



**MALANDRO É MALANDRO E O ZÉ É O ZÉ: A
MALANDRAGEM DE ZÉ CARIOCA COMO
REPRESENTANTE DO HOMEM DO RIO DE
JANEIRO E DO BRASIL “PARA INGLÊS VER”.**

**MALANDRO IS MALANDRO AND ZÉ IS ZÉ:
THE MALANDRAGEM OF ZÉ CARIOCA AS
REPRESENTATIVE OF THE MAN FROM RIO
DE JANEIRO AND BRAZIL “FOR ENGLISH
EYES.”**

**MALANDRO ES MALANDRO Y ZÉ ES ZÉ: LA
MALANDRAGEM DE ZÉ CARIOCA COMO
REPRESENTANTE DEL CARIOCA Y
BRASILEÑO “PARA LOS OJOS INGLESES”.**

Guilherme Sfredo Miorando¹

¹Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos, é quadrinista, designer gráfico e editorial, membro da diretoria da Associação de Pesquisadores em Arte Sequencial (ASPAS). E-mail: guilhermesmee@gmail.com; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7400843160310177>. Orcid iD : <https://orcid.org/0000-0001-7300-7260>.

RESUMO

O artigo analisa a construção da masculinidade brasileira por meio da figura de Zé Carioca, personagem criado pelos estúdios Disney durante a Política da Boa Vizinhança. Guilherme Smee investiga como o papagaio malandro representa estereótipos sobre o homem carioca e, por extensão, o brasileiro. A pesquisa compara as fases americana e brasileira das histórias do personagem, destacando a tensão entre as imagens do malandro e do mané, além da dualidade entre “homem de verdade” e “bom homem”. Zé Carioca encarna essas ambivalências ao tentar se sobressair com malandragem, mas também sendo constantemente derrotado, o que expõe as contradições da identidade masculina nacional. A análise revela como o personagem opera entre os discursos coloniais e nacionais, sendo, ao mesmo tempo, símbolo de resistência e caricatura subordinada ao imaginário estrangeiro.

PALAVRAS-CHAVE: Zé Carioca, masculinidade, malandragem, identidade brasileira, estereótipos.

ABSTRACT

The article analyzes the construction of Brazilian masculinity through the figure of Zé Carioca, a character created by Disney Studios during the Good Neighbor Policy. Guilherme Smee investigates how the roguish parrot represents stereotypes about men from Rio de Janeiro and, by extension, Brazilian men. The research compares the American and Brazilian phases of the character's stories, highlighting the tension between the images of the rogue and the fool, as well as the duality between “real man” and “good man.” Zé Carioca embodies these ambivalences by trying to stand out with his roguery, but also by being constantly defeated, which exposes the contradictions of national masculine identity. The analysis reveals how the character operates between colonial and national discourses, being, at the same time, a symbol of resistance and a caricature subordinate to the foreign imagination.

KEYWORDS: Zé Carioca, masculinity, malandragem, Brazilian identity, stereotypes.

RESUME

Este artículo analiza la construcción de la masculinidad brasileña a través de la figura de Zé Carioca, personaje creado por Disney Studios durante la Política de la Buena Vecindad. Guilherme Smee investiga cómo este loro travieso representa estereotipos sobre el hombre carioca y, por extensión, sobre los brasileños. La investigación compara las fases estadounidense y brasileña de las historias del personaje, destacando la tensión entre las imágenes del travieso y el necio, así como la dualidad entre “hombre de verdad” y “hombre de bien”. Zé Carioca encarna estas ambivalencias al esforzarse por destacar mediante el engaño, pero también al ser constantemente derrotado, lo que expone las contradicciones de la identidad masculina brasileña. El análisis revela cómo el personaje se mueve entre los discursos coloniales y nacionales, siendo simultáneamente un símbolo de resistencia y una caricatura subordinada al imaginario extranjero.

PALABRAS -CLAVE: Zé Carioca, masculinidad, engaño, identidad brasileña, estereotipos.

UM ZÉ QUALQUER

O papagaio devedor Zé Carioca é considerado uma representação do malandro do Rio de Janeiro. Essa figura das ruas da Cidade Maravilhosa já foi cantada em músicas por diversos cronistas do Brasil como Chico Buarque, Bezerra da Silva e Cazuza. Chico dizia em sua *Homenagem ao Malandro* que o velho exemplo dessa figura não existia mais, que a atual malandragem era representada pelos figurões que regiam o Brasil e que este modo de vida havia se oficializado e se regulado no país. Já Bezerra diferenciava a figura do malandro com a do mané. Enquanto o malandro tinha uma figura altiva, anti-heróica, que sempre se sobressaía, o mané era aquele derrotado, um capacho, que tinha azar na vida. Levando em conta essas características, o Zé Carioca seria considerado um malandro ou um mané? Ou outra coisa?

Para tentar entender a retratação masculina do ícone carioca dos quadrinhos Disney, fui buscar esse perfil nas primeiras histórias de Zé Carioca no álbum *Zé Carioca e Panchito: Silly Symphonies - As Tiras Completas Direto dos Arquivos dos Estúdios Disney: 1942 a 1945*, publicado em 2021 pela Panini Comics. Através dele podemos entender como os artífices dos Estúdios Disney interpretam a figura do homem carioca a partir de um olhar de alteridade, já que todos esses produtores eram homens estadunidenses. Para trazer um contraste entre essa representação feita por estrangeiros, trago o perfil de Zé Carioca feito por brasileiros através da compilação de histórias *O Essencial de Zé Carioca: Celebrando 80 Anos de sua Estréia*, publicado pela Culturama em 2022.

Zé Carioca foi criado por Walt Disney, em pleno Rio de Janeiro, em 1942, após o cartunista brasileiro J. Carlos presentear o empresário com um desenho de um papagaio (DOS SANTOS, 2002). O desenvolvimento de Zé Carioca fez parte da política da Boa Vizinhança dos Estados Unidos que tinha como objetivo a difusão da cultura de massa daquele país naquilo que considerava a periferia da América. A ideia era arregimentar aliados para a guerra que se armava na Europa contra a ascensão da influência dos países do Eixo e em favor dos Aliados. Zé surgiu como José Carioca (ou Joe Carioca) no filme *Alô amigos! (¡Saludos amigos!)* em que acompanha o Pato Donald em um passeio pelo Rio de Janeiro, acompanhado de músicas como *Tico-tico no fubá* e *Aquarela do Brasil*. O filme, lançado em 1942, também trazia outro personagem, o galináceo Panchito, que apresentava o México para o pato da Disney.

Uma curiosidade é que como o filme *Alô Amigos!* foi lançado primeiramente na América Latina, os Estados Unidos receberam antes do filme as páginas dominicais de *Silly*

Symphonies. Nelas. Zé Carioca e Panchito foram introduzidos aos leitores dos jornais estadunidenses antes de sua estréia do filme naquele país. Portanto, no Brasil, Zé surgiu primeiro nos filmes e nos Estados Unidos, foi apresentado nos quadrinhos antes dos cinemas (KAUFMAN; GERNSTEIN; ALENCAR, 2021).

Os usos e propósitos do personagem Zé Carioca em sua estreia antecederam conceitos como o de transmídia (quando um produto midiático é criado em diferentes plataformas de mídia com o mesmo objetivo) e o de poder brando (no original, *soft power*, um termo criado por Howard Joseph Nye (2004), que descreve a influência de um poder político sobre outro através de meios culturais e ideológicos). É importante destacar que os objetivos da Política de Boa Vizinhança dos Estados Unidos era o de influenciar cultural e ideologicamente os países da América Latina. Essa intenção tem a ver com a forma como os Estados Unidos encaram a si mesmos como predestinados a dominar o mundo através da doutrina do Destino Manifesto e também através do significado da fronteira como parte essencial da forma como encaram sua relação com o resto do mundo: como um espaço a ser conquistado e explorado.

ESTÁ ACHANDO QUE AQUI É A DISNEY E EU SOU O PATETA?

Um dos principais pensadores a estabelecer a teoria das fronteiras nos Estados Unidos foi Jackson Turner (1998) com a obra *The significance of the frontier in American History*, ele foi um dos primeiros a entender, ainda no século XIX, que as fronteiras de uma nação vão até onde a imaginação sobre ela permitirem. Então, sua doutrina justifica a expansão não apenas territorial, mas cultural e ideológica dos Estados Unidos. Ela também entra em conjunção com as ideias de Benedict Anderson (2008) que conceituou as nações como “comunidades imaginadas”, ou seja, ele entendia que pessoas circunscritas a um espaço que compartilham os mesmos símbolos, experiências e referências. A comunidade imaginada cria laços, identidades e elementos psico-sociais que traçam a referência nacional, por exemplo, dos brasileiros e dos estadunidenses. É a partir dessas referências nacionais brasileiras que o perfil do personagem Zé Carioca foi criado.

A forma como a corporação Disney trabalha suas marcas também tem ligação com esse sentido de nacionalidade estadunidense e a expansão das fronteiras através da ativação da imaginação, neste caso, sobre uma marca ou empresa. Segundo John Wills (2017), Walt Disney foi uma figura proeminente do conservadorismo e do Macarthismo, envolvendo

no desenvolvimento de suas propriedades intelectuais boas doses de nostalgia, além de se conectar com idéias envolvendo a infância, o marketing, a predileção nacional, musicalidade e comédia. A Disney foi responsável por momentos de escapismo em tempos de dificuldades. Seu grande *debut* foi durante a Grande Depressão dos anos 1930 ao mesmo tempo que desempenhou bons resultados durante a Guerra Fria. Por isso, para o autor, a Disney pode estar ligada ao “modo de vida americano”, que leva em conta o progresso e o ufanismo. “A marca Disney está ligada à diversão familiar, infância e o modo de vida americano” (WILLS, 2017, p. 2).

