



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

JULIA LOLLATO ABRÃO

**DISCURSO, IMAGINÁRIO SOCIAL E ESTEREÓTIPOS: A CONSTRUÇÃO E
PERPETUAÇÃO DA IMAGEM BRASILEIRA PELO CINEMA ESTADUNIDENSE**

BACHARELADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

SÃO PAULO

2025

JULIA LOLLATO ABRÃO

**DISCURSO, IMAGINÁRIO SOCIAL E ESTEREÓTIPOS: A CONSTRUÇÃO E
PERPETUAÇÃO DA IMAGEM BRASILEIRA PELO CINEMA ESTADUNIDENSE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à banca examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Graduada em Relações Internacionais, sob a orientação do Prof. Dr. Tomaz Oliveira Paoliello

SÃO PAULO

2025

JULIA LOLLATO ABRÃO

DISCURSO, IMAGINÁRIO SOCIAL E ESTEREÓTIPOS: A CONSTRUÇÃO E PERPETUAÇÃO DA IMAGEM BRASILEIRA PELO CINEMA ESTADUNIDENSE:

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais.

Data de aprovação: ____/____/____.

Orientador: Prof. Dr. Tomaz Paoliello

Examinador

Examinador

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe pelo apoio incondicional em todos os momentos e por me proporcionar experiências e conhecimentos valiosos por meio das viagens, que foram essenciais para a minha escolha de formação acadêmica e desenvolvimento pessoal.

Agradeço também aos pesquisadores, cujas contribuições intelectuais fundamentaram esta pesquisa, e aos professores da instituição, pela orientação, dedicação e comprometimento ao longo de minha trajetória acadêmica.

RESUMO

Esta pesquisa visa analisar como o cinema estadunidense contribui para a construção e perpetuação de estereótipos culturais sobre o Brasil, focando nas representações que moldam o imaginário social e a percepção global do país. Sabendo que a indústria cinematográfica dos Estados Unidos exerce influência significativa na criação de narrativas culturais, o trabalho explora o impacto de filmes que associam o Brasil a características como exotismo, informalidade *etc*, reforçando visões reducionistas e simplistas que afetam a identidade nacional. Tendo isto em vista, o estudo traz uma análise de dois casos emblemáticos, “*Alô, Amigos!*” (1942) e “*Rio*” (2011), e estuda como esses filmes reproduzem padrões estereotipados e dialogam com dinâmicas de poder cultural entre Brasil e Estados Unidos. A pesquisa investiga, ainda, como essas representações impactam o imaginário social brasileiro, utilizando conceitos como representação, símbolos e *habitus*, câmera de eco, esvaziamento da imagem e Escola de Copenhague, para compreender a ligação entre discurso midiático e formação de identidades. Além disso, o trabalho destaca como o cinema é utilizado como ferramenta de *soft power*, influenciando a percepção global sobre o Brasil e a manutenção de desigualdades culturais. Para realizar a pesquisa, foram utilizados métodos de análise bibliográfica e documental, envolvendo a revisão de livros, artigos e estudos de caso, além da análise de personagens, enredos e diálogos nos filmes selecionados. Essa abordagem permite discutir a relevância de desconstruir essas narrativas estereotipadas e promover uma visão mais ampla e crítica sobre a diversidade cultural brasileira no cenário global.

Palavras-chave: Brasil; Estados Unidos; Estereótipo; Discurso; Imaginário Social.

ABSTRACT

This research aims to analyze how American cinema contributes to the construction and perpetuation of cultural stereotypes about Brazil, focusing on representations that shape the social imaginary and global perception of the country. Recognizing that the United States film industry exerts significant influence in crafting cultural narratives, this study explores the impact of films that associate Brazil with characteristics such as exoticism and informality, reinforcing reductionist and simplistic views that affect national identity. In this context, the research presents an analysis of two emblematic cases, “*Saludos, Amigos!*”(1942) and “*Rio*” (2011), examining how these films reproduce stereotypical patterns and engage with the cultural power dynamics between Brazil and the United States. Furthermore, the study investigates how these representations influence the Brazilian social imaginary, drawing on concepts such as representation, symbols and habitus, echo chamber, image depletion, and the Copenhagen School, in order to understand the relationship between media discourse and identity formation. Additionally, the research highlights how cinema functions as a tool of soft power, influencing global perceptions of Brazil and reinforcing cultural inequalities. The methodology includes bibliographic and documentary analysis, involving a review of books, articles, and case studies, as well as an examination of characters, narratives, and dialogues in the selected films. This approach allows for a critical discussion on the importance of deconstructing these stereotypical narratives and promoting a broader and more nuanced understanding of Brazilian cultural diversity in the global context.

Keywords: Brazil; United States; Stereotype; Discourse; Social Imaginary.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
EUA	Estados Unidos
ICCA	<i>Internatonal Congress and Convention Association</i>
OCIAA	<i>Office for the Coordinator of Inter-American Affairs</i>

SUMÁRIO

1 Introdução	8
2 O poder do discurso.....	10
3 História do cinema norte-americano e sua relação com o Brasil.....	15
3.1 Análise do filme: “Alô, Amigos!”	17
3.2 Análise do filme: “Rio”	23
4 O imaginário social e a perpetuação de estereótipos.....	27
4.1 Estereótipos culturais brasileiros	31
5 Conclusão	35
Referências Bibliográficas	37

1 INTRODUÇÃO

O cinema, enquanto uma das formas mais influentes de comunicação, possui um papel importante na construção de percepções, na formulação de identidades e na disseminação de estereótipos culturais. No âmbito das relações entre Brasil e Estados Unidos (EUA), as produções norte-americanas desempenharam historicamente um papel determinante na construção da imagem do Brasil perante o público nacional e internacional. A representação recorrente do país por meio de estereótipos reducionistas, que o associam a festividades exóticas, paisagens tropicais exuberantes e uma suposta informalidade social, consolidam uma visão limitada e superficial da cultura brasileira. Assim, entende-se que esse tipo de abordagem influencia a maneira como o Brasil é percebido no exterior, bem como impacta a autoimagem dos próprios brasileiros, perpetuando um ciclo de reafirmação dessas representações estereotipadas.

Uma análise das representações cinematográficas do Brasil em produções hollywoodianas, como "Alô, Amigos!" (1942) e "Rio" (2011), possibilita uma compreensão aprofundada dos mecanismos discursivos e das estratégias narrativas que sustentam essas imagens. Nesse sentido, esta pesquisa fundamenta-se em autores como Stuart Hall, Cynthia Weber, Derin & Shapiro e Pierre Bourdieu, cujas contribuições teóricas são importantes para compreender o papel do discurso e do *habitus* na construção e internalização das identidades culturais.

Desse modo, este estudo busca responder de que maneira o cinema estadunidense representa o Brasil de forma estereotipada e quais são os elementos dessas representações na percepção global e na identidade cultural brasileira? Ademais, a pesquisa tem como objetivo examinar a influência do cinema estadunidense na criação e perpetuação de estereótipos sobre a cultura brasileira, também destacando a importância de entender como esse processo é construído e mantido ao longo do tempo.

A partir da seleção de filmes conhecidos, busca-se compreender as escolhas narrativas e visuais que reforçam uma visão distorcida do país, consolidando uma imagem exótica e simplificada. Além disso, examinar o impacto dessas representações no imaginário social é essencial, pois tais construções discursivas não apenas moldam a percepção externa do Brasil, mas também afetam a autoimagem da população brasileira, restringindo a diversidade e a complexidade cultural do país. Assim, este estudo pretende demonstrar como o discurso cinematográfico contribui para a naturalização de condições simbólicas e desigualdades culturais, consolidando estruturas de poder no contexto global.

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa de natureza exploratória e interpretativa, fundamentada em uma revisão de literatura associada à análise de conteúdo de obras cinematográficas. A investigação conjuga a análise de fontes primárias (os filmes "Alô, Amigos!" e "Rio" que apresentam o Brasil sob uma ótica estereotipada) e secundárias (textos acadêmicos selecionados através de buscas sistemáticas em plataformas como SciELO, Google Acadêmico e Periódicos CAPES), utilizando como referencial teórico os autores mencionados para compreender os mecanismos discursivos e as estratégias narrativas que sustentam essas imagens estereotipadas.

A organização do trabalho compreende três seções principais. A primeira dedica-se aos referenciais teóricos, explorando o conceito e o poder do discurso para compreender como o cinema atua como ferramenta de poder simbólico. A segunda apresenta a revisão de literatura sobre a história do cinema norte-americano e seu interesse no Brasil, seguida da análise dos filmes que demonstram as representações estereotipadas do país no cinema estrangeiro.

A terceira seção corresponde à discussão teórica que examina os elementos estereotipados identificados e seu impacto no imaginário social brasileiro. As fontes primárias deste estudo são os filmes hollywoodianos selecionados que compõem o *corpus* empírico da pesquisa, em que os mesmos apresentam imagens do Brasil marcadas por exotismo, violência, sensualidade ou atraso, elementos frequentemente associados a estereótipos que circulam no imaginário social internacional.

A relevância desta pesquisa se justifica pela necessidade de questionar os padrões narrativos que fundamentam a representação do Brasil no cinema norte-americano e seus efeitos na percepção cultural do país. Dessa forma, a análise dessas construções imagéticas permite compreender como o cinema atua como uma ferramenta de poder simbólico, influenciando a forma como culturas são valorizadas ou marginalizadas no cenário internacional. Ao evidenciar os impactos dessas representações na identidade nacional e nas relações culturais entre Brasil e Estados Unidos, a pesquisa contribui para um debate mais amplo sobre o papel das mídias na produção e reprodução de estereótipos, bem como para a valorização de narrativas que reflitam a complexidade e a diversidade da cultura brasileira.

2 O PODER DO DISCURSO

A análise do discurso é imprescindível para compreender como as representações culturais são construídas e perpetuadas, especialmente no cinema. No contexto das relações entre Brasil e Estados Unidos, o cinema estadunidense frequentemente associa e cria estereótipos que moldam a percepção internacional da cultura brasileira. Com base no artigo de Cynthia Weber (2008), que explora a relação entre discurso, mídia e realidade; e nos estudos de Stuart Hall (1997) sobre representação e linguagem, é notório como o cinema atua como um veículo na formação do imaginário social. Ao tratar o Brasil a partir de estereótipos, essas produções audiovisuais criam uma imagem que influencia o modo como o país é visto mundialmente, ao mesmo tempo em que reforça estruturas de poder e dominação cultural.

