bonitas ao final da guerra. Observando um pôster sobre a aeronáutica, Donald decide que quer ser aviador, e logo ao preencher sua inscrição ele afirma que faz parte de uma família de aviadores, por isso seu grande sonho é pilotar um avião. Seguido a isso, o pato é mandado para uma série de exames médicos rápidos e duvidosos, que não comprovam o estado real de saúde da personagem, mas apenas o deixam tonto, tiram suas medidas para o uniforme (que é muitos números maiores que ele, mas que com água encolhe até seu tamanho) e com um carimbo de aprovado na testa. Assim, recebe a vestimenta e é mandado para um acampamento militar para o treinamento.

Ali, apesar do entusiasmo e boa vontade de Donald, seu oficial superior, responsável pela qualificação dos recrutas, não o leva a sério, muito menos o respeita, gritando e xingando o pato cada vez que ele se atrapalha nos comandos dados para formação e posicionamento de seu armamento.

Os momentos cômicos se misturam entre a confusão de Donald e o nervosismo do oficial superior, mostrando a crítica de Barks: da propaganda (enganosa) de sucesso na carreira ao desrespeito e falta de preparo dos soldados. Ao final, percebendo que toda sua empolgação foi em vão, Donald é punido por não saber manusear seu rifle e é colocado para descascar batatas. Ali, em meio às cascas, ele descreve seu sentimento sobre o exército: decepção (phooney).

### ***Sky trooper (1942)***

Lançado em novembro de 1942, escrito também por Carl Barks e dirigido por Jack King, esta curta-metragem apresenta como Donald está se saindo em seu cotidiano no exército. A animação começa com Donald descascando batatas e profundamente deprimido, já que não consegue realizar seu sonho de ser aviador. Ele observa companheiros pilotando e se entristece cada vez mais, cortando as batatas em forma de avião. O pato atira uma delas, que atinge o sargento e derruba seu quepe, o qual Donald pega achando que é uma batata e o pica.

O superior percebe a tristeza do aspirante a piloto, mas, ao invés de ajudá-lo, joga caixas inteiras de batatas em cima do recruta, afirmando que ele só poderia voar se terminasse a tarefa. Donald se apressa em cortar todas e, no escritório, faz uma série de testes que supostamente são necessários para se tornar um aviador. Em um deles, ele precisa provar que tem bom senso de direção e, vendado, deve colocar uma empenagem miniatura em uma imagem de avião na parede. O pato sai andando pelo escritório sem enxergar e espeta o comandante, que cai pela janela do terceiro andar.

Donald, então, ganha a chance de voar, mas primeiro precisa passar pelo último teste: pular de paraquedas. Acreditando que é apenas uma simulação no chão, o recruta aceita, mas ao perceber a altura de que precisava saltar, entra em pânico e não consegue realizar a prova. O sargento tenta empurrar Donald, ambos perdem o equilíbrio e ficam pendurados no avião, apoiando-se em uma bomba na parte externa, que se solta e cai em queda livre, junto com Donald e o sargento. Devido à falta de preparo e, sem segurança, ambos caem em cima do quartel-general e o explodem. Como castigo, ainda que com pernas e braços quebrados, os dois terminam o curta-metragem descascando batatas e brigando entre si. Novamente, Donald não é levado a sério e não realiza seu sonho por falta de treinamento especializado.

### ***Commando Duck (1944)***

Este curta foi lançado em 2 de junho de 1944, dirigido por Jack King e distribuído pela *RKO Radio Pictures*, novamente com roteiro de Carl Barks. Em *Commando Duck*, Donald está em uma missão para localizar, contatar e eliminar uma base aérea japonesa. Sozinho na tarefa, ele precisa saltar do avião que o leva até a região, atravessar a floresta, descer uma cachoeira e chegar à base sem ser capturado. O roteiro obedece algumas características dos desenhos estrelados até hoje por Donald. É uma missão praticamente impossível, na qual evidentemente Donald arrumará alguma confusão, que tornará ainda mais difícil sua realização. O diferencial fica por conta do desfecho: geralmente o pato acaba se dando mal por conta de suas confusões, o que não acontece neste curta, uma vez que todos os seus problemas acabam ajudando na realização da missão dada. Além disso, o conflito entre Donald e seus superiores desaparece quando aparece uma missão maior que as relações anteriormente, uma vez que o soldado apenas recebe as ordens e a audiência não vê o comandante da operação, apenas escuta sua voz (que não é a mesma de seu superior nos demais curtas).

Diferente das outras duas animações analisadas, este curta segue algumas das sugestões estabelecidas pelo OWI que norteiam as produções do período da guerra, como a identificação do cenário com precisão, valendo-se de mapas para isso (LEITE, 2004: 121). Embora o local onde a base japonesa esta seja fictício, é possível entender plenamente a missão e a movimentação de Donald naquele espaço por meio da explanação apresentada com mapa: o pato precisa saltar do avião, navegar ao longo de um rio e chegar na base inimiga, a qual deve destruir.

Para isso ele salta do avião e, ao cair próximo ao rio, infla um bote de borracha para navegar. Enquanto navega, Donald é surpreendido por um ataque de soldados japoneses que estavam escondidos na floresta, esperando por um momento de distração do oficial estadunidense. Donald rema rapidamente para escapar da emboscada, mas acaba empurrado para uma cachoeira. Enquanto ele tenta reverter a situação nadando no sentido contrário, o pato é levado pela queda d'água mas seu bote fica preso entre duas árvores. Assim, toda água do rio é drenada pelo bote, que vai esticando e aumentando cada vez mais seu tamanho. Ao perceber que a explosão da embarcação seria inevitável, Donald foge em direção à base inimiga que deveria destruir. Quando a borracha finalmente se rompe, ele é lançado aos céus com a violência da explosão, segurando-se em um galho de árvore alto próximo à base para se salvar. De lá ele assiste a destruição dos aviões japoneses pela enxurrada, cumprindo sua missão com sucesso.