Chris Rojek (*apud* WILLIS, 2017, p.) defende que a Disney promove uma forma particular e histórica de sociedade essencial. Essa forma envolve noções de racionalidade e bondade que é, invariavelmente, branca e capitalista. Além disso, a difusão dessas ideias foi bastante pervasiva a ponto do estudioso de mídia Lee Artz afirmar que “a Disney substituiu escolas, igrejas e famílias ao ensinar o certo e o errado à sociedade” (*apud* WILLIS, 2017, p. 106). Mas conquistar os corações e mentes dos estadunidenses não era suficiente para a empresa, e logo a Disney lançou seu olhar para o resto do mundo, em especial a América do Sul. Fez isso com o respaldo da Política da Boa Vizinhança, que nada mais era que uma versão século XX da doutrina da fronteira de Truman.

Por sua vez, os traços nacionais brasileiros só foram começar a ser arregimentados depois da vinda da corte de D. João VI em 1808 para o Brasil fugidos da ameaça de Napoleão sobre Portugal. Entre alguns fatos que ajudaram na definição de uma identidade brasileira estão a criação do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro e as pinturas do francês Jean-Baptiste Debret sobre a natureza e o cotidiano brasileiro. Assim, o Brasil passou a ser conhecido como integrante do mundo “civilizado” como um lugar de natureza exuberante e exótica, uma “potência natural”, uma identidade que persiste ainda agora no século XXI (MELLO E SOUZA, 2008). Assim, faz sentido que quando a Disney precisou escolher uma ave para representar o Brasil, escolheu um papagaio.

Por outro lado, o Pato Donald, o estadunidense que viaja à América Latina sendo entretido por seus anfitriões, veste um terninho de marinheiro. Um imaginário que se coaduna com a visão do estadunidense desbravador de fronteiras. Ainda, a mão estendida em amizade para os países periféricos reflete os valores de democracia, praticidade, liberdade e virtude que estão acoplados à doutrina fronteira de Turner. O papagaio, além de trazer incorporadas as cores da bandeira do Brasil, também é o animal que imita a voz do homem e

que fala demais. Ou seja, ele se faz passar por outro que não é ele, um dos temas principais das primeiras histórias de Zé Carioca, quando ele personifica milionários, figurões e grã-finos para se sobressair nos seus golpes. Mas como o papagaio também é uma ave que “fala” demais também o Zé Carioca é pego em seus golpes por seu exagero em se colocar como alguém que não é. No livro *Bichos na fala da gente*, de Mauro Mota (1969), o autor relaciona diversas expressões com papagaio e explica que “falar como um papagaio” além de ter a conotação de quem fala muito também se relaciona a não saber o que se diz; já “papagaiar” seria a imitação de alguém; e algo “papagaiado” seria um excesso de cores nas vestimentas.

A NATA DA MALANDRAGEM QUE CONHEÇO DE OUTROS CARNAVAIS

Imbuir animais com características humanas e humanos com características animais remonta o tempo do teatro grego, como nas Fábulas de Esopo. Em suas histórias, além de trazerem seres antropozoomorfos também desenvolveram uma lição de moral, orientando o comportamento de seus leitores. Algo muito parecido com o que as primeiras histórias da Disney pregavam. No caso das histórias do Zé Carioca, elas informavam que os golpistas acabavam se dando mal, mesmo que parecessem se dar bem.

Ao pensar os “animais comics”, os quadrinhos com animais, David Herman (2018, p.12) acredita que “os quadrinhos de animais têm funcionado [...] para (re)imaginar a dinâmica das relações entre eu e outro que cruzam as fronteiras das espécies”. Além de cruzar as fronteiras entre espécies, Zé Carioca serve para os brasileiros como um representante daquilo que forma a identidade nacional, recorrendo à malandragem e ao “jeitinho brasileiro” para resolver seus problemas. Já para o leitor estadunidense, ele estabelece essa alteridade, apresentando o brasileiro, em particular o carioca, como exótico, ligado à natureza e que está disposto a enganar a todos para levar vantagem. A animalidade dos personagens acrescenta uma nova dimensão na nossa interpretação dos personagens apresentados como humanos.

Glenn Willmott (2018) acredita que a tradição dos quadrinhos com animais remonta a tradição do grotesco alemão que também deu origem às caricaturas nas publicações do início da imprensa. Ele explica que o significado dos quadrinhos com animais sempre traz uma questão estética.

Ao ler quadrinhos com animais [...] assimilamos às nossas fantasias pessoais e de nós mesmos, um grotesco inseparável dos sinais de alteridade. Esta não é a alegoria xenófoba estereotipada em que as exceções à norma são animalizadas ou monstruosas. Pelo contrário, os quadrinhos com animais solicitam o nosso deleite e

assimilação de uma fantasia que foge da norma, em vez do medo e da excepcionalidade que possam causar (WILLMOTT, 2018, p. 72 e 73).

A união das oposições que os quadrinhos de animais nos convidam a fazer parte é diferente da separação de contrários que a sociedade generificada nos impõe. Ser homem, na sociedade cisheteronormativa é não ser mulher, nem homossexual ou criança. Aquele homem que melhor foge desses três estereótipos melhores vai ter conseguido performar seu papel de macho. Uma performance validada da macheza tem relação com aquilo que Valeska Zanello (2022) denominou como o “dispositivo da eficácia”. Esse dispositivo é marcado pela virilidade sexual e laborativa: dentro do sistema capitalista neoliberal, o homem deve ser mostrar produtivo e capaz, logo, ser “pegador” e trabalhador são duas características principais que o homem verdadeiro deve demonstrar. Não cumprir papéis relacionados com essas demandas, desvalorizam o homem e retiram o sentido de sua masculinidade. No estereótipo do malandro, esse dispositivo também está presente, mas este tipo de homem conseguirá o seu *status* de macho através de técnicas que se desviam do que é socialmente aceito, como aplicar golpes para se sobressair.

No caso do Brasil, segundo o antropólogo Roberto daMatta (1997), a malandragem está relacionada com o “jeitinho brasileiro”, uma forma de burlar a hierarquia social brasileira que está relacionada com ultrapassar as normas através de determinadas ações como preferir a infame frase “você sabe com quem está falando?”. O rompimento com as normas sociais hierárquicas está ligado, segundo da Matta, com a instituição do Carnaval. É durante essa festa, conforme estipulam os estudos de Mikhail Bakhtin (1999), que as pessoas podem assumir diferentes papéis sociais, de forma lúdica, rompendo com as estruturas da sociedade. Nela, o rico e o pobre acabam nivelados no mesmo patamar. Tudo isso devido ao escárnio do Carnaval, que permite que o homem seja mulher e o pobre, rico, e vice-versa, mesmo que por um dia por ano apenas.

Também na acepção de DaMatta (1997), o malandro se aproxima de criações ficcionais como Pedro Malasartes e Macunaíma, personagens que desconhecem autoridades e hierarquias e estão distanciados das formalidades do mercado de trabalho. O mesmo pode ser dito de Zé Carioca, que está, conforme as pressuposições de DaMatta, inserido na categoria do malandro, um meio-termo entre o “caxias” (a pessoa que faz tudo corretamente) e os criminosos que estão fora da lei. Para o antropólogo, o surgimento e a difusão da figura do malandro é um sintoma de uma sociedade nacional que tem uma relação precária com o Estado e com a lei.

Conforme coloca Cláudia Matos (1982), a malandragem está muito mais vinculada a um “discurso da malandragem” do que a uma prática ou a uma conduta social. Prova disso são as crônicas musicais que tratam da malandragem extensivamente. O malandro tem o poder de enrolar as pessoas que são vítimas de seus golpes. O teórico da literatura brasileira Antônio Candido estabeleceu a expressão “dialética da malandragem” que dá conta dos paradoxos que essa categoria social envolve, uma intercambialidade entre dois pólos distintos, o da ordem ou da lei e o da desordem ou arruaça: “um hemisfério positivo da ordem e um hemisfério negativo da desordem, funcionando como dois ímãs que se atraem” (CANDIDO, 2004, p. 32).

Mas além do malandro, como dito no começo deste artigo, existe no Rio de Janeiro uma outra figura de oposição, que é o mané. Conforme a música de Bezerra da Silva (1979), o malandro é *“é o cara que sabe das coisas/ é aquele que sabe o que quer/ é o cara que tá com dinheiro/ e não se compara com um Zé Mané. / Malandro de fato é um cara maneiro/ E não se amarra em uma só mulher”*. Vemos aqui nesta letra o dispositivo da eficácia funcionando. O malandro é um homem que se sobressai, que representa e que conquista, não importa através de que meios. Por outro lado, o mané *“está sempre duro, é um cara azarado/ e também puxa o saco pra sobreviver. / Mané é um homem desconsiderado/ e da vida ele tem muito o que aprender”*. O mané, então, seria uma antítese do malandro, o macho que não performou de forma correta o dispositivo da eficácia e, por conseguinte, sua masculinidade.

No caso do Zé Carioca existe outro paradoxo, porque o personagem é tanto malandro como é mané. Pode ser visto tanto como “maneiro”, como quem “sabe das coisas” e “sabe o que quer”, que não está com “uma só mulher”. Mas o Zé também “está sempre duro” e é “um cara azarado”, dada a perseguição feita a ele pela Anacozeca (Associação Nacional de Cobradores do Zé Carioca), ele também “puxa o saco para sobreviver”, bem como sofre outros revezes em suas histórias.

Além disso, as figuras do malandro e do mané se relacionam com dois outros espaços dicotômicos apresentados na obra de Roberto da Matta (1997): a casa e a rua. Para o antropólogo, esses dois lugares não são apenas espaços físicos ou geográficos, mas entidades morais e esferas de ação social. Neles, o cidadão brasileiro, e principalmente o cidadão masculino, apresenta dois comportamentos díspares. Em casa, ele é um “supercidadão”: protetor, carinhoso, sensível, heroico; enquanto que na rua esse comportamento muda: ele é um “subcidadão” molestado pela hierarquia, pelas autoridades, pelo Estado e pelas leis. Uma

relação binária semelhante poderia ser feita entre a civilização e a selvageria, e entre casa grande e senzala. Para DaMatta é nesse terceiro espaço, esse “e” entre os dois conceitos é que se localiza o brasileiro, como no caso da malandragem. Neste estudo, acredito que o papel que Zé Carioca desempenha em suas histórias se coloca no “e” entre malandro e mané.