A partir dos estudos de Cynthia Weber, *"Popular visual language as global communication: the remediation of United Airlines Flight 93"* (2008), é possível observar como o mesmo revisa a como discurso e a linguagem desempenham na compreensão dos acontecimentos e na vida, passando a ser crucial. Ademais, segundo a autora, é notório que a crescente integração da tecnologia nas vidas tem gerado um impacto na forma como a linguagem e o discurso moldam a experiência da realidade.

Dessa forma, uma vez que a tecnologia se torna parte integrante do cotidiano, o discurso emerge como um elemento central na aceitação e familiarização de uma realidade específica. Através do discurso, as tecnologias podem parecer invisíveis, facilitando sua aceitação no dia a dia. Esse discurso pode criar uma realidade "virtual" à parte que se suficientemente propagada, acaba sendo aceita como a única verdade, tornando difícil a contradição.

Contudo, essa conduta bem-sucedida pode também apagar as delimitações entre passado e presente, desafiando as noções tradicionais de temporalidade e identidade. Da mesma forma, a linguagem desempenha um papel fundamental na mediação da experiência da realidade "virtual", é através da linguagem que os usuários articulam e compartilham suas experiências, influenciando assim a percepção coletiva da realidade "virtual" (WEBER, 2008). Além disso, a linguagem utilizada na criação de conteúdo de realidades "virtuais" influencia diretamente a forma como os usuários interpretam e interagem com esses ambientes, se tornando como mediadoras de experiências.

Em adição, é possível relacionar tais ideias com os argumentos de Hall em *"Cultura e Representação"* (1997), visto que, em concordância com o autor, a representação é a maneira pela qual atribuímos significado aos conceitos na mente por meio da linguagem. Como discutida na literatura, essa ligação entre conceitos e linguagem permite abordar tanto ao mundo

'real' dos objetos, sujeitos ou eventos, quanto ao mundo imaginário de objetos, sujeitos e eventos hipotéticos (HALL, 1997). Nesse contexto, é reconhecida como um sistema de representação, ou seja, "[...] ele consiste não em conceitos individuais, mas em diferentes maneiras de organizar, agrupar e classificá-los, bem como em formas de estabelecer relações complexas entre eles " (HALL, 1997, pg. 35).

Desse modo, a linguagem passa a ser reconhecida como o segundo meio de representação que participa no processo de dar sentido ao mundo, isto é, é o meio através do qual expressamos e interpretamos o mundo ao redor. Os termos gerais utilizados para descrever palavras, sons ou imagens que carregam significado são conhecidos como "signos" (HALL, 1997). A partir disso, esses signos não apenas indicam ou representam conceitos, mas também as relações entre esses conceitos, formando os sistemas de significado que permeiam a cultura (HALL, 1997).

Ademais, é destacado a abordagem intencional da linguagem, na qual as palavras assumem o significado que o autor pretende transmitir. No entanto, é importante notar que os significados atribuídos às palavras são influenciados pelos códigos e convenções culturais que regem a linguagem (HALL, 1997). Dessa forma, a representação é reafirmada como a produção de sentido pela linguagem (HALL, 1997), enfatizando seu papel na construção e transmissão de significado.

Segundo Hall (1997), o conhecimento está ligado ao poder, não apenas reivindicando autoridade, mas também moldando a realidade quando aplicado no mundo real. Assim, é conspícuo que "[...] o discurso 'rege' certas formas de falar sobre um assunto, definindo um modo de falar, escrever ou se dirigir a esse tema de forma aceitável e inteligível, então também, por definição, ele 'exclui', limita e restringe outros modos" (HALL, 1997, pg. 80), ficando claro que o discurso não apenas reflete na compreensão do mundo, mas também constrói, influenciando a maneira como as pessoas pensam, falam e agem.

Já ao analisar Derin e Shapiro, com seu artigo "*International/intertextual relations: postmodern readings of world politics.*" (1989) é notório a complementaridade entre os autores. Derin e Shapiro, por sua vez, defendem que o discurso tem ligação com a compreensão da realidade social. Essa se encontra profundamente entrelaçada com os modos de representação e práticas textuais por meio das quais ela é articulada.

Dessa forma, os modos de representação - práticas linguísticas, estilos históricos e estruturas narrativas - acabam moldando a percepção do mundo e os significados que atribuímos ao mesmo, ou seja, os discursos se tornam agentes ativos na construção dessa realidade. A partir disso, fica claro que "*a critical political perspective is, accordingly, one that*

questions the privileged forms of representation, whose dominance has led to the unproblematic acceptance of subjects, objects, acts, and themes through which the political world is constructed." (DERIN & SHAPIRO, 1989, pg. 13).

Desse modo, de acordo com os autores, a predominância de certas práticas textuais constrói sistemas de significado e valor que, por sua vez, direcionam e legitimam a ação. A crítica e a resistência aos modos dominantes de compreensão frequentemente se manifestam por meio de práticas de escrita alternativas que desafiam representações convencionais e desnaturalizam realidades familiares, visto que as narrativas dominantes na política global servem a interesses específicos.

Além do mais, Derin e Shapiro (1989) utilizam da crítica de Derrida para fortalecer seus argumentos, revelando as práticas de exclusão inerentes sobre as quais as ordens sociais são construídas, evidenciando formas marginalizadas de significado que foram obscurecidas por interpretações institucionalizadas. Da mesma forma, as políticas externas dos Estados-Nação são construídas por meio de práticas representacionais que criam noções de alteridade global (DERIN & SHAPIRO, 1989). Por fim, vale destacar que a separação do mundo em espaços distintos - embora muitas vezes implícita - é uma prática fundamental que molda o entendimento da política global.

A partir disso, é possível fazer a intersecção entre as ideias de Darin, Shapiro e Bourdieu, uma vez que os autores mostram como o discurso não apenas molda o imaginário social, mas também legitima ações e políticas em contextos globais. Enquanto Derin e Shapiro (1989) argumentam que práticas textuais dominantes constroem sistemas de significado que direcionam e justificam ações, Bourdieu, através do conceito de *habitus*, oferece uma compreensão de como essas práticas discursivas são internalizadas e reproduzidas pelos indivíduos, reforçando normas e valores sociais.

Dessa forma, vale reiterar que o discurso é uma ferramenta fundamental na formação do imaginário social, pois ele molda e transmite valores, normas e percepções que influenciam o comportamento e as crenças dos indivíduos em uma sociedade. Setton (2001) usa Pierre Bourdieu para explicar que a relação entre discurso e imaginário social pode ser compreendida através do *habitus*, que é definido como um sistema de disposições duráveis e transponíveis que funciona como uma matriz de percepções, apreciações e ações.

Para que essa relação entre discurso e imaginário social se torne compreensível, é necessário entender as condições e os princípios que tornam possível essa comparação. Em concordância com Setton (2001), Bourdieu argumenta que as semelhanças entre imagem e ideias de um período não são meras coincidências, mas sim produtos de uma socialização

sistemática. Assim, essa socialização, conduzida principalmente por instituições como "[...] distintos como a família, a escola, o trabalho, os grupos de amigos e/ou a cultura de massa" (SETTON, 2001, pg. 65), produz indivíduos dotados de um sistema de esquemas inconscientes, ou profundamente internalizados, que constituem a cultura e, mais precisamente, o *habitus* dos mesmos.

O *habitus* é mais do que um simples código comum ou um repertório de respostas; ele é um conjunto de esquemas fundamentais assimilados, a partir dos quais são gerados infinitos esquemas particulares aplicáveis a situações específicas (SETTON, 2001). Dessa forma, o discurso, ao ser internalizado pelos indivíduos, contribui para a formação desses esquemas que orientam suas ações e percepções do mundo. Dessa forma, o *habitus* age como uma ponte entre a realidade externa e as realidades individuais, permitindo uma troca constante entre o mundo objetivo e o subjetivo (SETTON, 2001)

Nesse contexto, o discurso não apenas reflete a realidade social, mas também a molda, criando e reforçando o imaginário social que orienta o comportamento do coletivo. Dessa forma, as instituições sociais, ao promoverem discursos específicos, desempenham um papel crucial na formação do *habitus* e, conseqüentemente, na construção das identidades individuais. Isso é especialmente relevante em um mundo em constante transformação, onde o ritmo das mudanças tecnológicas e sociais desafia as tradicionais referências de identidade e valores, ou seja, há "[...] o questionamento das instâncias de referências e as transformações na construção das experiências individuais" (SETTON, 2001, pg. 67).

Ademais, a importância do discurso se torna ainda mais evidente quando consideramos o caráter transitório dos conhecimentos e a multiplicidade de influências a que os indivíduos estão expostos (SETTON, 2001). O processo de socialização, que outrora era dominado por instituições como a família e a escola, agora é fragmentado e disperso por uma variedade crescente de agentes, como a mídia e a cultura de massa. Esses agentes, ao difundirem diversos discursos, contribuem para a formação de um *habitus* multifacetado, que reflete a complexidade e a dinamicidade do imaginário social contemporâneo.

Dessa maneira, fica claro que o discurso é uma ferramenta na formação do imaginário social, pois não só transmite valores e normas, mas também molda as percepções e ações dos indivíduos. No caso do cinema estadunidense, os estereótipos perpetuados sobre o Brasil contribuem para uma visão simplificada e muitas vezes distorcida da cultura brasileira, criando um imaginário social que impacta tanto a percepção internacional quanto a autopercepção dos próprios brasileiros. Dessa forma, o conceito de *habitus* de Bourdieu, trazido por Setton (2001), permite entender como essa influência ocorre, mostrando que o discurso, ao ser internalizado,

se torna um esquema fundamental que orienta a vida cotidiana. Assim, o imaginário social é constantemente construído e reconstruído através dos discursos que circulam nas diversas esferas da vida social.

Portanto, a análise do discurso revela um papel crucial na construção de estereótipos culturais que influenciam o imaginário social, especialmente por meio do cinema. No caso do Brasil, as representações cinematográficas estadunidenses utilizam elementos discursivos para associar o país a uma imagem simplista e estereotipada, reforçando narrativas que simplificam sua diversidade cultural. Essas produções não apenas refletem, mas também moldam as percepções mundiais, de forma que legitimam as desigualdades culturais e consolidam estruturas de poder que conhecemos atualmente. Dessa maneira, é notório que o discurso internalizado pelas audiências atua como *habitus*, organizando esquemas de percepção e ação que perpetuam tais visões. Assim, o cinema torna-se uma ferramenta de influência cultural, moldando identidades e reproduzindo estereótipos que limitam a compreensão real do Brasil e de sua cultura no cenário internacional.