É possível perceber que nessas três animações há a presença de uma série de itens que os códigos de produção do *Office of War Information* sugeriam. Conforme apontado por Sidney Leite, as produções cinematográficas deveriam “ênfatizar o 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” (LEITE, 2004: 121). Diversas produções, não apenas da Walt Disney, procuravam ênfaticamente 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 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 e despreparo).

É importante ressaltar, ainda, que a personagem muda completamente de postura entre as produções de 1942 e o de 1944: se 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. 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 ajudaria a realizar sua tarefa. Nesse sentido, sua morte não seria vão.

A própria ideia de servir e da honra militar se faz presente várias vezes, como demonstrado nas diversas vezes em que ele procura e coloca o capacete diversas vezes para completar seu uniforme de soldado, em diferentes sequências nos três desenhos. Apesar disso, há o tom constante da crítica colocada por Carl Barks que norteia toda a série do pato no exército: do tratamento desumano recebido em *Donald gets drafted* ao treinamento realizado em *Sky trooper* 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 instrução com imagens.

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 outros estúdios. Em todos os demais, a referência é sempre 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.

Uma clara diferença entre o “eu” e o “outro” que a animação marca é a diferença cultural, alvo de gozação das animações quando se refere ao inimigo. Enquanto o conflito entre Donald e seu superior é mostrado como uma relação abusiva, onde o pato sofre perseguição física e psicológica do seu comandante mas consegue sempre revidar da mesma forma, expondo-o ao ridículo e denunciando sua postura, o inimigo oriental é visto como inferior racial e intelectualmente. A noção de que o japonês apresenta pouca inteligência também é notada diversas vezes. Do momento em que a arma se curva e o *sniper* atira nele mesmo, até o fato de falar errado algumas coisas, como quando ele atira na corda que segura Donald e diz “*I dood it!*”, ao invés de “*I did it!*” (eu consegui!). Por outro lado, é o mesmo tiro que derruba Donald que desencadeia diversas ações: o represamento da água no bote, a correria de Donald ao longo do curso do rio e a posterior inundação da base japonesa.

Além disso, elementos culturais japoneses são bastante estereotipados. A ação de se curvar perante o outro, considerada uma demonstração de respeito imensurável pelos japoneses, é tratada com desdém na animação, quando o *sniper* japonês, ao se levantar, provoca a curvatura da arma do outro diz, “oh! eu imploro meu perdão. Eu dobro meu estômago para você, muito relevante” – enquanto outro responde com uma frase sem qualquer sentido, mas que carrega um símbolo do Japão: “está tudo bem, feliz flor de cerejeira para você, por favor!”, e a sequência de pedidos de desculpas se torna infundável e ininteligível. 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”.

Assim, percebe-se que por mais tirânicos ou atrapalhados que sejam os personagens estadunidenses, todos tem um propósito final – trabalhar juntos para vencer a guerra –, mesmo que os meios sejam bastante questionáveis. Cada personagem que defende os EUA tem uma personalidade própria e uma complexidade singular, onde há troca de emoções, opiniões e sentimentos. Já o inimigo é apresentado como um selvagem, o qual age por instinto, fruto de uma tradição milenar que prega a traição e a deslealdade.

As problemáticas primárias levantadas aqui fazem parte de um universo em que o uso das animações no período da guerra, tanto no *front* interno quanto no externo foi intenso e representam um corpus documental significativo por diversas questões políticas e culturais vigentes na sociedade estadunidense. Chama atenção essas três animações em especial porque,

diferente de muitas curtas do período da guerra que foram completamente retirados de circulação, relegados a boxes especiais para colecionadores, ainda é possível encontrar esses desenhos exibidos na programação de canais voltados para o público infantil. A exceção se faz em *Commando Duck* cujas cenas que se remetem ao estereótipo japonês do período foram eliminadas.

Acreditamos que as animações são fontes preciosas para estudarmos o passado, constituindo parte importante das relações entre História e Cinema. Ainda há inúmeras problemáticas a serem enfrentadas pelos historiadores. Para além da censura, o acesso às fontes como cartas de encomenda de produções, os roteiros originais ou os *storyboards* e a bibliografia especializada ainda é bastante. A falta de bibliografia especializada (que geralmente está em língua inglesa) que trabalhe com essas animações também é um problema com qual lidamos, assim como trabalhos que destrinchem a atuação do OWI e sua relação com os estúdios hollywoodianos no período. Espera-se, assim, que nossa pesquisa possa contribuir com as pesquisas que trabalhem a temática da II guerra mundial e a construção de identidades a partir do cinema e das animações

## **Bibliografia**

BARCKS, Carl. *O Melhor da Disney: As Obras Completas de Carl Barks* (2004–2008). São Paulo: Editora Abril, vol 17, 2006.

DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para ler o Pato Donald* São Paulo: Paz e Terra, 1980.

FERREIRA, Sidney F. "Walt Disney: política e indústria de entretenimento". *Revista Comunicare*, Vol, 2, nº1, 1º semestre de 2002.

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

LEITE, Sidney Ferreira. "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.



MILLER, Diana Disney. *A história de Walt Disney (como foi contada à Pete Martin)*. Rio de Janeiro: Editora Vecchi, 1960.

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

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.

ZAGNI, Rodrigo M. “Imagens projetadas do Império – O cinema Hollywoodiano e a construção de uma identidade americana para a Política de Boa Vizinhança”. *Cadernos PROLAM/USP*, São Paulo, ano 8, vol. 1, 2008.