Dentro dos estudos das masculinidades os papéis de mané (casa) e malandro (rua) encontram eco em outra distinção dual que é a do “bom homem” e do “homem de verdade” estabelecida por Kimmel e Wade (2018). As performatividades masculinas giram em torno de administrar dois papéis, o do “bom homem”, que é produtivo, exemplar, que cumpre suas demandas, que é um cavalheiro; e do “homem de verdade”, que é pegador, que é forte, que é competitivo e vencedor, que se sobressai entre os outros homens e mulheres, entre outras características. O “bom homem”, no discurso da malandragem é visto como o mané, já o “homem de verdade” se relaciona com o que o malandro deve performar. Assim, o Zé Carioca também não pertence nem à categoria “bom homem” e nem à categoria “homem de verdade” como também pertence às duas, num espaço entre elas.

Quadro 1: Binarismos e dualidades na representação de Zé Carioca

Estados Unidos	Brasil
mané	malandro
casa	rua
supercidadão	subcidadão
“bom homem”	“homem de verdade”

Fonte: Elaborado pelo autor.

TOLAS SINFONIAS COLONIAIS

Esse “não lugar” e espaço intersticial no meio de duas categorizações também toma outra dimensão quando pensamos que o Zé Carioca é um produto de duas visões de representações: a do Brasil, mas também a dos Estados Unidos. Para Stuart Hall (2016, p. 108), a representação é “o processo pelo qual membros de uma cultura usam a linguagem para produzir sentido”. Essa representação geralmente se dá através de símbolos e signos, contudo, segundo esse mesmo autor, o significado desses signos e símbolos poderá se modificar de acordo com a cultura e com o período de tempo em que são usados. Portanto, a maneira como a cultura estadunidense pensa a figura do outro, nesse caso, do brasileiro, é importante para a

nossa análise, antes de partirmos para diferenciar a forma como o Zé Carioca foi representado em páginas estadunidenses e páginas brasileiras.

Tomando a posição dos Estados Unidos como colonizador (cultural) e o Brasil como (culturalmente) colonizado, lanço mão das teorias de Homi K. Bhabha sobre representações do colonizador e do colonizado. Para o autor, um estereótipo se trata de um “conhecimento e identificação que oscilam entre o que já se sabia e entre algo que é repetido de modo afobado” (BHABHA, 1992, p. 312), sem reflexão, sobre um grupo de pessoas. Seguindo a linha polarizada que venho adotando ao longo deste artigo, os Estados Unidos, enquanto colonizador, assumiria as características da casa, do mané, e do bom homem, sempre em uma acepção positiva. Enquanto seu discurso cultural trataria o Brasil, e seu representante, Zé Carioca, como pertencente à rua, o malandro, e o homem de verdade.

Ao passo que essa representação do personagem pode agradar aos brasileiros uma vez que o desenvolvimento de um estereótipo se trata de um reconhecimento da existência do colonizado pelo colonizador. Essa “existência” seria como uma autorização para que o brasileiro fizesse parte do mundo dos Estados Unidos. Mas ao mesmo tempo em que o brasileiro é visto, faz parte, é permitido naquela realidade, a visão produzida sobre nós é controlada e regulada. Portanto, a representação do Zé Carioca conforme vemos nos quadrinhos do personagem desenvolvidos pelos estadunidenses indica que a moral brasileira é inferior à dos Estados Unidos.

Por exemplo, Roberto Elísio dos Santos (2002) indica que Mickey Mouse acabou se tornando um paradigma do bom cidadão de uma forma tão arraigada que, na década de 1950, Walt Disney reclamava da impossibilidade de mudar o personagem devido a sua imagem com o público. Isso também contribuiu para que o Pato Donald, um personagem desastrado e irritadiço, portanto, com defeitos passíveis de serem trabalhados, tivesse mais apelo com os criadores da Disney. Mickey se tornou um símbolo da Disney, assim como a Disney se tornou um símbolo dos Estados Unidos. Mickey é um personagem moralizado e moralizador, ao passo que o Zé Carioca não é.

Ao produzir e controlar o imaginário sobre o colonizado, o colonizador desenvolve também uma vigilância sobre as imagens produzidas sobre si mesmo. Dessa forma, esse processo também envolve uma alienação da imagem do brasileiro sobre si mesmo. A produção e circulação do estereótipo gera uma fixidez da diferença histórica/cultural/racial, e segundo Bhabha (1992, p. 312) cumpre funções em que:

garante sua repetibilidade durante mudanças conjunturais históricas e discursivas; informa sua estratégia de individualização e marginalização; produz o efeito de verdade provável e de previsibilidade em que, para o estereótipo, precisa sempre ser excessiva, além daquilo que pode ser provada empiricamente ou construída logicamente.

Essas funções coadunam com as características caricaturais e grotescas dos quadrinhos com animais descritas anteriormente e que também são parte do processo de construção de personagens para a animação. Toda representação gráfica dependerá de uma certa dose de estereotipificação para que seus traços sejam reconhecidos por um público mais largo. Dessa forma, os quadrinhos e a animação se tornam ferramentas que proporcionam resultados de colonização cultural mais satisfatórios. Afinal, segundo Bhabha (1992), o estereótipo também é visto como uma ferramenta que facilita as relações coloniais, estruturando um discurso que ressalta a posição do colonizado como submisso ao colonizador. O estereótipo enfatiza as diferenças como naturais e não como culturais ao mesmo tempo que autoriza a discriminação. Colocando as diferenças como evidências visíveis, o estereótipo é tomado como algo espontâneo. Enquanto o “outro”, o colonizado, é marcado pelo estereótipo, o “eu”, o colonizador e produtor do estereótipo é tido como universal e sem marcas que o estereotipizam.

Neste artigo queremos entender que estereótipos são usados por estadunidenses e brasileiros na construção da personalidade de Zé Carioca, tendo como destaque aqueles relacionados com papéis e expressões de gênero. Nessa direção, é preciso entender os passos que essa construção seguiu. Segundo Roberto Elísio dos Santos (2002, p. 288), a produção das histórias em quadrinhos do Zé Carioca cumpriu quatro fases:

Fase Americana: das páginas dominicais e das narrativas feitas para os comic books, na década de 1940, por artistas americanos; a **Fase de Transição:** quando Luis Destuet incorporou Zé Carioca nas histórias que realizava; a **Fase de Adaptação:** em que artistas brasileiros iniciaram a produção nacional, no final da década de 1950; e a **Fase de Assimilação:** a partir de 1970, com o personagem já imerso na cultura e na realidade do país, por obra de argumentistas, desenhistas e editores argutos e conscientes.

Nesta análise, abordarei a Fase Americana em comparação com uma maioria de histórias da Fase de Assimilação. Roberto Elísio dos Santos nota que uma das modificações mais perceptíveis feitas dos anos 1940 até hoje foi a mudança do visual de Zé Carioca que trocou o paletó por camiseta e calças jeans e o chapéu palheta por um boné, reflexo também das mudanças da sociedade. Nas histórias mais recentes do Zé publicadas pela editora Culturama a partir de 2020, o boné foi substituído por um chapéu Panamá.

A fase Americana, cujas páginas dominicais foram republicadas e compiladas em *Zé Carioca e Panchito: Silly Symphonies - As Tiras Completas Direto dos Arquivos dos Estúdios Disney: 1942 a 1945*, saíram em 2021 pela Panini Comics. Conforme a introdução da sequência, escrita por Kaufman, Gerstein e Alencar (2021, p. 4) foram nessas tiras dominicais que foi estabelecida a personalidade malandra de Zé Carioca, em que se tornou “um audacioso aventureiro sempre projetando a própria escalada social ao personificar esportistas, empresários e outros figurões bem-sucedidos, e frequentemente provocando saias justas nos momentos mais embaraçosos possíveis”.

Já na primeira tira dominical, Zé Carioca é mostrado como morador em um barraco no lixão do Rio de Janeiro, que contrasta com as belas e luxuosas praias de Copacabana mostradas no quadro anterior. Na tira seguinte, seu primeiro golpe é sair sem pagar de um restaurante em um hotel de alto nível. Nesta fase são estabelecidos os amigos Nestor e João, que homenageiam músicos brasileiros dos anos 1940, sua eterna namorada Rosinha (Maria Rocha Vaz, no original) e o pai milionário dela, Rocha Vaz. Nestor, um urubu que vivia no lixão, possuía um visual bastante distante daquele que ficou conhecido no Brasil.

As tiras dominicais de Zé Carioca na série *Silly Symphonies* foram publicadas de 11 de outubro de 1942 a 1 de outubro de 1944, com roteiros de Hubie Karp e desenhos de Bob Grant, Karl Karpe, Paul Murry e Dick Moores. A página dominical era dividida entre aquelas dedicadas ao Mickey Mouse e *Silly Symphonies*, que trouxe uma miscelânea de personagens da Disney, incluindo Bambi, Pinóquio, Pluto, Donald, durante sua duração de 1932 a 1945. As tiras eram distribuídas pelo King Feature Syndicate.

Maurice Horn (1996) descreveu as temáticas das tiras dominicais de Zé Carioca como contendo piadas pouco sofisticadas que tinham três temas principais: seus esquemas para conseguir refeições grátis, sua obstinação por conquistar o sexo oposto e o fato de evitar o trabalho de forma imaginativa. Portanto, a visão dos produtores estadunidenses sobre o personagem, e por conseguinte, da identidade carioca/brasileira era de que Zé Carioca era pobre, selvagem sexualmente e vagabundo, uma visão oposta do imaginário dos Estados Unidos sobre si mesmos, geralmente autorreferenciados como pujantes, controlados, democráticos e produtivos. Aqui se percebe a dicotomia estabelecida acima entre as características relacionadas com o Brasil e os Estados Unidos.

Se a sexualidade obstinada era uma marca do personagem, a diferença na representação dos gêneros masculino e feminino é bastante percebida nas histórias do Zé

Carioca na Fase Americana. Os homens geralmente são apresentados em diversas formas caricaturais, mas as mulheres, em sua maioria, os interesses amorosos de Zé Carioca e que atraem outros olhares masculino, são curvilíneas com os seios e as ancas bem marcados, formando um padrão quando o gênero feminino surge nestas histórias.