3 HISTÓRIA DO CINEMA NORTE-AMERICANO E SUA RELAÇÃO COM O BRASIL

A relação entre os Estados Unidos e a América Latina, e especificamente o Brasil, não se iniciou no campo cultural e cinematográfico. Historicamente, as interações entre esses Estados foram marcadas por disputas ideológicas e políticas, em que o Brasil, ao contrário de seus vizinhos hispano-americanos, sempre buscou uma identidade distinta que se alinhasse ao pensamento estado-unidense, visto que " [...] o Brasil não se sentia ameaçado pelos Estados Unidos, e menos ainda pela França e pela Espanha" (BETHELL, 2009, pg. 295). Desse modo, fica claro que enquanto a "América Latina" era vista por intelectuais europeus e hispano-americanos como um conceito que excluía o Brasil, considerando apenas as nações de hispanohablantes, o Brasil se distanciava dessa categorização, preferindo se associar às potências europeias, principalmente à Grã-Bretanha e, posteriormente, aos Estados Unidos¹.

Durante o século XIX, a Argentina, especialmente Buenos Aires, era considerada pelos europeus como uma manifestação da "civilização" no ambiente hispano-americano, em contraste - novamente - com o Brasil, cuja independência pacífica e continuidade sob a coroa lhe conferiam um diferencial na região. Contudo, os intelectuais brasileiros da época viam a Europa, e não a América Espanhola, como parâmetro de progresso e modernidade. Assim, essa perspectiva diferenciada continuou a se manifestar nos anos subsequentes, com o Brasil se posicionando mais próximo dos Estados Unidos, em uma visão que enxergava ambos os países como "gigantes" distintos da América Espanhola ou Latina.

No entanto, essa diferença de percepção também se refletiu na política externa brasileira durante o período da Primeira República (1889-1930), quando o Brasil, ao contrário de seus vizinhos, não demonstrou interesse em alianças pan-latino-americanas. Em vez disso, o Brasil preferiu estreitar laços com os Estados Unidos, percebendo a inevitabilidade da hegemonia norte-americana na região². A postura brasileira, que evitou criticar ações imperialistas dos EUA, como o Corolário Roosevelt - que buscava evitar influências europeias sobre o continente americano - e intervenções em países latino-americanos, indicando uma estratégia de alinhamento pragmático, ou seja, buscando fortalecer sua posição no hemisfério ocidental em parceria com o país norte americano³, enquanto se distanciava do restante da América Latina e suas associações.

¹ BETHELL,

² IBIDEM

³ IBIDEM

Tendo isso em mente, é notório as inúmeras discussões sobre a relação entre filmes estadunidenses e Brasil. Fica conspícuo ressaltar o início dessa relação com a Primeira Guerra Mundial em 1914, em que o cinema estadunidense começou a crescer de forma exacerbada. Contudo, foi apenas na década de 1940 que se expandiu um imaginário latino-americano nas grandes telas hollywoodianas de maneira extremamente estereotipada, uma vez que se buscava construir uma imagem boa aos olhos estadunidenses e vice-versa.

Os Estados Unidos, durante o Governo Roosevelt (1933-1945), acabaram implementando a "política da boa vizinhança" e o "*American Way Of Life*", ou seja, um visava a promover uma abordagem mais cooperativa e amistosa entre os países do continente americano; já o outro incentivava o sonho americano como um modelo a ser seguido por outras nações (BORGES; ZANFORLIN, 2020). Com a criação do *Office for the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA) em 1941, liderado por Nelson Rockefeller, o cinema estadunidense tornou-se uma ferramenta de *soft power* para descrever o poder de influência por meio de de atração cultural ao invés de coerção. Nesse sentido, com o objetivo de promover a cooperação e a solidariedade entre os países dos continentes americanos⁴, os EUA adotaram estratégias para uma boa relação com a América Latina e, como de se esperar, o Brasil; como por exemplo, estimular filmes sem críticas aos países latinos (BORGES; ZANFORLIN, 2020 *apud* LEITE, 2003) e "[...] lançar um programa para seduzir o público latino-americano através de cinema, rádio, música – e da palavra impressa" (BETHELL, 2009, pg. 307). Portanto, essas estratégias adotadas demonstraram o poder do cinema em construir e consolidar uma imagem simpática e favorável, estabelecendo uma forma de influência cultural que persiste até hoje.

Em concordância com Borges e Zanforlin (2020), essas iniciativas tornaram o cinema essencial para fomentar o espírito do panamericanismo, criando uma ponte entre os Estados Unidos e a América Latina. Entre 1939 e 1947, inúmeros filmes com temática latino-americana foram produzidos em Hollywood, evidenciando a influência dessa política⁵. Nesse contexto, surgiram estereótipos sobre a América Latina e mais especificamente sobre o Brasil, retratando como um lugar tropical, exótico, promíscuo, perigoso e "[...] eram inerente-mente instáveis e degeneradas, em parte devido ao clima tropical!" (BETHELL, 2009, pg. 294); como será visto nas obras que serão analisadas ao longo do trabalho.

⁴ BORGES; ZANFORLIN, 2020

⁵ BORGES; ZANFORLIN, 2020

3.1 ANÁLISE DO FILME: “ALÔ, AMIGOS!”

O filme “Alô, Amigos!” (1942) constitui um exemplo da forma como o cinema hollywoodiano construiu representações estereotipadas da América Latina, alinhando-se a interesses políticos e culturais estadunidenses. A produção insere personagens icônicos da Disney em diferentes países do continente, empregando recursos narrativos que abrangem a complexidade cultural das nações retratadas a imagens padronizadas e simplificadas. Ao longo do filme, as identidades nacionais são apresentadas sob uma ótica exótica e lúdica, reforçando estereótipos que ainda hoje permeiam o imaginário coletivo internacional.

A representação da Argentina na animação ilustra essa abordagem reducionista. O personagem Pateta é transformado em um gaúcho argentino e conduz uma narrativa sobre a vida nos pampas, que, por sua vez, é apresentada como a essência da identidade nacional do país. A diversidade cultural e geográfica da Argentina é ignorada em prol de uma imagem uniforme, associando o país exclusivamente ao gado, à paisagem rural e à figura do gaúcho. Este, por sua vez, é retratado de maneira simplificada, semelhante ao cowboy norte-americano, enfatizando a imagem do “aventureiro solitário” que domina a terra com destreza e força. A cena em que Pateta aprende a lançar gado reforça esse viés, combinando humor com uma perspectiva romantizada e quase infantil da vida rural argentina, apagando as complexidades sociais e históricas dessa figura emblemática.

De forma semelhante, o Peru é abordado sob a ótica do exotismo e da caricatura. O Pato Donald explora a região do Lago Titicaca, interagindo com nativos que são representados de maneira estereotipada, com trajes folclóricos exagerados e comportamentos que os baseiam em figuras ingênuas ou cômicas. Esse enquadramento contribui para a construção do imaginário do “nativo exótico e pitoresco”, em que as culturas locais não são protegidas com profundidade, mas sim romantizadas ou ridicularizadas. Em uma das cenas, Donald tenta atravessar uma ponte de cordas andina e é retratado como desajeitado diante das dificuldades impostas pela paisagem, mas, ao mesmo tempo, sua figura sugere uma superioridade tecnológica implícita. Os habitantes locais, por outro lado, aparecem como parte de um cenário, sem autonomia narrativa e específicas apenas para fortalecer a visão de uma América Latina pitoresca e arcaica.

A representação do Brasil, por meio do personagem Zé Carioca, reforça a construção de um país associado ao samba, à festividade e à sensualidade tropical, excluindo qualquer referência a questões sociais, políticas ou econômicas mais complexas. Zé Carioca sintetiza o estereótipo do brasileiro amistoso, malandro e festeiro, atributos que se manifestam em sua forma de falar e interagir com o Pato Donald. A introdução do personagem ao ritmo do samba

e a cena em que oferece uma caipirinha ao pato reforçam a ideia do Brasil como um destino exótico, acolhedor e hedonista. Sua personalidade espirituosa e descontraída sugere que a malandragem é uma característica positiva, permitindo que ele contorne obstáculos com charme e improvisação. No entanto, essa representação reduz o brasileiro a uma figura de entretenimento, ignorando as múltiplas facetas da identidade nacional.

Os cenários que acompanham *Zé Carioca* também reforçam esse imaginário, sendo marcados por palmeiras, paisagens coloridas e ritmos vibrantes, compondo uma estética que reforça a ideia de um paraíso tropical. O filme estabelece uma conexão direta entre o Brasil e a música, consolidando a associação entre a cultura nacional e a alegria, a festa e a dança. Essa abordagem contribui para a fixação de um olhar externo que simplifica e enquadra a identidade brasileira dentro de um conjunto de expectativas criadas pelo cinema estadunidense, muitas vezes em desalinho com a realidade sociocultural do país.

Dessa forma, o referido filme exemplifica como a indústria cinematográfica de Hollywood, especialmente no período da Política da Boa Vizinhança, atua na formulação de estereótipos culturais sobre a América Latina. As representações apresentadas na animação moldam a forma como esses países passaram a ser vistos no exterior, bem como influenciam a autoimagem de suas populações. Assim, ao privilegiar narrativas que reforçam o exotismo, a alegria e a informalidade, o filme contribui para a construção de uma percepção limitada e simplificada das identidades latino-americanas, ignorando suas complexidades históricas, culturais e sociais.

A produção cinematográfica tem historicamente desempenhado um papel estratégico na construção de imaginários culturais, especialmente quando associada a interesses geopolíticos. No contexto da Segunda Guerra Mundial, a animação *Alô, Amigos!* (1942) emerge como uma das principais ferramentas culturais utilizadas pelos Estados Unidos para consolidar a chamada Política da Boa Vizinhança, cujo objetivo era fortalecer as relações diplomáticas com os países latino-americanos (ALMEIDA & MUNEIRO, 2012). O filme, ao destacar quatro países sul-americanos, com ênfase especial no Brasil, procurava promover uma visão harmoniosa e amigável entre os continentes, alinhando-se aos interesses políticos da época. No entanto, a forma como essa representação foi construída revela uma abordagem profundamente marcada por estereótipos, que reduzem a identidade nacional a um conjunto de imagens exóticas e festivas.