A produção das masculinidades nas primeiras tiras do personagem também pode ser destacada como algo fortemente demarcado. A rivalidade de Zé Carioca com outros homens, como por exemplo com o noivo de Rosinha, Luís Carlos, são sempre bem pontuadas. Nessas histórias, para ganhar *status* e dar o seu “jeitinho”, Zé se faz passar por magnatas, empresários, guias turísticos, petroleiros, caça-talentos, cavaleiros, pistoleiros, esgrimistas, tendo inclusive, desenvolvendo cenas de duelo com Luís Carlos pela sua honra e pela possibilidade de formar um par com Rosinha.

A competição é uma marca da masculinidade e a comparação entre homens, seja dos seus feitos, como de seu porte, sua virilidade e sua capacidade fazem parte dessa performatividade de gênero, configurando um duelo de virilidades. De acordo com Wade Ellett (2004), os duelos elaboravam o masculino como um espetáculo de poder, romantizando a violência ritual como elemento completamente masculino. O sentido da violência ritual envolvida nestas disputas ressalta os sentidos de rivalidade e desafio, mas se vinculava ainda a outro elemento que também estrutura o universo dos super-heróis: a honra. Nesses rituais, disputavam-se símbolos de status ou honra para os homens, que podiam ser mantidos, conquistados ou perdidos. Quando Zé Carioca contracenava com o galo mexicano Pachito essa rivalidade aparece de forma ainda mais destacada pois os dois disputam a atenção da rica e formosa Lili. Portanto, a competição e a comparação com outros homens, bem como a personificação de homens de um status social mais elevado são as principais representações das masculinidades nas primeiras tiras dominicais de Zé Carioca.

A VOLTA DO MALANDRO

A primeira história brasileira de Zé Carioca se chamou “A Volta de Zé Carioca” e foi publicada em *O Pato Donald* #434, de março de 1960, da Editora Abril e foi produzida por Jorge Kato. Mas foi com os brasileiros Ivan Saidenberg, paulista, nos roteiros e Renato Canini, gaúcho, nos desenhos, que, segundo estudiosos e aficionados como Roberto Elísio dos Santos (2002), Edenilson Rodrigues Lázaro, José Rivaldo Ribeiro e Paulo Maffia (2022) trouxeram o teor definitivo para as aventuras brasileiras de Zé Carioca, começando em 1971.

Saidenberg e Canini também foram responsáveis por traçar os contornos de personalidade e do universo de personagens e localidades do papagaio que seriam seguidos pelos demais artífices dos quadrinhos Disney no Brasil. As histórias brasileiras estabeleceram a Anacozeca (Associação Nacional de Cobradores do Zé Carioca), a Vila Xurupita (a favela em que o papagaio mora), personagens como o cultivador das premiadas jacas, Pedrão (identificado como negro) e o desastrado Afonsinho. Também foi no Brasil que surgiu a versão super-heróica do Zé Carioca, o Morcego Verde (primeiro inspirado no super-herói Morcego Vermelho, um alter-ego do Peninha, depois, o Morcego Verde se tornou um decalque do Batman). A dupla Saidenberg e Canini foi responsável pela maioria destas criações entre os anos 1970 e 1980.

Como algumas das marcas de estilo da produção dos quadrinhos Disney no Brasil, Roberto Elísio dos Santos (2002) aponta o humor como uma das principais características, destacando esses gibis como uma leitura descompromissada e leve. O autor destaca também que esse humor vai além da anedota e da ingenuidade e é marcado pelo uso da metalinguagem e do processo de aculturação dos personagens.

Um exemplo do uso da metalinguagem em Zé Carioca se dá quando na história “O Grande Festivaia” de Julio Andrade e Renato Canini, publicada em *Zé Carioca* #1069 de 5 de maio de 1972 (presente em *O Essencial do Zé Carioca*), menciona celebridades como Carlos Roberto, Tarmísio Ceira, Ley Natorrada, Sô Joares e João Tresvoltas. Essa é uma forma de destacar o distanciamento da história com a realidade além de provocar um efeito cômico para o leitor.

Já a aculturação, que acontece quando duas culturas diferentes entram em contato contínuo, gerando modificações em um deles ou nas duas, foi definida por Marina de Andrade Marconi e Zelia Maria Presotto (2019) como um processo que abrange “numerosos traços culturais, apesar de, na troca recíproca entre duas culturas, um grupo dar mais e receber menos”. No caso da Disney no Brasil, do Santos (2002) aponta a transformação do personagem Urtigão de um *redneck* do interior dos Estados Unidos para um caipira do interior de São Paulo, com sotaque e credences desse espaço brasileiro, o que explica seu relativo sucesso no Brasil. Com a saída da Turma da Mônica da Editora Abril em 1986, Urtigão ganhou revista própria nos anos 1980 que durou 189 edições, de 1987 a 1994. O propósito da revista do Urtigão era substituir o espaço deixado pela publicação de *Chico Bento*. Em *O Essencial de Zé Carioca*, Urtigão (*Hard Haid Moe*, no nome original) visita o Zé Carioca no Rio de Janeiro na história

“Hoje é dia de Maracanã”, publicada originalmente em *Urtigão* #127, de março de 1992, escrita por Kaled Kalil Kanbour e desenhada por Haroldo Guimarães Neto. Nela, Zé com a sua malandragem e Urtigão com a sua grosseria dão “jeitinhos” para passar bem e ter vantagens em um jogo de futebol entre os times do Fluminense e do Palmerintians.

Nessas histórias, outro fator que desenvolve a diferenciação entre o modo de ser do homem carioca, representado pelo Zé Carioca é a presença ocasional de seus primos de outros estados da federação brasileira. “Zé Paulista, o gaúcho Zé Pampeano, o cearense Zé Jandaia, o mineiro Zé Queijinho, Zé Baiano e mato-grossense Zé Pantaneiro” (LAZARO, RIBEIRO, MAFFIA, 2022, p. 113). Todos os seis primos apresentam um modelo de masculinidade relacionado com os homens daqueles estados e que se difere do modelo de masculinidade carioca desenvolvido pelo papagaio protagonista. Zé Paulista é estressado e apressado; Zé Pampeano e Zé Jandaia são briguentos; Zé Queijinho e Zé Baiano são calmos e enrolados e o Zé Pantaneiro está sempre em busca de aventura. Todos eles são papagaios e começaram a ser apresentados a partir de 1971 nas revistas do Zé Carioca.

Como nas tramas desenvolvidas nos Estados Unidos, para aplicar seus golpes, Zé Carioca encarna diversos papéis que não são aqueles ligados a sua identidade normal. Ele se torna jogador de futebol, cantor famoso, especialista diplomado, prefeito, guia turístico, entre outros. O mais curioso é que o clima de competição e comparação masculina presente de forma intensa nas primeiras histórias estadunidenses de Zé Carioca permanece nas produções brasileiras. Das catorze histórias apresentadas em *O Essencial de Zé Carioca*, publicadas originalmente em diversas épocas, somente duas delas não envolvem disputas. Ou seja 85,7% das histórias do especial envolvem uma medição do que é ser homem, quem é o melhor e “mais digno” de ser homem e o dispositivo da eficácia. Além disso, a despeito de Panchito e Luís Carlos que lutavam com Zé pela atenção das mulheres nas histórias feitas nos Estados Unidos, nas revistas brasileiras da Editora Abril surgiu Zé Galo, o chato, em 1983, para ser um rival do carioca pelos suspiros de Rosinha.

A pouca diferença entre as retratações estadunidense e brasileira das masculinidades nas histórias do Zé Carioca demonstra que apesar de serem culturas diferentes, com suas peculiaridades e variedades de estilos de masculinidade, alguns padrões permanecem. É o caso do dispositivo da eficácia, que é apresentado nas disputas, competições e comparações, bem como na rivalidade masculina e, claro, na malandragem no aspecto em que para se atingir os objetivos produtivos é preciso tentar de tudo, inclusive a aplicação de golpes.

MALANDRAGEM, DÁ UM TEMPO

A expressão “para inglês ver” tem a ver com a projeção de aparências e com a malandragem. Ela descreve uma situação em que apesar de parecer resolver um problema, essa solução é uma alteração superficial ou temporária. Uma das possíveis origens da expressão vem da Lei Feijó, que foi promulgada em 1831, devido a um acordo com a Inglaterra para o fim do tráfico de escravizados no Brasil. Contudo, o tráfico continuou a ser praticado apesar da lei assinada, apenas “para inglês ver”. Este episódio da história do Brasil, denota outra dimensão das relações entre colonizadores e colonizados já desenvolvida neste artigo, bem como destaca “jeitinho brasileiro” de burlar autoridades para se dar bem. (LEAL *et al.*, 2022). Tentar passar uma “boa aparência” da sociedade brasileira para os estrangeiros faz parte também da característica da cordialidade do brasileiro desenvolvida e defendida pelo sociólogo Sérgio Buarque de Hollanda (2012). Zé Carioca é apresentado como um anfitrião cordial no filme *Alô, Amigos!*

Podemos dizer que as alterações brasileiras feitas na masculinidade do Zé Carioca transformaram o personagem também em mané, além de malandro. Ao mesmo tempo, quando retratam o papagaio dessa forma, seus autores acabam colocando as mazelas sociais da sociedade brasileira em evidência. O dispositivo narrativo em que Zé Carioca é mostrado como sempre endividado e frequentemente perseguido por cobradores foi estabelecido no Brasil, bem como as características de pobreza do personagem sobressaem em suas histórias nacionais. Se as histórias estadunidenses diferenciam o homem *yankee* do homem brasileiro e do homem mexicano, as brasileiras fazem isso nas suas acepções regionais, com os primos do Zé Carioca.

Além disso, tanto as histórias feitas nos Estados Unidos como no Brasil enfatizam o dispositivo de eficácia e a competição masculina. Nisso, os achados desta pesquisa coadunam com a escolha estética de representar o personagem como um papagaio. Em seu afã para se mostrar um ser masculino eficaz, Zé Carioca fala e tenta aparecer como essa ave. O papagaio é um pássaro que se destaca das demais aves por suas cores vibrantes e sua voz repetitiva, que imita os demais e se faz passar por eles, como um disfarce para a sua realidade selvagem.

Dessa forma, um personagem que foi criado “para inglês ver”, ganhou novas nuances ao ser “aculturado” pela nação que foi criado para representar. Nesse processo ganhou mais dimensões e todo um universo próprio. Criado para ser um malandro, ao tornar-se protagonista também passou a encarnar um mané, não apenas um golpista, mas também um exemplo enviesado de como funciona a moral e ética brasileira, na base do “jeitinho brasileiro”.

Adicionado a isso, é preciso levar em conta o pertencimento do personagem à corporação Disney, que carrega consigo toda uma gama de significados relacionados com higiene social, moralidade, entretenimento familiar e conservador. Esses paradoxos navegam numa terceira margem entre as classificações binárias, como num lugar intersticial dos modelos de masculinidades cariocas e, por extensão, brasileiras, desenvolvidos no caso do dualismo entre se apresentar como participante da rua (malandro) e da casa (mané) brasileiras.

REFERÊNCIAS:

- ANDERSON, Benedict. Comunidades imaginadas. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- BAKHTIN, Mikhail M. A cultura popular na Idade Média e No Renascimento: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BHABHA, Homi K. The other question: the stereotype and colonial discourse. In: CAUGHIE, John; KUHN, Annette; MERCK, Mandy; CREED, Barbara. The sexual subject: a screen reader in sexuality. Londres/Nova York: Routledge, 1992. p. 312-333.
- BUARQUE DE HOLLANDA, Sergio. O homem cordial. São Paulo: Penguin/Companhia das Letras, 2012.
- CANDIDO, Antonio. A dialética da malandragem. In: CANDIDO, Antonio. O discurso e a cidade. 3. ed. Rio de Janeiro: Duas Cidades, 2004.
- DA SILVA, Bezerra. Malandro é malandro, mané é mané (o poeta falou). In: DA SILVA, BEZERRA. Ópera do Malandro. Rio de Janeiro: Universal, 1979. Disco de vinil.
- DAMATTA, Roberto. A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. São Paulo: Rocco, 1997.
- DAMATTA, Roberto. Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro. São Paulo: Rocco, 1997.
- DOS SANTOS, Roberto Elísio. Para reler os quadrinhos Disney: linguagem, evolução e análise de HQs. São Paulo: Paulinas, 2002.
- ELLETT, Wade. The death of dueling. Historia, Charleston, IL, v. 13, n. 1, p. 59-67, 2004.
- HALL, Stuart. Cultura e representação. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.
- HERMAN, David. Introduction. In: HERMAN, David. Animal comics: multispecies storyworlds in graphic narratives. Nova York/Londres: Bloomsbury, 2018.
- HORN, Maurice. 100 years of American newspaper comics: an illustrated encyclopedia. Nova York: Random House, 1996.
- KAUFMAN, J. B.; GERNSTEIN, David; ALENCAR, Marcelo. Zé Carioca. In: KARP, Hubie; WALSH, Bill; GRANT, Bob; MURRY, Paul; MOORES, Dick. Zé Carioca e Panchito: Silly Symphonies - as tiras completas direto dos arquivos dos Estúdios Disney: 1942 a 1945. Barueri, SP: Panini Comics, 2021.

KIMMEL, Michael; WADE, Lisa. "Ask a Feminist: Michael Kimmel and Lisa Wade Discuss Toxic Masculinity." *Signs: Journal of Women in Culture and Society* Vol. 44, Nº 1, 2018. p. 233-254.

LAZARO, Ednilson Rodrigues; RIBEIRO, José Rivaldo. MAFFIA, Paulo. O essencial do Zê Carioca: celebrando os 80 anos da sua estreia. Caxias do Sul, RS: Culturama, 2022.

LEAL, Simoní Portela et al. A questão racial entre tratos e retratos: leis e implementações "para inglês ver". *Práxis Educativa*, Ponta Grossa, v. 17, e 19373, 2022.

MATOS, Cláudia. Acertei no milhar: samba e malandragem no tempo de Getúlio. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

MARCONI, Marina de Andrade; PRESOTTO, Zelia Maria Neves. Antropologia: uma introdução. 8ª edição. Barueri, SP: Atlas/Grupo Gen, 2019.

MELLO E SOUZA, Melissa de. Brasil e Estados Unidos: nação imaginada. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2008.

MOTA, Mauro. Bichos na fala da gente. Recife: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais/MEC, 1969,

NYE, H. Joseph. Soft power: the means to success in world politics. Nova York: Public Affairs, 2004.

TURNER, F. Jackson. IN: FARAGHER, John Mack (org.) Rereading Frederick Jackson Turner: "The significance of the frontier in American history" and other essays. New Haven: Yale University Press, 1998.

WILLMOTT, Glenn. The animalized character and style. In: HERMAN, David. Animal comics: multispecies storyworlds in graphic narratives. Nova York/Londres: Bloomsbury, 2018.

WILLS, John. Disney culture. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2017.

ZANELLO. Valeska. A prateleira do amor: sobre mulheres, homens e relações. Curitiba: Appris, 2022.

VERSÃO INTEGRAL EM LÍNGUA INGLESA

Malandro is malandro and Zé is Zé: the malandragem of Zé Carioca as representative of the man from Rio de Janeiro and Brazil “for English eyes.”²

*Guilherme Sfredo Miorando*³

JOHN DOE

The debt-ridden parrot Zé Carioca is considered a representation of the malandro (trickster) of Rio de Janeiro. This figure from the streets of the Marvelous City has been sung about in songs by various Brazilian chroniclers such as Chico Buarque, Bezerra da Silva, and Cazuza. Chico said in his *Homenagem ao Malandro* (Tribute to the malandro) that the old example of this figure no longer existed, that the current malandragem was represented by the bigwigs who ruled Brazil and that this way of life had become official and regulated in the country. Bezerra, on the other hand, differentiated the figure of the malandro from that of the mané. While the malandro had a haughty, anti-heroic figure who always stood out, the mané was the defeated one, a doormat who had bad luck in life. Taking these characteristics into account, would Zé Carioca be considered a malandro or a mané? Or something else?

To try to understand the male portrayal of the Rio de Janeiro icon in Disney comics, I looked for this profile in the first stories of Zé Carioca in the album *Zé Carioca e Panchito: Silly Symphonies - As Tiras Completas Direto dos Arquivos dos Estúdios Disney: 1942 a 1945*, published in 2021 by Panini Comics. Through it, we can understand how the creators at Disney Studios interpret the figure of the Rio de Janeiro man from a perspective of otherness, since all of these producers were American men. To contrast this representation made by foreigners, I bring the profile of Zé Carioca made by Brazilians through the compilation of stories *O Essencial de Zé Carioca: Celebrando 80 Anos de sua Estréia* (The Essentials of Zé Carioca: Celebrating 80 Years of his Debut), published by Culturama in 2022.

² Received on 10/06/2024, version approved in 14/07/2025.

³ He holds a PhD in Communication Sciences from Unisinos, is a comic book artist, graphic and editorial designer, and a member of the board of the Association of Researchers in Sequential Art (ASPAS). E-mail: guilhermesmee@gmail.com; Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7400843160310177>. Orcid iD : <https://orcid.org/0000-0001-7300-7260>.



Zé Carioca was created by Walt Disney in Rio de Janeiro in 1942, after Brazilian cartoonist J. Carlos gave the businessman a drawing of a parrot (DOS SANTOS, 2002). The development of Zé Carioca was part of the United States' Good Neighbor Policy, which aimed to spread American mass culture to what it considered the periphery of America. The idea was to rally allies for the war that was brewing in Europe against the rise of the Axis powers and in favor of the Allies. Zé appeared as José Carioca (or Joe Carioca) in the film *Alô amigos! (¡Saludos amigos!)*, in which he accompanies Donald Duck on a tour of Rio de Janeiro, accompanied by songs such as *Tico-tico no fubá* and *Aquarela do Brasil*. The film, released in 1942, also featured another character, the chicken Panchito, who introduced Mexico to the Disney duck.

An interesting fact is that since the film *Alô Amigos!* was first released in Latin America, the United States received the Sunday pages of *Silly Symphonies* before the film. In them, Zé Carioca and Panchito were introduced to readers of US newspapers before the film's premiere in that country. Therefore, in Brazil, Zé first appeared in films, and in the United States, he was introduced in comics before cinemas (KAUFMAN; GERNSTEIN; ALENCAR, 2021).

The uses and purposes of the character Zé Carioca in his debut preceded concepts such as transmedia (when a media product is created on different media platforms with the same objective) and soft power (a term coined by Howard Joseph Nye (2004), which describes the influence of one political power over another through cultural and ideological means). It is important to note that the objectives of the United States' Good Neighbor Policy were to influence Latin American countries culturally and ideologically. This intention has to do with how the United States sees itself as predestined to dominate the world through the doctrine of Manifest Destiny and also through the meaning of the frontier as an essential part of how it views its relationship with the rest of the world: as a space to be conquered and explored.

DO YOU THINK THIS IS DISNEY AND I'M GOOFY?

One of the leading thinkers to establish the frontier theory in the United States was Jackson Turner (1998) with his work *The Significance of the Frontier in American History*. He was one of the first to understand, back in the 19th century, that a nation's borders extend as far as its imagination allows. Thus, his doctrine justifies not only the territorial expansion of the United States, but also its cultural and ideological expansion. It also



coincides with the ideas of Benedict Anderson (2008), who conceptualized nations as “imagined communities,” that is, he understood that people confined to a space share the same symbols, experiences, and references. The imagined community creates bonds, identities, and psychosocial elements that trace the national reference, for example, of Brazilians and Americans. It is from these Brazilian national references that the character Zé Carioca was created.