Através da indústria cinematográfica de Hollywood, cuja influência se expandia de maneira avassaladora pelo globo, consolidou-se um modelo de representação do Brasil que privilegiava aspectos como o carnaval, a sensualidade feminina e as paisagens tropicais. Essa

padronização imagética contribuiu para a difusão de um imaginário que simplificava a cultura brasileira e reforçava uma visão de mundo alinhada aos valores norte-americanos. Como observam Borges e Zanforlin (2020), Hollywood, responsável por uma produção anual de aproximadamente 600 a 700 filmes e por movimentar cifras bilionárias, tem sua hegemonia cultural amplificada pela ampla distribuição de seus conteúdos, o que permite que suas narrativas alcancem um público global. A partir desse contexto, a construção de estereótipos culturais sobre países periféricos, como o Brasil, passa a ser uma consequência inevitável do domínio simbólico estadunidense no campo audiovisual.

Dentro dessa lógica de simplificação, um dos elementos mais emblemáticos da representação estereotipada do Brasil em *Alô, Amigos!* é o personagem Zé Carioca, um papagaio que incorpora uma visão romantizada do “típico brasileiro”. Criado por Walt Disney, Zé Carioca sintetiza a imagem do carioca simpático, festeiro e boêmio, reforçando a associação entre o Brasil e uma identidade cultural pautada pelo samba, pela descontração e pelo consumo de cachaça (ALMEIDA & MUNEIRO, 2012). O conceito de “malandragem”, entendido como um traço cultural de esperteza e adaptabilidade, é incorporado ao personagem de maneira lúdica, mas também contribui para cristalizar uma visão redutora do brasileiro como alguém essencialmente astuto e despreocupado. Essa simplificação, segundo Castro (2013), não apenas condiciona a percepção externa sobre o Brasil, mas também influencia a forma como os próprios brasileiros internalizam e reproduzem esses discursos em sua identidade nacional.

A criação e a difusão desse tipo de estereótipo não ocorrem de maneira isolada, mas fazem parte de um projeto cultural mais amplo, que visa alinhar narrativas simbólicas a interesses políticos e econômicos específicos. Moura (1986) argumenta que a exportação dessas representações estereotipadas pelo cinema norte-americano estava diretamente vinculada à necessidade dos Estados Unidos de consolidar sua influência na América Latina durante a Segunda Guerra Mundial. Ao projetar uma imagem amigável e exótica do Brasil, *Alô, Amigos!* reforçava a ideia de uma nação receptiva e alinhada aos interesses estadunidenses, ao mesmo tempo em que apagava aspectos sociais e políticos mais complexos do país. Dessa forma, a animação não se limitava ao entretenimento, mas funcionava como uma peça estratégica dentro de uma lógica maior de dominação cultural e diplomática.

A partir dessas considerações, torna-se evidente que o cinema hollywoodiano operou como um vetor fundamental na difusão de representações estereotipadas do Brasil, consolidando uma visão que, simultaneamente promovia a aproximação diplomática entre as nações, também reduzia a identidade brasileira a uma série de clichês. Essa construção discursiva, amplamente disseminada ao longo das décadas, contribuiu para a manutenção de

uma percepção exótica e superficial do país no cenário internacional, influenciando não apenas o imaginário estrangeiro, mas também a forma como os próprios brasileiros se reconhecem culturalmente.

No contexto da Política da Boa Vizinhança, implementada pelos Estados Unidos na primeira metade do século XX, produções cinematográficas como “Alô, Amigos!” foram concebidas para fortalecer laços diplomáticos entre os EUA e países latino-americanos, utilizando estratégias narrativas que consolidavam um imaginário exótico e festivo sobre essas nações (CASTRO, 2013). A figura de Zé Carioca, introduzida nesse contexto, surge como um símbolo dessa construção, representando um Brasil acolhedor e descontraído, alinhado aos valores culturais norte-americanos e desprovido de suas complexidades sociais e políticas (ALMEIDA; MUNEIRO, 2012).

A construção cinematográfica de Zé Carioca opera como um mecanismo de simplificação cultural, reduzindo a identidade nacional brasileira a um conjunto limitado de atributos que enfatizam alegria, malandragem e exotismo tropical. Essa representação projeta uma imagem harmoniosa do Brasil, dissociada de suas desigualdades estruturais e desafios históricos. Conforme argumenta Hall (1997), os discursos midiáticos não apenas refletem realidades, mas participam ativamente na produção de significados, influenciando tanto a percepção externa quanto a autopercepção dos povos representados. Segundo Castro (2013), no caso de “Alô, Amigos!”, essa influência manifesta-se na maneira como o Brasil é retratado como um espaço de celebração e informalidade, reforçando uma identidade nacional pautada na música, na festa e na hospitalidade.

A estratégia narrativa, no entanto, não se restringe ao Brasil, mas se estende a outros países sul-americanos retratados no filme. A Bolívia, por exemplo, é apresentada de forma superficial, com sua cultura resumida a elementos folclóricos e pitorescos. A visita do Pato Donald ao Lago Titicaca exemplifica essa abordagem ao enfatizar características visuais e comportamentais dos povos locais sem explorar suas complexidades culturais e históricas. Esse tipo de representação, segundo Almeida e Muneiro (2012), reitera uma lógica de exotização, em que as nações latino-americanas são transformadas em cenários vibrantes, mas destituídos de profundidade social e política.

Assim, ao enquadrar o Brasil e seus vizinhos sul-americanos dentro de um paradigma de exotismo e leveza, o cinema hollywoodiano não apenas respondia a interesses geopolíticos imediatos, mas também perpetuava no imaginário social global uma visão homogênea e limitada dessas culturas. A repercussão desse tipo de representação estende-se para além do campo cinematográfico, influenciando o modo como o Brasil é percebido internacionalmente e

como os próprios brasileiros compreendem sua identidade cultural. Dessa forma, a narrativa construída em “Alô, Amigos!” ilustra a influência do cinema na produção de estereótipos, bem como sua função como ferramenta de poder simbólico na articulação de discursos hegemônicos sobre a América Latina.

Posteriormente é mostrado o Chile de forma superficial. Para o desenvolvimento do enredo, os desenhistas criaram um personagem chamado "Pedrinho", um avião correio chileno. Para retratar o país no filme, as cordilheiras andinas são usadas como referência. Nelas são evidenciados as correntes fortes de ar; a majestosidade e grandeza das mesmas; e, até então, o "amedrontador" Monte Aconcágua, sendo a montanha mais alta das Américas, em que Pedrinho tem medo.

A Argentina acaba sendo retratada de forma mais estereotipada através dos gaúchos. Para que isso seja abordado, "Alô, Amigos!" traz o Pateta, que antes se encontrava como um *cowboy* no Texas em "[...] uma tentativa escancarada de aproximar as culturas argentina e norte-americana" (ALMEIDA; MUNEIRO, 2012, p. 8). Para representar e viver a cultura argentina, Pateta é colocado para jogar laços, usar roupas típicas gaúchas argentinas, cavalgar com seu fiel companheiro, o cavalo, comer um assado enquanto escuta as músicas de violeiros.

No caso do Brasil, as produções hollywoodianas frequentemente recorrem a estereótipos que reforçam uma visão exótica e festiva do país, apagando suas complexidades socioculturais (ALMEIDA; MUNEIRO, 2012). Um exemplo emblemático desse processo é a representação do Rio de Janeiro no filme, onde a cidade é retratada por meio de uma estética vibrante e idealizada, que enfatiza elementos como as calçadas de mosaico, o samba e a paisagem tropical. Essa escolha visual não apenas atende ao fascínio estrangeiro por cenários pitorescos, mas também insere o Brasil em uma lógica de exotização, transformando-o em um espaço de lazer e entretenimento para o olhar ocidental (CASTRO, 2013).

A introdução do personagem Zé Carioca reforça esse enquadramento, funcionando como um arquétipo do brasileiro simpático, despreocupado e festivo. Sua interação com o Pato Donald ilustra um contraste simbólico entre os dois personagens: enquanto Donald se apresenta com um cartão que menciona apenas Hollywood, sinalizando seu status de estrela global, Zé Carioca, por sua vez, entrega um cartão com seu nome e a identificação de sua cidade e país. Esse detalhe aparentemente carrega implicações mais profundas, uma vez que reforça a ideia de que o Brasil, ao contrário dos Estados Unidos, precisa constantemente se situar no mapa cultural e reafirmar sua identidade (ALMEIDA; MUNEIRO, 2012). A postura extrovertida e acolhedora de Zé Carioca, contrastada com a atitude mais reservada de Donald, opera como um

mecanismo de estereotipização, no qual o brasileiro é enquadrado como informal e acessível, em oposição ao estrangeiro, que mantém um status de superioridade simbólica.

A construção discursiva das identidades culturais, conforme proposto por Hall (1997), evidencia o papel ativo da mídia na formulação de narrativas que ultrapassaram a mera reprodução da realidade, tornando-se elementos constituintes das representações hegemônicas. No contexto do filme, essa dinâmica se manifesta na forma como o Brasil é limitada a um conjunto de símbolos estereotipados, privilegiando aspectos festivos e sensuais que ressoam com as expectativas do público estrangeiro. Tal simplificação não ocorre de maneira desinteressada, mas inserida em um contexto geopolítico específico, alinhando-se à Política da Boa Vizinhança dos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial, estratégia cultural que visava estreitar laços com a América Latina e fortalecer uma imagem positiva dos países do hemisfério sul dentro dos interesses norte-americanos (MOURA, 1986).

A representação do Rio de Janeiro como um espaço de celebração constante e a figura de Zé Carioca como personificação da informalidade e hospitalidade brasileira exemplificam um padrão recorrente nas produções cinematográficas norte-americanas. Esse tipo de enquadramento influencia a percepção internacional sobre o Brasil, assim como, também, interfere na construção da autoimagem nacional, promovendo uma visão restrita da diversidade cultural do país. Dessa forma, o cinema hollywoodiano, para além de seu caráter de entretenimento, assume um papel ativo nas consolidações de hegemonias culturais, reforçando posições simbólicas que perpetuam estereótipos e reverberam no imaginário social global.

A relação entre os dois personagens também é marcada por símbolos culturais brasileiros, como a cachaça e o samba, que reforçam a imagem estereotipada do brasileiro como festeiro e boêmio. A ênfase no consumo de cachaça, na festividade e na afetuosidade de Zé Carioca sublinha a visão de que esses aspectos são elementos centrais da identidade nacional. O filme, ao construir essa imagem exagerada do brasileiro, reforça estereótipos e, ao mesmo tempo, é notório que:

"A exposição do Brasil de forma enaltecida e simpática tentava reafirmar a política de vínculo praticada pelos EUA até então. Através do filme, o governo norte-americano se fazia presente, "lembrava" o quão importante e prazerosa era a relação entre americanos e brasileiros" (ALMEIDA; MUNEIRO, 2012, p. 14).

Portanto, o filme exemplifica o papel estratégico desempenhado pelo cinema hollywoodiano na construção de estereótipos culturais, particularmente durante a implementação da Política da Boa Vizinhança. A representação do Brasil através de figuras como Zé Carioca serviu aos interesses diplomáticos e comerciais dos Estados Unidos, ao criar uma visão exótica e simplificada do país, alinhada aos objetivos de estreitar laços com a

América Latina durante e após a Segunda Guerra Mundial. Enquanto entretinha o público internacional, o filme consolidava no imaginário estrangeiro uma imagem estereotipada e limitada da cultura brasileira.

3.2 ANÁLISE DO FILME: “RIO”

A análise do filme *Rio* (2011), dirigido por Carlos Saldanha, evidencia uma narrativa que se sustenta em estereótipos culturais amplamente difundidos sobre o Brasil, com ênfase na cidade do Rio de Janeiro. Desde a sequência inicial, observa-se uma representação exótica do país, ancorada na celebração festiva e na musicalidade, elementos que são apresentados como características intrínsecas da cultura nacional. Nesse contexto, essa construção simbólica reforça uma visão externalizada do Brasil enquanto um destino turístico vibrante, mas, ao mesmo tempo, simplificado por meio da redução de sua diversidade cultural a clichês reiterados na mídia cinematográfica.

No desenrolar da trama, verifica-se a insistência na associação entre o Brasil e a festividade, aspecto evidenciado não apenas pela ambientação carnavalesca, mas também pela caracterização de seus personagens. A inserção de figuras como Nico e Pedro, pássaros que evocam o arquétipo do brasileiro descontraído e festeiro, remete ao personagem clássico Zé Carioca, consolidando um padrão narrativo que perpetua a imagem do país como um espaço de entretenimento e lazer. Além disso, a relação entre festa e perigo é explorada na trama por meio da inserção do tráfico de animais silvestres, o que sugere uma dualidade narrativa entre a efervescência cultural e a presença de desafios socioeconômicos.

Esse fenômeno cinematográfico pode ser compreendido dentro de um contexto mais amplo da indústria do turismo, na qual a cidade do Rio de Janeiro se destaca como um dos principais destinos para estrangeiros que visitam o Brasil por motivações recreativas. Dados da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur) indicam que cerca de 40% dos visitantes internacionais passam pela capital fluminense, a qual registra mais de três milhões de turistas durante a temporada de verão. O caráter atrativo da cidade está ligado não apenas às belezas naturais e ao patrimônio histórico, mas também à realização de eventos de grande porte. Em 2014, por exemplo, o Rio de Janeiro sediou 66 eventos internacionais, incluindo a Copa do Mundo FIFA, e, em 2016, tornou-se palco dos Jogos Olímpicos, conforme dados da *International Congress and Convention Association* (ICCA). Ademais, celebrações como o Carnaval e o Réveillon de Copacabana, reconhecidos mundialmente, consolidam a identidade da cidade como um epicentro festivo de projeção global (LOPES; DE SOUZA; CARDINALE, 2017).

No entanto, é necessário problematizar os impactos dessa representação midiática sobre a construção da identidade nacional e a percepção do Brasil no exterior. A redução da complexidade sociocultural brasileira a um imaginário de lazer, festa e exotismo pode obscurecer outras dimensões da realidade do país, como suas questões históricas, políticas e socioeconômicas. O discurso midiático, muitas vezes reiterado por produções internacionais, pode influenciar a forma como o Brasil é visto por outros países, assim como influenciar a própria percepção interna dos brasileiros sobre sua cultura e identidade.

Dessa forma, a análise do filme permite refletir sobre os desafios e implicações das representações culturais no cinema, destacando como a produção audiovisual pode tanto reforçar estereótipos quanto influenciar a dinâmica turística e econômica de uma região. Paralelamente, evidencia-se a necessidade de narrativas que contemplem a diversidade e a complexidade do Brasil, proporcionando uma compreensão mais ampla e menos reducionista de sua cultura e sociedade.

A construção dos antagonistas no filme em análise reforça um padrão estereotipado frequentemente observado na mídia internacional. Os personagens responsáveis pelo tráfico de animais são representados como moradores de comunidades periféricas, uma escolha narrativa que contribui para a perpetuação da ideia de que esses espaços urbanos estão intrinsecamente ligados à criminalidade e ao perigo. Essa representação não ocorre de forma isolada, mas dialoga com uma concepção já divulgada que associa as favelas a territórios marcados pela violência e pela ausência do Estado. O reforço dessa imagem é potencializado pela ambientação das atividades ilícitas dentro da favela, o que contribui para consolidar um imaginário de caos e ilegalidade associado a esses espaços.

Conforme Neiva (2015), a representação da favela na cinematografia brasileira não é um fenômeno recente. Ao longo da história do cinema nacional e internacional, essas comunidades foram frequentemente retratadas como epicentros de violência urbana. No entanto, o que se observa no filme em questão é a reiteração desse espaço como cenário central das práticas criminosas, sem que haja uma abordagem que contemple a complexidade social e cultural da favela. Assim, a obra se insere em uma tradição cinematográfica que, ao longo do tempo, combina múltiplas representações do Rio de Janeiro, variando entre visões romantizadas e narrativas que enfocam a criminalidade. No contexto contemporâneo, isso reforça estigmas historicamente construídos e contribui para a manutenção de um discurso homogêneo sobre as periferias, desconsiderando sua diversidade e riqueza sociocultural.

A caracterização dos personagens segue uma dicotomia que opõe racionalidade e impulsividade, muitas vezes atrelada a uma perspectiva imperialista. Blu, uma protagonista

arara-azul, cresceu nos Estados Unidos e é retratada como metódica, racional e avesso à espontaneidade, em contraste com Jade, uma arara nativa do Brasil que incorpora traços associados ao “espírito livre” do país, misturando natureza e aventura. Assim, esse contraste se repete entre Túlio e Linda, cientistas responsáveis pela reintrodução do Blu na fauna brasileira. Enquanto Linda, uma americana, é retratada como organizada e sensata, Túlio é retratado como excêntrico, caótico e desajeitado – um reforço do estereótipo do brasileiro desorganizado, ainda que inteligente.

Outros personagens reforçam arquétipos associados à visão estereotipada do Brasil no imaginário estrangeiro. Nico e Pedro encarnam a alegria e a festa, uma imagem vendida para o exterior como essencial à nacional. Rafael, o tucano, é representado como um pai de família carismático e bem relacionado, reforçando a ideia do brasileiro expansivo e comunicativo, sempre cercado por uma grande rede de contatos. Já os macacos, ao serem retratados como astutos e malandros, reforçam a construção da figura do “malandro carioca”, estereótipo amplamente presente na cultura brasileira e internacional.

O antagonista Nigel, uma cacatua estrangeira, representa a exploração e a ganância, características frequentemente associadas à ação de caçadores no Brasil. Por outro lado, a narrativa posiciona Blu e Linda como salvadores da fauna brasileira, uma construção que pode ser interpretada dentro de uma lógica imperialista, na qual o Brasil é representado como um território simbólico subordinado, necessitando da intervenção externa — neste caso, dos Estados Unidos — para sua preservação e progresso. Essa perspectiva reforça uma visão de dependência, na qual o sucesso ambiental e ecológico do Brasil estaria relacionado à atuação de agentes estrangeiros.

Os resultados apontam para uma simplificação de elementos culturais brasileiros no filme, com a intenção de torná-los mais compreensíveis para um público estrangeiro. O carnaval, por exemplo, é representado de maneira superficial, aumentando sua complexidade histórica e sociocultural a um espetáculo essencialmente visual e festivo, o que contribui para a perpetuação de um imaginário exótico e hedonista sobre o Brasil, desconsiderando as camadas simbólicas e os significados sociopolíticos que estruturam essa manifestação cultural.

De forma semelhante, a representação das favelas segue um padrão narrativo recorrente no cinema internacional, no qual esses espaços são frequentemente associados à criminalidade e ao perigo, superando a riqueza sociocultural e a diversidade de experiências que os compõem. Ao adotar essa perspectiva reducionista, a obra reforça estereótipos já consolidados na literatura e no cinema, em que a identidade brasileira é comumente vinculada a noções de “diversão”, “libertinagem”, “carnaval” e “pecado”. Tais elementos, longe de oferecerem uma visão

abrangente da cultura nacional, restringem-se a uma abordagem superficial que privilegia aspectos espetaculares e exóticos em detrimento de uma compreensão mais profunda das dinâmicas sociais e históricas do país (PAGANOTTI, 2007).

Assim, Rio se insere em um conjunto de produções audiovisuais que reforçam uma imagem romantizada e exótica do Brasil, destacando aspectos como festa, desorganização e a necessidade de intervenção externa para a resolução de seus desafios. Ao recorrer a estereótipos persistentes, o filme contribui para a perpetuação de um imaginário que, apesar de capturar para o público estrangeiro, simplifica e distorce a complexidade da realidade brasileira. Esse tipo de representação dificulta o reconhecimento da pluralidade cultural brasileira, alimentando um imaginário reduzido que sustenta desigualdades simbólicas no cenário internacional.

4 O IMAGINÁRIO SOCIAL E A PERPETUAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS

A "representação" aparece como um elemento chave na base teórica de diversos autores. Compreender o que esse conceito significa e como opera na dinâmica social é essencial. Stuart Hall (1997) desenvolve o conceito de representação a partir de um tripé fundamental: identidade, estereótipo e diferença, sendo esses indispensáveis para a compreensão das representações sociais. Os estereótipos evitam "caos cognitivo" e tornam a experiência da realidade social mais "organizada", contudo reforçam imagens preconceituosas e superficiais sobre culturas desconhecidas (CASTRO, 2013 *apud* WOLF, 1999). Dessa forma, os estereótipos atuam de maneira a reduzir a complexidade do mundo social, mas que simultaneamente acabam reforçando a simplificação de grupos e culturas, que podem, por consequência, fortalecer uma narrativa negativa.