The way the Disney corporation works with its brands is also linked to this sense of American nationality and the expansion of borders through the activation of the imagination, in this case, about a brand or company. According to John Wills (2017), Walt Disney was a prominent figure of conservatism and McCarthyism, involving a good dose of nostalgia in the development of his intellectual properties, in addition to connecting with ideas involving childhood, marketing, national predilection, musicality, and comedy. Disney was responsible for moments of escapism in times of hardship. Its grand debut was during the Great Depression of the 1930s, while it also performed well during the Cold War. Therefore, for the author, Disney can be linked to the “American way of life,” which takes into account progress and jingoism. “The Disney brand is linked to family fun, childhood, and the American way of life” (WILLS, 2017, p. 2).

Chris Rojek (apud WILLIS, 2017, p.) argues that Disney promotes a particular and historical form of essential society. This form involves notions of rationality and goodness that are invariably white and capitalist. Furthermore, the spread of these ideas was so pervasive that media scholar Lee Artz stated that “Disney replaced schools, churches, and families in teaching right and wrong to society” (apud WILLIS, 2017, p. 106). But winning the hearts and minds of Americans was not enough for the company, and soon Disney turned its attention to the rest of the world, especially South America. It did so with the backing of the Good Neighbor Policy, which was nothing more than a 20th-century version of the Truman Doctrine.

In turn, Brazilian national traits only began to be regimented after the arrival of the court of D. João VI in 1808 to Brazil, fleeing Napoleon's threat to Portugal. Among some of the facts that helped define a Brazilian identity are the creation of the Brazilian Historical and Geographical Institute and the paintings by French artist Jean-Baptiste Debret on Brazilian nature and daily life. Thus, Brazil became known as part of the “civilized” world as a place of exuberant and exotic nature, a “natural power,” an identity that still persists today



in the 21st century (MELLO E SOUZA, 2008). So it makes sense that when Disney needed to choose a bird to represent Brazil, it chose a parrot.

On the other hand, Donald Duck, the American who travels to Latin America and is entertained by his hosts, wears a sailor suit. This imagery is consistent with the vision of the American frontier pioneer. Furthermore, the hand extended in friendship to peripheral countries reflects the values of democracy, practicality, freedom, and virtue that are coupled with Turner's frontier doctrine. The parrot, in addition to incorporating the colors of the Brazilian flag, is also the animal that imitates the voice of man and talks too much. In other words, it pretends to be someone it is not, one of the main themes of the early stories of Zé Carioca, when he impersonates millionaires, big shots, and high society figures to get ahead in his scams. But since the parrot is also a bird that “talks” too much, Zé Carioca is caught in his scams because of his exaggeration in posing as someone he is not. In the book *Bichos na fala da gente* (Animals in our speech), by Mauro Mota (1969), the author lists several expressions related to parrots and explains that “talking like a parrot” not only has the connotation of someone who talks too much, but also relates to not knowing what one is saying; while “papagaiar” would be the imitation of someone; and something “papagaiado” would be an excess of colors in clothing.

THE CREAM OF THE CROP THAT I KNOW FROM OTHER CARNIVALS

Imbuing animals with human characteristics and humans with animal characteristics dates back to Greek theater, as in Aesop's Fables. In his stories, in addition to introducing anthropomorphic beings, he also developed a moral lesson, guiding the behavior of his readers. Something very similar to what the first Disney stories preached. In the case of the stories of Zé Carioca, they informed that scammers ended up doing badly, even if they seemed to be doing well.

When thinking about “animal comics,” comics with animals, David Herman (2018, p.12) believes that “animal comics have worked [...] to (re)imagine the dynamics of the relationships between myself and others that cross species boundaries.” In addition to crossing species boundaries, Zé Carioca serves Brazilians as a representative of what forms their national identity, resorting to *malandragem* (trickery) and the “*jeitinho brasileiro*” (Brazilian way) to solve his problems. For the American reader, however, he establishes this otherness, presenting Brazilians, particularly those from Rio de Janeiro, as exotic, connected

to nature, and willing to deceive everyone to gain an advantage. The animality of the characters adds a new dimension to our interpretation of characters presented as human.

Glenn Willmott (2018) believes that the tradition of comics with animals dates back to the German grotesque tradition, which also gave rise to caricatures in early press publications. He explains that the meaning of comics with animals always raises an aesthetic question.

When reading comics featuring animals [...] we assimilate them into our personal fantasies and our sense of self, a grotesque inseparable from the signs of otherness. This is not the stereotypical xenophobic allegory in which exceptions to the norm are animalized or monstrous. On the contrary, comics featuring animals invite us to delight in and assimilate a fantasy that deviates from the norm, rather than fearing and viewing it as exceptional (WILLMOTT, 2018, pp. 72 and 73).⁴

The union of opposites that animal comics invite us to be part of is different from the separation of opposites that gendered society imposes on us. Being a man in cisheteronormative society means not being a woman, homosexual, or child. The man who best escapes these three stereotypes will have succeeded in performing his role as a macho man. A validated performance of masculinity is related to what Valeska Zanello (2022) called the “device of effectiveness.” This device is marked by sexual and labor virility: within the neoliberal capitalist system, men must be productive and capable, so being a “player” and a hard worker are two main characteristics that real men must demonstrate. Failure to fulfill roles related to these demands devalues men and removes the meaning of their masculinity. In the stereotype of the malandro, this device is also present, but this type of man will achieve his macho status through techniques that deviate from what is socially accepted, such as applying tricks to stand out.

In the case of Brazil, according to anthropologist Roberto da Matta (1997), malandragem is related to the “Brazilian way,” a way of circumventing the Brazilian social hierarchy that is related to breaking the rules through certain actions, such as preferring the infamous phrase “do you know who you're talking to?” The break with hierarchical social norms is linked, according to da Matta, with the institution of Carnival. It is during this festival, as stipulated in the studies of Mikhail Bakhtin (1999), that people can take on different social roles in a playful way, breaking with the structures of society. In it, the rich

⁴ Tradução do Português para o Inglês.

and the poor end up on the same level. All this is due to the mockery of Carnival, which allows men to be women and the poor to be rich, and vice versa, even if only for one day a year.

Also, according to DaMatta (1997), the malandro is similar to fictional characters such as Pedro Malasartes and Macunaíma, who are unaware of authority and hierarchy and are detached from the formalities of the labor market. The same can be said of Zé Carioca, who, according to DaMatta's assumptions, falls into the category of malandro, a middle ground between the “caxias” (the person who does everything correctly) and criminals who are outside the law. For the anthropologist, the emergence and spread of the figure of the malandro is a symptom of a national society that has a precarious relationship with the state and the law.

As Cláudia Matos (1982) puts it, malandragem is much more linked to a “discourse of malandragem” than to a practice or social behavior. Proof of this can be found in the musical chronicles that deal extensively with malandragem. The malandro has the power to deceive the people who are victims of his scams. Brazilian literary theorist Antônio Candido established the expression “dialectic of malandragem,” which accounts for the paradoxes that this social category involves, an interchangeability between two distinct poles, that of order or law and that of disorder or mischief: “a positive hemisphere of order and a negative hemisphere of disorder, functioning like two magnets that attract each other” (CANDIDO, 2004, p. 32).

But in addition to the malandro, as mentioned at the beginning of this article, there is another figure of opposition in Rio de Janeiro, which is the mané. According to the song by Bezerra da Silva (1979), the malandro is “the guy who knows things/ is the one who knows what he wants/ is the guy who has money/ and cannot be compared to a Zé Mané. / A malandro is really a cool guy/ And doesn't get tied down to just one woman.” Here we see the device of effectiveness at work in these lyrics. The malandro is a man who stands out, who represents and who conquers, no matter what means he uses. On the other hand, the mané “is always broke, he's an unlucky guy/ and also sucks up to others in order to survive. / Mané is a thoughtless man/ and he has a lot to learn about life.” Mané, then, would be the antithesis of the malandro, the macho man who did not correctly perform the device of effectiveness and, consequently, his masculinity.

In the case of Zé Carioca, there is another paradox, because the character is both a malandro and a mané. He can be seen as both “cool,” someone who “knows things” and

“knows what he wants,” who is not with “just one woman.” But Zé is also “always broke” and is “unlucky,” given the persecution he suffers at the hands of Anacozeca (National Association of Zé Carioca Collectors), he also “sucks up to survive,” as well as suffering other setbacks in his stories.

In addition, the figures of the malandro and the mané are related to two other dichotomous spaces presented in the work of Roberto da Matta (1997): the home and the street. For the anthropologist, these two places are not just physical or geographical spaces, but moral entities and spheres of social action. In them, Brazilian citizens, especially male citizens, exhibit two disparate behaviors. At home, he is a “super citizen”: protective, affectionate, sensitive, heroic; while on the street this behavior changes: he is a “sub-citizen” harassed by the hierarchy, the authorities, the State, and the laws. A similar binary relationship could be made between civilization and savagery, and between the big house and the slave quarters. For DaMatta, it is in this third space, this “and” between the two concepts, that Brazilians are located, as in the case of malandragem. In this study, I believe that the role that Zé Carioca plays in his stories is located in the “and” between malandro and mané.

Within masculinity studies, the roles of mané (home) and malandro (street) are echoed in another dual distinction, that of the “good man” and the “real man” established by Kimmel and Wade (2018). Masculine performativities revolve around managing two roles: that of the “good man,” who is productive, exemplary, fulfills his demands, and is a gentleman; and that of the “real man,” who is a womanizer, strong, competitive, and a winner, who stands out among other men and women, among other characteristics. The “good man,” in the discourse of malandragem, is seen as the fool, while the “real man” relates to what the malandro must perform. Thus, Zé Carioca does not belong to either the “good man” category or the “real man” category, but rather belongs to both, in a space between them.

Table 1: Binarisms and dualities in the representation of Zé Carioca

Estados Unidos	Brasil
mané	malandro
casa	rua
supercidadão	subcidadão
“bom homem”	“homem de verdade”

Source: Prepared by the author.

COLONIAL SYMPHONIES

This “non-place” and interstitial space between two categorizations also takes on another dimension when we consider that Zé Carioca is a product of two visions of representation: that of Brazil, but also that of the United States. For Stuart Hall (2016, p. 108), representation is “the process by which members of a culture use language to produce meaning.” This representation usually occurs through symbols and signs, however, according to the same author, the meaning of these signs and symbols may change according to the culture and the period of time in which they are used. Therefore, the way in which American culture thinks about the figure of the other, in this case, the Brazilian, is important for our analysis, before we move on to differentiate the way in which Zé Carioca was represented in American and Brazilian publications.