Atualmente, a afirmação da identidade se constitui através da própria diferenciação do "outro" este marcador da diferença evidencia-se através da religião, características físicas ou antagonismos gerais que têm capacidade de indicar "quem é quem" em dada sociedade⁶. Assim, a estereotipação opera com o intuito de reduzir determinado grupo a características negativas e simplistas. A interconexão entre este tripé de conceitos reflete na composição das representações sociais. Castro (2013) traz Ramonet (2002), que observa que a mídia de massa tende a retratar culturas estrangeiras com uma ênfase exagerada em sua exotização, perpetuando que a ideia de que o "outro" é sempre diferente ou, até então, inferior

As representações estabelecem identidades individuais e coletivas, através dos sistemas de representação, que moldam lugares identitários⁷. Em concordância, Andrade e Doula (2020) reiteram a ideia de que a mídia não se resume a um mero veículo que transmite informações, mas atua ativamente na produção de representações, orientando símbolos e significados que repercutem socialmente.

De acordo com Salles, Castro e Loureiro (2021), uma vez que a narrativa única é incansavelmente reafirmada pela mídia, tonificando estereótipos e diferenças, acaba se tornando mais difícil quebrá-la. Todas estas contribuições destes autores demonstram que a representação se configura em uma chave de poder e dominação; o poder de modelar as identidades de acordo com interesses sociopolíticos. A mídia se mostra um enorme, senão o maior, veículo de materialização deste poder atribuído às representações sociais.

⁶ LEITE, 2022

⁷ IBIDEM

Esse papel central da mídia na construção das representações sociais encontra ressonância com as ideias da Escola de Copenhague, que enfatiza a comunicação como estrutura significativa da realidade. Com a incapacidade do realismo em prever o fim da Guerra Fria, os teóricos se motivaram pela busca de uma teoria que melhor atendesse a situação no qual eles passavam (TANNO, 2003). Assim, na década de 80, a Escola de Copenhague surgiu nesse contexto como uma alternativa.

Os pensadores dessa escola destacam que as representações não são meras imagens, mas construções sociais que operam por meio de processos de significação que envolvem tanto a produção quanto a interpretação de conteúdo. Nesse contexto, a obra de Stuart Hall de 1997 se torna relevante, pois expõe como os discursos midiáticos são fundamentais para a construção de identidades sociais, evidenciando a articulação entre poder, cultura e a percepção do "outro". Assim, a Escola acaba retomando a ideia de que a representação está longe de ser um reflexo neutro da realidade, mas é uma prática que está imbuída de significados sociais e políticos que perpetuam estereótipos e simplificações.

Além disso, a Escola de Copenhague enfatiza que a mediação da comunicação não apenas representa, mas também contribui para a constituição da identidade coletiva. Através da análise crítica dos processos comunicativos, os autores sugerem que a mídia tem um papel proativo na perpetuação de narrativas que, muitas vezes, reduzem a complexidade cultural em favor de representações simplificadas e exóticas, ou seja, o que é entendido, torna-se. Assim, de acordo com Oliveira (2019):

" [...] a forma como a realidade material e social se desenvolve e responde a determinados problemas se fundamenta em interpretações guiadas por ideias e percepções acerca da realidade, que são construídas no interior da sociedade e guiam as ações dos agentes, moldando suas visões de mundo e o sentido que delas decorrem."

Nesse sentido, a proposta de Andrade e Doula (2020) de que a mídia é um agente ativo na construção de representações sociais ecoa os princípios da Escola de Copenhague, que reconhece a interconexão entre comunicação, poder e identidade. Portanto, a compreensão da representação como um mecanismo de dominação se torna um elemento central, uma vez que, ao perpetuar estereótipos, a mídia molda a percepção social de maneira a reforçar divisões e hierarquias culturais.

A “câmara de eco” e o conceito de representação de Stuart Hall (2005) convergem ao expor como as redes de comunicação e mídia produzem e reforçam estereótipos e identidades coletivas. A partir do fenômeno da câmara de eco, onde ideias são continuamente repetidas e

fortalecidas, surgem salas que favorecem a manutenção de representações simplificadas do “outro”, muitas vezes superficiais. Essa é caracterizada como um fenômeno que descreve o reforço de ideias e opiniões em ambientes, principalmente nas redes sociais e plataformas online, que priorizam o conteúdo gerado pelos usuários.

Nesses espaços, as informações tendem a ser compartilhadas e discutidas por grupos com visões semelhantes, criando um círculo de validação mútua (FERREIRA; RIOS, 2017). Esse processo resulta no fortalecimento de determinadas crenças, uma vez que os usuários ouvem repetidamente o que já acreditam, consolidando visões sem um contraponto. Segundo Ferreira e Rios, com a repetição de mensagens similares dentro do espaço, há uma construção contínua e reforçada de representações específicas, que podem se distanciar da realidade completa, visto que esse ambiente impede o contato com outros pontos de vista, criando uma percepção distorcida, onde o usuário sente que suas crenças são amplamente compartilhadas e corretas. Esse processo contribui para a perpetuação de representações simplificadas ou estereotipadas, já que as informações que circulam tendem a reforçar essas visões pré-existentes. Como resultado, a câmara de eco acaba tendo um funcionamento que molda percepções sociais de modo a tornar estereótipos ou simplificações ainda mais enraizados.

Esse isolamento de ideias dentro da câmara pode levar à polarização de opiniões, reduzindo o diálogo para posições binárias. A falta de diversidade de pontos de vista dificulta a quebra de estereótipos já construídos, tornando difícil a compreensão e aceitação de perspectivas distintas. No longo prazo, isso gera uma percepção coletiva que não necessariamente reflete a realidade, mas que está fundamentada nas representações disseminadas e reforçadas dentro dessas bolhas (FERREIRA; RIOS, 2017). A câmara de eco, portanto, atua como um agente na formação de identidades e na sustentação de narrativas que, muitas vezes, reforçam hierarquias culturais e dificultam a compreensão da complexidade cultural, já que a repetição constante de mensagens "homogêneas" nas mídias e redes sociais contribui para a construção de estereótipos que, segundo Hall (2005), “impedem o caos cognitivo,” mas também limitam a percepção e o entendimento real das diferenças culturais.

Em continuação, o poder da imagem desempenha um papel central na construção de significados e na sustentação de identidades, ideias e estereótipos, como visto anteriormente por Hall (1997; 20025) e Weber (2008). Na cultura da imagem, as representações visuais têm a capacidade de transmitir conceitos e valores complexos, mas a exposição intensa e superficial promovida pelos meios midiáticos pode levar a uma perda de profundidade simbólica, transformando imagens que antes carregavam significados culturais em representações manipuláveis e simplificadas. Esse processo é intensificado por estereótipos, que, como aponta

Hall, simplificam a complexidade social ao categorizar o “outro” com uma identidade diferente, dificultando a real compreensão de culturas e reforçando visões preconceituosas.

Segundo Rodrigues (2020), nos tempos atuais o poder da imagem persiste como elemento central na construção de significados coletivos e na estruturação de símbolos que definem identidades e valores. Desse modo, a cultura da imagem atribui às representações visuais um papel principal, onde a imagem não apenas ilustra, mas simboliza valores complexos, superando o visual para comunicar conceitos profundos, concordando com os pensamentos de Hall (2005). Tal cultura é vista atualmente com características próprias, ligadas tanto à comunicação quanto ao consumo de ideias e valores sociais. No entanto, a familiaridade e a disseminação das imagens tornam indivíduos menos atentos ao que elas realmente simbolizam, assim criando uma tendência ao esvaziamento de seu sentido original, onde os significados são simplificados ou até distorcidos.

O avanço tecnológico e a constante presença dos meios de comunicação aumentam a exposição a imagens, tornando seu consumo uma atividade diária superficial. Ou seja, se antes as imagens eram reverenciadas em contextos específicos como religiosos ou culturais, hoje se tornaram onipresentes e, em muitos casos, desprovidas de seu simbolismo inicial. Para Rodrigues (2020), esse processo resulta em uma banalização, onde a imagem perde sua “transcendentalidade” e passa a ser um mero objeto descartável. Contudo, devido a necessidade pela comunicação rápida e acessível no século XXI, o imaginário coletivo começa a se esvaziar de profundidade, tornando os símbolos vulneráveis à reinterpretação e manipulação que pouco respeitam seu significado original, fortalecendo a perpetuação de estereótipos.

No contexto da cultura da imagem, o poder visual desempenha papel central na criação de significados. Embora as imagens possam carregar valores profundos, sua exposição constante — mediada por tecnologias e mídias — leva à superficialidade. Rodrigues (2020) afirma que o consumo diário e acelerado de imagens esvazia seu conteúdo simbólico, transformando representações complexas em versões utilitárias e descartáveis — como ocorre, por exemplo, no filme "Rio" (2011), em que a representação da favela é estilizada com elementos visuais vibrantes e musicais, suavizando a complexidade social do espaço e de seus moradores.

A cultura visual contemporânea, portanto, distancia-se da dimensão transcendental dos símbolos. Essa banalização das imagens permite sua apropriação ideológica, moldando representações de acordo com interesses específicos. O valor simbólico, assim, não desaparece, mas é ressignificado de forma superficial. Como apontado por Rodrigues, a destruição

simbólica de uma imagem não exige mais sua eliminação física; basta substituir seus significados por interpretações simplistas e utilitárias — como ocorre com muitos estereótipos.

Sob essa perspectiva, o conceito de *soft power* se conecta fortemente ao processo de perpetuação de estereótipos sobre o Brasil pelo cinema estadunidense. Ou seja, o *soft power* refere-se à capacidade de uma nação de influenciar outra por meio, nesse caso, de atração cultural, ao invés de coerção militar ou econômica. E no caso brasileiro, a representação no cinema estadunidense tem um duplo sentido: por um lado, reforça uma imagem “atraente”, por outro, limitada e estereotipada. Ademais, a dinâmica de *soft power* acaba possuindo implicações mais profundas, uma vez que a percepção popular pode influenciar desde políticas até ao turismo, além de reduzir a complexidade cultural brasileira a um grupo simplificado de características que são distribuídas pelo cinema para o mundo.