Taking the position of the United States as a (cultural) colonizer and Brazil as (culturally) colonized, I draw on Homi K. Bhabha's theories on representations of the colonizer and the colonized. For the author, a stereotype is “knowledge and identification that oscillate between what was already known and something that is repeated hastily” (BHABHA, 1992, p. 312), without reflection, about a group of people. Following the polarized line I have been adopting throughout this article, the United States, as colonizer, would assume the characteristics of the home, the fool, and the good man, always in a positive sense. Meanwhile, its cultural discourse would treat Brazil, and its representative, Zé Carioca, as belonging to the street, the trickster, and the real man.

While this representation of the character may please Brazilians, since the development of a stereotype is a recognition of the existence of the colonized by the colonizer. This “existence” would be like an authorization for Brazilians to be part of the world of the United States. But at the same time that Brazilians are seen, are part of, and are allowed in that reality, the view produced about us is controlled and regulated. Therefore, the representation of Zé Carioca as we see in the comics developed by Americans indicates that Brazilian morality is inferior to that of the United States.

For example, Roberto Elísio dos Santos (2002) points out that Mickey Mouse ended up becoming such an ingrained paradigm of the good citizen that, in the 1950s, Walt Disney complained about the impossibility of changing the character due to his image with the public. This also contributed to Donald Duck, a clumsy and irritable character, therefore with flaws that could be worked on, having more appeal to Disney creators. Mickey became a

symbol of Disney, just as Disney became a symbol of the United States. Mickey is a moralized and moralizing character, whereas Zé Carioca is not.

By producing and controlling the imaginary about the colonized, the colonizer also develops a vigilance over the images produced about himself. Thus, this process also involves an alienation of the Brazilian image of himself. The production and circulation of stereotypes generates a fixity of historical/cultural/racial difference, and according to Bhabha (1992, p. 312) fulfills functions in which:

it guarantees its repeatability during historical and discursive changes; informs its strategy of individualization and marginalization; produces the effect of probable truth and predictability in which, for the stereotype, it must always be excessive, beyond what can be empirically proven or logically constructed.⁵

These functions are consistent with the caricatural and grotesque characteristics of the comics with animals described above, which are also part of the process of character construction for animation. All graphic representation will depend on a certain amount of stereotyping so that its features are recognized by a wider audience. In this way, comics and animation become tools that provide more satisfactory results of cultural colonization. After all, according to Bhabha (1992), stereotypes are also seen as a tool that facilitates colonial relations, structuring a discourse that emphasizes the position of the colonized as submissive to the colonizer. Stereotypes emphasize differences as natural rather than cultural, while at the same time authorizing discrimination. By presenting differences as visible evidence, stereotypes are taken as something spontaneous. While the “other,” the colonized, is marked by stereotypes, the “self,” the colonizer and producer of stereotypes, is seen as universal and without marks that stereotype them.

In this article, we seek to understand which stereotypes are used by Americans and Brazilians in the construction of Zé Carioca's personality, highlighting those related to gender roles and expressions. To this end, it is necessary to understand the steps that this construction followed. According to Roberto Elísio dos Santos (2002, p. 288), the production of Zé Carioca comic books went through four phases:

The American Phase: from the Sunday pages and narratives made for comic books in the 1940s by American artists; The Transition Phase: when Luis Destuet incorporated Zé Carioca into the stories he created; the Adaptation Phase: when Brazilian artists began national production in the late 1950s; and the Assimilation Phase: from 1970

⁵ Traduzido do Português para o Inglês.

onwards, with the character already immersed in the culture and reality of the country, thanks to the work of astute and conscious scriptwriters, artists, and editors.⁶

In this analysis, I will address the American Phase in comparison with most stories from the Assimilation Phase. Roberto Elísio dos Santos notes that one of the most noticeable changes made from the 1940s to the present day was the change in Zé Carioca's appearance, who swapped his jacket for a T-shirt and jeans and his straw hat for a cap, also reflecting changes in society. In the most recent Zé stories published by Culturama starting in 2020, the cap was replaced by a Panama hat.

The American phase, whose Sunday pages were republished and compiled in *Zé Carioca e Panchito: Silly Symphonies - As Tiras Completas Direto dos Arquivos dos Estúdios Disney: 1942 a 1945* (*Zé Carioca and Panchito: Silly Symphonies - The Complete Strips Straight from the Disney Studios Archives: 1942 to 1945*), was released in 2021 by Panini Comics. According to the introduction to the sequence, written by Kaufman, Gerstein, and Alencar (2021, p. 4), it was in these Sunday strips that Zé Carioca's mischievous personality was established, in which he became “a daring adventurer always projecting his own social climb by personifying sportsmen, businessmen, and other successful bigwigs, and often causing awkward situations in the most embarrassing moments possible.”

In the first Sunday strip, Zé Carioca is shown living in a shack in the Rio de Janeiro garbage dump, which contrasts with the beautiful and luxurious beaches of Copacabana shown in the previous frame. In the next strip, his first scam is to leave a high-end hotel restaurant without paying. At this stage, his friends Nestor and João are introduced, paying homage to Brazilian musicians of the 1940s, as well as his eternal girlfriend Rosinha (Maria Rocha Vaz, in the original) and her millionaire father, Rocha Vaz. Nestor, a vulture who lived in the garbage dump, had a look quite different from the one that became known in Brazil.

The Sunday comic strips of Zé Carioca in the Silly Symphonies series were published from October 11, 1942, to October 1, 1944, with scripts by Hubie Karp and drawings by Bob Grant, Karl Karpe, Paul Murry, and Dick Moores. The Sunday page was divided between those dedicated to Mickey Mouse and Silly Symphonies, which featured a mix of Disney characters, including Bambi, Pinocchio, Pluto, and Donald, during its run from 1932 to 1945. The strips were distributed by King Feature Syndicate.

⁶ Traduzido do Português para o Inglês.



Maurice Horn (1996) described the themes of the Zé Carioca Sunday strips as containing unsophisticated jokes that had three main themes: his schemes to get free meals, his obsession with conquering the opposite sex, and his imaginative ways of avoiding work. Therefore, the American producers' view of the character, and consequently of the Carioca/Brazilian identity, was that Zé Carioca was poor, sexually wild, and a vagabond, a view opposite to the United States' image of itself, generally self-referenced as vigorous, controlled, democratic, and productive. Here we see the dichotomy established above between the characteristics related to Brazil and the United States.

If obstinate sexuality was a hallmark of the character, the difference in the representation of male and female genders is quite noticeable in the stories of Zé Carioca in the American Phase. Men are generally presented in various caricatured forms, but women, for the most part, are Zé Carioca's love interests and attract other male gazes. They are curvaceous with well-defined breasts and hips, forming a pattern when the female gender appears in these stories.

The production of masculinities in the character's early comic strips can also be highlighted as something strongly demarcated. Zé Carioca's rivalry with other men, such as Rosinha's fiancé, Luís Carlos, is always well emphasized. In these stories, to gain status and get his way, Zé pretends to be magnates, businessmen, tour guides, oilmen, talent scouts, horsemen, gunmen, and fencers, even developing scenes of duels with Luís Carlos for his honor and the possibility of forming a couple with Rosinha.

Competition is a hallmark of masculinity, and comparisons between men, whether in terms of their achievements, their size, their virility, or their abilities, are part of this gender performativity, configuring a duel of virilities. According to Wade Ellett (2004), duels elaborated masculinity as a spectacle of power, romanticizing ritual violence as a completely masculine element. The meaning of ritual violence involved in these disputes emphasizes the senses of rivalry and challenge, but it was also linked to another element that also structures the universe of superheroes: honor. In these rituals, symbols of status or honor were disputed for men, which could be maintained, conquered, or lost. When Zé Carioca faces off against the Mexican rooster Pachito, this rivalry becomes even more prominent, as the two compete for the attention of the rich and beautiful Lili. Therefore, competition and comparison with other men, as well as the personification of men of higher social status, are the main representations of masculinity in the early Sunday comic strips of Zé Carioca.

THE RETURN OF THE ROGUE

The first Brazilian story featuring Zé Carioca was called “A Volta de Zé Carioca” (The Return of Zé Carioca) and was published in Donald Duck #434, in March 1960, by Editora Abril, and was produced by Jorge Kato. But it was with Brazilians Ivan Saidenberg, from São Paulo, writing the scripts, and Renato Canini, from Rio Grande do Sul, in the drawings, that, according to scholars and aficionados such as Roberto Elísio dos Santos (2002), Edenilson Rodrigues Lázaro, José Rivaldo Ribeiro, and Paulo Maffia (2022), brought the definitive content to the Brazilian adventures of Zé Carioca, beginning in 1971.

Saidenberg and Canini were also responsible for outlining the personality and universe of characters and locations of the parrot that would be followed by other creators of Disney comics in Brazil. The Brazilian stories established Anacozeca (National Association of Zé Carioca Collectors), Vila Xurupita (the slum where the parrot lives), characters such as the award-winning jackfruit grower, Pedrão (identified as black), and the clumsy Afonsinho. It was also in Brazil that the superhero version of Zé Carioca, Morcego Verde (first inspired by the superhero Morcego Vermelho, an alter ego of Peninha, later Morcego Verde became a carbon copy of Batman), emerged. The duo Saidenberg and Canini was responsible for most of these creations between the 1970s and 1980s.

As some of the hallmarks of Disney comic book production in Brazil, Roberto Elísio dos Santos (2002) points to humor as one of the main characteristics, highlighting these comic books as lighthearted and uncompromising reading. The author also points out that this humor goes beyond anecdote and naivety and is marked by the use of metalanguage and the acculturation process of the characters.

An example of the use of metalanguage in Zé Carioca occurs when, in the story “O Grande Festivaia” by Julio Andrade and Renato Canini, published in Zé Carioca #1069 on May 5, 1972 (present in *O Essencial do Zé Carioca*), celebrities such as Carlos Roberto, Tarmísio Ceira, Ley Natorrada, Sô Joares, and João Tresvoltas. This is a way of highlighting the distance between the story and reality, as well as provoking a comical effect for the reader.