4.1 ESTEREÓTIPOS CULTURAIS BRASILEIROS

Para entender os estereótipos em relação à cultura brasileira é necessário analisar os conceitos de estereotipagem, seus efeitos e sua relação com o poder. Hall (1997) argumenta que a estereotipagem reduz indivíduos a características fixas e imutáveis, ignorando a diversidade em cada ser humano. Esse processo se torna e funciona como mecanismo de dominação simbólica, reforçando visões simplificadas e limitantes.

Ao estudarmos como é construída a percepção do mundo, nos deparamos com a classificação e a tipificação, ou seja, recorremos a um sistema geral de categorização, onde objetos, pessoas e eventos são classificados de acordo com a cultura em que estamos inseridos (HALL, 1997). No entanto, a estereotipagem se diferencia da tipificação por sua exageração e simplificação de características específicas. Os estereótipos, por sua vez, se apoderam de aspectos "simples, vívidas, memoráveis, facilmente compreendidas e amplamente reconhecidas sobre um indivíduo" (HALL, 1997 pg.191 apud DYER, 1977, pg. 29) definindo-o com atributos distorcidos.

Outro ponto crucial reside na prática de fechamento e exclusão inerente à estereotipagem. Através da fixação de categorias, o estereótipo exclui tudo o que não se encaixa em seus moldes pré-definidos por ele mesmo, criando fronteiras artificiais e limitando a diversidade. Além disso, a estereotipagem pode facilitar a associação entre indivíduos que compartilham os mesmos estereótipos⁸, colocando-os no mesmo segmento. Essa identificação

⁸ IBIDEM

pode gerar um senso de pertencimento, mas também pode levar à exclusão e à discriminação de grupos minoritários.

Adentrando no âmbito da representação, Hall reflete sobre a fantasia, a percepção e o significado da estereotipagem. Segundo o autor (1997, pg.200):

"Os estereótipos referem-se tanto ao que é imaginado, fantasiado, quanto ao que é percebido como "real", e as reproduções visuais das práticas de representação são apenas metade da história. A outra metade - o significado mais profundo - encontra-se no que não está sendo dito, mas está sendo fantasiado, o que está implícito, mas não pode ser mostrado. Até agora, nós afirmamos que a "estereotipagem" tem sua própria poética - suas próprias maneiras de trabalhar - e sua política as maneiras com as quais ela está investida de poder. Também afirmamos que se trata de um determinado tipo de poder - uma forma de poder hegemônico e discursivo que opera tanto por meio da cultura, da produção de conhecimento, das imagens e da representação, quanto por outros meios."

A partir do excerto, fica claro que existe uma dicotomia entre o real e o imaginário que se conecta à política da estereotipagem. Dessa forma, a "estereotipagem" tem sua própria poética, ou seja, possui mecanismos específicos para operar e influenciar a forma como percebemos o mundo. Portanto, essa poética está ligada à política da estereotipagem, que se manifesta como uma forma de poder hegemônico e discursivo (HALL, 1997).

É evidente que o poder opera por meio da cultura, da produção de conhecimento, das imagens e da representação, reforçando visões estereotipadas e limitando as vozes daqueles que foram colocados em "caixas". A estereotipagem se torna, assim, um instrumento de dominação e controle social, perpetuando tanto desigualdades quanto injustiças. A relação com o poder na estereotipagem é circular, pois envolve tanto os "sujeitos" do poder quanto aqueles que estão submissos a ele (HALL, 1997). É nesse contexto que se revela outro aspecto crucial da estereotipagem, marcado pela fantasia e projeção, que gera divisão e ambivalência (HALL, 1997).

A partir da dicotomia entre o real e o imaginário na estereotipagem, conforme discutido por Hall (1997), podemos entender como representações culturais, como a da cultura brasileira operam e perpetuam-se. A imagem do malandro, difundida por personagens como Zé Carioca de Walt Disney, exemplifica a poética da estereotipagem apresentada anteriormente, moldando percepções e fortalecendo visões estereotipadas. Dessa forma, esse processo limita vozes e se torna um instrumento de poder hegemônico. Assim, a representação do malandro evidencia como o poder cultural e discursivo moldam identidades e mantém estruturas sociais dominantes, demonstrando a relação circular entre poder e estereotipagem (HALL; 1997; SCHEYERL & SIQUEIRA; 2008).

A representação do brasileiro como malandro tem profundas raízes na história e cultura do país, sendo amplamente difundida e perpetuada globalmente, como argumentado por Scheyerl e Siqueira (2008). Essa imagem se consolidou durante a Segunda Guerra Mundial, quando Walt Disney introduziu o personagem Zé Carioca em 1941, retratando o brasileiro como um "*bon vivant* tropical" que vive de expedientes visto que o personagem brasileiro não se adaptava a empregos formais (SCHEYERL & SIQUEIRA; 2008 *apud* CAVALCANTE; 2005). Ao longo do tempo, esse personagem foi reforçado em inúmeras representações culturais, como música, cinema e teatro, assim contribuindo de maneira assertiva para a sua consolidação no imaginário social global (SCHEYERL & SIQUEIRA; 2008).

Segundo Scheyerl e Siqueira, essa percepção estereotipada do brasileiro como malandro persiste até os dias atuais, sendo alimentada por casos de corrupção e fraudes que colaboram para manchar a reputação nacional, ou seja, a visão de um "reino latino-americano da malandragem" é reforçada por escândalos que acabam perpetuando o estigma. No entanto, Stuart Hall (2005) argumenta que a identidade nacional é um conceito complexo e em constante transformação, não podendo ser reduzida a estereótipos simples que "[...] o longo da nossa história, sempre potencializamos (ou deixamos que fossem potencializados) [...]" (SCHEYERL & SIQUEIRA; 2008, pg. 388).

Em adição, Denise e Sávio (2008) argumentam que para Hall as mudanças estruturais na sociedade contemporânea estão fragmentando as identidades pessoais e sociais, desafiando a ideia de uma identidade nacional homogênea. Assim, embora o estereótipo do brasileiro malandro ainda esteja presente, uma compreensão mais completa da identidade nacional precisa uma abordagem que reconheça a diversidade e complexidade da sociedade brasileira na "modernidade tardia".

Ademais, é possível conectar as ideias com os argumentos de Rásia (2011). A mesma afirma que os estereótipos surgem como representações simplificadas e preconceituosas da identidade nacional, construindo uma imagem errada do país. Assim, a associação do "jeitinho brasileiro" junto à figura do malandro em um país de vasta gama de diversidade, o Brasil acaba sendo retratado - na maioria das vezes - de forma exótica e selvagem, caracterizado, por exemplo, por uma Amazônia próxima aos grandes centros urbanos, cidades habitadas por macacos e marcada pelo erotismo e sensualidade estereotipados (RÁISA, 2011). Assim, em concordância com Maisonneuve (1977), os estereótipos envolvem a atribuição dos mesmos traços a todos os indivíduos ou objetos designados pela mesma palavra, simplificando em excesso as características expressas por palavras já estereotipadas.

Além disso:

"as definições de estereótipos como imagens simplificadas de grupos específicos ressaltam a complexidade das representações culturais na mídia. Esses estereótipos, embora simplifiquem características sociais e culturais, podem levar a preconceitos e discriminação, influenciando a percepção pública sobre determinado grupo." (ROSSETO, 2021 *apud* KIRST-ASHMAN, 2007; SIX, 1989).

Tunico Amâncio, em seu livro "Brasil dos Gringos: Imagens do Cinema" (2007), aborda a relação da carta de Pero Vaz de Caminha aos olhares sobre o país, evidenciando como esses olhares ultrapassados se mantêm de pé até os dias atuais. Amâncio traz um Brasil perpetuamente colonizado, constantemente "descoberto" por olhares estrangeiros, especialmente através do cinema, que constroem uma imagem do Brasil.

Nesse contexto, os estereótipos ganham força quando aliados ao espetáculo e à produção em massa da indústria cinematográfica hollywoodiana. Segundo Amâncio (2007), o cinema se torna o palco de uma disputa entre a criação e a denúncia dos estereótipos, onde cenários, encenações e discursos reforçam ou questionam as representações simplificadas. Dessa forma, os estereótipos buscam classificar e excluir, alimentando ideologias e políticas que moldam a percepção pública sobre o Brasil e seus habitantes (RÁSIA, 2011).

Em suma, a análise da estereotipização da cultura brasileira revela um enorme emaranhado de fatores históricos, sociais e políticos. A partir da perspectiva de Hall (2005), a estereotipização emerge como um poderoso instrumento de dominação, moldando percepções e limitando as possibilidades de representação. Portanto, a imagem do brasileiro como malandro, perpetuada por séculos, exemplifica como a cultura popular e a mídia contribuem para a construção e manutenção desses estereótipos. Ao naturalizar diferenças e hierarquizar as identidades, como feita pelo cinema norte-americano, a estereotipização impede uma compreensão mais profunda e complexa da diversidade cultural brasileira.

Com os filmes abordados no capítulo anterior, observa-se que os mesmos mostram que o cinema estadunidense moderniza os estereótipos, porém sem abandoná-los, adaptando-os a novas narrativas, como visto nos filmes "Alô, amigos!" (1942) e "Rio" (2011), que possuem décadas de diferença. A figura do "malandro" se transforma em personagens que atuam com inteligência e charme em um ambiente urbano que combina perigo e aventura, como pode ser visto nas cenas. Da mesma forma, o exotismo continua presente, mas com um apelo visual mais sofisticado, adequando-se às novas tecnologias de animação e cinema. Esses exemplos demonstram uma continuidade na maneira como o Brasil é retratado, mostrando uma adaptação que torna os estereótipos relevantes para o público atual, ao mesmo tempo em que preserva aspectos tradicionais do imaginário social que conecta o Brasil à sensualidade, ao exotismo e à informalidade.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como objetivo compreender como o cinema estadunidense colabora para a construção e perpetuação de estereótipos culturais sobre o Brasil, e de que forma essas representações contribuem para moldar o imaginário social e a percepção internacional do país. Com isso, a análise dos filmes “Alô, Amigos!” (1942) e “Rio” (2011) evidenciou como o discurso cinematográfico reforça imagens simplificadas, exotizadas e reduzidas do Brasil, relacionadas a elementos como a informalidade, a sensualidade e a natureza tropical. Esses estereótipos operam como ferramentas simbólicas que naturalizam uma visão limitada da cultura brasileira, frequentemente distante da complexidade e da diversidade que o país representa.

Utilizando conceitos como representação, *habitus*, discurso, esvaziamento da imagem e *soft power*, foi possível compreender como essas construções visuais e narrativas não apenas afetam a percepção externa, mas também interferem na formação da identidade nacional, internalizando discursos hierárquicos e desigualdades simbólicas.

O objetivo de analisar as representações midiáticas e sua influência sobre a percepção social foi alcançado, contribuindo para o debate sobre o papel das narrativas culturais na manutenção de dinâmicas de poder. Como desdobramento, este estudo reforça a importância de promover representações mais plurais e autênticas da cultura brasileira, bem como de estimular a reflexão sobre o consumo de conteúdos que reforçam estereótipos.

Além disso, os resultados obtidos demonstram como a indústria cultural atua não apenas como forma de entretenimento, mas também como um espaço de disputa simbólica e ideológica. Ao reforçar imagens que reduzem a complexidade do Brasil a símbolos recorrentes, como o carnaval, a natureza exuberante e a informalidade, o cinema estrangeiro contribui para a consolidação de um olhar estrangeiro que se sobrepõe às narrativas locais.

Dessa forma, o cinema estadunidense não apenas entretém, mas atua como um mecanismo discursivo de poder simbólico, que naturaliza desigualdades culturais e consolida estruturas de dominação global. Por meio da repetição de imagens estereotipadas, produz-se uma percepção hegemônica do Brasil que impacta tanto a autoimagem nacional quanto sua posição no cenário internacional.

Nesse sentido, torna-se fundamental fomentar práticas de letramento midiático que permitam uma leitura crítica das representações culturais, especialmente entre públicos jovens e consumidores frequentes de produções internacionais. Assim, é possível não apenas resistir à padronização de imaginários colonizados, mas também fortalecer uma produção audiovisual

brasileira comprometida com a diversidade, a autenticidade e a valorização das múltiplas identidades que compõem o país. Portanto, em um cenário globalizado, o cinema segue sendo uma ferramenta estratégica de influência cultural, e entender seus impactos é fundamental para desconstruir estereótipos, promover justiça simbólica e fomentar uma produção cultural mais crítica e representativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Lia; MUNEIRO, LÍlian. **Alô Amigos!** – Zé Carioca como representante nacional. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2012. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0083-1.pdf>. Acesso em: 14 set. 2024.
- AMÂNCIO, Tunico. **O Brasil dos gringos: imagens no cinema**. Niterói Ed: Intertexto, 2000. 214p. Acesso 18 jun. 2024.
- ANDRADE, M. P. A.; DOULA, Scheila Maria. (2020). A mídia regional e a representação social da violência: O CASO DOS REFUGIADOS VENEZUELANOS NO NORTE DO BRASIL. **Pauta Geral - Estudos Em Jornalismo**, 7(1), 1–20. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/15365>. Acesso: 20 mar. 2024
- BORGES, Amanda Santos; ZANFORLIN, Sofia Cavalcanti. **Cinema Hollywoodiano e a Construção do Estereótipo da América Latina: a sexualização da mulher latino-americana**. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2020. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1313-1.pdf>. Acesso em 17 mar. 2024
- CASTRO, Tatiana de Carvalho. **Alô, Amigos! e Você já foi à Bahia?** O cinema estadunidense no Brasil durante a Segunda Guerra Mundial e a difusão política da “boa vizinhança”. 2013, Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53832939/boa-vizinhanca-revisao_1-libre.pdf. Acesso em: 14 set. 2024.
- FERREIRA, Alexandre Valério; RIOS, José Riverson Araújo Cysne. **Filtro bolha, câmara de eco e a formação de opiniões extremas**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 40., 4-9 set. 2017, Curitiba (PR). Anais... São Paulo: Intercom, 2017. Tema: Intercom 40 anos: comunicação, memórias e historicidades. disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/44732/1/2017_eve_avferreira.pdf Acesso em: 30 out. 2024.
- FOLHAPE - Folha de Pernambuco. Zé Carioca completa 80 anos; confira curiosidades sobre o personagem mais brasileiro da Disney. **Folha de Pernambuco**. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/cultura/ze-carioca-completa-80-anos-confira-curiosidades-sobre-o-personagem/238042/>. Acesso em: 02 mar. 2025.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: ATLAS S.A, 2002. Acesso 9 ago. 2024.
- HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. 1997, Disponível em: https://www.ufrb.edu.br/ppgcom/images/HALL_Cultura_e_Representa%C3%A7%C3%A3o_-_2016.pdf. Acesso 10 mai. 2024.
- HALL, Stuart. **Identidade Cultural na Pós-modernidade** 10\$. ed. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. São Paulo: DP&A, 2005. Acesso em 13 abr. 2024.
- LEITE, Ricardo Borges. **Representações de imigrantes venezuelanos no Jornal Nacional**. Universidade Federal de Santa Catarina: Centro de Comunicação e Expressão. Florianópolis, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/240856/PJOR0180-D.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>. Acesso em 25 mar. 2024.
- LOPES, RAFAEL DE FIGUEIREDO; NOGUEIRA, WILSON DE SOUZA; BAPTISTA, MARIA LUIZA CARDINALE. Imaginário, cinema e turismo: uma viagem por clichês culturais associados ao Brasil, no filme Rio 2. **Rosa dos Ventos**, v. 9, n. 3, p. 377-388, 2017. Acesso em: 15 jul. 2024.

LOPES SALLES, D. M. N. N.; DE CASTRO, F. R.; LOUREIRO, G. do *A. Direitos Humanos, mídia e refúgio: uma análise sobre a construção da narrativa acerca dos migrantes venezuelanos no Brasil. Revista Direitos Humanos e Democracia, [S. l.], v. 9, n. 17, p. 60–71, 2021. DOI: 10.21527/2317-5389.2021.17.9286. Disponível em: <https://revistas.unijui.edu.br/index.php/direitoshumanosedemocracia/article/view/9286>. Acesso em: 29 ago. 2024.*

MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1988. Acesso em: 14 set. 2024.

MAISONNEUVE, Jean. *Opiniões e estereótipos*. In *Introdução à psicossociologia*. SP Ed Nacional, 1977, 110-123.3 Acesso em: 10 set. 2024.

NEIVA, Gabriel Chavarry. Uma cidade apaixonante em tempos de megaeventos: Reflexões sobre a redescritção de estereótipos no filme “Rio eu te amo. In: **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da**. 2015. p. 1-16. Acesso em: 5 nov. 2024.

OLIVEIRA, Gustavo de Freitas, **O FILME “TURISTAS” DENTRO DA LONGA DURAÇÃO: DIÁLOGOS INTERSEMIÓTICOS ENTRE O CINEMA E AS REPRESENTAÇÕES DA ICONOGRAFIA DE VIAGEM**. Pontifícia Universidade Católica - São Paulo, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/nhengatu/article/view/60873>. Acesso em 29 mar. 2024

PAGANOTTI, Ivan. Imagens e estereótipos do Brasil em reportagens de correspondentes internacionais. **RuMoRes**, v. 1, n. 1, 2007 Acesso 20 mar. 2025.

RÁSIA, Regina. " **E quando o 'outro somos nós?** O estereótipo do Brasil e do brasileiro no audiovisual". RUA/ UFSCar; 2011. Disponível em: <https://www.rua.ufscar.br/e-quando-o-outro-somos-nos-o-estereotipo-do-brasil-e-do-brasileiro-no-audiovisual/>. Acesso em: 08 mai. 2024

RODRIGUES, M. H. **A iconoclastia e o “esvaziamento do símbolo”**: um estudo dos aspectos históricos e psicológicos em torno da destruição de imagens. *Numen, [S. l.], v. 23, n. 2, 2021. DOI: 10.34019/2236-6296.2020.v23.31809. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/numen/article/view/31809>. Acesso em: 14 out. 2024.*

ROSSETTO, Edson Nadal. " **ESTEREÓTIPOS DA CULTURA BRASILEIRA REPRESENTADOS PELOS JOGOS ELETRÔNICOS E FILMES NORTE-AMERICANOS**". Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/8689/TCC%20Edson%20Nadal%20Rossetto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso: 23 mar. 2023.

SALUDOS, Amigos. Norman Ferguson, **The Walt Disney Company**. Estados Unidos, 1942. Disponível em: <https://www.dailymotion.com/video/x6kdr3d>. Acesso em: 26 set. 2024.

SANTOS, João Almeida; PARRA FILHO, Domingos. *Metodologia científica* [em linha]. 2012. Acesso em: 21 ago. 2024.

SHAPIRO, Michael J. *Textualizing Global Politics*. In: DER DERIAN, J. e SHAPIRO, M. J. (eds.). *International/intertextual relations: postmodern readings of world politics*. Toronto: Lexington Books, 1989, pp.11-22. Acesso em: 15 de set. 2024.

SCHEYERL, Denise; SIQUEIRA, Sávio. " **O BRASIL PELO OLHAR DO OUTRO: REPRESENTAÇÕES DE ESTRANGEIROS SOBRE OS BRASILEIROS DE HOJE**". *Trab. Ling. Aplic., Campinas, 47(2): 375-391, Jul./Dez. 2008. Disponível: <https://www.scielo.br/j/tla/a/fLgvBfQNVGqQ8hd7W55b9Bd/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 08 mai. 2024.*

SERPA, Miguel. **Alô, Amigos! (1942)**. Medium, 11 ago. 2018. Disponível em: <https://medium.com/@migdomserpa/alô-amigos-1942-19ca9fd95298>. Acesso em: 26 set. 2024.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. Imaginário social, cultura escolar e habitus. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 17, p. 59-68, maio/ago. 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/mSxXfdBBqYy4mmn5m8pw/>. Acesso em: 24 ago. 2024.

TANNO, Grace. **A Contribuição da Escola de Copenhague aos Estudos de Segurança Internacional**. Rio de Janeiro, vol.25, no 1, janeiro/junho 2003, pp.47-80. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cint/a/cmMZVcmhLFZdMgVzB9k6dNw/?lang=pt&format=pdf#:~:text=E%20stabelecida%20nos%20anos%2080%20e,internacional%20sob%20uma%20perspectiva%20abrangent>. Acesso: 25 out 2024.

WEBER, Cynthia. **Popular Visual Language as Global Communication: The Remediation of United Airlines Flight 93**. Review of International Studies, v.34,2008, pp.137–153. Acesso em: 13 out. 2024.