Acculturation, which occurs when two different cultures come into continuous contact, generating changes in one or both of them, was defined by Marina de Andrade Marconi and Zelia Maria Presotto (2019) as a process that encompasses “numerous cultural traits, even though, in the reciprocal exchange between two cultures, one group gives more and receives less.” In the case of Disney in Brazil, Santos (2002) points to the transformation of the character

Urtigão from a redneck from the interior of the United States to a country bumpkin from the interior of São Paulo, with the accent and superstitions of that Brazilian region, which explains his relative success in Brazil. With the departure of Turma da Mônica from Editora Abril in 1986, Urtigão gained his own magazine in the 1980s, which lasted 189 issues, from 1987 to 1994. The purpose of the Urtigão magazine was to replace the space left by the publication of Chico Bento. In *O Essencial de Zé Carioca*, Urtigão (Hard Haid Moe, in the original name) visits Zé Carioca in Rio de Janeiro in the story “Hoje é dia de Maracanã” (Today is Maracanã Day), originally published in Urtigão #127, in March 1992, written by Kaled Kalil Kanbour and illustrated by Haroldo Guimarães Neto. In it, Zé with his malandragem (trickery) and Urtigão with his rudeness find ways to get ahead and gain advantages in a soccer game between the Fluminense and Palmerintians teams.

In these stories, another factor that develops the differentiation between the way of being of the man from Rio de Janeiro, represented by Zé Carioca, is the occasional presence of his cousins from other states of the Brazilian federation. “Zé Paulista, Zé Pampeano from Rio Grande do Sul, Zé Jandaia from Ceará, Zé Queijinho from Minas Gerais, Zé Baiano from Bahia, and Zé Pantaneiro from Mato Grosso” (LAZARO, RIBEIRO, MAFFIA, 2022, p. 113). All six cousins present a model of masculinity related to the men of those states, which differs from the model of masculinity developed by the protagonist parrot from Rio de Janeiro. Zé Paulista is stressed and hurried; Zé Pampeano and Zé Jandaia are quarrelsome; Zé Queijinho and Zé Baiano are calm and laid-back, and Zé Pantaneiro is always looking for adventure. All of them are parrots and began to appear in 1971 in Zé Carioca magazines.

As in the plots developed in the United States, to carry out his scams, Zé Carioca plays various roles that are not related to his normal identity. He becomes a soccer player, famous singer, certified expert, mayor, tour guide, among others. The most curious thing is that the atmosphere of competition and male comparison, which was intensely present in the first American stories of Zé Carioca, remains in Brazilian productions. Of the fourteen stories presented in *O Essencial de Zé Carioca*, originally published at different times, only two do not involve disputes. In other words, 85.7% of the stories in the special involve a measurement of what it means to be a man, who is the best and “most worthy” of being a man, and the device of effectiveness. In addition, despite Panchito and Luís Carlos fighting with Zé for the attention of women in the stories made in the United States, in the Brazilian magazines of Editora Abril, Zé Galo, the annoying one, appeared in 1983 to be a rival of the Carioca for Rosinha's sighs.



The slight difference between the American and Brazilian portrayals of masculinity in the stories of Zé Carioca shows that despite being different cultures, with their peculiarities and varieties of masculinity styles, some patterns remain. This is the case with the device of effectiveness, which is presented in disputes, competitions, and comparisons, as well as in male rivalry and, of course, in malandragem (trickery) in the sense that to achieve productive goals, one must try everything, including cheating.

MALANDRAGEM, GIVE ME A BREAK

The expression “para inglês ver” (for the English to see) has to do with the projection of appearances and malandragem. It describes a situation in which, despite appearing to solve a problem, the solution is superficial or temporary. One of the possible origins of the expression comes from the Feijó Law, which was enacted in 1831, due to an agreement with England to end the slave trade in Brazil. However, trafficking continued despite the signed law, just “for English eyes.” This episode in Brazilian history denotes another dimension of the relations between colonizers and colonized peoples already developed in this article, as well as highlighting the “Brazilian way” of circumventing authorities to get ahead. (LEAL et al., 2022). Trying to convey a “good image” of Brazilian society to foreigners is also part of the characteristic of Brazilian cordiality developed and defended by sociologist Sérgio Buarque de Hollanda (2012). Zé Carioca is presented as a cordial host in the film *Alô, Amigos!*

We can say that the Brazilian changes made to Zé Carioca's masculinity have transformed the character into a fool, as well as a trickster. At the same time, when they portray the parrot in this way, its authors end up highlighting the social ills of Brazilian society. The narrative device in which Zé Carioca is shown as always in debt and frequently pursued by debt collectors was established in Brazil, and the character's poverty stands out in his national stories. If American stories differentiate the Yankee man from the Brazilian man and the Mexican man, Brazilian stories do so in their regional meanings, with Zé Carioca's cousins.

In addition, both the stories made in the United States and in Brazil emphasize the device of effectiveness and male competition. In this, the findings of this research are consistent with the aesthetic choice to represent the character as a parrot. In his eagerness to show himself as an effective male, Zé Carioca speaks and tries to appear like this bird. The parrot is a bird that stands out from other birds for its vibrant colors and repetitive voice, which imitates others and passes itself off as them, as a disguise for its wild reality.

In this way, a character who was created “for show” gained new nuances by being “acculturated” by the nation he was created to represent. In this process, he gained more dimensions and a whole universe of his own. Created to be a trickster, by becoming the protagonist he also came to embody a fool, not just a con artist, but also a biased example of how Brazilian morals and ethics work, based on the “Brazilian way.” Added to this, one must take into account the character's belonging to the Disney corporation, which carries with it a whole range of meanings related to social hygiene, morality, family entertainment, and conservatism. These paradoxes navigate a third margin between binary classifications, as in an interstitial place of Rio de Janeiro and, by extension, Brazilian models of masculinity, developed in the case of the dualism between presenting oneself as a participant in the Brazilian street (malandro) and home (mané).

REFERENCES:

- ANDERSON, Benedict. Comunidades imaginadas. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- BAKHTIN, Mikhail M. A cultura popular na Idade Média e No Renascimento: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BHABHA, Homi K. The other question: the stereotype and colonial discourse. In: CAUGHIE, John; KUHN, Annette; MERCK, Mandy; CREED, Barbara. The sexual subject: a screen reader in sexuality. Londres/Nova York: Routledge, 1992. p. 312-333.
- BUARQUE DE HOLLANDA, Sergio. O homem cordial. São Paulo: Penguin/Companhia das Letras, 2012.
- CANDIDO, Antonio. A dialética da malandragem. In: CANDIDO, Antonio. O discurso e a cidade. 3. ed. Rio de Janeiro: Duas Cidades, 2004.
- DA SILVA, Bezerra. Malandro é malandro, mané é mané (o poeta falou). In: DA SILVA, BEZERRA. Ópera do Malandro. Rio de Janeiro: Universal, 1979. Disco de vinil.
- DAMATTA, Roberto. A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. São Paulo: Rocco, 1997.
- DAMATTA, Roberto. Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro. São Paulo: Rocco, 1997.
- DOS SANTOS, Roberto Elísio. Para reler os quadrinhos Disney: linguagem, evolução e análise de HQs. São Paulo: Paulinas, 2002.
- ELLETT, Wade. The death of dueling. Historia, Charleston, IL, v. 13, n. 1, p. 59-67, 2004.
- HALL, Stuart. Cultura e representação. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.
- HERMAN, David. Introduction. In: HERMAN, David. Animal comics: multispecies storyworlds in graphic narratives. Nova York/Londres: Bloomsbury, 2018.
- HORN, Maurice. 100 years of American newspaper comics: an illustrated encyclopedia. Nova York: Random House, 1996.



KAUFMAN, J. B.; GERNSTEIN, David; ALENCAR, Marcelo. Zé Carioca. In: KARP, Hubie; WALSH, Bill; GRANT, Bob; MURRY, Paul; MOORES, Dick. Zé Carioca e Panchito: Silly Symphonies - as tiras completas direto dos arquivos dos Estúdios Disney: 1942 a 1945. Barueri, SP: Panini Comics, 2021.

KIMMEL, Michael; WADE, Lisa. "Ask a Feminist: Michael Kimmel and Lisa Wade Discuss Toxic Masculinity." Signs: Journal of Women in Culture and Society Vol. 44, N° 1, 2018. p. 233-254.

LAZARO, Ednilson Rodrigues; RIBEIRO, José Rivaldo. MAFFIA, Paulo. O essencial do Zé Carioca: celebrando os 80 anos da sua estreia. Caxias do Sul, RS: Culturama, 2022.

LEAL, Simoní Portela et al. A questão racial entre tratos e retratos: leis e implementações "para inglês ver". Práxis Educativa, Ponta Grossa, v. 17, e 19373, 2022.

MATOS, Cláudia. Acertei no milhar: samba e malandragem no tempo de Getúlio. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

MARCONI, Marina de Andrade; PRESOTTO, Zelia Maria Neves. Antropologia: uma introdução. 8ª edição. Barueri, SP: Atlas/Grupo Gen, 2019.

MELLO E SOUZA, Melissa de. Brasil e Estados Unidos: nação imaginada. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2008.

MOTA, Mauro. Bichos na fala da gente. Recife: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais/MEC, 1969,

NYE, H. Joseph. Soft power: the means to success in world politics. Nova York: Public Affairs, 2004.

TURNER, F. Jackson. IN: FARAGHER, John Mack (org.) Rereading Frederick Jackson Turner: "The significance of the frontier in American history" and other essays. New Haven: Yale University Press, 1998.

WILLMOTT, Glenn. The animalized character and style. In: HERMAN, David. Animal comics: multispecies storyworlds in graphic narratives. Nova York/Londres: Bloomsbury, 2018.

WILLS, John. Disney culture. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2017.

ZANELLO, Valeska. A prateleira do amor: sobre mulheres, homens e relações. Curitiba: Appris, 2022.